



der Handwerker

Das Magazin für Marketing & Werbung

01/2014 ISSN 2195-2078

www.der-handwerker-magazin.de



Eindrücke der
Messe 2014

Wo geht's lang im Handwerk?

Muss ich wirklich jeden Trend
mitmachen und was bringt mir das?

die
Agentur
fürs
Handwerk
Werbung + Marketing

Machen Sie sich
unabhängig
vom Markt

Mit innovativen Produk-
ten neue Geschäftsfelder
erschließen

Seite 2

Mit Fotos den
Auftritt leben-
dig gestalten

Bei Google+ ein Muss
damit Sie Ihre Kunden
finden

Seite 3

Vier Tipps zur
Handwerker-
Website

Wie Sie das Beste aus
Ihrer Website heraus-
holen

Seite 6



aus dem Handwerk
fürs Handwerk



„Wo geht's lang...“

Innovationen gibt es viele und ständig. Doch muss ich als Handwerker wirklich jeden Trend mitgemacht haben?

Die Antwort lautet: Sitzen Sie ruhig mal einen Trend aus. Sie brauchen als Chef nicht mit dem Ohr am Gras auf jede Neuerung lauschen. Aber eine gesunde Einstellung zu Weiterentwicklung ist angebracht. Die Konkurrenz schläft nicht! Wie gelingt es mir, dauerhaft einen Schritt voraus zu bleiben und mich von Trends unabhängiger aufzustellen. Ist das im Handwerk überhaupt möglich?

Internet und soziale Netzwerke sind heute bei keinem erfolgreichen Betrieb mehr wegzudenken. Trotzdem gilt die Devise „weniger ist mehr!“ Alles was der Kunde von Ihnen sieht, muss vorzeigbar sein. Lieber also eine moderne, solide Internetseite wirklich pflegen und nur Stück für Stück zusätzliche Kanäle verzahnen. Der Kunde ist anspruchsvoll und macht sich lieber selbst ein Bild von Ihnen und Ihrer Leistung. Nach dem Motto „Vertrauen ist gut, kennenlernen ist besser“, fragen Sie sich also bei QR-Code, Panoramabild und Co - was hat mein Kunde davon?

**Ihr Claudia Schimkowski
Handwerksspezialistin
Aus dem Handwerk
fürs Handwerk!**

TITELTHEMA

Machen Sie sich unabhängig vom Markt und etablieren Sie sich als Marke!

Neue Ideen fürs Handwerk gesucht?

Wie wäre es mit einem Produkt, das nur in Ihrem Handwerksbetrieb hergestellt wird. Ein eigenes Produkt, ein neues oder verbessertes Verfahren zu entwickeln, birgt auch für einen Handwerksbetrieb neue Chancen. Unabhängig von der operativen Auftragslage:

- ✓ Sich vom Markt abzusetzen, ein Wettbewerbsvorteil.
- ✓ Auslastung und Effektivität des eigenen Betriebes in z.B. schlechten Zeiten.
- ✓ Zusatzeinkommen durch Lizenzvergaben, Verkauf des Produktes oder Patente auch nach der Beendigung der aktiven Handwerkerzeit.

Wie kommen Sie nun zu einer eigenen Produktidee und schließlich zum fertigen Produkt? Kathinka Dapper, Innovationscoach und Erfinderin z.B. der PurPocket Idee gibt 3 Tipps zur eigenen Produktidee:

1. Nehmen Sie sich ganz bewusst vor, z.B. Morgen werde ich mich bei der Arbeit bei jeder Tätigkeit fragen, „wie kann ich das, was ich gerade mache verbessern oder erleichtern?“ Gibt es bei Ihnen oder Ihren Mitarbeitern Sätze wie: „Immer wenn wir das montieren, haben wir das gleiche Problem.“ „Das ist keine gute Lösung, aber das machen wir schon immer so.“ „Also jetzt bräuchte ich eigentlich ein Werkzeug, das ... diese oder jene Merkmale hat oder so oder so funktioniert.“
2. Jetzt überlegen Sie, wie Sie das Problem lösen können, den Arbeitsprozess verbessern oder das benötigte Werkzeug aussehen könnte.
3. Dann gehen Sie mit dieser Idee zu einem Innovationsberater. Dieser in-



PurPocket.com: Tasche und Umkleide in einem

formiert sie über Förderprogramme vom Bund und der EU um das Produkt kostengünstig schutzrechtlich abzusichern, über eventuelle Produktionskanäle, Vermarktung etc.

