



der Handwerker

Das Magazin für Marketing & Werbung

01/2015 ISSN 2195-2078

www.der-handwerker-magazin.de



Sichtbarkeit mit Geduld und Spucke!

Mit Pressearbeit und Ideen Ihr Profil schärfen ...

die **Agentur**
fürs **Handwerk**
Werbung + Marketing

Reparaturen
nicht nur für die
Umwelt

Schrott vermeiden &
Umsatz machen – Haus-
haltungsgeräte länger nutzen
Seite 2

Feng Shui –
neue Ideen im
Handwerk

Optimale Arbeitsbedin-
gungen in Geschäfts-
räumen schaffen
Seite 3

Pressearbeit –
Grundlage oder
Kür?

Zwei Wege der Öffent-
lichkeitsarbeit im Hand-
werk
Seite 6





Sichtbarkeit, die wirklich was bringt!

Muss ich wirklich bei jedem Text, bei jeder Sichtbarkeit, die von meinem Betrieb nach außen geht das Rad neu erfinden? Wir sagen: Nein! Es gibt eine Abkürzung.

Viel zu selten werden im Handwerk gute Texte, Artikel, Veröffentlichungen wirklich durchgängig und auf allen möglichen Kanälen genutzt. Einmal von Grund auf durchdacht, kann ich sowohl bei Angeboten, Presstexten oder anderen professionellen Bausteinen die Mehrfachnutzung in meinen Focus stellen. Sie machen sich einmal die Arbeit, und beweise sich dann als fortschrittlicher Unternehmer: Sie suchen eine Abkürzung, um möglichst viele Ihrer Kunden und Interessenten mit eben diesem Text zu erreichen!

Denn was Sie haben Sie, nutzen Sie es auch. Dabei sparen Sie nicht nur viel Zeit, sondern gehen mit kraftvollen Schritten in eine erfolgreiche Zukunft und lassen den Markt hinter sich. Packen Sie es an!

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

Ihr Alexander Frank

für große und kleine Betriebe im Handwerk

TITELTHEMA

Reparaturen, nicht nur Verpflichtung für die Umwelt?

Schrott vermeiden & Umsatz machen

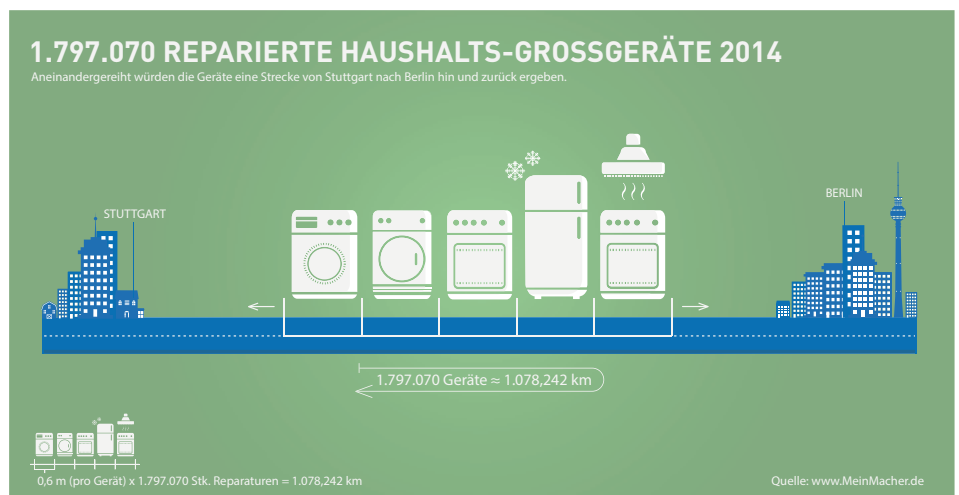
1.078,242 km. So weit ist es (Luftlinie) nicht nur von Stuttgart nach Berlin und wieder zurück, so lang ist auch die Strecke, die sich ergeben würde, wenn man die in einem Jahr reparierten Waschmaschinen, Trockner, Herde, Spülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränke aneinander reihen würde. Mindestens.

