

■ z-nachrichten

In Workshops jetzt aktiv werden

Zugegeben: Die sommerlichen Hochs lenken die Gedanken eher in Richtung Schwimmbad und Eissalon. Aber vielleicht können Sie oder Mitarbeiter von Ihnen ja doch die Zeit, in der viele Auftraggeber in Urlaub sind und es daher etwas ruhiger zugeht, dazu nutzen, sich fortzubilden und sich Impulse zu holen. Unter der viel versprechenden Überschrift „Zielgenau in Ihre Zukunft!“ bieten wir Ihnen auch im August eine Reihe von Seminaren und Workshops in den Themenbereichen Marketing und Demografischer Wandel an. Dort können Sie tiefer in einzelne Materien einsteigen und selbst aktiv werden, was die Ergebnisse anbelangt. Einen ersten Überblick bekommen Sie in der Terminübersicht auf S. 4 dieses „Z-Info“. Die Details einschließlich der genauen Veranstaltungsorte und zumeist eines Anmeldeformulars können Sie unter „Termine“ auf unserer Internetseite www.zih-nrw.de einsehen. Diese Auflistung wird laufend aktualisiert und ergänzt. Sollten Sie also jetzt noch nichts Passendes finden, lohnt es sich auf jeden Fall, in Kürze noch einmal nachzusehen.

Friedensdienst auch zur Weiterbildung

Haben Sie eine/n junge/n Gesellin/en oder einen Auszubildenden im zweiten oder dritten Lehrjahr, der bzw. die sozial engagiert ist und Interesse an einem Entwicklungsprojekt haben könnte? Dann weisen Sie ihn auf das neue Weiterbildungsangebot „Junge Handwerker in der Entwicklungszusammenarbeit“ hin. Es handelt sich dabei um mindestens dreiwöchige Auslandspraktika in Afrika, Asien oder Südamerika, bei denen die jungen Handwerker in einem „konkreten Friedensdienst“ ihr Wissen und ihre Fähigkeiten einsetzen. Die neuen Erfahrungen können anschließend durchaus auch dem Betrieb zugute kommen, wie es häufig bei Auslandsaufenthalten von Mitarbeitern der Fall ist. Einsatzorte können beispielsweise ein Bauprojekt südafrikanischer Pfadfinder oder der Bau von Schulen im Hochland von Guatemala sein. Man kann sich aber auch selbst ein Projekt suchen. Nach zwei Wochenenden zur Einführung in die Aufgabe können die ersten Praktika be-

reits zwischen September und Dezember abgeleistet werden. Die Entwicklungsorganisation InWent gibt einen Zuschuss von 980 Euro. Detaillierte Informationen finden Sie unter www.lets-go-azubi.de in der Rubrik „Azubis und Friedensdienst“. Zudem stehen die Mobilitätsberater der Handwerkskammern für Auskünfte zur Verfügung.

■ demografischer wandel

Gesundes Team, qualifizierter Nachwuchs

Die Leistungsfähigkeit und Motivation der Mitarbeiter beeinflussen entscheidend die Wettbewerbsfähigkeit von Dachdeckerbetrieben. Das betrifft sowohl die Stammmannschaft als auch neu hinzukommende Lehrlinge. Daher hat der Dachdecker-Verband Nordrhein einen Workshop zu diesem Thema mit der Überschrift „Gesunde Mitarbeiter, qualifizierter Nachwuchs – Ihr Schlüssel zum Erfolg“ versehen. Er wird erstmals am 16. September in Düsseldorf stattfinden. Zu den Hintergründen gehört auch, dass Fehlzeiten wegen Krankheit einen erheblichen Kostenfaktor darstellen. Zudem wird durch die demografischen Veränderungen die Nachwuchsgewinnung schwieriger und der Druck auf die Betriebe wächst, ältere Mitarbeiter länger zu beschäftigen. Um Dachdecker möglichst bis zum Rentenalter im Beruf zu halten, muss deren Leistungsfähigkeit erhalten werden. Der Krankenstand kann mit Hilfe von betrieblicher Gesundheitsförderung minimiert und der Ausstieg der Mitarbeiter kann geplant und gestaltet werden. In dem Workshop erarbeiten Sie Maßnahmen der Gesundheitsförderung, die Sie in Ihrem Betrieb integrieren können. Außerdem erfahren Sie, wie Sie Ihren Mitarbeitern betriebliche Altersvorsorge anbieten können, wie Sie systematisch den Austausch von Wissen organisieren und wie Sie Nachwuchs für Ihren Betrieb gewinnen. Anmeldungen nimmt beim Dachdecker-Verband Nordrhein Thomas G. Schmitz entgegen (Tel.: 0211/ 9 14 29-27, E-Mail: thomas.schmitz@dachdecker-verband-nr.de).