Sie haben keine Idee?

Sie sehen die Vorzüge eines eigenen Produkts, haben aber keine Idee? Kein Problem, ein Innovationsberater unterstützt den Handwerksbetrieb, wenn er noch keine passende Idee für eine Produktfindung hat. Der Innovationscoach entwickelt mit Ihnen gemeinsam ein Produkt zur Serienreife und setzt dann die Markteinführung und Vermarktung gemeinsam mit Ihnen um. Dabei verfügen diese zertifizierten Innovationsberater über Ideen, Erfahrung, Realisierungsstärke und über ein schlagkräftiges Netzwerk zur erfolgreichen Produkteinführung.

Förderung

Mit fast 2000 Förderprogrammen lassen sich ganz unterschiedliche Innovationen attraktiv fördern, Ihr Innovationscoach kennt garantiert auch Ihre Möglichkeiten.

**Kathinka Dapper, GF
ifd Innovations-Forum
Deutschland GmbH
www.i-f-de.com**

Fotos machen Ihren Auftritt lebendig

Die Gelben Seiten der Zukunft = Google+ Local ein Muss damit Sie Ihre Kunden finden

Heute wird alleine in Deutschland tagtäglich mehr als 47 Millionen Mal nach Dienstleistern vor Ort im World-WideWeb gesucht. Dabei bedient Google mittlerweile über 80% der Suchanfragen in Deutschland. Gerade im Bereich der lokalen Suchen, wie z.B. „Maler Reutlingen“.

Martin Frey, Inhaber von FILMACHT in Stuttgart hat den „Meisterbrief“ eines von Google zertifizierten Fotografen erworben und weiß auf was es ankommt. Durch die Schulung verfügt er über den direkten Zugang zum Bearbeiten und Hochladen der 360° Panoramaaufnahmen. Sowie Firmenvideos und Fotos sind praktische Maßnahmen, um besser gefunden zu werden.

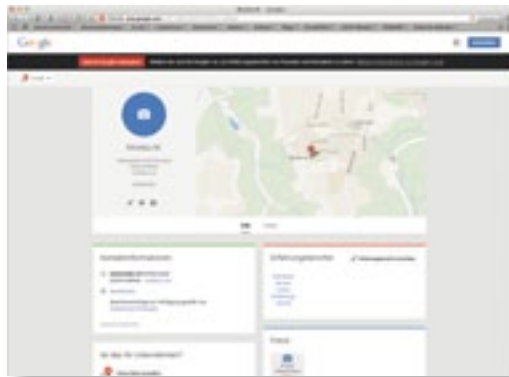
Martin Frey war im Interview mit dem Redaktionsteam:

Herr Frey, warum braucht ein Handwerker einen Google + Local Eintrag?

