



der Handwerker

Das Magazin für Marketing & Werbung

03/2015 ISSN 2195-2078

www.der-handwerker-magazin.de

Trends, Innovation, Handwerk 4.0

Macht Technik unsere Arbeit besser?... S. 2

die
Agentur
fürs
Handwerk
Werbung + Marketing

Wofür brennen Sie? Jetzt bewerben

Die Leidenschaft fürs Handwerk auch in Fotos zeigen

Seite 3

Berufskleidung mit Wohlfühfaktor

Der Mensch im Mittelpunkt (Interview)

Seite 4

Handwerk und Steuerberater

Die digitale Welt ist im Wandel und bietet viele Chancen

Seite 6



aus dem Handwerk
fürs Handwerk



Welches Pflänzchen gieße ich?

Mit Trends und Neuerungen tut sich das Handwerk noch manchmal schwer. Muss im Handwerk was neu ist, auch innovativ sein? Wie könnte Handwerk 4.0 aussehen? Liegt die Zukunft etwa im virtuellen 3-D-Rundgang, den sogar Frau Ministerin Nahles zu einem Besuch bei Immersight in Ulm inspirierte. Und bringen Technik und allen voran Online-Anwendungen, wirklich Vereinfachung für den Arbeitsalltag mit beispielsweise dem Steuerberater?

Nach wie vor macht im Handwerk der Handwerker den Unterschied: Es geht um Persönlichkeit und den Funken, der im Unternehmer brennt und den Erfolg maßgeblich bestimmt. Für den Kunden auf den ersten Blick am Unternehmensauftritt, der Positionierung und den dazu verwendeten Fotos zu erkennen. Auch Handwerksbetriebe selbst, setzen erfolgreich auf diesen Faktor Mensch, wie das Beispiel der Firma Benedikt Berufsbekleidung zeigt. Die Frage, wie setze ich Flüchtlinge im Betrieb zur Arbeit ein, kann zukunftsweisend sein. Welches neue oder bewährte Pflänzchen wollen Sie gießen? Nur eins ist sicher: Dranbleiben müssen Sie!

Wir freuen uns mit dieser Ausgabe des Handwerkers dazu Impulse zu geben.

Ihre Claudia Schimkowski

TITELTHEMA

Macht Technik unser Arbeiten besser?

Handwerk 4.0 – so könnte die Zukunft aussehen



Um diese Frage zu beantworten startete das Bundesministerium für Arbeit und Soziales den Dialog „Arbeiten 4.0“. Die zunehmende Kooperation von Mensch und Maschine ändert nicht nur die Art, wie wir produzieren („Industrie 4.0“), sondern schafft auch ganz neue Produkte und Dienstleistungen.

Die Bundesministerin für Arbeit und Soziales, Andrea Nahles (SPD), besuchte die Immersight GmbH in Ulm. Sie informierte sich vor Ort welche Einflüsse Virtuelle Realität auf die Arbeitswelt hat und wie die Unternehmenskultur in StartUps aussieht.

Immersight erklärte Frau Nahles und ihrer Begleitung – u.a. Katja Mast (MdB) und Martin Rivoir (MdL) –, wie Virtuelle Realität als weiteres Element der Digitalisierung des Handwerks sich auf die Arbeitswelt auswirkt. Was mit dem Plan „Industrie 4.0“ bei industriellen Produktionsprozessen verwirklicht werden soll, ist in Teilen des Handwerks bereits Alltag und eignet sich damit als ideales Untersuchungsfeld der Auswirkungen. Die von Immersight mit neuartiger Technologie ausgestatteten Handwerksbetriebe bieten neue und weitere Dienstleistungen an und gestalten eine neue Form der Kundenkommunikation. Die Technologie der Virtuellen Realität wird sich in vielen Branchen etablieren, Prozesse

in kleinen und mittelständischen Unternehmen verändern und damit auch die Arbeitswelt der Mitarbeiter.

Desweiteren informierte sich die Ministerin über die Unternehmenskultur und Arbeitsorganisation in StartUps, insbesondere in Bezug auf das Praktikantentum und den Mindestlohn.