Auf diese beachtliche Zahl kam eine Umfrage von www.MeinMacher.de im Juli und August 2014. Vorsichtig geschätzt gibt es in Deutschland rund 3.100 Reparaturbetriebe für sogenannte Weiße Ware, die gemeinsam gut 1.797.070 Geräte reparieren. Diese Zahl macht deutlich, wie wichtig Reparaturen für die Umwelt- und den Klimaschutz sind. Würden diese Geräte nicht repariert werden, würde in Deutschland zirka 25 Prozent mehr Elektroschrott anfallen als heute. Dies zu vermeiden und Maßnahmen zu entwickeln, wie Elektroschrott weiter vermieden werden kann, ist nicht nur unsere Aufgabe, sondern auch unsere Pflicht. Schließlich verursacht Deutschland mit einem Anteil von 1,3 Prozent an der Gesamtbevölkerung

rund 2,7 Prozenzte des weltweiten Elektroschrotts!

Die Reparaturbedingungen zu verbessern, indem Hersteller verpflichtet werden Geräte so zu konstruieren, das besser repariert werden kann, technische Dokumentationen zu veröffentlichen und günstigere Ersatzteile zu liefern, wären erste Schritte in die richtige Richtung. Die Reparatur-Autorisierung für Fachbetriebe während der Garantiezeit, damit Verbraucher nicht ausschließlich von den Herstellern abhängig sind, ein weiterer wichtiger Ansatz. All diese Maßnahmen würden Reparaturen für Endverbraucher noch attraktiver zu machen und wesentlich dazu beitragen die Müllberge zu verkleinern. Aber auch Verbraucher können etwas tun. Z. B. indem sie bevorzugt obsoleszenzfreie (reparable) oder aber gebrauchte Geräte kaufen oder ein kaputtes Gerät reparieren lassen. Nicht nicht zuletzt auch für den Handwerker bergen Reparaturen Potential für guten Umsatz.

Unter www.MeinMacher.de finden Interessierte rund 1.000 Reparaturprofis in ganz Deutschland für Elektrogeräte aller Art.



Feng Shui oder wie das Handwerk zu neuen Ideen kam

Interview mit Heike Schauz

Die Redaktion der Handwerker interviewt heute Heike Schauz, die als eine der ersten weiblichen Lehrlinge Deutschlands in einem „Männerberuf“ 1988 die Meisterprüfung im Maler- und Lackiererhandwerk ablegte. 13 Jahre lang führte sie einen Malerbetrieb mit 25 Mitarbeitern, bevor Sie sich 2007 beruflich neuorientierte und heute als Business-Feng-Shui-Expertin und Projekt-Managerin tätig ist.

Frau Schauz, Sie stammen ursprünglich aus dem Handwerk. Auch heute sind Sie dem Handwerk noch sehr verbunden, warum?

Auch in meiner jetzigen Tätigkeit als Business-Feng-Sui Beraterin begleite ich Umbauprojekte. Dabei arbeite ich eng mit den unterschiedlichsten Handwerkerkollegen zusammen. Manchmal mit Menschen, die ich schon länger kenne. Und oft mit mir anfangs fremden Teams. Aber auf den unterschiedlichsten Baustellen ergibt sich immer ein „WIR“ und „UNSER“. Ich kann ich gar nicht anders. Als Malermeisterin weiß ich die Arbeit meiner Kollegen sehr zu schätzen und freue mich immer wieder darüber, meine Business-Feng-Shui-Konzepte mit den verschiedensten Gewerken umzusetzen.

Auf den ersten Blick gesehen widersprechen sich Ihre Herkunft Handwerk und Ihre jetzige Tätigkeit. Wie passen für Sie Handwerk und Feng Shui trotzdem zusammen?

Für mich ist das gar kein Widerspruch, sondern eine optimale Ergänzung. Vor allem das Bauhandwerk kann vom Feng Shui-Wissen sehr profitieren. Es ist in vielerlei Hinsicht altes Baumeisterwissen, das nicht nur in die Ausrichtung eines Gebäudes, sondern auch in die Gestaltung von Innenräumen und Außenanlagen miteinfließt. Hat man die Prinzipien und Wirkungsmechanismen der



asiatischen Harmonielehre erst einmal verstanden, werden Bauen und Umbauen einfacher und Gespräche mit Kunden und Bauherren leichter. Aus meiner Sicht bilden Handwerk und Feng-Shui die perfekte Symbiose.

Sie sind Top Feng Shui Beraterin Deutschland, was hat der Handwerker konkret von Feng Shui im Betrieb?

