**Presse-Information**

**Datum:** 14. Februar 2017

Roto: Einbruchschutz-Kampagne in drei Ländern / Auf Deutschland und Österreich folgt die Schweiz / Nachhaltige Branchenimpulse / Vorsprung durch Vernetzung / Betriebe nutzen Marketingpaket / „Quadro Safe“ profiliert und akquiriert / Aktuelle Praxisbeispiele / Top-Thema „Sicherheit“ mit Erfolg besetzt / Von Musterbox bis Zeitungsbeilage

**Offensive Gewinner**

***Leinfelden-Echterdingen – (rp)*** Gespräche mit Fenster- und Türenherstellern sowie Beschlag- und Bauelementehändlern bestätigen es immer wieder: Sicherheit steht im Ranking der Kundenwünsche weit oben und führt es oft sogar an. Dabei dürfte es unter dem Eindruck hoher Einbruchszahlen auch in den nächsten Jahren bleiben. Kein Wunder also, dass viele Betriebe die überdurchschnittlichen Profilierungs- und Geschäftschancen des permanent wachsenden Nachfragesegmentes aktiv nutzen. Das gestiegene Engagement verbucht Roto nicht zuletzt auf dem Erfolgskonto der „Quadro Safe“-Kampagne, mit der das Unternehmen vor gut zwei Jahren Neuland betreten und damit der gesamten Branche nachhaltige Impulse gegeben habe.

Den strategischen Ansatz der vernetzten Einbruchschutz-Initiative bezeichnet Volker Fitschen als „nach wie vor entscheidendes Differenzierungsmerkmal“. Die Erklärung des Geschäftsleiters Zentraleuropa der Division Fenster- und Türtechnologie: „Wir mobilisieren die Endkunden und akquirieren sie zugleich für die Profis vor Ort – also unsere Marktpartner. Ihnen wiederum bieten wir mit einem kompletten Marketingpaket eine leicht anzuwendende Basis für ihre eigenen Kompetenzoffensiven.“ Wie schlüssig und wirksam das Konzept sei, zeige sich u. a. daran, dass es nach Deutschland und Österreich nun auch unter Berücksichtigung landes- und kundenspezifischer Bedürfnisse in der Schweiz realisiert werde. Über die Details informiere man in Kürze separat.

**Handel immer dabei**

Exemplarisch für die vielfältigen Aktivitäten der inzwischen fast 1.000 Kampagnenteilnehmer porträtiert Roto drei aktuelle Praxisbeispiele. Ihre Gemeinsamkeit: die individuelle Nutzung von „Quadro Safe“-Unterstützungsinstrumenten. So führe Schmidt-Visbek aus Niedersachsen gegenwärtig eine bis zum 1. März 2017 befristete bundesweite Sicherheitsaktion durch. Im Mittelpunkt stehe dabei ein mit den vier Produktkomponenten (Sicherheitsschließzapfen, Sicherheitsschließstück, abschließbarer Griff, Anbohrschutz) ausgerüstetes Aktionsfenster, das bei rund 250 Händlern verfügbar sei. Die Partner statte der Fensterhersteller mit einer „Musterbox“ und einem speziellen Flyer aus, um für eine fundierte Endkundenberatung zu sorgen. Geplant sind zudem entsprechende Schulungen sowie die Integration der Bezugsquellen in das zentrale Kampagnenportal www.quadro-safe.com . Geschäftsführer Ulrich Schmidt, der als jüngste Referenz die bestandene RC 3-Prüfung bei Holzfenstern meldet, registriert ein positives Feedback der Händler. Die Offensive komme zum richtigen Zeitpunkt, greife sie doch ein für die Bevölkerung „extrem wichtiges Thema“ auf.