Das Team um Immersight hatte sich 2012 an der Universität Ulm formiert und die Raumbrille erfunden – eine Technologie für den Bereich der Virtuellen Realität. Die Raumbrille erlaubt das komplette Eintauchen in den virtuellen Raum und dadurch ein nahezu reales Erlebnis. Für die Idee, diese Technologie zum Präsentieren und Verkaufen von Raumplanungen einzusetzen, wurden die Absolventen der Universität Ulm bereits 2012 vom Bundeswirtschaftsministerium mit dem Hauptpreis des Gründerwettbewerbs IKT innovativ ausgezeichnet.

Seit 2013 ist Immersight als GmbH aktiv und vermarktet die weltweit erste Lösung für Virtuelle Realität an Handwerksbetriebe und Fachhändler für den Bereich Bad.

Immersight GmbH
www.immersight.de

Wofür brennen Sie? – Jetzt als Handwerker bewerben

Die Leidenschaft fürs Handwerk auch in Fotos zeigen

Um diese zentrale Frage geht es auf dem Blog der Fotografin Corinna Spitzbarth. Sie portraitiert unter **www.dasfeuerbrennt.de** Gründer, Unternehmer und Selbstständige aus unterschiedlichsten Branchen. Sie selbst sagt:

„Jeder Unternehmer hat ein inneres Feuer, eine Leidenschaft, die ihn antreibt, um erfolgreich zu sein und genau darum geht es in meinen Portraits!“

Neben einem Interview steht die Foto-strecke der Fotografin im Vordergrund. Die Unternehmen können den Auftritt als PR-Maßnahme nutzen und über sämtliche Online-Kanäle verlinken.

„Hier können Ihre Kunden spüren und sehen wer Sie sind. Zeigen Sie sich Ihren Kunden, denn Sie sind das Unternehmen!“ Gerade im Handwerk lassen sich fantastische Bilder erstellen.

Möchten auch Sie auf www.dasfeuerbrennt.de portraitiert werden? Dann bewerben Sie sich jetzt unter: post@corinnaspitzbarth.de.

Teilen Sie uns in drei Sätzen mit wofür Sie brennen! Der aussagekräftigste Bewerber bekommt die Nutzungsrechte der Bilder im Wert von über 500 Euro geschenkt.

Erforderliche Unterlagen für die Bewerbung:

1 aktuelles Foto, URL der Website, Steckbrief zur Person und zum Unternehmen.



www.dasfeuerbrennt.de



Veröffentlichung in unserem Magazin der Handwerker in 2016

Planen und von Image-Uplift profitieren

Unsere Fachthemen für das kommende Jahr stehen fest:

- * Die verschenkte Chance: Angebote nachhaken
- * Jubiläum was nun?
- * Die Verkaufsverpackung im Handwerk
- * Portrait-Marketing statt Massensendung

Der Vorteil für Sie:

Sie landen genau bei Ihrer Zielgruppe im Handwerk. Das Magazin und die

Themen sind genau auf die Zielgruppe „Entscheider im Handwerk“ zugeschnitten: Kurz, übersichtlich und praxisnah. Außerdem profitieren Sie als Fachautor in einem Fachmagazin von dem unabhängigen Image-Uplift. Interesse bei uns Fachautor zu werden? Sie haben einen Themenvorschlag für uns? Sie kennen einen interessanten Handwerksbetrieb, über den mal geschrieben werden sollte?

Wir, das Redaktionsteam des Magazins der Handwerker, freuen uns auf Ihre Vorschläge und Ihre Kontaktaufnahme: redaktion@der-handwerker-magazin.de



Claudia Schimkowski

www.der-handwerker-magazin.de/mediadaten

Berufskleidung mit Wohlfühlfaktor

Der Mensch im Mittelpunkt

Liebe Frau Benedikt unsere aktuelle Themenausgabe beschäftigt sich mit „Innovationen“ im Handwerk. Sie, als produzierender Handwerksbetrieb von Berufsbekleidung in der zweiten Generation, was ist Ihre Firmenphilosophie?

