



der Handwerker

Das Magazin für Marketing & Werbung

01/2013 ISSN 2195-2078

www.agentur-fuers-handwerk.de

Stürmische Zeiten

**Insolvent trotz voller Auftragsbücher.
Oftmals liest man diese Schlagzeile und reibt sich ungläubig
die Augen. Wie konnte das passieren?** **Seite 3**

die
Agentur
fürs
Handwerk
Werbung + Marketing

**Unternehmen
erfolgreich
führen**

Wie Sie über Mitarbeiter-
führung Ihr Unternehmen
sicher aufstellen.

Seite 2

**Kunden halten
und neue
gewinnen**

Schon kleine Ideen haben
große Wirkung beim
Kunden

Seite 4

**Praxistipps
für stürmische
Zeiten**

In drei Schritten wieder
Kurs bestimmen und
Fahrt aufnehmen

Seite 6



aus dem Handwerk
fürs Handwerk



„Stürmische Zeiten“ ...

Die Zeiten sind schnelllebig geworden. Sicherheiten und der ruhige Hafen könnten bereits morgen der Vergangenheit angehören. Der Markt ändert sich rasant. Mal schwimmt das Handwerk statistisch gesehen oben, mal steht den Betrieben buchstäblich das Wasser bis zum Halse. Betrachtet man beispielsweise den Fachkräftemangel, gilt eher letzteres. Fakt ist: Das Handwerk befindet sich in einem dramatischen Wandel. Immer stärker müssen sich Chefs mit Themen wie Mitarbeiterführung, Einkaufsmanagement, Marketing oder Bankengespräche für kurzfristige Liquidität kümmern. Vorbei sind die Zeiten, in denen der erfolgreiche Handwerker das Büro mal eben so nebenher erledigen konnte. Vorbei die Zeiten, in denen sich ein Wachstumskurs allein durch mehr Mitarbeiter umsetzen ließ oder man geduldig wartete, bis sich das Fahrwasser wieder beruhigt hatte. Aber auf Gegenwind oder unruhiges Fahrwasser, kann ich mich als Handwerker heute vorbereiten! Wie Sie das Ruder fest in der Hand behalten, dazu haben wir einige interessante Denkanstöße zusammengetragen.

Claudia Schimkowski

**Ihre Claudia Schimkowski
Handwerksspezialistin
aus dem Handwerk fürs
Handwerk**

TITELTHEMA

Von Mensch zum Mensch – Unternehmen erfolgreich führen

Sie sind in Zeiten des zunehmenden Fachkräftemangels noch in der komfortablen Situation, sowohl qualifizierte, als auch engagierte Mitarbeiter zu haben? Herzlichen Glückwunsch!

Dies ist mittlerweile nicht mehr selbstverständlich, wenn man die aktuelle Gallup-Studie (Engagement Index 2011) betrachtet. Dort geben zwei von drei Mitarbeiter an, nur noch „Dienst nach Vorschrift“ zu machen und jeder fünfte hat bereits innerlich gekündigt. Als Hauptgrund werden Defizite im Führungsverhalten des direkten Vorgesetzten genannt.

Förderung bindet Mitarbeiter

Machen Sie es besser, damit es in Ihrem Betrieb erst gar nicht so weit kommt. Arbeiten Sie kontinuierlich an Ihrem „Chefsein“ und nehmen Sie sich Zeit, um mit jedem Ihrer Mitarbeiter mindestens ein Jahresgespräch durchzuführen.

Sehen Sie es unter dem Aspekt, die Motivation und das selbständige Handeln jedes Einzelnen zu fördern, um ihn so zu einem richtigen „Mit-Arbeiter“ zu machen und langfristig an Ihren Betrieb zu binden.

