

■ z-nachrichten

Auf ein Neues bitte!

So wie die Zukunfts-Initiative ihre drei Themenbereiche Außenwirtschaft, Demografischer Wandel und Marketing insgesamt bearbeiten und damit Synergien freilegen soll, so sind ab sofort auch die vier Themen der Veranstaltungsreihe „Z-Impuls“ übergreifend angelegt. Die neue „Runde“ der Impulse beginnt am 9. Februar. Bis Ende Juni sind fast 30 Termine geplant, mit denen das Projekt an die gute Resonanz der Info-Veranstaltungen im zweiten Halbjahr 2009 anknüpfen will. Zu den Neuerungen zählt auch, dass viele zusätzliche Veranstaltungsorte ausgewählt wurden, um näher an den „Kunden“ zu sein. So wird es „Z-Impulse“ unter anderem in Gelsenkirchen, Dortmund, Arnsberg, Aachen, Lemgo, Goch, Bochum und Lüdenscheid geben. Unverändert beibehalten wird der von den „Z-Impuls“-Teilnehmern sehr geschätzte Mix aus einem einleitenden Vortrag etwas theoretischerer Natur und aus Berichten von Unternehmern aus ihrer betrieblichen Praxis. Den Auftakt machen am 9. Februar zwei Veranstaltungen zu den Themen Kundengewinnung und Alleinstellungsmerkmale. Bei der Handwerkskammer Düsseldorf wird es heißen „Heute für Kunden von morgen sorgen“. Stammkunden sind eine gute Basis für jeden Handwerksbetrieb. Doch ihr Bestand nimmt ab, auch wenn Sie sie optimal bedienen. Daher muss sich jeder Unternehmer die Fragen stellen: Wer sind meine Kunden von morgen? Wo finde ich sie? Wie spreche ich sie an? Und wie kann ich sie zu Stammkunden machen? Antworten erhalten Sie bei uns. Der „Z-Impuls“ in Gelsenkirchen widmet sich, am gleichen Tag, den für jeden Betrieb als Erfolgsfaktor überaus bedeutenden Alleinstellungsmerkmalen. Es geht darum, „die Giraffe unter den Zebras“ zu sein. Sei es durch besondere Produkte oder Dienstleistungen, durch eine zukunftsorientierte Förderung der Mitarbeiter oder bei einem Engagement auf Auslandsmärkten – wichtig ist gegenüber Kunden und solchen, die es werden sollen, ein unverwechselbares Gesicht zu zeigen. Nur so können Sie heute wie auch morgen im Wettbewerb bestehen.

Als weitere Themen für die „Z-Impuls“-Reihe wurden die langfristige Personalplanung sowie Kooperationen festgelegt. Sie werden erstmals am 25. Februar in Köln beziehungsweise am 13. April in Gelsenkirchen behandelt.

Damit Sie auch auf längere Sicht planen können, werden Sie die komplette Übersicht im Terminkalender unter www.zih-nrw.de und www.lgh.de finden. Dort können Sie sich dann auch für die einzelnen Veranstaltungen anmelden. Zudem werden wir in einem Flyer das „Z-Impuls“-Programm zusammenstellen. Sie können ihn mit einer Mail an popp@lgh.de bestellen. Der Besuch der „Z-Impulse“ ist weiterhin kostenfrei.

Der Nächste bitte!

Ein neues Instrument, um mit Unternehmen in Kontakt zu kommen, setzt einer der Berater innerhalb der Zukunfts-Initiative ab sofort ein: Andreas Gerdau bietet in der Handwerkskammer Köln eine regelmäßige „Sprechstunde Marketing“ an. Themenoffen sollen Wünsche und Probleme angesprochen und besprochen werden können, die mit dem Marktauftritt der Firmen zu tun haben. Zu seiner ersten Sprechstunde bittet Gerdau am 19. Januar. Im Februar bietet er dann den 4. und den 23. als Termine an. Jeweils zwischen 14 und 18 Uhr können Unternehmer von ihm Tipps bekommen. Eine kurze Voranmeldung wäre dem Berater recht, um die Zeitplanung für beide Seiten zu optimieren (Tel.: 0221/ 20 22-309, gerdau@hwk-koeln.de).

Ja, wo laufen Sie denn?!