Wir sind ein kleiner Familienbetrieb für Herstellung und Vertrieb von modischer Berufskleidung. Unser Fokus liegt darin, modische Kleidung in hoher Qualität zu vertretbaren Preisen anzubieten. Durch eigene Produktion können wir auch Sonderanfertigungen herstellen. Dabei gehen wir individuell auf Kundenwünsche hinsichtlich Farbkombination, Konfektionsgröße und Schnitt ein. Im Mittelpunkt steht der Mensch, der die Berufskleidung tragen und sich wohlfühlen soll. Schlanke Personen bevorzugen meistens figurbetonte Kleidung. Menschen mit größerer Konfektionsgröße eher weite, figurumspielende Kleidung. Wenn ein Mitarbeiter sich in seiner Bekleidung wohlfühlt, arbeitet er lieber und besser. Verschiedene Modelle, gleiche Optik. Berufskleidung mit Wohlfühlfaktor. Eigene Fertigung in Deutschland ermöglicht diese Besonderheit. Qualität hat seinen Preis. Für preisbewußte Kunden haben wir auch ein großes Angebot an preiswerter Kleidung, die im Ausland produziert wird. Seit 2009 haben wir einen eigenen Online-Shop, wo wir ausschließlich online Textilien sowie Werbeartikel preisgünstig verkaufen.

Welche Innovation sehen Sie heute als die für Ihre Kunden wichtigste an?

Das ist ganz klar das Internet und einem damit einhergehenden veränderten Verbraucherverhalten. Ein neuer Vertriebskanal, der rasant wächst und immer aktualisiert werden muß. Jede Firma hat einen Internetauftritt und wenn möglich auch einen Online-Shop. Das wird heutzutage erwartet.

Wie wichtig ist es in Ihrer Branche jedes Jahr neue Schnitte, neue Farben und Trends in einer neuen Kollektion anzubieten?

Mode ist ein Ausdruck des Zeitgeistes. Der Produktlebenszyklus in der Mode wird immer kürzer. In der Textilbranche wird alle paar Wochen eine neue Kollektion entworfen und auf den Markt lanciert. Was heute noch angesagt war, kann morgen schon antiquiert sein. Da wir modische Berufskleidung herstellen, entwerfen auch wir mehrmals jährlich neue Modelle. Gleichzeitig gibt es aber auch viele Kunden, die auf Ihre bewährten Modelle vertrauen und nicht immer dem neuesten Trend hinterherlaufen. Hier unterscheidet sich die Berufskleidung von der Freizeitkleidung. Unsere Kunden wählen Ihre Berufskleidung passend zum Firmenlogo und zur Geschäftsausstattung, auch CI = Corporate Identity genannt. Diese kann man nicht mit jeder Saison wechseln, da die CI auch hier mit neuer Berufskleidung korrelieren sollte. So wird unser Sortiment von Jahr zu Jahr umfangreicher. Dies ist eine große Herausforderung. Wir fertigen jedem Kunden sein Wunschmodell und benötigen dafür auch eine mehrwöchige Lieferzeit, da man die Aufträge nicht bündeln kann.

Haben sich die Kunden verändert, und wenn ja, was ist Ihre innovative Antwort?

Die Kunden sind anspruchsvoller und informierter geworden. Meistens haben sie sich über das Internet informiert und haben bereits genaue Vorstellungen. Diese können wir mit unserer Erfahrung und unserem Know-how soweit realisierbar umsetzen. Unsere Firmengründer haben die Kollektion präsentiert und diese wurde von den Kunden direkt geordert. Ohne große Sonderwünsche und meistens ohne Textilveredlung sprich Stickung, Druck etc. Es lief wirklich



nach dem Schema: Sehen, Gefallen und Kaufen. Heute müssen wir mehrer Arbeitsschritte durchlaufen, bis eine Order eingeht. Die Kunden haben eine oder keine Vorstellung, wünschen eine ausführliche Beratung und Mustersendung/en. Erst nachdem alles im Betrieb besprochen wurde, erfolgt der Auftrag. Es ist also alles viel arbeitsintensiver geworden. Zudem sind in den letzten Jahren Berufskleidung und Freizeitkleidung miteinander verschmolzen. Viele Kunden wollen ihre Berufskleidung, wie T-Shirt, Weste etc. auch privat tragen. Unsere Auswahl wird immer größer. Unsere innovative Antwort ist, daß wir auf die Kundenwünsche eingehen, umfassend beraten und stetig neue Modelle entwerfen, sowie ein großes Spektrum an Freizeitmode im Sortiment integriert haben. Dieses Segment wächst immens.