Tipps zur Vorgehensweise:

- ✓ Stellen Sie Ihr Unternehmensziel vor
- ✓ Sagen Sie klar und deutlich was Sie von Ihrem Mitarbeiter erwarten
- ✓ Vereinbaren Sie Ziele
- ✓ Ermitteln Sie gemeinsam Fort- und Weiterbildungsbedarf

- ✓ Geben Sie sich gegenseitig Feedback
- ✓ Sprechen Sie offen über fachliche und persönliche Perspektiven
- ✓ Vereinbaren Sie einen Termin für das nächste Gespräch

Noch ein Erfolgs-Tipp, ergänzend zum Jahresgespräch:

Geben Sie Ihren Mitarbeitern einmal im Jahr auch die Gelegenheit, sich informell, d.h. ohne Tagesordnung und Leistungsdruck mit Ihnen auszutauschen. Schaffen Sie eine entspannte Atmosphäre. Laden Sie beispielsweise zu einem gemeinsamen Essen ein. Lassen Sie sich in diesem Gespräch auch auf seine Welt ein, seine Familie und seine Interessen. Nutzen Sie aber auch die Gelegenheit für ein persönliches Feedback. Fragen Sie ihn nach seiner Meinung zum Geschäft. Was aus seiner Sicht gut läuft, was weniger gut. Und was Sie tun können, damit er noch besser und wirksamer arbeiten kann.



Insolvent trotz voller Auftragsbücher



Oftmals liest man diese Schlagzeile und reibt sich ungläubig die Augen. Wie konnte das passieren?

Machen wir es doch einfach an einem zunächst recht banalen Bild fest: Stellen Sie sich Ihr Unternehmen als ein Wasserreservoir mit ständig geöffnetem Zu- und Abflussrohr vor. Ihre finanzielle Ausgangslage und somit der aktuelle Pegelstand wird immer von den bisherigen Reserven sowie von der Relation zwischen abfließendem und hereinströmendem Wasser bestimmt.

Die Höhe von Zu- und Abflussmenge bilden deshalb die beiden einzigen Einflussgrößen auf den zukünftigen Vorrat an finanziellen Mitteln Ihres Unternehmens.

Bei steigender Auftragslage fließt unweigerlich im ersten Moment mehr Wasser für z.B. Personal, Investitionen, Wareneinkäufe ab. Damit der Pegelstand ausgeglichen bleibt muss alles dafür getan werden, dass der Zufluss weiterhin stimmt.

Beschleunigen und erhöhen Sie darum Ihre Zuflüsse rechtzeitig um liquide zu bleiben:

- ✓ Erstellen Sie eine Bedarfsanalyse im Hinblick auf Ihr Personal und wägen Sie unter verschiedenen Möglichkeiten wie z.B. Neueinstellungen, Arbeitszeitmodellen mit temporären Überstundenregelungen, Leiharbeitern ab.
- ✓ Überdenken Sie bei Investitionen, ob es günstiger ist diese aus eigenen Reserven oder über einen Kredit zu finanzieren.
- ✓ Prüfen Sie ihr Warenlager im Hinblick auf Kapitalbindung, Zinsen und Raumkosten.
- ✓ Sorgen Sie für einen schnellen Geldeingang von Ihrem Kunden, in dem Sie Ihre Auftragsabwicklung beschleunigen und Zahlungsanreize bieten.
- ✓ Achten Sie auf eine korrekte Rechnungsstellung und optimieren Sie Ihr Mahnwesen.
- ✓ Legen Sie, insbesondere bei Neukunden nach Prüfung der Bonität, einen Kreditrahmen fest, der in Ihrem Faktura-Programm hinterlegt ist und dem betreuenden Mitarbeiter bekannt.
- ✓ Machen Sie sich regelmäßig Gedanken über Ihre Rechtsform um für den Worst-Case-Fall Ihre persönliche Haftung zu minimieren.

§§§ Rechtlicher Tipp

Die Verpflichtung zur Stellung eines Insolvenz-Antrags gilt nur für juristische Personen. Wird die betroffene GmbH in eine Personengesellschaft, also eine OHG, KG oder GbR umgewandelt, (bei denen mindestens ein persönlich haftender Gesellschafter eine natürliche Person ist), entfällt diese Pflicht. Doch mit der Umwandlung in eine Personengesellschaft entfallen die Haftungsbegrenzungen der juristischen Personen. Ab dem Moment der Umwandlung haften die Gesellschafter persönlich für alle bisherigen Verbindlichkeiten.

