



der Handwerker

Das Magazin für Marketing & Werbung

02/2017 ISSN 2195-2078

www.der-handwerker-magazin.de



Neue Ideen für Handwerker-Sichtbarkeit

Gemeinsamer Auftritt trotz voller Auftragsbücher S. 3

A-Ha!ndwerk
Werbung + Marketing



Chefin im Handwerk - Ausstellung

Drei Abendveranstaltungen und ein voller Erfolg in Plochingen

Seite 2

Versorgung im Alter – Ruhestands-Mittel

Als Unternehmer im Ruhestand seinen Lebensstandard halten

Seite 4

Gemeinsam sind wir stärker!

Warum mehr bezahlen, wenn weniger auch geht?

Seite 6



aus dem Handwerk fürs Handwerk



Gemeinsam im Handwerk noch stärker auftreten für mehr...

Für den Nachwuchs im Handwerk, Facharbeiter oder Nachfolger muss allerhand getan werden. Eine gute Sichtbarkeit mit gemeinsamen Aktionen wie „Chefin im Handwerk“ bieten dafür eine ideale Plattform. Aber auch neue Konzepte wie das Wohnwerk in Esslingen oder Einkaufsgemeinschaften wie die KMU bieten ideale Voraussetzungen für mehr...

Mehr erreichen, mehr Engagement, mehr Zukunft, mehr Perspektive... – wenn sich jeder auf das konzentriert, was er am Besten kann, so ergibt sich auch unterm Strich deutlich mehr. Eine professionelle Einkäuferin garantiert nicht nur bei größeren Investitionen die besten Ergebnisse. Und damit es im Alter zumindest nicht weniger wird, sollte man sich gründlich mit dem Thema Finanzen auseinandersetzen. Wir finden, das ist wieder eine gelungene Mischung geworden für neue Ideen in Sichtbarkeit und Zusammenarbeit.

Lassen Sie sich ein auf die spannenden Themen in dieser Ausgabe des neuen Handwerkers

Ihre Claudia Schimkowski
für große und kleine Betriebe im
Handwerk

TITELTHEMA

„Chefin im Handwerk“ –

Drei Abendveranstaltungen und ein voller Erfolg



Eine erfolgreiche Veranstaltungsreihe mit dem BdS Plochingen, Herrn Bürgermeister Buss und engagierten Unternehmern.

Fachkräfte im Handwerk – ein Thema, das im Beratungs-Alltag mit den Handwerkerkunden immer häufiger ein Zentralesthema besetzt. Deshalb hat die A-Ha! Agentur fürs Handwerk GmbH den sozialen Fokus auf genau dieses Thema gelegt: Wie kann Nachwuchs im Handwerk und damit Fachkräfte nachhaltig, gefunden und gefördert werden. Im Rahmen des Engagements fürs Handwerk, holte die A-Ha! deshalb die Roadshow „Chefin im Handwerk“ an den Unternehmensstandort, nach Plochingen.

Neben der dreiwöchigen interaktiven und multimediale Ausstellung, die vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend initiierte multimediale Ausstellung konzipiert wurde. Gab es auch 3 spannende Themenabende

Zukunft – Arbeit wohin?, Ausbildung – Lebens und Karriereweg, Familie und Arbeit. Wie verändert sich unsere Zukunft der Selbstständigkeit. Finden wir Nachfolger, die so weitermachen oder müssen wir neue Wege gehen? In Kooperation mit dem BdS und der Stadt Plochingen entstand eine spannende

Claudia Schimkowski von der Agentur fürs Handwerk, die als Initiatorin die Roadshow „Chefin im Handwerk“ nach Plochingen geholt hatte, zeigte sich ebenfalls zufrieden mit dem Abend.

Weiterlesen unter:

<http://www.der-handwerker-magazin.de/newsreaderdetails/drei-abendveranstaltungen-und-ein-voller-erfolg.html>

Roadshow

Meine Zukunft: Chefin im Handwerk



Neue Ideen für professionelle Handwerker-Sichtbarkeit

Gemeinsamer Auftritt trotz voller Auftragsbücher – warum?