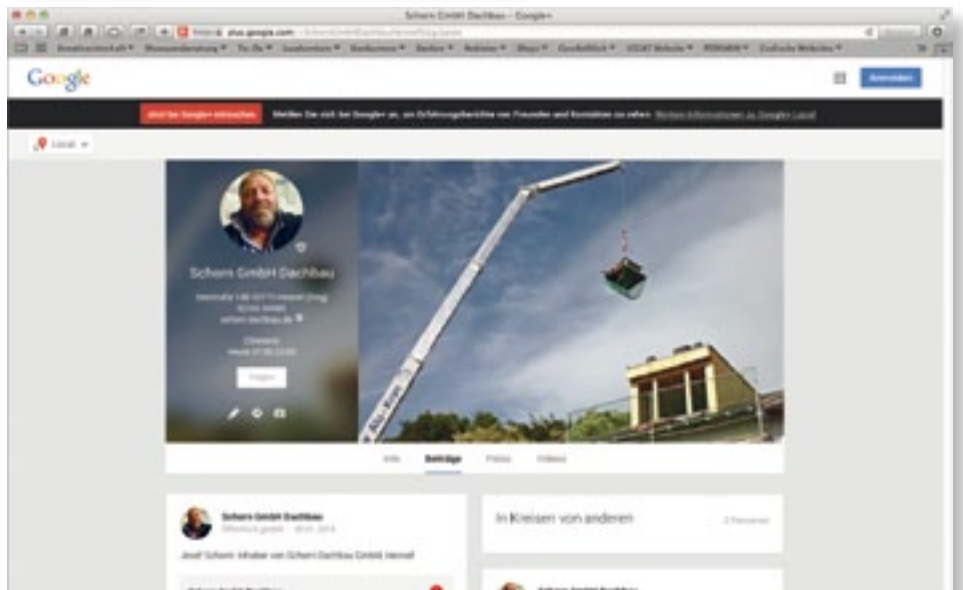
Einen Unternehmenseintrag bei Google+ Local zu haben ist heutzutage so wichtig, wie vor 10 Jahren ein Brancheneintrag in den Gelben Seiten mit dem Unterschied: Er ist völlig kostenlos und entspricht dem heutigen Standard, den jeder bestehende Unternehmer mindestens erfüllen sollte. Da kann sich keiner mehr raus reden, man braucht dafür nicht mal eine eigene Homepage.

Wie starte ich als Handwerksbetrieb richtig ins Online Marketing

Viele Handwerksbetriebe haben bereits einen Google+ Local Eintrag, sind jedoch nicht als Inhaber bei google registriert. Wir unterstützen Unternehmen schon bei den ersten Schritten und achten darauf, dass googlerelevante Suchbegriffe in den Beschreibungstext einfließen.



„lebloser“ Eintrag



Gestalteter Eintrag

Warum sind Fotos so wichtig?

Fotos sind die Tapete jedes Branchenbucheintrags. Zum Vergleich ein „lebloser“ Eintrag und ein gestalteter. Qualitativ hochwertige Bilder wirken vertrauenswürdiger auf die Kunden und sind ein Spiegel der Arbeit. Seit Mitte 2013 kann zudem ein virtueller Rundgang durch den Betrieb, in Form von Panoramaaufnahmen integriert werden. Die dadurch bessere Auffindbarkeit in Google liegt auf der Hand.

Was bringt ein Video?

Die meisten Handwerker haben eine Visitenkarte. Diese wird meistens persönlich überreicht, der Empfänger hat ein Gesicht oder eine Empfehlung zur Karte.

Im Internet ersetzt ein Video die Visitenkarte und es gilt ebenso „der erste Eindruck“ zählt, darum

- ✓ nicht länger als 30 Sekunden
- ✓ Besonderheiten herausarbeiten
- ✓ die Zielgruppe ansprechen
- ✓ schnell, einfach und unterhaltsam informieren
- ✓ einen professionellen Sprecher wählen und durch Texteinblendungen Informationen transportieren

Vielen Dank Herr Frey für das Interview.

Anschauliche Beispiele finden Sie auf der Internetseite.

Martin Frey

kontakt@filmacht.de | 0711/50878088

www.filmacht.de

Highlights der boot 2014



Eindrücke der boot 2014 in Wort und Bild

Wir stellen seit einigen Jahren auf der BOOT aus und haben dieses Jahr an der täglichen Vortragsreihe im REFIT Center teilgenommen.

Wir hatten regelmäßig viele Zuhörer zur gleichen Zeit, die auch direkt ihre Fragen stellen konnten.

