

MENSCHEN BEGEISTERN – WAS BEDEUTET DAS KONKRET? URS SPIEGEL ERZÄHLT

«Die Vorgabe war klar: Unser Olma-Auftritt sollte die ganze Breite des Angebots – Digital, Wärme, Strom, E-Mobilität und Prosumer – erlebbar machen. Auf 50 Quadratmetern. Eine echte Herausforderung. Wir arbeiteten zwei Monate an Konzept und Umsetzung, luden Hausbesitzerinnen und Hausbesitzer aus der Region ein und legten einen Bon für eine St.Galler Bratwurst dazu. An zehn Messetagen lösten 3'300 davon ihre Gutscheine ein, alle versorgten wir mit Informationen zu unseren Leistungen. So waren permanent fünf, sechs Mitarbeitende im Einsatz. Immer wieder

hörten wir: «Ah, das macht ihr auch?» Besonders gross war das Interesse an unserer Luft-Wasser-Wärmepumpe TCA OptimaHeat. Sie summt mit 38 Dezibel so leise wie ein leichter Sommerregen und begeisterte unsere Besucherinnen und Besucher. 180 bestellten eine Gratisberatung und wollten mehr über Wärmepumpen oder Solaranlagen erfahren. Persönlich freute mich auch das Engagement meiner Kolleginnen und Kollegen: Der Zusammenhalt war schlicht grossartig.»

*Urs Spiegel,
Leiter Marketing SAK*



Urs Spiegel hat in einem Video drei ergänzende Fragen beantwortet. Der Inhalt ist im Internet über diesen QR-Code oder unter sak.ch/konzernbericht abrufbar.



eine GRUPPE. DREI WERTE.

**menschen
BEGEISTERN**