

Marketing *modern*

ONLINE-MARKETING: Energieeffizientes Sanieren als spielerische Simulation für den Bauherrn. Mit dieser Idee will ein Unternehmen Kunden und Fachbetriebe zusammenbringen. Als Plattform dienen unter anderem die Webseiten von Sparkassen. Wie das genau funktioniert, lesen Sie hier.

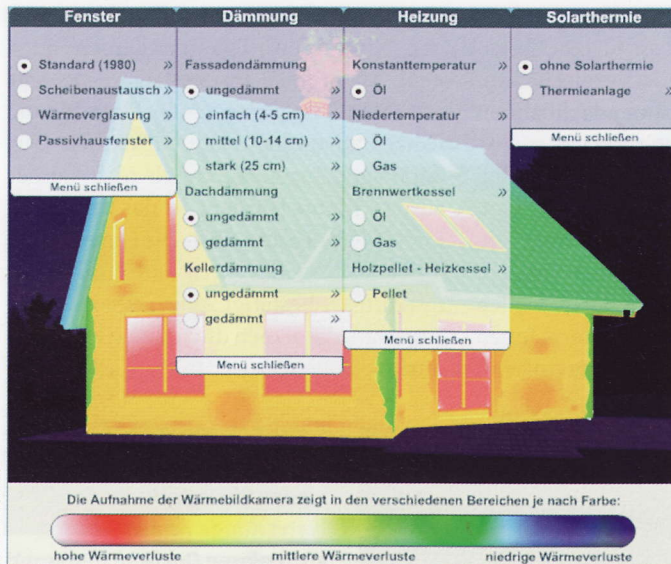
Die Zukunft liegt in der Sanierung – das hören Dachdecker tagtäglich. Tatsächlich bilden Sanierungsarbeiten bereits heute die Haupteinnahmequelle der Mehrheit aller Dachdeckerunternehmen. Mit der neuen EnEV und steigenden Energiepreisen rückt das Thema energieeffiziente Sanierung in den Blickpunkt der Öffentlichkeit. Das bietet Dachdeckern die Gelegenheit, Kunden auf ihre Kompetenzen aufmerksam zu machen. Als Hilfsmittel für gezieltes Online-Marketing hat das Unternehmen Modernus das gleichnamige Online-Gebäudesimulationspiel präsentiert. An einem Musterhaus aus den sechziger Jahren können Hausbesitzer und Interessierte eine energetische Sanierung selbst nachvollziehen. Dazu stehen Sanierungsmaßnahmen aus den Bereichen Dämmung-, Fenster-, Heizungserneuerung und Solarthermie zur Auswahl. Nutzer nähern sich so auf spielerische Weise dem Thema.

Vom Spiel zum Fachbetrieb

Nach dem sich der Benutzer einen Überblick über das Potenzial einer Energetischen Sanierung verschafft hat, kann er sich über das angeschlossene Internetportal Handwerker aus seiner Nähe suchen und auch gleich Anfragen zu seinem Bauvorhaben stellen. Das Programm soll Laien für das Thema sensibilisieren, kann aber den Energieberater nicht ersetzen: Dort wo Modernus aufhört, kann der Fachbetrieb ansetzen.

ANGEBOT FÜR DDH LESER

Exklusiv für DDH Leser reduziert sich der Jahresbeitrag für das Modernus-Paket von 100 auf 75 Euro pro Jahr. Interessenten melden sich dazu mit dem Gutscheincode „GutscheinDDH“ an. Das Angebot gilt bis zum 31. März 2008. Die Modernus-Simulation finden Sie unter www.modernus.de.



In der Online-Simulation verändern die Anwender eigenständig die Eigenschaften eines Hauses. Der Nutzer lernt dabei spielerisch, wie sich eine energieeffiziente Sanierung auszahlt.

Potenzielle Kunden erreicht das im vergangenen Oktober gestartete Programm vor allem über die Internetportale von bisher rund 30 Sparkassen, etwa in Berlin. Olaf Meyer, Geschäftsführer des Unternehmens, sieht in Banken einen idealen strategischen Partner: „Von dieser Kooperation profitieren alle Beteiligten – Banken rechnen mit zusätzlichen Krediten, wir erreichen eine breite Öffentlichkeit und bei uns gelistete Dachdecker mögliche Kunden. Alleine auf der Webseite der Berliner Sparkasse machen sich über unsere Simulation täglich rund 300 Besucher mit dem Thema vertraut.“ Laut Meyer steht das Unternehmen in aussichtsreichen Verhandlungen mit weiteren Banken und LBS-Verbänden, mit der LBS Bayern besteht bereits eine Zusammenarbeit.

Dachdecker können das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderte Programm auch persönlich nutzen. Zwei Pakete stehen zur Verfügung: Der Datenbankeintrag ist kostenlos, gegen eine Jahresgebühr von einhundert Euro (Exklusivangebot für DDH Leser siehe Kasten) können Dachdecker zusätzlich die Simulation in die eigene Webseite integrieren und so den Firmenauftritt professioneller gestalten.

Fazit: Spielerei mit Wirkung

Die Idee klingt originell – und sie ist es auch. In der Unübersichtlichkeit des Internets bieten Sparkassenportale ein gutes Mittel, um möglichen Kunden das Thema energieeffiziente Sanierung näherzubringen. Wer seine eigene Webseite interaktiver gestalten möchte, kann die Simulation gegen eine Gebühr direkt übernehmen.

Malte von Lüttichau

Schlagworte fürs DDH Online-Archiv auf www.ddh.de: Energieeinsparung, Internet, Marketing.

WWW.DDH.DE

DDH
ONLINE

Marketing, Nutzfahrzeuge, Organisation, Planzahlen, EDV. Hier finden Sie alles zur Betriebsführung.

Betrieb