Es gab auch Kunden, die dann direkt vom REFIT Center mit zu unserem Messtand gekommen sind, um Ihre Bestellung aufzugeben. Selbst nach der Messe bekamen wir noch Zuschriften von Kunden, die uns auf dem REFIT Center gehört haben.

Die Betreuung durch das AHA Team und den Moderator war sehr kompetent und sehr nett.

Michael Fleiß
Fleiß Yachtzubehör



„Guter Zuschauerzuspruch, Präsentationen mit Praxisbezug.“
Christian Zeelen, Moderator





Je mehr Interaktion und persönliches Engagement beim Vortrag, desto besser der Zuspruch der Zuschauer und hinterher die „Ausbeute“ beim Folgekontakt. Referenten, Moderatoren und Teilnehmer der Expertentalks teilen hier die Eindrücke von 9 Tagen bewegendem Auftritt dem A-Ha! Agentur Team mit.

„Gute Technik, Bühne, Betreuung“
Sachverständigenbüro Weise

„Super Betreuung, tolles Team und Moderatoren. Organisation war Klasse!“

Reiner Spiegel, Bootslacke Nord

„Führung und Anleitung durch A-Ha! und Moderatoren. Expertenrunde und Bastian Hauck war super!“

Martina Georgus, Daniel Georgus oHG



„Kompetentes Team, Professionelle Betreuung.“

Guido Peisen, Gisatex

„Gutes, nettes Team, alle sehr professionell.“

Kay Wendt, Pantera



„Pünktlichkeit, Freundlichkeit, Bastian der Moderator“

Leon Schulz, Båtsystem AB

„Standfläche, technische Ausstattung, Moderation, viele Themen“

Sven Walter, M. u. H. v. d. Linden GmbH



„Die Organisation, die Moderation, Expertentalk, das gesamte Team war super.“ Christian Burmester, MFT

„Nettes Team, gute Idee das Thema „Refit“ auf der Messe stärker aufzugreifen.“ Alice Strauch



Vier Tipps für die optimale Handwerker-Website

Ob Installateur, Dachdecker oder Elektriker: Wer heute einen Handwerker sucht, der nutzt oft direkt die Suchmaschine im Internet. Umso wichtiger für jeden Betrieb, dort von potenziellen Kunden nicht nur gefunden zu werden, sondern sich auch ansprechend zu präsentieren und von Konkurrenten abzuheben.

Die Experten der Zeta Software GmbH haben vier Tipps zusammengestellt, mit

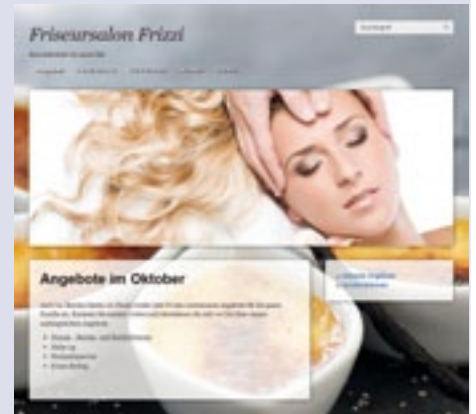
denen Sie Ihren Online-Auftritt optimieren können.

1. Ein Foto sagt mehr als 1000 Worte

Die Ergebnisse Ihrer Arbeit können sich sehen lassen? Dann sollten Sie auch Ihre Interessenten im Internet daran teilhaben lassen. Die frisch verlegte Terrasse, das neu geflieste Wellness-Badezimmer oder der aktuelle Stand der Baustelle: Fotos gelungener Projekte sind die beste Referenz und oft aussagekräftiger als langatmige Beschreibungen.