Ziehen Sie dieses Mittel nur dann in Betracht, wenn Sie durch die eingegangenen Bürgschaften sowieso schon Vollhafter sind oder sich des Sanierungserfolges 100 Prozent sicher sein können.

Azubis behalten?

„Jeder vierte Lehrling bricht die Ausbildung ab“, so lautete unlängst die Headline des Handelsblattes. Umgekehrt stöhnen Unternehmer und Personalverantwortliche ob der schwierigen Aufgabe geeignete Auszubildende zu finden. „Unsere Kunden klagen zunehmend über die fehlende Kinderstube ihrer Auszubildenden“, bekräftigt Handwerksexpertin Claudia Schimkowski.

Das Azubittraining der Akademie für Geschäftserfolg setzt genau hier an: Vorhandene Potentiale frühzeitig fördern, damit Azubis und Chefs zufrieden sind – für eine lange und zufriedene Zusammenarbeit. Und so lauten die Rückmeldungen aus den Trainings fast immer sinngemäß: „Egal was Sie mit meinen Azubis gemacht haben, können Sie das auch mit unseren Führungskräften oder Mitarbeitern?“

■ Ihr Inhouse-Azubittraining
www.das-azubi-training.de

Up-to-Date: Kunden halten und Neue gewinnen!

Wie singt Tim Bendzko treffend: „Noch 148 Mails checken, wer weiß, was mir dann noch passiert, denn es passiert so viel...“

Geht es Ihnen nicht auch so, dass Sie oft in der Flut von Informationen überfordert sind und sich schon bei kleinsten Entscheidungen den Rat nahestehender Menschen und Experten einholen?

Meinen Sie nicht auch, dass es Ihren Kunden nicht anders geht und Sie unter den Stichworten: „Expertentum gepaart mit Nähe und Vertrauen“ auch in Zukunft im regionalen Umfeld bestens aufgestellt sind?

Bleiben Sie up-to-date mit ein paar Anregungen:

Wie wäre es sich persönlich bei regionalen Leistungsschauen und Messen vorzustellen? Planen Sie nicht nur aus

Kostengründen Ihren Auftritt mit Kooperationspartnern. Denken Sie an den Gedanken „Alles aus einer Hand“ und profitieren Sie auch von den Kunden Ihrer Kollegen.

Öffnen Sie Ihren Betrieb und laden Sie Ihre Bestandskunden und potentiellen Neukunden regelmäßig zu einem „Tag der offenen Tür“ ein. Geben Sie diesem Event einen Mehrwert, indem Sie Ihre Kompetenz durch Fachvorträge und Vorstellung von Produktinnovationen unter Beweis stellen. Nehmen Sie Ihre Zulieferer und Partner mit ins Boot und steigern Sie dadurch gezielt den Kreis der Eingeladenen.

Bauen Sie ein Netzwerk zu Multiplikatoren auf z.B. im Bereich des Bauhandwerks zu Architekten und Fachplanern. Engagieren Sie sich in einschlägigen Gremien z.B. Handels- und Gewerbevereinen.

Suchen Sie gezielt nach Zertifikaten und Qualitätssiegel, die Ihre Kompetenz nach außen sichtbar machen. Veröffentlichlichen Sie diese in Ihrer gesamten Firmenpräsenz (Briefbögen, Anzeigen, Internet etc.)

Beispiel aus der Praxis: „Reutlinger Energiefachbetrieb“ in Kooperation mit der Klimaschutzagentur und Kreis-handwerkerschaft Reutlingen www.klimaschutzagentur-rt.de

Springen Sie auf den Zug von regionalen Kooperationen und Werbebegegnungen auf und stärken Sie so Ihre Position bei speziellen Zielgruppen. Beispiel aus der Praxis: Service Plus www.serviceplus-bw.de

■ Agentur fürs Handwerk GmbH
www.agentur-fuers-handwerk.de

Einkaufsmanagement wichtiger denn je

Weizen, Kupfer, Rohöl, Strom: Allein schon die Rohstoffpreise wachsen weiter in den Himmel.