Jeder Inhaber, jede Inhaberin eines Handwerksbetriebes oder eines anderen Unternehmens hat andere Gründe, warum er oder sie mich hinzuzieht. Das kann die Vorbereitung für eine Übergabe an einen Nachfolger, den lukrativen Verkauf, eine Geschäftserweiterung oder eine komplette Neuausrichtung sein. Beim Business-Feng-Shui geht es darum, eine Wohlfühlatmosphäre und optimale Arbeitsbedingungen in Geschäftsräumen zu schaffen. Das steigert die Mitarbeitermotivation und die Kundenzufriedenheit, was sich auch positiv auf Umsatz und Gewinn auswirken kann. So kann z.B. die Umgestaltung des Chefbüros die eigene Position stärken und gute Kundenbeziehungen fördern. Eine harmonische Raumgestaltung kann sogar dazu führen, dass die Fluktuations- oder Krankheitsrate der Mitarbeiter sinkt, wie mir mehrere meiner Kunden auch bestätigt haben. Vielen ist nicht bewusst, wie stark uns unser Umfeld beeinflusst. Doch die positive Veränderung durch eine einfühlsame Umgestaltung spürt fast jeder.

Mit Ihrem neuen Buchprojekt und Ihrer Charity-Aktion „Handwerker schreiben für Handwerker“ setzen Sie ein Herzensthema um. Hat der Handwerker für seinen Betrieb etwas davon und wenn ja, hier mitzumachen?

Ob er für den Betrieb etwas davon hat, kann ich nicht beurteilen. Es hängt von jedem Einzelnen ab, was er aus den Erfahrungen anderer für sich mitnimmt. Mir geht es darum, Handwerkerwissen zu bewahren und weiterzugeben, z.B. in Form von Anekdoten vom Umgang mit Kunden, Kollegen oder Geschäftspartnern. Oder Erzählungen über unvorhergesehene Ereignisse und clevere Problemlösungen im Handwerkeralltag. Mich interessieren aber nicht nur Erfolgsgeschichten, sondern auch die Krisenzeiten. Und vor allen Dingen finde ich es wichtig zu erfahren, wie man sie überstanden hat. Denn daraus kann Jeder etwas lernen. Ich würde mich freuen, wenn Handwerksmeister aller Fachbereiche ihre persönlichen Erlebnisse über die Höhen und Tiefen ihres Berufslebens aufschreiben und mir mailen. Das geht ganz einfach über das Online-Teilnahmeformular in der Rubrik „Handwerkerbuch“ auf meiner Website. Die Geschichten werden gesammelt und in einem Buch veröffentlicht. Der komplette Erlös kommt Handwerkern in Not zugute. Auch hier geht es um ein WIR und UNS!

Hier gehts zum ganzen Artikel!
www.der-handwerker-magazin.de/aktuelles/257-handwerk-und-feng-shui-die-perfekte-ergaenzung

Maßnahmen

Einige Vorher-Nachher-Beispiele finden Sie auf www.apprico.de

Heike Schauz Buchprojekt:

Bewerbung hier www.apprico.de/ueber-mich/handwerkerbuch/

Highlights der boot 2015



Eindrücke der weltweit größten Bootsmesse in Düsseldorf

Im zweiten Jahr des Refit Centers auf der boot 2015 gab es noch mehr Interaktion und persönliches Engagement. Ob Vorträge, Live-Präsentationen oder Workshops, die Besucher erlebten ein breit gefächertes Programm durch die Aussteller der boot 2015.

Dementsprechend begeistert waren die Rückmeldung der Aussteller.

Was hat Ihnen besonders gefallen?

„Aufmachung, Look, Anwendungen, Aktion Händler Kunde“

Oliver Klein, Menzerna Polishing Compounds

„Planung, Umsetzung, Freiheit in der Gestaltung, Top Team!“

Marcus Ortloff, Bootsacke Nord

„Die kompetente Betreuung mit Moderation! Danke an das gesamte Team!“

Thomas Thomassin, Proformic

„Gut organisiert. Gute Moderatoren. Gute Stimmung“

Leon Schulz, Bätssystem AB

„Alles gut organisiert, Moderation kann sich perfekt in den Vordergrund drängen.“

Martina Georgus, Daniel Georgus OHG





„Freundliche, professionelle Betreuung, gute Technik, kompetente Moderation.“

Kaj Wendt, Pantera Produkt GmbH

Perfekte Organisation, super Betreuung durch die professionellen Moderatoren und das superTeam!