Benedikt Berufskleidung
Herr Benedikt
Borsigstr. 34
73249 Wernau
Tel: 07153/38 65 5
Fax. 07153/36 34 0
www.benedikt-berufskleidung.de

Was würden Sie Kollegen in Bezug auf Innovationen und Trendraten?

Ich persönlich sehe den Kunden als Mensch. Egal, ob er ein Teil, kein Teil oder hunderte Teile kauft. Im Mittelpunkt steht der Mensch. Am Wichtigsten ist, daß der Kunde König ist, das er zufrieden ist und sich wohlfühlt. Für neue Impulse stets mit offenen Augen und Ohren seine Umwelt wahrnehmen, d.h. die neuen Trends sehen und ein

Gespür dafür entwickeln. Offene Ohren für die Kunden haben, die unsere Berufskleidung tagtäglich im Einsatz haben und somit auch so manch eine gute Idee an uns herantragen, die in der nächsten Kollektion mit aufgegriffen wird. Und last but not least: Die Geschmäcker sind verschieden, gerade in der Mode. Also immer auch Neues wagen, was nicht so ganz dem persönlichen Geschmack entspricht.

Das kann der Handwerker für sich mitnehmen:

- ✓ ein Foto sagt mehr als tausend Worte
- ✓ ein Foto von Mitarbeitern, dem Chef oder dem Betrieb stellt den persönlichen Bezug her – die Grundlage für ein kundennahes Unternehmen.
- ✓ Gute Fotografien sind Handwerk
- ✓ Mit dem richtigen Licht wirken die Menschen echt und sympathisch

Innovation im Handwerk

Hintergründe – Hindernisse – Hinweise

Innovativ ist was neu ist? Aber ist alles was neu ist, auch innovativ? Was eigentlich ist Innovation und wie funktioniert sie? Was macht ein innovativer Unternehmer mit seinem Vermögen, Neues zu erfinden? Und welche Schritte sind abseits der ausgetretenen Pfade empfehlenswert? – Gedanken über eine unbezahlbare Ressource: Innovation.

Es gibt einen Unterschied zwischen Handwerk und Industrie, der jedem sofort einleuchtet: Industrie fertigt in Serie, Handwerk nicht. Sicher sind die Zeiten lange vorbei, in denen es jedes handwerkliche Erzeugnis nur als Unikat gab, und längst verwischen sich die Grenzen beider Wirtschaftsbereiche. Doch das Grundprinzip blieb erhalten: Handwerker entwickeln individuelle Auftragslösungen für sehr konkrete Kundenwünsche. Eine Branche, die sich so definiert, kann ohne kreatives Potenzial nicht überleben. Deshalb gehören Handwerk und Innovation untrennbar zusammen.

Und doch: Das Phänomen Innovation entzieht sich rasch seinem Betrachter. Die Frage „Sind Sie innovativ?“ werden die meisten Unternehmer gerne bejahen. Auf „Was ist Innovation?“ werden die meisten antworten: „Das, was neu ist.“ Welche Antwort aber können die meisten Unternehmer noch geben,

wenn sie sagen sollen, wann sie zuletzt einen Einfall auf dem Markt etablieren konnten, den konkurrierende Betriebe noch nie hatten?