Um die Menschen in der Region „zu sensibilisieren, aufzurütteln und ihnen die fachmännische Kompetenz näherzubringen“, ging die Arndt Fenstertechnik GmbH & Co. KG aus dem oberfränkischen Gattendorf einen besonderen Weg: Mit 50.000 Beilagen in der bedeutendsten Tageszeitung rief sie „Sicherheit und Einbruchhemmung“ ins öffentliche Bewusstsein. Mit der Resonanz ist Geschäftsführer Thomas Arndt überaus zufrieden. Das Medium sei wesentlich besser als eine Anzeige angekommen. Viele Endkunden hätten die Beilage aufgehoben, um sich in Ruhe mit dem Thema zu befassen und dann später mit konkreten Anfragen zu melden. Das zählbare Resultat: mehr als 50 Aufträge. Gezielte Händlerschulungen u. a. zu dem angebotenen Fenster mit RC2-Systemprüfung rundeten, wie es heißt, die Initiative auf bundesweiter Ebene ab.

Der im oberösterreichischen Gunskirchen beheimatete Fenster- und Türenproduzent Felina verankerte die Kampagne bei 20 mit ihm kooperierenden Bauelemente-Händlern. Das sei einerseits durch die Ausstattung mit „Musterbox“, Aufklebern, Exponaten und Broschüren sowie andererseits durch die intensive Schulung der Vertriebsmitarbeiter für die Endkundenberatung geschehen. Die Aufnahme der Händler in das Adressverzeichnis von www.quadro-safe.com kündigt Geschäftsführer Matthias Schürz ebenfalls an. Seine Partner begrüßten das zur „erklärenden Präsentation“ gut geeignete Unterstützungsportfolio ausdrücklich. Speziell die „Musterbox“ erleichtere die Beratung wesentlich. Zentraleuropa-Chef Fitschen ist optimistisch, dass Roto Ende 2017 auch über eine Reihe ähnlicher Praxisreferenzen aus der Schweiz berichten kann.

**Bildtexte**

Die Landkarte der „Roto Quadro Safe“-Partner umfasst bald drei Staaten. Nach Deutschland und Österreich steht nun die Ausdehnung der vernetzten Einbruchschutz-Kampagne auf die Schweiz bevor.

**Foto:** Roto **RQS\_Landkarte.jpg**

Mit einer bundesweiten Sicherheitsaktion geht Schmidt-Visbek in die Offensive. Dabei steht die Vermarktung eines mit den vier „Quadro Safe“-Komponenten ausgerüsteten Aktionsfensters im Mittelpunkt. Bei 250 Händlern gewährleisten „Musterbox“ und Flyer eine fundierte Endkundenberatung. Geschäftsführer Ulrich Schmidt meldet ein „positives Feedback“.

**Foto:** Roto/Schmidt **RQS\_Schmidt.jpg**

Machte Sicherheit, Einbruchhemmung und Profikompetenz auf besondere Weise öffentlich: Thomas Arndt. Das von ihm geführte Familienunternehmen im oberfränkischen Gattendorf setzte dafür 50.000 Zeitungsbeilagen ein. Mit Erfolg: Über 50 Aufträge konnte der „Roto Quadro Safe“-Partner am Ende verbuchen.

**Foto:** Roto/Arndt **RQS\_Arndt.jpg**

Der oberösterreichische Fenster- und Türenhersteller Felina verankerte die „Quadro Safe“-Kampagne bei 20 kooperierenden Bauelemente-Händlern. Über deren gute Bewertung freuen sich: die Geschäftsführer Patrick, Hannes und Matthias Schürz sowie Roto-Außendienstler Georg Windischhofer (von links).

**Foto:** Roto/Felina **RQS\_Felina.jpg**

Die Texte stehen auch zum Download unter

http://ftt.roto-frank.com/de/presse/pressemitteilungen/

Abdruck frei - Beleg erbeten

**Herausgeber:** Roto Frank Fenster- und Türtechnologie Vertriebs-GmbH • Wilhelm-Frank-Platz 1 • 70771 Leinfelden-Echterdingen • Tel. +49 711 7598 844 • Fax +49 711 7598 74844 • astrid.wolf@roto-frank.com

**Redaktion:** Linnigpublic Agentur für Öffentlichkeitsarbeit GmbH • Büro Koblenz • Fritz-von-Unruh-Straße 1 • 56077 Koblenz • Tel. +49 261 303839 0 • Fax +49 261 303839 1 • koblenz@linnigpublic.de; Büro Hamburg • Flottbeker Drift 4 • 22607 Hamburg • Tel. +49 40 82278216 • Fax +49 40 82278217 • hamburg@linnigpublic.de