Die Folgen sind auch in Ihrem Betrieb sofort spürbar, wenn man weiß, dass die Aufwendungen für den Einkauf von Material, Energie und Dienstleistungen bundesweit aktuell schon bei durchschnittlich 73 % der Gesamtkosten in jedem Unternehmen liegen.

Werden Sie aktiv, denn jeder Euro der beim Einkauf gespart wird, ist sofort ein Euro mehr Gewinn:

- ✓ Nehmen Sie sich selbst in die Pflicht und geben Sie eine klare Anweisung an Ihre Einkäufer nur die wirklich benötigten Waren und Dienstleistungen zu ordern.
- ✓ Holen Sie Preisvergleiche ein und achten Sie insbesondere auf Nebenkosten für Fracht und Verpackung.

- ✓ Vergleichen Sie Rabatte und Zahlungskonditionen und verhandeln Sie nach.
- ✓ Nutzen Sie die Marktmacht, die durch den Zusammenschluss mit anderen Betrieben entsteht und schließen Sie sich vorhandenen Kooperationen an.
- ✓ Beispiel: Energieeinkaufsgemeinschaft (EEG) des Handwerks über den BWHT = Baden-Württembergischer Handwerkstag www.handwerk-bw.de
- ✓ Profitieren Sie von Sonderkonditionen über Fachinnungen, Verbände und Kammern. Beispiel: Gruppenversicherungstarife für Innungsmitglieder
- ✓ Prüfen Sie den aktiven Eintritt in eine Einkaufsgemeinschaft. Beispiel im Bereich des Holzhandels: www.holzland.de, für Bäcker und Konditoren www.baeko.de

- ✓ Nutzen Sie die Möglichkeiten des Internets z.B. für den Bezug von Büromaterialien, Büromöbel, Lagereinrichtungen über sogenannte B2B-Portale (business-to-business) z.B. www.mercateo.com.
- ✓ Entscheiden Sie z.B. bei Fuhrpark, Berufskleidung, IT-Ausstattung bewusst zwischen Mieten, Leasen, Kaufen.
- ✓ Normieren Sie Ihre Teile um die Bevorratung zu optimieren und durch größere Bestellmengen bessere Konditionen zu erzielen.
- ✓ Prüfen Sie zur Minimierung von Lagerbeständen, ob Ihre Lieferanten eine vollautomatische Materialversorgung anbieten. Beispiel: Fa. Würth im Bereich C-Teile = Kleinteile.

■ **Weitere Tipps:** 99 Tipps zur Kostensenkung – endlich mehr Gewinn. Gerhard Gieschen, Cornelsen, 2007.

Machen Sie den Test: Sind Sie krisenfest?

Ist es schon fast zu spät?	Trifft nicht zu	Ansätze vorhanden	häufig	sehr häufig
... wurden Sie aufgefordert, Kredite zurückzuführen oder wurden Ihnen die Kreditlinien gekürzt?				
Wie oft haben Sie Besuch vom Gerichtsvollzieher?				
Verlangen Ihre Lieferanten Vorauszahlungen?				
Stocken die Lohn- und Gehaltszahlungen?				
Haben Sie Rückstände beim Finanzamt und bei den Krankenkassen?				
Kommen Sie vor lauter „Feuerwehr“ nicht mehr zur eigentlichen Arbeit?				
Kündigen Ihre Mitarbeiter oder sind zumindest völlig demotiviert?				
Liegen Kontenpfändungen vor?				
Anzahl Antworten je Spalte				
Multiplikator	0	1	3	5
Ergebnis Teil 1 (8 Fragen)				

bis 5 Punkte: Eine Existenzkrise liegt nicht vor. Nehmen Sie sich alle Fragen, in denen Sie mehr als 0 Punkte erzielt haben vor und arbeiten Lösungen aus. Stellen Sie im Interesse Ihrer eigenen Zukunft sicher, diesen Test immer mit 0 Punkten zu bestehen.

bis 10 Punkte: Ihr Unternehmen deutet eine existenzielle Krisensituation an, die vermutlich mit eigenen Mitteln nicht zu beheben ist. Sprechen Sie mit einem Berater von der Handwerkskammer oder IHK oder mit Ihrem Steuerberater über Ihre Situation und stellen sicher, dass sie nicht existenzbedrohend ist.