Die ersten Anmeldungen sind eingegangen, doch es sind noch ausreichend Startplätze „zu haben“. Am 2. Mai soll schließlich eine starke „Handwerks-Fraktion“ beim Staffelwettbewerb im Rahmen des Düsseldorfer Marathonlaufs teilnehmen und ein Zeichen für diesen ebenso aktiven wie fiten Wirtschaftsbereich setzen. Bis zu vier Läufer/-innen teilen sich bei unserer Aktion „Z-Fit“ die 42,195-Kilometer-Distanz und das volle Marathon-Feeling. Sie verschaffen sich damit ein Gemeinschaftserlebnis der besonderen Art – und können gleichzeitig für ihr Unternehmen werben. Sportliches Engagement stärkt nun

einmal den Teamgeist, Fitness fördert die Leistungsfähigkeit, und beides zusammen sind ein dickes Plus für das Image der Betriebe bei Kunden und Auftraggebern.

Die „Zukunfts-Initiative“ übernimmt die Organisation von der Anmeldung bis zur Auswertung der Ergebnisse. Es ist sogar eine eigene Ehrung für die Teilnehmer an „Z-Fit“ geplant. Zudem wird die Anmeldegebühr für jede Handwerks-Staffel von 119 Euro auf 60 Euro reduziert. Selbst wer keine eigene Staffel „auf die Beine bringt“, kann sich an die LGH wenden (E-Mail: leisurs@lgh.de): Wir stellen aus Einzelmeldungen gerne Staffeln zusammen und bringen Sie dann in Kontakt zueinander.

■ marketing

Homepage-Gestaltung als „Renner“

Voll ins Schwarze getroffen haben die beiden Projektpartner Baugewerbliche Verbände und Bildungszentren des Baugewerbes (BZB) mit ihrem Angebot an Workshops zur Erstellung von Webseiten: Der erste Termin Anfang Dezember war innerhalb weniger Stunden ausgebucht und auch die drei weiteren Termine im Januar und Anfang Februar sind schon „dicht“, zumal die Zahl der Plätze im Medienraum der BZB begrenzt ist. Und darauf, dass in den Workshops tatsächlich praktisch an Homepages und Internetauftritten gearbeitet wird, legen die Initiatoren viel Wert: Ein Experte des Softwareanbieters Data Becker erläuterte ein Programm, mit dem Webseiten ohne Programmierkenntnisse erstellt, attraktiv gestaltet, mit eigenen Inhalten gefüllt und aktuell gehalten werden können. Worauf man bei der Planung der Website zu achten hat, erläuterte er anhand einer von der Zukunfts-Initiative erstellten Checkliste. Darin geht es vor allem um Fragen zum Inhalt, zur Technik, Navigation und Typografie, zum Design, zu Bildern, zur Bedienung und zu Marketingaspekten. Der Tipp des Experten: Eine Unternehmens-Website sollte klar, eindeutig und verständlich sein. Der Nutzer müsse innerhalb von 20 Sekunden die Informationen finden, die er sucht. Andernfalls verlasse er den Auftritt. Mit dem Referenten erarbeiteten die Workshop-Teilnehmer anschließend Inhalte für ihren eigenen Web-Auftritt.

■ außenwirtschaft

Tipps zum Arbeiten beim Nachbarn

Denken Handwerksunternehmer aus Nordrhein-Westfalen und Umgebung an außenwirtschaftliche Geschäftskontak-

te, kommen ihnen in erster Linie die Niederlande in den Sinn. In der Tat ist unser westlicher Nachbar unser wichtigster Außenhandelspartner, und das Handwerk hat einen wachsenden Anteil an diesen Im- und Exporten. Allerdings müssen bei Arbeiten in den Niederlanden von den Betrieben und ihren Mitarbeitern trotz aller Erleichterungen noch immer einige Formalitäten und Besonderheiten beachtet werden. Das beginnt bei der – allerdings freiwilligen – Genehmigung des Aufenthaltes im Land, dem „bewijs van rechtmatig verblijf“, und geht über die Zulassungen für Elektro-, Gas- und Wasserinstallateure bis hin zu den von unseren Instanzenwegen doch abweichenden Verfahren bei Streitigkeiten vor Gericht. In einem Ländermerkblatt „Arbeiten in den Niederlanden“ hat die Zukunfts-Initiative Tipps für Handwerksunternehmer zusammengestellt, die beim Nachbarn aktiv werden wollen. Die kostenlose Broschüre ist unter der Bestellnummer L 23 bei der LGH zu beziehen (Tel.: 0211/ 30 10 8-364, E-Mail: witte-martinez@lgh.de).