2. Fit für Smartphone und Tablet

Immer mehr Menschen surfen per Smartphone oder Tablet-Computer. Die Displays sind im Vergleich zum PC sehr klein, was besondere Anforderungen an die Darstellung der Website stellt. Denn schließlich soll der Interessent ja auch auf dem Smartphone schnell und einfach wichtige Informationen wie Kontaktdaten und angebotene Leistungen abrufen können. Mobile Besucher Ihrer Seite freuen sich über kurze Ladezeiten und kompakte Texte, die ohne viel Scrollen flüssig zu lesen sind. Im Idealfall unterstützt Ihre Website das so genannte „Responsive Webdesign“. Das bedeutet: Die Seite passt sich optisch automatisch an die Größe des Bildschirms an.



3. Lassen Sie sich gut finden

Einfach nur „drin“ zu sein, reicht nicht mehr. Auf die Platzierung kommt es an. Wer nach einem Handwerker in seinem Wohnort sucht, sieht sich oft nur die ersten Treffer in der Suchmaschine näher an. Sorgen Sie dafür, dass die Gestaltung Ihrer Website entsprechend optimiert ist und die Seiten suchmaschinenkonform aufgebaut sind.

4. Selbst die Kontrolle behalten

Viele Handwerker schrecken aus Kostengründen davor zurück, die Gestaltung Ihrer Website durch eine Agentur erledigen zu lassen. Das muss auch nicht unbedingt sein. Mit einem modernen Content-Management-System wie Zeta Producer reichen bereits normale PC-Kenntnisse aus, um eine ansprechende Website zu erstellen. Mit wenigen Klicks wird das gewünschte Layout bestimmt und mit eigenen Bildern, Texten und Fotos zur unverkennbaren Online-Präsenz Ihres Unternehmens ausgebaut.

Vorteilhaft: Auch Aktualisierungen und Anpassungen lassen sich dadurch jederzeit selbst vornehmen, ohne sich erst mit einem Dienstleister abstimmen zu müssen. Das senkt gleichzeitig die Folgekosten.



www.zeta-producer.com

Buchtipp & Gewinnspiel



Bühnencoaching mit den Refit-Referenten auf der boot 2014. Tipps und Tricks, die die Teilnehmer auch im Alltag, beim Mitarbeiter führen oder dem Kontakt mit den Kunden wirkungsvoll einsetzen können.

Kurz notiert Fit for Gold

Handwerk hat goldenen Boden – holen Sie es sich! Starten Sie jetzt durch und buchen Sie pünktlich zu Olympiade und WM ein motivierendes und aktivierendes Team-Training der Extra-Klasse. Denn Sportevents bringen in der Außenwirkung und Sympatie bei Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern ein erhebliches Plus, das berichten jüngste Fachveröffentlichungen. Welches Team führen Sie an? Und in welcher Disziplin gehen Sie an den Start?

Denn nur ein eingeschworenes Team, das auf Gold ausgerichtet ist, in dem sich



jeder auf jeden verlassen kann und weiß was seine Aufgabe ist, ist leistungsstark den ständig wachsenden Anforderungen im Arbeitsalltag gewachsen. Nur eine funktionierende Mannschaft kann am Markt auf Dauer bestehen. Nutzen Sie die großen Sportereignisse und die

Buchtipp



Praxisratgeber Teil 2: Der Kundensfinder, Grundlagen Marketing in drei Schritten: Internet. Adwords. Mobil. Claudia Schimkowski, Gerhard Gieschen, ABC Verlag, Kirchentelingsfurt, 2013.

Gewinnspiel

■ Unter allen Anfragen verlosen wir drei e-Book-Exemplare (Formular letzte Seite)

anstehenden Sportgroßveranstaltungen im kommenden Jahr als allgemein anerkannter Sympathieträger für Ihr Team und Ihr Unternehmen mit dem „Fit for Gold“-Team-Training und Abschlussevent. Machen Sie von Ihrem Team und sich reden, denn Gold gewinnen nur die Besten!