Michael Fleiß, Fleiß Yachtzubehör

„Personal, Organisation.“

Christian Burmester, MFT



„Besucher, super Team und Moderation, super organisiert“

NautiCare

„Gute Moderation, freudliches Team“

Rudiger Gölz, Sika Deutschland GmbH

„Das freundliche Team“

Helge von der Linden, M. u. H v. d. Linden GmbH

„Die Möglichkeit das eigene Produkt zu präsentieren“

Caspar Dirk Jantzen, HK Yacht Beratung

„Kompetentes Team, Professionelle Betreuung.“

Guido Peisen, Gisatex

Interview mit Eva Böhm von Zeit.Raum

Folgebericht, Magazin der Handwerker



Hat sich das Konzept Zeit.Raum seit Ihrem Start verändert und wenn ja, wie und warum?

Ich würde nicht sagen, dass es sich verändert hat, ich denke man darf hier viel eher von „erweitert“ sprechen. Wir haben z.B. am Anfang gedacht, dass es sich bei unserer Arbeit ausschließlich um die Raumvermietung handeln wird, es zeigt sich aber, dass mehr und mehr auch Coachings von uns gefragt sind. Frau Schloemer und ich bieten Doppelcoachings an, d.h. zwei Coaches ein Klient. Durch diese ungewöhnliche Methode, werden in einer Stunde unglaubliche Ergebnisse erzielt. Auch gibt es viele Veranstaltungen die wir so gar nicht eingeplant hatten. Die Events, die in unseren Räumen stattfinden reichen von Hochzeit über Modenschau hin zur Produktschulung oder Teambildungen, da wird es einem ganz sicher nicht langweilig. Wir mögen beide die Abwechslung und die tägliche Arbeit mit vielen verschiedenen Menschen. Wir haben ja von Anfang an die Absicht gehabt, die Zielgruppe nicht zu sehr einzugrenzen, also können uns die Kunden mit immer neuen kreativen Ideen überraschen und gemeinsam gestalten wir etwas Neues. Das macht am meisten Spaß. Ich würde sagen unser Konzept verändert sich immer, dadurch ist es ja lebendig.

Inwiefern würden Sie von einem Erfolgsmodell sprechen?

Ja, ich denke tatsächlich, dass wir mit dem Zeit.Raum ein Erfolgsmodell kreiert haben.

Die meisten Menschen, die regelmäßig auf Schulungen und Vorträgen sind, schätzen unsere Atmosphäre sehr. Wir unterscheiden uns sehr von normalen Tagungshotels. Die Ruhe, die vielen Lounge -Bereiche und auch unser persönlicher Service unterstützen Begegnung und Austausch. Die Menschen können sich einmal außerhalb der alltäglichen Büroatmosphäre begegnen, das verändert viel im Team. Die Feedbacks der Kunden zeigen, dass dies sehr geschätzt wird und zum wieder kommen einlädt.

Wir bieten also eine Arbeitsumgebung die viel Gemütlichkeit und Zuhause Gefühl mitbringt, das scheint den Nerv der Zeit zu treffen.

Auch die Coachingräume werden mehr und mehr angenommen und von verschiedensten Coaches und Beratern genutzt. ...

Hier gehts zum ganzen Artikel!
www.der-handwerker-magazin.de/aktuelles/256-erfolgsmodell-in-schorndorf



Claudia Schimkowski, Expertin für Sichtbarkeit im Handwerk

Muss Pressearbeit im Handwerk wirklich sein?

Pressearbeit oft auch PR genannt ist ein weites Feld. Dabei fängt in einem Handwerksbetrieb die Pressearbeit bereits weit vor dem ersten Kontakt mit einem Journalisten, der Suche nach einem geeigneten Thema oder dann dem Versand einer Pressemitteilung an.

Nämlich mit der Grundlage: Den Texten auf der Webseite, dem Werbematerial, den Angeboten und dem Bild was ich nach außen hin darstelle. Erst wenn ich als Handwerker dieses Fundament für meinen Betrieb gelegt habe, macht es Sinn über Pressearbeit im herkömmlichen Sinn als wirkliche Kontaktaufnahme und Texten für die Presse nachzudenken.

Denn eine Pressearbeit ohne diese Grundlagen fällt wie ein Kartenhaus in sich zusammen, wenn der Journalist bei einer weitergehenden Recherche nicht auch das professionelle Bild von Ihnen und Ihrem Betrieb findet, was Sie mit eben dieser dieser „Pressearbeit“ aufgebaut haben.