Über 10 Punkte: Sie benötigen sofort professionelle Hilfe von extern. Passende Adressen finden Sie bei der Handwerkskammer, der IHK und den im Anhang aufgeführten Institutionen. Es geht um Ihre Existenz, legen Sie jegliche Scham ab und lassen Sie sich nicht von möglichen Kosten abschrecken, es gibt auch kostenfreie Hilfen wie z.B. den Runden Tisch, Senioren helfen Junioren, Krisenhotlines.

Sind Sie langfristig abgesichert?	Trifft nicht zu	Ja, habe ich im Kopf	Ja, teilweise auch schriftlich	Ja, klar, deutlich, dokumentiert
Haben Sie mittel- und langfristige Ziele				
Weiß jeder in Ihrem Unternehmen, was er zu tun hat und wer wofür verantwortlich ist?				
Haben Sie Budgets und Sollzahlen für Ihre betriebswirtschaftlichen Auswertungen?				
Informieren Sie sich regelmäßig über die Wettbewerber und neue Trends				
Wissen Sie, mit welchen Produkten Sie in zwei Jahren Ihr Geschäft machen werden?				
Haben sie ein Konzept zur Markterschließung und -bearbeitung?				
Gibt es klare Regeln zur Sicherstellung der Produktqualität				
Haben Sie eine persönliche Vermögensplanung?				
Haben Sie Strategie für Ihre Altersvorsorge?				
Anzahl Antworten je Spalte				
Multiplikator	0	1	3	5
Ergebnis Teil 2 (9 Fragen)				

Bis 15 Punkte: Denken Sie immer an den Hasen und den Igel. Erfolgreiche Unternehmen suchen erst nach dem Ziel und dann nach der Abkürzung. Machen Sie sich das Leben nicht so schwer, verlieren die Scheu vor dem Wort Strategie und planen Sie die eigene und die unternehmerische Zukunft. Besuchen Sie eine Fortbildung zu diesem Thema und lesen Sie alle Artikel und Bücher, die Sie finden können.

bis 30 Punkte: Ja, Sie sind auf dem richtigen Weg und haben den Wert einer strategischen Planung erkannt. Führen Sie diesen Weg konsequent weiter und Sie werden zum erfolgreichen Vorbild für andere Unternehmer.

bis 50 Punkte: Gratuliere, Sie denken und handeln strategisch. Optimieren Sie Ihre Controlling- und Frühwarnsysteme und konzentrieren sich dann auf die Optimierung Ihres Betriebsergebnisses – Sie haben das Potential zu regelmäßigen Gewinnsteigerungen.

Interview: Praxistipps für Stürmische Zeiten

Herr Gieschen, Sie beraten seit 1983 mittelständische Firmen und Unternehmer. Worauf kommt es in der Krise an?

G. Gieschen: Bei dem Wort Krise denken viele Menschen sofort an Entlassungen und drastische Kostenkürzungen. Doch im Handwerk gilt: Sofort Vertrieb und Werbung optimieren und binnen 21 Tagen mit der Gewinnung von Kunden und Projekten starten. Und während dann die Kundengewinnung auf Touren kommt, das Unternehmen auf Vordermann bringen und eine neue Strategie aufsetzen.

Also zuerst die Kundengewinnung starten und danach das Consulting?

G. Gieschen: Ja genau, das ist die Quintessenz aus 30 Jahren Betriebsberatung. Schon mancher hat sich zu Tode gespart und wenn dann ein Auftrag kam, gab es niemanden, der diesen ausführen konnte. Durch Sparen alleine kann man kein Geld verdienen – aber auch nicht dadurch, jeden Auftrag anzunehmen. Es gilt herauszufinden, welche Kunden und Projekte leicht zu gewinnen und attraktiv sind und genau dafür passend eine Kampagne zu entwickeln.

Herr Frank, Sie sind der Marketing-Spezialist der MCR Unternehmensberatung. Binnen 21 Tagen eine komplette Kampagne betriebsbereit zur Verfügung zu stellen, wie funktioniert denn das?

A. Frank: Wir starten mit einem Betriebs-Check sowie einem Markt-Chancen-Impulstag vor Ort. In diesem Workshop werden lukrative Nischen



Experten für fundierte Unternehmensentwicklung nicht nur in stürmischen Zeiten: Alexander Frank, Gerhard Gieschen, Marc Wolf.

identifiziert und daraus gleich konkrete Maßnahmen für Werbung, Internet und Akquise aufgesetzt.

Aber Agenturen brauchen doch in der Regel länger als drei Wochen für die Umsetzung?

A. Frank: Mit der Agentur fürs Handwerk haben wir uns auf die Umsetzung von Handwerksprojekten spezialisiert. Das bedeutet, dass wir binnen drei Wochen gezielte Nischen-Internetauftritte, Internet-Werbung, Flyer, Werbematerialien, Anzeigenschaltung sowie die dazugehörigen Vertriebs- und Monteurschulungen zur Verfügung stellen können. Und dann läuft die Kunden-Gewinnungs-Maschine: Tag für Tag für Tag.

Herr Wolf, Sie sind Rechtsanwalt, Interim-Manager und Partner der MCR Unternehmensberatung. Wie sieht es denn mit den rechtlichen Risiken in der Krise aus?

M. Wolf: Das größte Risiko ist die Insolvenzverschleppung. Bei drohender Insolvenz stehen Sie als Geschäftsführer sofort mit einem Bein im Gefängnis. Sprechen Sie deshalb frühzeitig mit einem Fachmann wie Ihrem Steuerberater oder einem Anwalt, der sich mit dem Insolvenzrecht auskennt, um sich abzusichern.

Was ist denn eine typische Handlung, die ins Auge gehen könnte?

M. Wolf: Wenn es eng wird, kommt schnell Panik auf. Es wird versucht, noch Grundstücke zu übertragen, Scheinfirmen zu gründen und irgendwie Geld beiseite zu bringen. Das kann ins Auge gehen. Sie fahren besser, Betrieb und Privatvermögen schon frühzeitig professionell zu trennen.

Haben Sie unseren Lesern noch einen abschließenden Tipp?

M. Wolf: Ja, gerne. Führen Sie wichtige Bankgespräche nie alleine. Die Bank wird bei schwierigen Gesprächen immer einen zweiten Mitarbeiter als Zeugen hinzuziehen. Nehmen Sie deshalb auch einen Zeugen mit. Und unterschreiben Sie in einer Krise keine Vereinbarung, die Sie nicht verstehen, die Ihnen widerstrebt und nicht von einem Fachmann gegengecheckt ist.

Vielen Dank für das Interview

**MCR Unternehmensberatung
GmbH
Marketing – Consulting – Recht
www.mcr-gmbh.de**

Buchtipp & Gewinnspiel



Gewinnspiel

■ Unter allen Anfragen verlosen wir ein Buch-Exemplar (Formular letzte Seite)

Das professionelle 1x1. 99 Tipps zur Kostensenkung – Endlich mehr Gewinn! Intelligent sparen. Effektiver wirtschaften. Sinnvoll kontrollieren. Gerhard Gieschen, Cornelsen Verlag 2006.

Kurz notiert

Sie planen Ihre Innungstagung? Wir haben interessante Themen für Sie zusammengestellt. Die Impulsvorträge sind in der Regel in drei Varianten abrufbar: 30, 45, 60 Minuten.

Wählen Sie dazu aus der aktuellen Themenliste, unter anderem:

✓ **Kundengewinnung**

z. B.: Werbung effektiv.
Kleine Hebel, Große Wirkung.
Es sind die kleinen Dinge, die im Handwerk den Unterschied ausmachen.

✓ **Geld und Recht bekommen**

z. B.: Wenn's mal eng wird – langfristige Verträge in stürmischen Zeiten prüfen. Leicht ist es gesagt:

Kosten sparen. Doch viele Verträge laufen über Jahre. Welche Hebel und Ansatzpunkte es dennoch gibt und worauf man achten sollte.