Innovation lässt sich nicht nach Bedarf aus- und anknipsen - obwohl genau das die beste Lösung wäre. Umso mehr ist Innovation und der Umgang mit ihr ein Thema für jeden Unternehmer. Deshalb haben wir - stellvertretende für viele - einen gefragt, der zum Thema Innovation einiges erzählen kann. Und wir haben uns theoretisch mit dem Phänomen der Innovation ausgesetzt und einige praktische Tipps zum Umgang damit ergänzt. Innovationen wären nicht innovativ, wenn der Umgang mit ihnen vorhersagbar wäre. Deshalb lässt sich keine Kurzanleitung „Innovation für Anfänger und Fortgeschrittene“ verfassen, die erklärt, wie sich gute Ideen am schnellsten auf dem Markt durchsetzen lassen. Einige Hinweise sind aber trotzdem möglich.

In der Theorie klingt alles ganz einfach. Klassisches Innovationsmanagement gliedert sich in drei Phasen:

In der Impulsphase beobachten innovative Unternehmer den Markt, auf dem sie aktiv sind oder aktiv werden möchten und machen sich mit Technologien vertraut, die sie für zukunftssträftig halten. Mit der darauf folgenden Bewertungs-

phase finden die Innovatoren heraus, ob die in der Impulsphase identifizierten Techniken für sie tatsächlich anwendbar sind und ob sie dem eigenen Unternehmen Vorteile bringen.

In der abschließenden Phase des Technologietransfers vollzieht sich die technische Umsetzung einer Idee - von der Anwendung erster praktischer Erkundungen bis hin zur Serienreife eines Produkts.



Norbert Durst
 Teamleiter Technik und Umwelt,
 Innovationsberater der HWK
 Stuttgart
 Telefon 0711 1657-266
 Telefax 0711 1657-864
norbert.durst@hwk-stuttgart.de



Iris Anesi

Zukunftsorientierte Zusammenarbeit zwischen Handwerk und Steuerberater

Wie sieht die Steuerberatung 2020 aus? Die Bundessteuerberaterkammer hat sich dieser Fragestellung im gleichnamigen Projekt gewidmet und ihre Ergebnisse bestätigen die Erkenntnis, die auch wir in unserer Steuerkanzlei gewonnen haben.

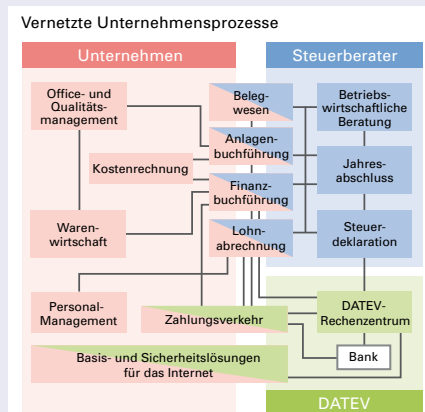
Sich ändernde Besteuerungsverfahren mit rasch voranschreitender Digitalisierung brauchen fortschrittliche Kanzleien, die mit moderner EDV-Ausrüstung ihre Mandanten optimal beraten. Die digitale Welt ist im Wandel, die digitale Kommunikation ist allgegenwärtig und bietet uns viele Chancen zur Steigerung ihrer Effizienz im Unternehmen - nie war die Gelegenheit günstiger unsere Geschäftsprozesse auf den neuesten Stand zu bringen und sich im Hinblick auf die Zukunft neu zu positionieren.

Mit Belegen herumärgern war gestern. Digitale Archive werden die Aktschränke auch im Handwerksbetrieb, beim Steuerberater und den Finanzämtern bald ersetzen und der Belegtausch wird bevorzugt digital erfolgen. Die Digitalisierung der Belege und deren Archivierung macht eine virtuelle Beratung möglich und sowohl Unternehmer als auch Berater haben jederzeit direkten Zugriff auf die Belege und die aktuellen Unternehmenszahlen, z.B. durch die Schnittstelle DATEV Unternehmen online.

Der Trend geht klar in Richtung Online-Anwendungen und fortschrittliche Kanzleien setzen deshalb nicht erst seit heute auf den Ausbau von technischen Neuerungen, um ihren Mandanten auch im Jahre 2020 den entscheidenden Wettbewerbsvorteil in diesem Bereich zu bieten. Gerade kleine Betriebe im Handwerk werden durch modern gestaltete Arbeitsprozesse und professionelle Systeme entlastet und können sich so auf ihre eigentlichen Kernkompetenzen konzentrieren. Geringerer Zeitaufwand verbunden mit geringeren Kosten, örtliche Ungebundenheit und eine effizientere Beratung spiegeln den Mehrwert dieser Entwicklung wieder.