Woran unterscheidet sich heute im Handwerk der Erfolg? Denn meist sind die Auftragsbücher der Betriebe prall gefüllt und eher zu viel Arbeit vorhanden und gleichzeitig unterm Strich zu wenig in der Kasse. So müssen neue Ideen her für die richtigen, gewinnbringenden Aufträge im Handwerk. So eine neue Idee stellt auch das Wohnwerk Esslingen dar, hier präsentieren sich unterschiedlichste Gewerke auf einer gemeinsamen Verkaufsfläche von 1.250 Quadratmeter an verkehrsgünstiger Lage. Bettina Schwarz als Geschäftsführerin gibt im Interview mit dem Magazin der Handwerker spannende Einblicke, in diese wirksame Form der gemeinsamen Akquise und Sichtbarkeit.

Liebe Frau Schwarz, was ist der zentrale Vorteil für einen Handwerker, wenn er bei Ihnen mitmacht?

Die gemeinsame Ausstellung wurde seinerzeit 2013 von innovativen Handwerkern mit dem Blick in die Zukunft gegründet. Das Kompetenzzentrum zum Thema „Bauen, Wohnen und Modernisieren“ soll die Abstimmung unter den Handwerker durch kurze Wege vereinfachen. Der Interessent findet alle Experten gebündelt an einem Standort, unserer Ausstellung: das

Wohnwerk Esslingen. Die Kunden bestätigen vielfach, dass sie viel Zeit sparen, wenn sie zu uns ins Haus kommen und ihr Renovierungsvorhaben besprechen. Alle Beteiligten finden sich an einem Tisch zur Beratung oder gleich zur Bemusterung ein. Der Betrieb hat eine zentrale Ausstellung in Esslingen, die zuverlässig besetzt ist und er selbst hat durch die wechselnde Besetzung einen geringen Personaleinsatz. Er kann sich vor Ort um die Abwicklung kümmern.

Die regelmäßigen Veranstaltungen, Messepräsentationen sind werden aus einem gemeinsamen Budget bezahlt. Was muss der Handwerker einbringen, wenn er sich mit einer eigenen Fläche und seiner Leistung präsentieren will?

Wir verfolgen das Alleinstellungsprinzip, heißt: Jedes Gewerk/Fachbereich ist nur einmal vertreten, damit die Partner optimal von den Synergien profitieren. Neue Partner sind willkommen, wenn sie unsere Ausstellung ergänzen und bereichern und aus unserer Region sind. Auf Regionalität legen wir im Sinne unserer Kunden besonderen Wert. Aktuell suchen wir zum Beispiel einen Metallbau-Betrieb. Zur Vollständigkeit ist zu ergänzen, dass zu den regionalen Handwerksbetrieben auch Immobilien-Dienstleister und Einrichtungs-Experten

ihren wichtigen Platz in unserer Ausstellung ausfüllen. Wer zum Beispiel eine Küche aussucht, profitiert davon, dass die Elektro-Installation, die Fliesenarbeiten und die Malerarbeiten gleich gebündelt umgesetzt werden.

Woran erkennen Sie einen erfolgreichen Handwerker?

Handwerker sind Macher, Lösungs- und Zukunftsorientiert, da sie immer auf dem neusten technischen Stand sein müssen und klar in der Kommunikation, packen selbst an, sie haben keine Angst vor Herausforderungen und ihre Mitarbeiter arbeiten Qualitätsbewusst. Sie legen Wert auf einen fairen Umgang und das zahlt sich langfristig aus.

Wie ändert sich die Auftragslage des teilnehmenden Betriebs?

Das hängt stark von dem Betrieb selbst ab, seinen Kapazitäten, Zielen und dem Engagement. Engagement zahlt sich hier stark aus und eine klare Ausrichtung, welche Kunden/Aufträge gesucht werden, danach können wir die Vertriebsaktivitäten ausrichten.