Chancen auf der TurkeyBuild

Bau- und Ausbaubetriebe, die ihre Chancen in der Türkei ausloten und dort Aufträge akquirieren möchten, können sich Anfang Mai im Rahmen eines NRW-Firmengemeinschaftsstandes auf der Baumesse TurkeyBuild in Istanbul zu günstigen Konditionen präsentieren. Zusätzlich können sie kostenfrei an einer Kooperationsbörse teilnehmen. Das von NRW.International angebotene Programm umfasst unter anderem einen schlüsselfertigen Messestand inklusive der Standtechnik, firmenübergreifende Werbemaßnahmen und Unterstützung bei der Logistik. Zudem steht ein fachlich qualifizierter Landesinformant als Standleiter zur Verfügung sowie ein zentraler Dolmetscherdienst bereit. Anmeldungen sind bis 15. Januar möglich. Nähere Auskünfte gibt Bernd Krey, Außenwirtschaftsberater der Handwerkskammer Köln, Tel.: 0221/ 20 22-347, E-Mail: krey_hwk_koeln@yahoo.de. Im vergangenen Jahr verzeichnete die TurkeyBuild immerhin 770 Aussteller und mehr als 100.000 Besucher.

■ demografischer wandel

„Landkarte“ zeigt Demografie-Projekte

Zahlreiche Initiativen, Netzwerke, Studien und Projekte beschäftigen sich inzwischen mit den Folgen des demografischen Wandels in der Wirtschaft. Um über diese Vielfalt einen Überblick zu geben, hat der Westdeutsche

Handwerkskammertag (WHKT) im Rahmen seines Projektes „Fit für 2025 – Herausforderungen des demografischen Wandels meistern“ eine „Projektlandkarte“ erstellt. Sie ist als Download-PDF unter www.handwerk-nrw.de/fit-fuer-2025 verfügbar. Das Dokument führt bundesweit wirtschaftsbezogene Projekte, Initiativen etc. zum Thema mit einer Kurzbeschreibung sowie den wichtigen Eckdaten auf.

Die Initiative „Fit für 2025“ soll Handwerksbetriebe für die mit dem Demografischen Wandel einhergehenden Chancen und Risiken sensibilisieren. Sie wurde vom WHKT und der Hochschule Niederrhein ins Leben gerufen und wird unterstützt durch das Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration Nordrhein-Westfalen.

ZDH lädt zu Demografie-Kongress

Den Auswirkungen des Demografischen Wandels auf das Handwerk will ein Kongress nachgehen, zu dem der Zentralverband des deutschen Handwerks für den 25. Januar nach Berlin einlädt. Anhand vieler praktischer Beispiele soll erläutert werden, welche Änderungen auf der Mitarbeiter- und der Kundenseite auf die Betriebe zukommen und wie mögliche Antworten darauf aussehen könnten. Unter anderem geht es um die Themen Nachfolge im Betrieb und an seiner Spitze, „Planen, Bauen und Wohnen in der älter werdenden Gesellschaft“, „Das Handwerk im ländlichen Raum“, um Kooperationen und Netzwerke sowie um Technologien für das Wohnen der Zukunft. Die Teilnahme an der um 10 Uhr beginnenden Tagung ist kostenlos. Details erfahren Sie bei Nikolaus Teves, Handwerkskammer Mannheim, Tel.: 0621/ 18 002-158, E-Mail: teves@hwk-mannheim.de.

■ beraterporträt

Sensibilisieren und flankieren

Die Bandbreite der Länder, in denen Handwerksunternehmen aus NRW aktiv sind, habe erheblich zugenommen. Insofern sei auch seine Arbeit vielfältiger geworden, zieht Martin Hellmich eine Zwischenbilanz seiner Unterstützungsleistungen für die Betriebe in Sachen Außenwirtschaft. Der Berater ist seit 2000 in entsprechenden Projekten bei der Handwerkskammer Münster aktiv. Der



Bogen spannt sich dabei von einem Projekt mit dem wohlklingenden Namen „Nathan“ bis jetzt zur Zukunfts-Initiative. Seine Hauptaufgabe sieht Hellmich unverändert darin, den Unternehmen interessante Märkte jenseits der Grenzen vorzustellen, sie für die Chancen dort zu sensibilisieren und dann ihre Aktivitäten zu flankieren.