Die nächste Generation

Wo sehen Sie ihren Betrieb in 5 Jahren? Viele Handwerksbetriebe und Steuerkanzleien beklagen gleichermaßen den bekannten Fachkräftemangel. Dieses



Problem lösen wir nicht dadurch, dass wir stehenbleiben, sondern durch einen mutigen Schritt nach vorne – hin zu moderneren Strukturen und Arbeitsabläufen. So machen wir uns attraktiver für neue Mitarbeiter, aber auch potentielle Nachfolger und legen den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Auf dem neuesten Stand der Kommunikationstechnologien zu sein ist die Basis dieses Erfolgs, denn wir können noch so modern sein, wenn wir es nicht schaffen diese Moderne zu kommunizieren. Ein professioneller Umgang mit digitalen Medien kann dabei entscheidend sein.

Iris Anesi war nach dem Abschluss eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums zunächst bei mittelständischen Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften tätig. Im Jahr 2000 gründete sie ihre eigene Steuerberatungskanzlei, die von Focus Money bereits sechs Mal in Folge in der Kategorie „Kleine Kanzlei“ als Top Steuerberater ausgezeichnet wurde.

www.anesi-steuerberaterin.de



Buchtipp & Gewinnspiel

Wachstum in gesättigten Märkten

Viele Unternehmen stehen vor der Herausforderung, trotz gesättigter Märkte profitabel zu wachsen. Anja Henke stellt in ihrem neuen Buch Strategien, Lösungen und Methoden vor, die Unternehmen sofort nutzen können, um Werte schaffende Wachstumsziele selbst unter schwierigen Bedingungen zu erreichen.



Anja Henke,
Wachstum in gesättigten Märkten
Wie Sie verborgene Potenziale
erkennen und in Erträge
verwandeln
Springer Gabler 2015,
186 Seiten,
ISBN 978-3-658-08561-2,
39,99 € (D)

Kurz notiert

Es gibt nichts Gutes, außer man tut es. Erich Kästner

www.shirts-24.de engagiert sich ehrenamtlich für Flüchtlinge aus Gambia oder auch andere afrikanische Länder. Wir suchen Praktikumsplätze falls möglich in PLZ Esslingen, Kirchheim, Wendlingen, Plochingen, Wernau, Köngen, Altbach, Stuttgart in handwerklichem und gastronomischem und produzierendem Gewerbe im Idealfall mit Aussicht auf Ausbildungs- und Arbeitsplatzübernahme, da Flüchtlinge am Besten über den Weg des Praktikums oder der Ausbildung auf dem

deutschen Arbeitsmarkt Fuß fassen können. Das Praktikum kann einen individuellen, von der Ausländerbehörde zeitlich genehmigten Rahmen umfassen, wobei die wöchentliche Arbeitszeit in den ersten 14 Monaten 20 Stunden beträgt. Die Flüchtlingskrise ist allgegenwärtig. Helfen Sie in Ihrer Stadt! Keine Angst vor Spenden und der Frage: Kommen die Gelder an? Sehen Sie wie Ihre Hilfe Früchte trägt. Ganz konkret, ganz persönlich bei Ihnen vor Ort, in Ihrem Betrieb. Von Mensch zu Mensch. Ohne Risiko! Denn die Praktikumsplätze werden nicht oder gering dotiert, je nach Absprache. Bei Interesse wenden Sie sich bitte an:

Gewinnspiel

■ **Unter allen Anfragen verlosen wir** das Buch von Anja Henke

info@shirts-24.de oder unter:
 0176/963 40 192, Frau Benedikt.
 So können Sie Flüchtlinge bei sich im Betrieb beschäftigen, Potenziale nutzen – geflüchtete Menschen beschäftigen
 Informationen für Arbeitgeber
<https://www.arbeitsagentur.de/>