Kann bei Ihnen jeder mitmachen? Welche Faktoren müssen erfüllt werden, wie kann man sich bewerben?

Wie schon gesagt, jedes Gewerk/Fachbereich ist nur einmal vertreten, neue Partner sollen unsere Ausstellung ergänzen und bereichern ...

Weiterlesen unter:

<http://www.der-handwerker-magazin.de/newsreaderdetails/neue-ideen-fuer-professionelle-handwerker-sichtbarkeit.html>

WohnWerk Esslingen GmbH
Kanalstr. 55, 73728 Esslingen
www.wohnwerk-esslingen.de

Versorgung im Alter – Ruhestands-Mittel

Bis vor wenigen Jahren gab es für Unternehmer eine Faustregel: Wenn man bei Erreichen der Altersgrenze den eigenen Betrieb gut verkauft, kann man sorglos leben. Das gilt heute nicht mehr: Wer als Unternehmer im Ruhestand seinen Lebensstandard halten will, muss vorher und auch danach kluge Entscheidungen treffen.

Die Deutschen werden immer älter - erfreulicherweise. Nach aktuellen Erhebungen erreichen hierzulande 76 Prozent der Männer und 84 Prozent der Frauen heute das stolze Alter von 85 Jahren; viele werden sogar noch deutlich älter. Hauptgrund sind der medizinisch-technische Fortschritt und die besseren Arbeitsbedingungen.

So weit, so gut. Allerdings birgt dieser Umstand für die zukünftigen Ruheständler eine Menge Zündstoff. Mit den zukünftig immer geringer werdenden Nettoversorgungsbezügen stehen die meisten berufstätigen Menschen schon heute vor großen Herausforderungen. Deshalb gilt es zum einen, das letzte Lebensdrittel finanziell sorgfältig zu planen; zum anderen sollten auch unvorhersehbare Eventualitäten abgesichert werden.

Bei selbständigen Unternehmern entsteht systembedingt oft eine große Versorgungslücke, weil bei diesem Personenkreis in der Regel keine Rentenversicherungs- und Altersvorsorgepflicht besteht. Zudem schätzen viele Unternehmer einen Verkaufspreis oder eine Pacht für ihr Unternehmen bei Veräußerung oder Weitergabe viel zu hoch ein. Damit geht die - wenn überhaupt vorhandene - Rechnung für den Kapitalbedarf im Ruhestand oft nicht auf.

Kapitalbedarf wird oft unterschätzt

Die heutige Generation sieht sich mit dem sogenannten „Langlebkeitsrisi-

ko“ konfrontiert: Eine steigende Lebenserwartung bedeutet nämlich, dass das Vermögen im Ruhestand länger reichen muss als früher. Betrug 1960 die durchschnittliche Rentendauer noch 9,9 Jahre, so waren es 2014 bereits 19,3 Jahre - Tendenz weiter steigend.

Ein langes Leben bei hoher Inflationsrate und steigenden Kosten für Gesundheit und Pflege erfordert also auch ein entsprechendes Kapital. Es ist eine große Herausforderung, seine Geldanlagen für die Zeit des Ruhestands im Spannungsfeld von Rendite, Sicherheit und Flexibilität ausgewogen zu strukturieren. Die richtige Mischung verschiedener Anlageformen ist für die verlässliche Versorgung im Ruhestand aber essentiell. Hier gilt: Je individueller und strukturierter die Planung der Altersvorsorge, desto besser die Versorgung im Alter.

Risiken absichern

Ein oft verdrängtes Risiko ist auch die Wahrscheinlichkeit, pflegebedürftig zu werden. Hier drohen immer größere Finanzierungslücken. Es steht außer Frage, dass bei Pflegebedürftigkeit auch zusätzliche finanzielle Mittel benötigt werden - sei es, um eine eigene, bedarfsgerechte Pflege sicherzustellen oder im Falle von zu pflegenden Angehörigen die fast immer entstehende Deckungslücke zu finanzieren.