Haben Sie also Ihre Hausaufgaben erledigt, entscheiden Sie sich für einen oder beide der folgenden Wege für Pressearbeit im Handwerk.

Weg 1 ist der gezielte Kontaktaufbau mit einem Journalisten bei einer für Sie wichtigen Fachzeitschrift. Über Telefonate, Gespräche bei Veranstaltungen ... erfahren Sie von den für ihn wichtigen Themen und liefern auf Anforderung oder nach dem Gespräch genau das, was er sucht. Das ist auf den ersten Blick relativ übersichtlich vom Zeitaufwand, jedoch auf den zweiten Blick sehr arbeitsintensiv, denn Sie müssen dem Journalisten ja wirklich etwas Neues mit Nachrichtenwert bieten können, doch eher langwierig.

Weg 2 ist der, sich einen entsprechenden Verteiler von vielen möglichen Medien aufzubauen und regelmäßig dort hinein interessante Presstexte einzuspeisen. Hier nutzen Sie die erstellten Texte außerdem auf jeden Fall für alle Ihnen zur Verfügung stehenden Kanäle mehrfach. Mehrfachnutzung von Texten stellen Sie diese Texte neben dem Presseversand außerdem noch auf Ihrer Internetseite, in Online-Presseportale und die von Ihnen genutzten sozialen Netzwerke ein. Weiterhin erstellen Sie damit wechselnde Email-Signaturen mit Verlinkung auf den entsprechenden PR-Text auf Ihrer Internetseite. Außerdem legen Sie diese Texte beispielsweise Angeboten bei, versenden sie als News an Kunden, Interessenten, Lieferanten und verknüpfe möglicherweise noch eine Werbeaktion damit, um nur einige der Möglichkeiten zur Mehrfachnutzung zu nennen.

Ja- oder nein zu PR?

Ein Handwerksbetrieb sollte auf jeden Fall Pressearbeit betreiben, denn die regelmäßige Denkarbeit, die einem Text oder auch der Kontaktaufnahme mit einem Journalisten vorausgehen, bringen Sie unternehmerisch auf die nächste Stufe: Das bedeutet, Sie arbeiten nicht mehr länger nur im, sondern auch am Unternehmen und damit strategisch. Diese Strategiearbeit macht den Vorsprung zum Wettbewerb im Handwerk aus und sichert Ihnen damit Umsatz und die Zukunft. Außerdem überarbeiten Sie Ihre Texte und Textbausteine aus Kundensicht. Sie nutzen also die PR-Arbeit gleichzeitig für sich und Ihr Image, um professioneller nach außen dazu stehen und damit in der Konsequenz neue Kunden oder gar bessere Kunden zu gewinnen. Gleichzeitig haben Sie die Chance auf die Veröffentlichung in einer Zeitung zu.

Das bedeutet, auch wenn ich momentan vielleicht sehr viel zu tun habe, stelle ich mit der Pressearbeit die Weichen auch für die Zukunft auf Erfolg. Oder ich justiere sie so, dass ich nur noch die besten, also die Rosinenaufträge für mich auswählen kann. Dazu gehört auch, dass ich regelmäßig mit Interessenten, Kontakten und Kunden Kontakt halte. Betreibe ich Pressearbeit und nutze, wie bereits beschrieben diese hierfür verfassten Texte doppelt, habe ich einen großen Teil der Kontaktkampagne bereits quasi im Vorbeigehen erledigt.

Den ganzen Artikel und weitere Tipps unter:
www.der-handwerker-magazin.de/



Buchtipp & Gewinnspiel



Wenn ich kein Thema für Pressearbeit habe: Warum nicht mal eine Kunstausstellung inszenieren, ein Jazzkonzert organisieren oder einen interessanten Kochevent unterstützen? Hier die Vernissage bei Steiner am Fluss in Plochingen: 15.2. **Farbe bekennen! Explosion der Energien und Farben**, von Claudia Schimkowski. Aus dem Programm: Ingrid Hack, Impulsvortrag, Heike Frank-Ostarhild, Laudatio, wirliebenmusik.de musikalisches Programm.

Kurz notiert

Wie die Farben des Chamäleons flexibel änderbar, ist jetzt das Nutzungsrechtemodell von marcapo nach dem pay per use-Prinzip flexibel einsetzbar.