Weitere Informationen

www.a-ha-agentur.de/fit-for-gold-event

Termine Auszug 2014

3 x Azubi-Training mit H. Frank-Ostarhild, P. Leibeling, UVM BW Stuttgart

20.03. Azubitraining BASIS

21.03. Telefon, Reklamation

22.03. Kundenkontakt, Team

20.03. Macht des Auftritts, H. Frank-Ostarhild, AfG Akademie für Geschäftserfolg Tübingen

04.04.- Chef on Stage,

06.04. Führungskräfte-Training, AfG Akademie für Geschäftserfolg Tübingen

10.04. Coachingtag, AfG Akademie für Geschäftserfolg Tübingen

15.05. Kalkulation, Preise, Honorare mit G. Gieschen, AfG Akademie für Geschäftserfolg GmbH Tübingen

21.05. So kommen Sie zum Buch im Handwerk mit C. Schimkowski Themen-Workshop zur Positionierung mit Buch, DHA Ammerbuch

22.05. Macht des Auftritts, H. Frank-Ostarhild, AfG Akademie für Geschäftserfolg Tübingen

28.05. Erfolgreich Netzwerken I mit C. Schimkowski UnternehmerInnen-Schule Tübingen

26.06. Erfolgreich Netzwerken II mit C. Schimkowski UnternehmerInnen-Schule Tübingen

27.06.- Fit for Gold, Team-Trainingsevent

28.06. mit H. Frank-Ostarhild und C. Schimkowski, DHA Stuttgart

17.07. Macht des Auftritts, H. Frank-Ostarhild, AfG Akademie für Geschäftserfolg Tübingen

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

Handwerker-Tipp des Monats

- Mobile Kunden sind so kauf-
freudig und (inter)aktiv wie
selten eine Kundengruppe!
- Mit einem pfiffigen QR-Code
bieten Sie Passanten zusätz-
liche Anreize auf Ihrer Inter-
netseite vorbeizuschauen
- Platzieren Sie Sinnvolles &
Wissenswertes auf der Ziel-
seite
- Machen Sie es dem Inter-
essenten leicht, mit Ihnen
Kontakt aufzunehmen
- Kostenlose QR-Codes z. B.
unter qrcode-generator.de



»Setzen Sie den
schwarz-weiß
karierten QR-
Code nur ein,
wenn der Nutzer
einen wirklichen
Mehrwert vor-
findet!«

Infofax unter 0 71 53 - 55 99 15



Ich interessiere mich für

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Internet, Google +, Innovation | <input type="checkbox"/> Fit for Gold, Team-Trainingsevent |
| <input type="checkbox"/> Aktuelle Trends im Handwerk und
damit Geld verdienen | <input type="checkbox"/> Kundenmagazin/-zeitschrift
für Handwerker |
| <input type="checkbox"/> Inhouse-Schulung, externes Seminar | <input type="checkbox"/> Trainertätigkeit fürs Handwerk |
| <input type="checkbox"/> GEWINNSPIEL: Praxisratgeber Teil 2: Der Kundenfinder, Grundlagen Marketing in drei Schritten: Internet.
Adwords. Mobil. e-book. C. Schimkowski, G. Gieschen, ABC Verlag, Kirchentellinsfurt, 2013. | |

Der nächste „der Handwerker“ erscheint im II. Quartal 2014 zum Thema „Abkürzung zum Kunden“. Senden Sie Ihre Themenvorschläge an die HW-Redaktion! außerdem erscheint ein Sonderheft II./14 „der Handwerker – Fit für die Zukunft mit der EN 1090“

Datum _____

Name _____

Firma _____

Adresse _____

PLZ, Ort _____

Telefon _____

E-Mail _____

Telefax _____

Impressum

Redaktion, Konzeption, Umsetzung:
Claudia Schimkowski, Alexander Frank

Mit freundlicher Unterstützung der
AfG Akademie für Geschäftserfolg GmbH, Tübingen
Fotos: Nicole Liedl www.lena-lux.de, Fotolia

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, G. Gieschen

Bildrechte: U1 © P. Design -Fotolia.com, S. 6 © auremar - Fo-
tolia.com, S. 7 Sergej Khackimullin - Fotolia.com