✓ **Meine Mitarbeiter**

z. B. Zukunft Betrieb: Wie kann man gute Azubis finden oder Mitarbeiter erfolgreich führen und motivieren. Warum Mitarbeiter nicht tun, was man sagt

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.die-handwerker-akademie.de/fuer-innungen>

Selbstverständlich wissen unsere Fachreferenten wie das Handwerk tickt., so dass alle Themen kurzweilig und praxisnah für Handwerker und Ihr Gewerk aufbereitet werden.



Claudia Schimkowsky und Christian Semmler: „Macht des Business-Auftritts“, 22. Windenergietage Berlin. Und alle machen mit!



Claudia Schimkowsky und Heike Frank-Ostarhild: „Marketing 1 x 1 für Handwerker“, Solar- und Gebäudemanagement, Kassel. „Erstaunlich, was man noch alles Nützliches lernen kann!“

Termine Auszug 2013

28.01. **Macht des Auftritts**

C. Schimkowsky, Stuttgart

22.02. **Azubitage - BASIS;**

01.03. - **Telefon & Reklamation;**

08.03. - **Team & Kundenkontakt**

H. Frank-Ostarhild, Unternehmerverband Metall BW

04.03. - **Was macht Handwerker heute erfolgreich & Handwerk 2.0 die Zukunft - Impulsvortrag,**

C. Schimkowsky, G. Gieschen, KSK Waiblingen

27.03. **Mitarbeiterführung für Meister**

und Gesellen - A. Frank, P. Leibelng, Unternehmerverband Metall BW

17.04. **Mitarbeiterführung für Meister**

und Gesellen - A. Frank, P. Leibelng, Unternehmerverband Metall BW

20.04. - **Power Consultingtage Mallorca**

22.04. **Führungskräfte-Workshop,**
G. Gieschen, Akademie für Geschäftserfolg Tübingen

19.04. - **Tübingen on Stage** – Führungskräfte-Workshop, AfG Tübingen

21.04. **kräfte-Workshop, AfG Tübingen**

15.05. **Mitarbeiterführung für Meister**

und Gesellen - A. Frank, P. Leibelng, Unternehmerverband Metall BW

Sie wollen als **Service-Handwerker** durchstarten? Buchen Sie jetzt Ihre Inhouse-Schulung. Sie erhalten Ihre Zertifizierung mit Urkunde und Signet.

Bewerbung und Anmeldung unter training@die-handwerker-akademie.de

Handwerker-Tipp des Monats

Sicher in stürmischen Zeiten:

- Reservieren Sie sich einen festen Tag in der Woche für Strategie und Unternehmensentwicklung.
- Kontrollieren Sie regelmäßig Ihren Kurs. Gibt es Abweichungen? Ziehen Sie rechtzeitig Fachleute hinzu!
- Hören Sie Ihren Mitarbeitern zu. Ihre Mitarbeiter wissen oft durch direkte Kontakte mit Kunden und Lieferanten, wo verstecktes Potential liegt.



» So beugen Sie Krisen vor:
Arbeiten Sie regelmäßig AM und nicht nur IM Unternehmen! «

Infofax unter 0 71 53 - 55 99 15

Ich interessiere mich für

- Marktchancen-Impulstag
- Zertifizierung als Service-Handwerker
- Unternehmens-Check
- Kundenmagazin für Handwerker
- Inhouse-Schulung, externes Seminar
- Impulsvortrag für die Innung
- GEWINNSPIELBuchverlosung:**
Das professionelle 1x1. 99 Tipps zur Kostensenkung, Gerhard Gieschen.
- ... für folgende Themen

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 i. G.
Ulmer Str. 27/1, 73207 Plochingen
Tel. 07153-55 99 11 | die@agentur-fuers-handwerk.de
www.agentur-fuers-handwerk.de
Registergericht Stuttgart Firmensitz: Plochingen
Geschäftsführer: C. Schimkowski, A. Frank, G. Gieschen

Bildrechte: U1 © Jan Schuler - Fotolia.com, S. 2 © apops -
Fotolia.com, S. 3 © koya79 - Fotolia.com