## Town & Country Haus: Werben mit System

**Synergien schaffen und nutzen: Mit ganzheitlichen Marketing- und Werbemaßnahmen unterstützt der Massivhausanbieter seine Franchise-Partner in der Kundengewinnung und -bindung.**

Behringen. Für sage und schreibe 292,40 Euro wurde kürzlich bei RTL ein Traumhaus von Town & Country Haus im Wert von 250.000 Euro versteigert. Nicht das höchste, sondern das niedrigste einmalig abgegebene Gebot erhielt bei „Die total verrückte Auktion“ den Zuschlag. Beworben wurde die Aktion über die Kanäle der Mediengruppe RTL – sei es über TV oder auch online. Gleichzeitig bildete sie den Höhepunkt der jährlichen „Aktionswochen Eigenheim“, eine breitangelegte Kampagne rund um das Eigenheim.

Town & Country Haus setzt im Marketing damit nicht nur auf überregionale Werbemaßnahmen, sondern verknüpft diese mit regionalen Aktivitäten, die von den Franchise-Partnern vor Ort durchgeführt werden. „Wir wollen unsere Franchise-Partner dabei unterstützen, einfacher in ihrer Region zur Marke zu werden, ihre Bekanntheit zu steigern und Interessentenkontakte zu generieren“, erklärt Jürgen Dawo, Gründer von Town & Country Haus. „Deshalb ergreifen wir nicht nur zentrale Marketingmaßnahmen, sondern geben ihnen vor allem Konzepte und Materialien an die Hand, die sie in ihrem eigenen Gebiet passgenau umsetzen können.“

**Gute Entwicklung**

Die lokalen Unternehmer des Town & Country Franchise-Systems zahlen dafür einen Teil ihres Umsatzes in einen gemeinsamen Marketingtopf ein, über den die Maßnahmen finanziert werden. Die Vorteile liegen dabei auf der Hand: Für einen vergleichsweise geringen Budgeteinsatz gelingt es ihnen so, sowohl überregional als auch in ihrem Gebiet vor Ort Aufmerksamkeit zu erzeugen. Durch die Schaffung von Synergien kann jeder einzelne Franchise-Partner einen weitaus höheren Nutzen aus seinen eingesetzten Werbegeldern ziehen, als es ihm als Einzelkämpfer möglich wäre. Das zeigen auch die Verkaufszahlen.

Zu den Marketingaktivitäten der Franchise-Partner zählen nicht nur klassische Werbemaßnahmen wie Radiowerbung oder Anzeigen. Sie richten auch Informationsveranstaltungen für Bauherren zu wichtigen Themen rund um das Eigenheim aus. Eine Vielzahl solcher Veranstaltungen sind in diesem Jahr bereits bundesweit durchgeführt worden. Die Konzepte und Vorlagen zur Durchführung der Veranstaltung erhalten sie von ihrem Franchise-Geber. „Wir wollen unsere Partner in die Lage versetzen, ihre Kompetenz als seriöse und kompetente Hausanbieter nach außen zu tragen. Als Qualitätsanbieter geht es hier weniger um kurzfristige Effekte, sondern mehr um Nachhaltigkeit und Stabilität“, erklärt Jürgen Dawo.

**Nachhaltig Unternehmen**

Aus diesem Grund engagieren sich die über 120 Franchise-Partner im Hausbau, die neben dem Verkauf auch die Erstellung der Markenhäuser verantworten, auch in lokalen Nachhaltigkeitsprojekten. Gemeinsam mit dem netzwerk natur aus Berlin wurde in jeder Region ein Entdeckerpaket rund um das Thema heimische Vögel verlost. Bewerben konnten sich KiTas, Kindergärten und soziale Einrichtungen für Kinder im Vorschulalter. „Mit solchen Aktionen wollen wir einen Beitrag für die Umweltbildung in unserer Gesellschaft und den Umweltschutz leisten“, erklärt Jürgen Dawo. Schließlich werde mit jedem Haus auch freie Fläche verbaut. Die Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten soll hier einen gewissen Ausgleich schaffen.

Über Marketing und Werbung hinaus unterstützt der Massivhausanbieter den Geschäftserfolg seiner Franchise-Partner mit zahlreichen weiteren Leistungen. Dazu zählen beispielsweise Schulungen und eine kontinuierliche Betriebsberatung. Die Unternehmer, bei denen es sich in der Regel um Quereinsteiger handelt, erhalten so das erforderliche Know-how für den Auf- und Ausbau eines eigenen Unternehmens.

Weitere Informationen zur Franchise-Partnerschaft mit Town & Country Haus unter [www.franchisepartnerschaft.de](http://www.franchisepartnerschaft.de)

**Über Town & Country Haus:**

Das 1997 in Behringen (Thüringen) gegründete Unternehmen Town & Country Haus ist ein richtungsweisender Massivhausanbieter in Deutschland mit über 300 Franchise‐Partnern. Seit 2007 ist Town & Country Haus der Anbieter mit den meistgekauften Markenhäusern. Im Jahr 2015 verkaufte Town & Country Haus 3.859 Häuser und erreichte einen Systemumsatz von 684 Mio. Euro.

Über 30 Typenhäuser bilden die Grundlage des Geschäftskonzeptes, die durch ihre Systembauweise preisgünstiges Bauen bei gleichzeitig hoher Qualität ermöglichen. Für neue Standards in der Baubranche sorgte Town & Country Haus mit der Einführung des im Kaufpreis eines Hauses enthaltenen Hausbau‐Schutzbriefes, der das Risiko des Bauherrn vor, während und nach dem Hausbau reduziert. Mit der Entwicklung von Energiesparhäusern trägt Town & Country Haus der Kostenexplosion auf den Energiemärkten Rechnung.

Für seine Leistungen wurde Town & Country Haus mehrfach ausgezeichnet: So erhielt das Unternehmen zuletzt 2013 den „Deutschen Franchise‐Preis“. Für seine Nachhaltigkeitsbemühungen wurde Town & Country Haus zudem mit dem „Green Franchise‐Award“ ausgezeichnet. 2014 wurde Town & Country Haus mit dem Preis „TOP 100“ der innovativsten Unternehmen im deutschen Mittelstand ausgezeichnet.