Bisher konnten sich oft nur diejenigen Unternehmen ein Web-to-Publish System für ihr Handelsmarketing leisten, die über eine große Zahl an Absatzpartnern verfügen. Das neue Nutzungsrechtemodell von marcapo ist jetzt auch für „Kleine“ lukrativ.

Neu ist eine nutzerabhängige Variante, die eine monatliche Zahlungsweise, bei vollem Zugriff auf alle Module des Marketingportals vorsieht. Je nach Projektart und Anzahl der teilnehmenden Absatzpartner senkt sich hierdurch die Erstinvestition in ein marcapo Marketingportal um bis zu 70%.

www.marcapo.de

Buchtipp

Gewinnspiel

■ Unter allen Anfragen verlosen wir ein Buch-Exemplar



Stefan Dederichs
Kleine Klappe, großer Umsatz
Top-Verkäufer werden – auch ohne Akquisestart zu sein
Gebunden, 192 Seiten, D 19,90 €
ISBN 978-3-95645-316-8

Wie aus Durchschnittsverkäufern Umsatzmaximierer werden

Vertriebsratgeber gibt es wie Sand am Meer. Doch Stefan Dederichs ist der erste Autor, der zeigt, worauf es wirklich ankommt – die Abschlussquote zu toppen. Sein neuer Ratgeber „Kleine Klappe, großer Umsatz“ vermittelt, wie Verkäufer zu Kundenterminen kommen und dabei den maximalen Umsatz raus holen.

Termine Auszug 2015

- 04.03. **Chefsache Nachfolge: Die Zukunft sichern**, 19 Uhr in der Zehntscheuer. Gerhard Gieschen, BDS Zuffenhausen.
- 15.03. **„Fit for Gold“** - Aktivierungstraining - Bringen Sie Ihre Kunden in die Fankurve! C. Schimkowski, H. Frank-Ostarhild, DHA
- 25.03. **„Keine Angst vor'm Internet“** P. Leibelung, Th. Riegler, Bumke, DHA
- 13.03. Ammon Türen- und Möbeltage, **„König Kunde und dabei noch mehr verdienen.“** A. Frank, C. Schimkowski.de
- 11.4. **„Tag der Gelassenheit“** Ein Tag, an dem Sie mehr Ideen mit nach Hause nehmen als an den übrigen Tagen des Jahres. Kooperationsveranstaltung des BdS www.tag-der-gelassenheit.de/
- 14. 4, 14:00 - 16:30 Uhr **„Employer Branding - Vereinbarkeit von Beruf und Pflege - die Chance für Unternehmen“**, Landratsamt Göppingen, familyNET
- 21.04. **Hilfe mein Kunde ruft an!** C. Schimkowski, H. Frank-Ostarhild Bumke Hannover, DHA
- 25.04. **„Rhetorik“** C. Schimkowski Im Rahmen des Meisterkurses, Unternehmerverbands Metall Baden-Württemberg
- 07.05. **Preisverhandlungen für Handwerker** 9 - 16 Uhr A. Frank, C. Schimkowski, DHA, 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

Pressearbeit

- Erstellen Sie sich zu Beginn eines Jahres einen Plan mit 4 bis 6 möglichen Themen und Terminen.
- Tragen Sie diese Termine fest in den Kalender ein.
- Erstellen Sie sich einmal ein Textgerüst, mit dem Sie dann in Zukunft viel leichter einen Presstext erstellen.
- Holen Sie sich Unterstützung von einem Fachmann.



» Übung macht den Meister, wie im Handwerk so beim Schreiben! «

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"/> <i>Stefan Dederichs, Kleine Klappe, großer Umsatz. Top-Verkäufer werden – auch ohne Akquisestars zu sein.</i> Der nächste „der Handwerker“ erscheint im II Quartal 2015 zum Thema „Local Hero beim Kunden“. Senden Sie Ihre Themenvorschläge an die HW-Redaktion! | |

Datum

Firma

PLZ, Ort

E-Mail

Name

Adresse

Telefon

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, G. Gieschen

Redaktion, Konzeption, Umsetzung:
Claudia Schimkowski, Alexander Frank

Bildrechte: U1 © z10e - Fotolia.com, S. 6 unten © Marco2811 -
Fotolia.com, Nicole Liedl www.lena-lux.de