Für diese Arbeit ist der Berater bestens gerüstet: Er stammt aus einer Handwerkerfamilie, hat mit dem Schwerpunkt Außenhandel Betriebswirtschaft studiert und anschließend im Auslandsvertrieb von Industriefirmen gearbeitet. Schon in seiner Examensarbeit hatte Hellmich ganz intensiv die Theorie mit der Praxis verknüpft: Er untersuchte und begleitete einen großen Exportauftrag seines elterlichen Sonderfahrzeugbaubetriebs nach Japan. Zehn Verkaufsfahrzeuge sollten zur Weltausstellung nach Osaka geliefert werden. „Unterm Strich hat von der Anbahnung des Geschäfts bis zur Verschiffung der Container alles geklappt, aber Manches wäre mit mehr Vorbereitung und Informationen problemloser gelaufen“, fasst Hellmich seine damalige Analyse zusammen – und muss schmunzeln, weil er das Gleiche auch heute noch oft über Auslandsaktivitäten des Handwerks sagen könnte. Es komme nämlich weiterhin immer wieder vor, dass mit der Arbeit begonnen oder Ware geliefert und erst dann die Frage gestellt wird, wie das Ganze zum Beispiel in rechtlicher oder finanzieller Hinsicht „wasserdicht“ abgewickelt werden soll. „Ich habe aber viel Verständnis dafür, denn ich weiß aus dem Alltag meiner Eltern und jetzt meines Bruders, was Chefs und Chefinnen um die Ohren haben.“

Vom Prinzip her sieht Hellmich für das Handwerk gute Chancen im Ausland. Es genieße hohes Ansehen, stehe für Qualität, Termintreue, Flexibilität und ein fortschrittliches technisches Niveau. Da rücke der Preis oft in den Hintergrund, zumal auf vielen Märkten die hohe Produktivität die Nachteile bei den Lohnkosten wettmache. „Von allein“ würden Auslandsaktivitäten dennoch nicht „laufen“.

Das gilt allerdings ebenso für die Informations- und Unterstützungsangebote der Projekte. Immer wieder einmal komme es vor, dass beispielsweise lange vorbereitete Markterkundungsreisen mangels aktuellen Interesses ausfallen. Unabhängig davon sei jedoch das nordrhein-westfälische Handwerk deutlich aufgeschlossener als noch vor Jahren, Geld auch jenseits der Grenzen zu verdienen.

Die Außenwirtschaft bestimmt also das berufliche Leben von Martin Hellmich. Daneben gibt es natürlich noch andere wichtige Dinge für ihn: An seinem Studienort Kiel fand er nicht nur den Außenhandelschwerpunkt reizvoll, sondern

auch das Segelrevier „vor der Haustüre“. Damals betrieb er diesen Sport leistungsmäßig, heute ist er sein Hobby. Und nach mehreren Jahren Auslandsvertrieb für einen Großproduzenten der Glasindustrie und einem kurzen „Intermezzo“ bei einem Veredler von Verpackungsfolien schob er eine Elternzeit ein, bevor er dann bei der HWK Münster begann. „Ich habe mich sehr gerne um unsere damals kleinen Kinder gekümmert, während meine Frau ihr Referendariat als Lehrerin absolviert hat. Ich kenne das Management eines Familienbetriebs also auch aus dieser Warte.“

Wenn Sie Informationen oder eine Beratung von Martin Hellmich haben wollen, erreichen Sie ihn in der HWK-Außenstelle in Gelsenkirchen, Vom-Stein-Straße 34, 45894 Gelsenkirchen-Buer, Tel.: 0209/ 3 80 77-31, Fax: 0209/ 3 80 77-99, E-Mail: martin.hellmich@hwk-muenster.de.

■ literaturtipp

Mit wagemutigen Ideen und kreativen Strategien einen Markt tiefgreifend verändern und für sich erobern – das ist für den amerikanischen Professor und Unternehmensberater Bernd H. Schmitt Denken und Handeln im XXL-Format. Er setzt es als Kontrapunkt gegen den seiner Meinung nach ansonsten in der Wirtschaft üblichen Kleinmut und das Klammern an althergebrachte Handlungsmuster. Als Vergleich bezieht Schmitt sich immer wieder auf das Trojanische Pferd, mit dem Odysseus die gleiche Armee überlistete, die der Feldherr Agamemnon zuvor mehr als zehn Jahre lang erfolglos belagert hatte. Statt damit fortzufahren, hatte Odysseus sich „einfach nur“ gefragt, was die Trojaner wohl lieben, und seinen Trick darauf ausgerichtet.

Um nicht weiter in XS, sondern in XXL zu denken und zu agieren, braucht man eine Strategie und eine funktionierende Idee, man muss „heilige Kühe schlachten“ und sich mit außergewöhnlichen Menschen austauschen. Mut, Leidenschaft und Beharrlichkeit bezeichnet Schmitt als wesentliche Merkmale von XXL.