Siehe den Link: Potentiale nutzen – geflüchtete Menschen beschäftigen

Termine Auszug 2015

- 16.10. „**Frauen: MACHT!**“ - **Erfolgsimpulse für Frauen 4.0**, Böblingen Claudia Schimkowski, Katja Hofmann u.a.
- 10.11. **Existenzgründung/Selbständigkeit aus der Uni**, Alexander Frank, Universität Tübingen
- 17.11. 9 –17 Uhr **Telefon-Sprechstunde Marketing** – Im Rahmen der Gründerwoche Deutschland vom November 2015 bieten wir als Partner der Gründerwoche diese Veranstaltung an.
- 17.11 9 –17 Uhr **Preisfindung für**

Gründer – Im Rahmen der Gründerwoche Deutschland vom November 2015 bieten wir als Partner der Gründerwoche diese Veranstaltung an.

19.11. 9.30 -11.30 Uhr **Business-Breakfast für Gründer und "junge" Unternehmer** –Im Rahmen der Gründerwoche Deutschland vom 16. - 22 November 2015 bieten wir als Partner der Gründerwoche diese Veranstaltung an. Preisfindung für Gründer -

24.11. **Würfeln oder lieber planen?** Claudia Schimkowski, Alexander Frank für Firma Bumke, DHA

Macht eine Jahresplanung für meinen Betrieb Sinn und wie erstelle ich solche eine Planung

01.12. 6–19 Uhr **Podiumsdiskussion zum Thema was zeichnet Unternehmer heute aus?** – Duale Hochschule Mannheim Claudia Schimkowski und weitere



Weitere Themen, Trainings und aktuelle DHA Angebote unter:
www.deutsche-handwerker-akademie.de
Anmeldung unter training@deutsche-handwerker-akademie.de

Handwerker-Praxis-Tipp des Monats

Mund-zu-Mund-Propaganda ist die wirksamste und günstigste Werbung!

Nutzen Sie die moderne Form des Social Medias:

- Bilder können mehr als Worte - setzen Sie Fotos Ihrer neusten Projekte und Erfolge ins Netz (Social Media)
- „Tue Gutes und lass andere darüber reden“ – machen Sie Ihre Kunden zu Fürsprechern Ihrer Leistung (Referenz-Statements) im Netz!



» Mund-zu-Mund-Propaganda? Social Media ist Mund-zu-Massen-Werbung! «

Tanja Ulmer, Chefin bei StaRT
Stadtmarketing und Tourismus
Reutlingen GmbH

Infofax unter 0 71 53 - 55 99 15



Ich interessiere mich für

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Handwerker-Erfolgsberatung | <input type="checkbox"/> Positionierung im Handwerk |
| <input type="checkbox"/> Pressearbeit im Handwerk | <input type="checkbox"/> Kundenmagazin/-zeitschrift fürs Handwerk |
| <input type="checkbox"/> Inhouse-Schulung, externes Seminar | <input type="checkbox"/> Trainertätigkeit fürs Handwerk |
| <input type="checkbox"/> GEWINNSPIEL: <input type="checkbox"/> Unter allen Anfragen verlosen wir 1 Buch von Anja Henke, Wachstum in gesättigten Märkten Wie Sie verborgene Potenziale erkennen und in Erträge verwandeln | |

Datum _____

Name _____

Firma _____

Adresse _____

PLZ, Ort _____

Telefon _____

E-Mail _____

Telefax _____

Impressum

AHA Agentur fürs Handwerk GmbH
Ulmer Str. 27/1, 73207 Plochingen
Tel. 07153-55 99 11 | die@agentur-fuers-handwerk.de
a-ha-agentur.de - agentur-fuers-handwerk.de
Registergericht Stuttgart HRB 744098 Firmensitz: Plochingen
Geschäftsführer: C. Schimkowski, A. Frank

Redaktion, Konzeption, Umsetzung:
Claudia Schimkowski, Alexander Frank

Bildrechte: U1 © © Kzenon - Fotolia.com,
Nicole Liedl www.lena-lux.de