Früh planen, um steuersparend zu vererben

Darüber hinaus muss jeder verantwortungsvolle Mensch auch die Möglichkeit berücksichtigen, dass er nicht steinalt wird. Deshalb sollte unbedingt regelmäßig überprüft werden, ob die Hinterbliebenen im Todesfall finanziell ausreichend versorgt sind. Solche Absicherungen sind mit geringem finanzi-

ellem Aufwand darstellbar; man muss nur rechtzeitig dran denken.

Falls Sie zu dem Personenkreis gehören, der finanziell unabhängig ist, ist das erfreulich. Aber auch dann müssen Sie sich Gedanken machen, wie sie mit ihrem nicht benötigten Vermögen während des Ruhestands umgehen. Denn unabhängig davon, wie groß die Vermögensbeträge sind, die man seinen Angehörigen voraussichtlich hinterlassen wird, ist es überaus wichtig, hierbei möglichst wenig Erbschafts- bzw. Schenkungsteuer anfallen zu lassen.

Hier kann man unter optimaler Ausnutzung der Schenkungssteuerfreibeträge und durch Nutzung versicherungsförmiger Lösungen den Nachkommen bereits zu Lebzeiten einen Teil des späteren Erbes zukommen lassen, ganz legal und ohne, dass das Finanzamt sich bedienen kann – das so genannte „Vererben mit warmer Hand“. Auch eine vorhandene Immobilie sollte bereits zu Lebzeiten übertragen werden, bevor diese im Pflegefall unter Umständen von den Sozialbehörden zwangsverwertet wird.

Probleme und Fehler bei der Ruhestandsplanung

Nicht sachkundige Berater behandeln die Themenkomplexe „Vorsorge“ und „Ruhestandsplanung“ häufig leider nur oberflächlich. Ohne professionelle und ganzheitliche Planung drohen aber fehlerhafte Annahmen oder Berechnungen. Das führt dann meist zu falschen Entscheidungen und zum Abschluss unpassender Vorsorgeprodukte - mit negativen Folgen für den Ruhestand.

Ein versierter Ruhestandsplaner macht sich zuerst einmal ein Bild von seinen Mandanten und hinterfragt persönliche Wünsche und Ziele. Dann ermittelt er alle Fakten über Höhe, Struktur und Absiche-

zung des Vermögens sowie bestehender Vorsorgeverträge. Diese Daten werden anschließend sorgfältig analysiert und ausgewertet. Im nächsten Schritt erfolgt dann eine Beratung mit entsprechenden Handlungsempfehlungen. Bei Selbstständigen und Firmeninhabern sollte man auch den Steuerberater in die Planung einbeziehen.

Es empfiehlt sich außerdem, einen Fachanwalt für Familien- oder Erbrecht mit der Überprüfung des eigenen Testaments zu beauftragen. Denn abgesehen davon, dass es nicht selten überhaupt kein Testament gibt, sind etwa 50 Prozent aller Testamente in Deutschland anfechtbar. Oft wurden sie inhaltlich falsch formuliert, haben Formfehler oder sind durch mittlerweile eingetretene Gesetzesänderungen oder persönliche Veränderungen überholt und somit nicht



Roger Reinshagen ist Finanzwirt (bbw) und Mitgründer sowie Geschäftsführer der Finanzmanufaktur GmbH in Ludwigsburg. Sein Spezialgebiet sind die private und betriebliche Altersvorsorge sowie die Ruhestandsplanung.

Astrid Frey ist Finanzwirtin (bbw) und als Expertin im Bereich biometrische Risiken sowie im Bereich privater Altersvorsorge und Ruhestandsplanung tätig. Sie ist ebenfalls Mitgründerin und Geschäftsführerin der Finanzmanufaktur GmbH in Ludwigsburg.

www.finanzmanufaktur.com

wirksam. Weitere Themen wie Patientenverfügung, Pflege- oder Vorsorgevollmacht müssen ebenfalls frühzeitig geregelt und bei Bedarf den veränderten Lebensumständen angepasst werden.

Wenn alle aufgeführten Punkte abgearbeitet sind, steht einem entspannten und sorglosen Ruhestand zumindest finanziell nichts mehr im Weg. Nur gestalten muss man ihn noch selbst. Aber das sollte einen Unternehmer nicht vor echte Probleme stellen.

Optimierung der Ressourcen liegt im Trend

Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen ...

...und schon gar nicht ins Büro. Denn das Fachgebiet des Meisters ist das Handwerk und nicht das Verhandeln. Aus diesem Grund arbeiten Handwerker lieber produktiv und unterschätzen (leider) häufig die administrative Seite wie z.B. den Einkauf.

Dieser ganze Bereich der Kommunikation und Verhandlung, dem gezielten Nachhaken muss jedoch abgedeckt werden, wenn Einkaufspreise optimiert werden sollen. (Auf gut schwäbisch: „Verhandla“)

Eine Preisverhandlung mit Lieferanten ist zu wichtig, als dass man sie an der Schleifmaschine, vom Handy aus im Auto, im Rohbau zwischen Tür und Angel oder an der Fräse führt. Aber wann bleibt Zeit dafür? Die Auftragsbücher sind voll, der Terminkalender auch.

Daraus ergibt sich ein hohes Einkaufsvolumen das es zu verhandeln lohnt! Doch wem machen solche Gespräche Spaß? Eher werden sie vermieden. Ein Teufelskreis: Die Belastung ist hoch, es bleibt zu wenig hängen aber verhandeln will/kann man nicht.

Hand aufs Herz! Wann haben Sie zuletzt Ihre Einkaufspreise neu verhandelt? Viele KMUs verhandeln nicht weil sie denken, sie hätten ein zu geringes Einkaufsvolumen, es fehlt die Verhandlungsgrundlage oder der Lieferant drückt schnell mal auf die Tränendrüse. Dann hat er es richtig gemacht, es kommt keine Preisreduzierung zustande.

Die Erfahrung zeigt, dass es gerade für mittelständische Handwerksunternehmen möglich ist, die Einkaufspreise angemessen zu verhandeln und den Gewinn



zu steigern ohne die Geschäftsbeziehungen zu gefährden. Ganz im Gegenteil, dann wird wieder auf Augenhöhe miteinander gearbeitet und die Zusammenarbeit wird auf einem guten partnerschaftlichen Niveau weitergeführt.

**Freie Einkäuferin
Andrea Brendle
www.andrea-brendle.de**

Gemeinsam sind wir STÄRKER!

Warum mehr bezahlen, wenn weniger auch geht?

Jeder Handwerksbetrieb weiß: Zeit ist Geld! Es ist selbstverständlich, dass man den größten Teil seiner Zeit für sein Kerngeschäft einsetzt und sich auf seine strategischen Güter oder Dienstleistungen konzentriert – seien es der Arbeitseinsatz beim Kunden oder die Beschaffung strategischer Produkte, wie zum Beispiel die Farbe für den Maler, die Rohre für den Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik oder die Fliesen für den Fliesenleger. Dabei ist allseits bekannt, dass derjenige, der große Volumen einkauft, bessere Preise bekommt. Doch was ist, wenn man keine großen Mengen von bestimmten Produkten benötigt?

Neben den strategischen Gütern benötigen Handwerksbetriebe auch Güter und Dienstleistungen, die nicht direkt in ihre Arbeit einfließen, deren Beschaffung aber dennoch unumgänglich ist. Beispiele für sogenannte nicht-strategische Güter und Dienstleistungen sind Kopierpapier und Drucker zum Erstellen von Rechnungen, Telefonverträge für die Erreichbarkeit der Kunden oder das



Fahrzeug, mit dem der Handwerker von einer Baustelle zur nächsten kommen kann. Aber mal ehrlich? Wie viel Zeit bleibt neben dem Hauptgeschäft noch, um Tarife für Tintenpatronen, Versandtaschen oder Stromtarife zu vergleichen? An dieser Stelle kommt die KMU Zentrale ins Spiel! Ganz nach dem Motto GEMEINSAM SIND WIR STÄRKER unterstützt die KMU Zentrale als Einkaufsgemeinschaft für kleine und mittelständische Familienunternehmen diese bei der Beschaffung nicht strategischer Güter und Dienstleistungen. Durch die Bündelung der Bedarfe ihrer Mitglieder und das Verhandeln von Rahmenabkommen bietet die KMU Zentrale ihren Mitgliedern Einsparungen von 10 bis 40% in insgesamt 6 Einkaufskategorien.

Céline Eheim, geschäftsführende Gesellschafterin der KMU Zentrale GmbH, kennt die Herausforderungen kleiner und mittelständischer Betriebe. „Bei unseren Treffen mit Mitgliedern oder zukünftigen Mitgliedern höre ich folgenden Satz sehr oft: ‚Seit über einem Jahr möchte ich meinen Stromanbieter wechseln, da ich weiß, dass es günstigere Angebote auf dem Markt gibt. Bisher musste ich es aber immer vor mir herschieben, weil ich einfach keine Zeit dafür aufbringen konnte.‘“. Ein Handwerksbetrieb hat daher über eine Mitgliedschaft bei der KMU Zentrale nicht nur die Möglichkeit vergünstigte Tarife für Arbeits- und Schutzkleidung, Bürobedarf, Fahrzeuge, Telekommunikation, Strom oder weitere Produkte und

Dienstleistungen zu erhalten, sondern kann durch dadurch auch Zeit sparen. „Da ich als kleiner Handwerksbetrieb nicht zu den Großabnehmern zähle, bekam ich in der Vergangenheit keine großen Nachlässe. Durch das Angebot der KMU Zentrale wurde meine Stromrechnung um 11% günstiger. Bei meinem neuen Lieferwagen erhielt ich einen Nachlass von 34%, ohne dass ich Preise vergleichen oder handeln musste, was natürlich auch einen zeitlichen Vorteil mit sich brachte.“, berichtet Michael Müller*, Inhaber eines Handwerksbetriebs mit 8 Mitarbeitern in der Region Stuttgart.

Im Vorfeld einer Mitgliedschaft analysiert die KMU Zentrale alle Rechnungen der nicht-strategischen Güter und Dienstleistungen und zeigt dem Betrieb durch Vergleichsrechnungen oder Vergleichsangeboten das Einsparpotenzial auf. Darüber hinaus können Mitarbeiter der Mitgliedsunternehmen von KMU Zentrale von dem neuen Programm MA+ Vorteile für Mitarbeiter profitieren.

**Name von der Redaktion geändert*

Sie sind interessiert? Dann nehmen Sie Kontakt auf.

Timo Glasbrenner
 Business Developer
 +49 711 22 00 79 87
timo.glasbrenner@kmuzentrale.de
www.kmuzentrale.de



Buchtipp & Gewinnspiel



Alexander Frank und Claudia Schimkowski (A-Ha! Agentur fürs Handwerk GmbH), Dr. Nicole Hofmeister-Kraut (Ministerin für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau), Gewinnerin des Lea Mittelstandspreises Katja Hofmann und Kim Hofmann (KMU)

Kurz notiert

LEA Mittelstandspreis AHA ist sozial engagiert

Gleich doppelt groß war die Freude bei der festlichen Veranstaltung anlässlich des elften Lea Mittelstandspreises im Neuen Schloss Stuttgart im weißen Saal. Nicht nur erhielt unsere A-Ha! Agentur fürs Handwerk GmbH das Siegel „sozial engagiert 2017“, unsere langjährige Kooperationspartnerin Katja Hofmann von KMU gewann in der Kategorie 1-20 Mitarbeiter die begehrte Trophäe!

Gleich zwei Mal freuten wir uns bei der festlichen Veranstaltung anlässlich des

elften Lea Mittelstandspreises im Neuen Schloss Stuttgart im weißen Saal. Nicht nur erhielt die Plochinger A-Ha! Agentur fürs Handwerk GmbH mit den Geschäftsführern Alexander Frank und Claudia Schimkowski das Siegel „sozial engagiert 2017“, auch deren langjährige Kooperationspartnerin Katja Hofmann von KMU Filderstadt gewann in der Kategorie 1-20 Mitarbeiter die begehrte Trophäe!

Claudia Schimkowski und Katja Hofmann sind beide seit 2014 im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie als eine von rund 120 ausgezeichneten Vorbild-Unternehmerinnen für starke Frauen in der Wirtschaft unterwegs.

Gewinnspiel

■ Unter allen Anfragen verlosen wir das untenstehende Buch



Marketing 1 x 1 für Handwerker: Fünf Erfolgsfaktoren für eine gewinnbringende Außenwirkung; Claudia Schimkowski, 148 Seiten, EUR 119,80, Holzmann Medien; ISBN 978-3778307397

Die Gewinner unserer Zeit sind Unternehmen, die ihren Fokus auf dem wirtschaftlichen Erfolg haben, die jedoch auch verantwortungsbewusst und authentisch handeln. Es geht nicht mehr um Entweder-oder nur beides zusammen funktioniert: unternehmerischer Erfolg mit sozialer Verantwortung.

Termine Auszug 2017/2018

- 13.11. **Preisverhandlung bei Handwerkerforum**, Kreissparkasse Bad Neustadt an der Saale, G. Gieschen
- 14.11. **Business Talk on Tour**, Frauen Unternehmen, Tübingen
- 18.11. **Preisverhandlung bei Bundesinnung Gerüstbau**, Karlsruhe Claudia Schimkowski
- 25.11. **Drehbuch Zukunft -Stärken aktivieren – Veränderung gestalten**, IHK Karlsruhe
- 02.12. Webinar „**Auslandscheck – Fit für internationale Märkte?**“ Handwerk International
- 07.12. **Business Talk on Tour**, Frauen Unternehmen, Böblingen
- 16.12. **Tag der offenen Tür**, Bodenmanufaktur Mertger in Leonberg mit
- 20.01.–28.01.2018 **boot – Die größte Wassersportmesse der Welt**
- 25.01. **Preisverhandlung im Handwerk**, C. Schimkowski, A. Frank
- 02.05. + 25.04.2018 **Marketing, Rhetorik, Personal, Kunden** - Vorkurs I + II, Unternehmerverband Metall Baden-Württemberg

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

■ Gemeinsam sind wir STÄRKER!

- Wer große Volumen einkauft, bekommt bessere Preise!
- Viele Kleine, ergeben ein Großes.
- Zeit ist Geld! Warum nicht jemanden einsetzen, der Ihnen Zeit und Geld spart?



» Viele Betriebe wissen gar nicht, dass Sie täglich viel Geld verschenken! «

Timo Glasbrenner, Mitarbeiter
KMU Zentrale GmbH, Stuttgart

Infofax unter 0 71 53 - 55 99 15



Ich interessiere mich für

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ideen fürs Handwerk | <input type="checkbox"/> Vorsprung für meinen Betrieb |
| <input type="checkbox"/> Werbung im Handwerk | <input type="checkbox"/> Kundenmagazin/-zeitschrift im Handwerk |
| <input type="checkbox"/> Mitgliedschaft bei KMU | |
| <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 Marketing 1 x 1 für Handwerker: Fünf Erfolgsfaktoren für eine gewinnbringende Außenwirkung; Claudia Schimkowsk ISBN 978-3778307397 | |

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 © industrieblick - Fotolia.com,
Nicole Liedl www.lena-lux.de