Der Professor bewegt sich und denkt allerdings nicht in mittelständischen Kategorien, sondern holt seine Beispiele aus internationalen Konzernen. Dennoch kann auch ein Handwerksunternehmer durchaus Anregungen aus dem Buch ziehen und damit seinen eigenen Weg finden und



festigen. Das Einbeziehen von Kunden und Mitarbeitern etwa wäre hier zu nennen.

Ärgerlich sind nicht nur eine Reihe von Schreibfehlern, sondern dass die deutsche Auflage aus dem April 2009 immer noch Passagen enthält, die schon damals überholt waren. Unter anderem wird erwähnt, die Ölreserven Dubais würden wohl 2010 erschöpft sein, und eine recht lange Erläuterung des Projekts eines 100-Dollar-Laptops für die ärmsten Kinder der Welt ist auf dem Stand Mitte 2006.

Bernd W. Schmitt: Denken Sie endlich XXL, redline Verlag, 2009, ISBN 978-3-86881-024-0, 24,90 Euro.

Der Verdacht wächst mit jedem Literaturhinweis und wird endlich auf Seite 188 bestätigt: Im Kern besteht „Marketing 2020“ aus einem Manuskript von 2007 und wurde jetzt „recycelt“. Zwei Jahre sind in der Trendforschung eine lange Zeit. Demnach muss man als Leser darauf vertrauen, dass Oliver Dziemba und Eike Wenzel, beides Mitarbeiter des Zukunftsinstituts von Matthias Horx, ihren Text vor dem Druck kritisch durchgesehen haben. Ihre These ist, dass Klassen und Schichten ihre Bedeutung immer mehr verlieren, das Leben und die Einstellungen sich stattdessen immer weiter individualisieren und „verschachteln“. Ständige Übergangssituationen und (Auf) Brüche treten an die Stelle von gradlinigen Lebensläufen. Darauf hat Marketing sich einzustellen: „Es macht einen Unterschied, ob man mit einer sich aufopfernden Mutter aus den 1950er Jahren kommuniziert oder die Bedürfnisse einer alleinerziehenden Karrierefrau und Mutter zum Ausgangspunkt seiner Überlegungen macht.“

Dziemba und Wenzel beschreiben elf Lebensstile, die „Konsumavantgarde der nächsten zehn bis 15 Jahre“: Bei der Jugend die CommuniTeens, die Inbetweens, die Young Globalists und die Latte-Macchiato-Familien, beim „Mittelalter“ die Super-Daddys und Tiger-Ladys, die VIB- und die Netzwerk-Familien sowie in der „neuen Alten-Generation“ die Silverpreneure, die Greyhoppers und die Super-Grannys. Die größte Gruppe werden ihrer Meinung nach die Silverpreneure, also diejenigen, die auch im dritten Lebensabschnitt noch beruflich-unternehmerisch aktiv sind. Den größten Zuwachs hätten dagegen die Young Globalists, die gebildeten und rastlosen Weltbürger. Auf



solche Vorreiter und ihre Konsum-Wünsche müsse man sich mit einem „prognostischen Marktverstehen“ vorbereiten, um geschäftlichen Erfolg zu haben. Feste „Zielgruppen“ sind out, rasche Reaktionen und individuelle Lösungen künftig das Normale.

Oliver Dziemba, Eike Wenzel: Marketing 2020 – Die elf neuen Zielgruppen – wie sie leben, was sie kaufen, Campus Verlag, 2009, ISBN 978-3-593-38826-7, 39,90 Euro

■ z-termine

6. bis 7. Januar, Rhetorik und Gesprächsführung, 2-Tages-Seminar der Handwerkskammer Südwestfalen mit Video-Training zu Verkaufsgesprächen, Gebühr: 150 Euro, Information: Marion Ziegler, Tel.: 02931/ 877-304

12. Januar, Umsatzsteuer bei grenzüberschreitenden Dienstleistungen – Die Änderungen aufgrund des EU-Mehrwertsteuerpaketes, HWK Düsseldorf, Marie-Theres Lühje, Tel.: 0208/ 82 055-58

12. bis 16. Januar, Deubau – Leitmesse für Hochbau, Ausbau und Tiefbau, Essen

18. Januar, Halbtagesseminar „Botschafter im Blaumann – Azubis als Visitenkarte des Betriebs“, HWK Südwestfalen, Information: Marion Ziegler, Tel.: 02931/ 877-304

Das Projekt »Zukunfts-Initiative Handwerk Nordrhein-Westfalen« wird gefördert durch

Ziel2.NRW
Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung

Ministerium für Wirtschaft,
Mittelstand und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung