

Den Herausforderungen an die Zukunft gerecht werden Die AdK-Mitgliederversammlung 2018

Möglichst vielen Interessenten aus Handwerk, Handel und Industrie die wichtige Arbeit der AdK näher zu bringen – das war das erklärte Ziel der diesjährigen Mitgliederversammlung der Arbeitsgemeinschaft der deutschen Kachelofenwirtschaft. Vor diesem Hintergrund verlegte man den Termin von üblicherweise Mai/Juni auf Ende März und positionierte die Mitgliederversammlung parallel zur Hagos Börse in Stuttgart. Und das mit Erfolg: Rund 90 Teilnehmer folgten der Einladung der AdK und trafen sich am 22. März nach Börsenschluss um 19.00 Uhr auf dem am Messegelände gelegenen Hotel Mövenpick. Zwar zur vorgerückten Stunde, dennoch freuten sich Vorsitzender und Vorstand über einen großen Zuspruch – sogar zusätzliche Sitzgelegenheiten wurden noch organisiert.

Nach der Eröffnung der Mitgliederversammlung durch den Vorsitzenden Michael Hieckmann galt es zunächst, die obligatorischen Tagesordnungspunkte abzuarbeiten: Dabei wurden der Vorstand und die Geschäftsführung für das abgelaufene Geschäftsjahr 2017 entlastet und die Etatplanung für den Haushalt 2018/2019 verabschiedet.

Als neues Mitglied für den Werbeausschuss wurde Andreas Schönfeld (Spartherm) einstimmig von der Mitgliederversammlung gewählt. Zu den zentralen Aktivitäten der AdK gehören natürlich die Werbeaktivitäten. Zu diesem Tagesordnungspunkt informierte Rainer Lorenz (Geschäftsführer der Lorenz & Company Werbeagentur GmbH) stellvertretend für den Werbeausschuss umfassend über abgeschlossene und neue Aktivitäten, Ideen und Konzepte



Volles Haus in Stuttgart zur AdK-Jahreshauptversammlung. Rund 90 Teilnehmer nahmen am Treffen der Arbeitsgemeinschaft teil.



Verdienter Preisträger.

Die Ehrenauszeichnung der AdK übergaben Guido Eichel (links) und Michael Hieckmann dieses Jahr an Tobe Hinrichs.

(Anmerkung der Redaktion: Details zu den einzelnen aktuellen Aktionen und Aktivitäten erfahren Sie fortlaufend in KACHELOFEN & KAMIN unter der Rubrik „AdK-News“).

Derzeit dreht sich alles hauptsächlich rund ums Thema Ausbildung und Nachwuchsförderung – beispielhaft seien hier die Aktionen „AdK-Stipendium“ und „#ofenhelden“ genannt. Schön, dass zu dieser Thematik auch fleißig diskutiert wurde, denn schließlich geht es um die Zukunft der Branche.

In Stuttgart verlieh die Arbeitsgemeinschaft nun zum sechsten Mal ihre Auszeichnung „für vorbildliche Verdienste um die deutsche Kachelofenwirtschaft bei der Förderung der Zusammenarbeit zwischen allen Marktpartnern und der Stärkung gemeinsamer Maßnahmen zur Marktentwicklung“. Der Ehrenpreis 2018 ging an Tobe Hinrichs – einem echten

„Macher“, der den OL-Profis durch seine zahlreichen Aktivitäten in der Branche und seine fachliche Kompetenz bestens bekannt und deshalb sehr angesehen ist.

Herzlichen Glückwunsch sagt da auch KACHELOFEN & KAMIN.

Last but not least präsentierte Tim Froitzheim eine neue Broschüre mit Infos rund um die Holzfeuerstätte, ihren Markt und ihre Bedeutung für den Klimaschutz. So nimmt sich die Broschüre auch dem sensiblen Thema „Feinstaub“ an und ist somit eine gute Argumentationshilfe für den OL-Profi. Die Broschüre wurde gemeinsam von den Verbänden ZVSHK, AdK, HKI, IPS und UNITI realisiert. Detaillierte Infos finden Sie auch im Leitartikel dieser Ausgabe von KACHELOFEN & KAMIN.

Die nächste AdK-Mitgliederversammlung findet 2019 in Hamburg statt. Gastgeber wird dann Peter Jensen



Holzfeuerstätte – Die natürlichste Art zu heizen.

So titelt die neue Informationsbroschüre, die als Gemeinschaftsprojekt von folgenden Verbänden realisiert wurde (v.l.n.r.): ZVSHK – Tim Froitzheim, UNITI – Markus Brunner, AdK – Guido Eichel, HKI – Folkmar Ukena, IPS – Jürgen Baer.

sein – zeitgleich findet dort die Hausmesse des norddeutschen Großhändlers statt.

Arbeitsgemeinschaft der deutschen Kachelofenwirtschaft (AdK) e.V.
www.kachelofenwelt.de

#Ofenhelden

Die Kampagne für Nachwuchsförderung und Zukunftssicherung

Mit der Ausbildungskampagne #Ofenhelden unterstützt die AdK ihre Mitgliedsbetriebe und andere interessierte Ofenbauer-Betriebe bei der Suche nach qualifiziertem Ausbildungsnachwuchs. Auf der Hagos Börse vom 22. bis 24. März war die AdK mit einem eigenen Stand präsent; hier konnte man sich über die Bausteine der Azubi-Kampagne informieren: Die AdK unterstützt ihre Ofenbauer-Mitglieder mit einem Bündel an Kommunikationsmaßnahmen, die auf verschiedenen Kommunikationskanälen vernetzt sind. Mit der Kampagne #Ofenhelden

soll bei der jungen Zielgruppe Lust auf diesen Beruf geweckt werden. Zu den Maßnahmen gehören der neue Azubi-Flyer #Ofenhelden, der #Ofenhelden-Azubi-Film, eine eigene Landingpage unter www.ofenhelden.info und Infos zum Download. Die AdK-Azubi-Kampagne wird auch in Social-Media-Kanälen bei Facebook, Twitter und YouTube präsent sein – unter #ofenhelden. Hier können sich alle einbringen und für den „schönsten Beruf der Welt“ Stimmung machen. Zudem bietet die AdK für Mitgliedsbetriebe ein AdK-Stipendium.



Azubis gesucht.

Die AdK rührte auf der Hagos Börse die Werbetrommel für mehr Ausbildungen in der Branche.