■ marketing

Fünf Schritte zum Messeerfolg

Messen sind dazu da, Markt zu machen. Sie können dort Ihren Kundenkreis erweitern, Kontakte knüpfen und Ihre Netzwerke ausbauen, Sie können sich aber auch ein Bild von Ihren Mitbewerbern machen. All dies klappt am besten, wenn Sie ein gutes Messekonzept haben und Ihren Auftritt intensiv vor- und nachbereiten. Wie das geht, zeigt die Handwerkskammer Düsseldorf in einer Veranstaltungsreihe, die am 2. September im Handwerkszentrum Ruhr in Oberhausen (Mülheimer Straße 6) beginnt. Sie heißt „Wie Ihr Messeauftritt zum Erfolgsschlager wird“ und behandelt jeweils vierstündig die folgenden Themen: Die Wahl der richtigen Messe (Ziele, Partner, Sponsoren, Strategie; am 2. September), Die richtige Messenvorbereitung (Messehandbuch, Vorbereitung der Mitarbeiter; 7. September), Die richtige Messeorganisation (Ausstattung und Standort des Messestands, Auswahl der Mitarbeiter, Versicherungen, Pressearbeit; 14. September), Erfolge messbar machen (Kontakt- und Fragebögen, Auswertung der Messegespräche; 21. September) sowie Vorträge vorbereiten und halten (Gelungene Vorträge zur Kundenakquise; 30. September). Mehr Details zu den Workshops erhalten Sie bei Evelin Denkhäus im Handwerkszentrum Ruhr unter Tel.: 0208/8 20 55-60, E-Mail: e.denkhaus@uzh.hwk-duesseldorf.de .

Internet im Zentrum des Interesses

Der Internetauftritt steht im Moment offensichtlich ganz vorne bei den Marketingüberlegungen im Handwerk. So lässt sich zumindest die starke Resonanz auf Veranstaltungsangebote der Zukunfts-Initiative zur Erstellung von Webseiten oder zum Beispiel zur Suchmaschinenoptimierung interpretieren. Auch in den kommenden Wochen wird es dazu Workshops und Seminare geben. Informieren Sie sich bitte laufend im Terminkalender unter www.zih-nrw.de . Für die Zwischenzeit und für eine erste Einschätzung der Webseitengestaltung reicht aber der kleine Fragenkatalog des vom Bund geförderten Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr und sein Online-Ratgeber, der eigens auf kleine und mittlere Unternehmen ausgerichtet ist (unter <http://ratgeber.website-award.net>). Bei den Fragen geht es um gestalterisch-inhaltliche Kriterien, um technische Aspekte (Suchmaschinenoptimierung, Kontaktmöglichkeiten), um organisatorische Fragen (Zuständigkeit für das Internet, Aktualisierung der Seiten) und um das Thema Recht (Impressum, Urheberrechte). Die anschließende

Standortbestimmung ist mit Handlungsempfehlungen verbunden. Zudem kann man unter der genannten Webadresse den Online-Ratgeber mit ausführlicheren Hinweisen bestellen.

■ thema des monats

Mund-zu-Mund-Propaganda, aber digital

Mehr als zwei Drittel der Bevölkerung nutzen inzwischen das Internet. Statt den Fernseher einzuschalten wird am Feierabend der PC hochgefahren, E-Mails werden gecheckt und in sozialen Netzwerken wie Facebook, Schüler-/Studi-/Mein-VZ usw. nachgesehen, was es Neues gibt. Immer mehr Freundschaften werden online über „Soziale Netzwerke“ gepflegt. Facebook ist das größte soziale Netzwerk der Welt. Deswegen stellen wir Ihnen im aktuellen „Thema des Monats“ unter www.zih-nrw.de seine Möglichkeiten und Risiken vor. Denn auch Unternehmen können über diesen Weg mit Auftraggebern, Zulieferern, anderen Betrieben und besonders mit (potenziellen) Kunden in Kontakt treten und bleiben. Lesen Sie im „Thema des Monats August“ nach, wie das geht.

■ beraterporträt

Nachwuchs und Sicherheit als „Eingangstür“

„Es ist sehr gut, superwichtig und passt absolut in die Landschaft in unserer Branche!“ Thomas G. Schmitz kann seine Begeisterung kaum bremsen, wenn er auf das Projekt Zukunfts-Initiative zu sprechen kommt. Für den Dachdecker-Verband Nordrhein unterstützt und berät er seit gut einem Jahr Betriebe im Themenbereich Demografischer Wandel. Seine Einschätzung der „Landschaft“ ist umso fundierter, als Schmitz zu der überschaubaren Gruppe innerhalb des ZIH-Teams gehört, die aktive Erfahrungen im Handwerk gemacht hat.

Nach dem Abitur hatte der gebürtige Düsseldorfer nämlich eine stark verkürzte Dachdeckerlehre absolviert. Danach kamen ein Jurastudium und das 1. Staatsexamen, Gesellenzeit und Meisterprüfung und schließlich das zweite Staatsexamen. Die zwei beruflichen Standbeine würden auf sein damaliges „Sicherheitsdenken“ hinweisen: Er habe sich die Option offen halten wollen, den elterlichen Betrieb zu übernehmen, meint Schmitz. Die Juristerei „siegte“ dann



aber doch, wobei allerdings der erste Job bei der Staatsanwaltschaft die Erwartungen überhaupt nicht erfüllte. Thomas Schmitz bewarb sich daraufhin beim Zentralverband des Dachdeckerhandwerks und wurde dort unter anderem mit der Öffentlichkeitsarbeit betraut.

2001 wechselte er zum nordrheinischen Verband und wurde dort 2004 Geschäftsführer. Seit dem Beitritt des Verbands zu den Baugewerblichen Verbänden widmet Schmitz sich auch der Projektarbeit, zunächst im Rahmen der Personalmanagement-Initiative, nun in der Zukunfts-Initiative.

Seiner bisherigen Erfahrung nach erschließen sich die vielfältigen Inhalte des Themenbereichs Demografischer Wandel den Unternehmern nicht „von alleine“. Als sehr geeignete „Eingangstüren“ hätten sich jedoch die Stichworte Nachwuchssicherung sowie Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz erwiesen. Einerseits brenne das Problem, geeignete Auszubildende zu bekommen, den Betrieben sehr auf den Nägeln, andererseits „rechnen sich Anstrengungen in Sachen Sicherheit und Gesundheit ziemlich direkt. Es lohnt sich also, hier aktiver zu werden“. Mit einem eigenen Workshop-Konzept (siehe Meldung „Gesundes Team, qualifizierter Nachwuchs“) und mit dem Angebot der CASA-Bauen-Selbstbewertung will Schmitz hier Akzente setzen. Bei CASA-Bauen werden bei der innerbetrieblichen Organisation, den Abläufen auf der Baustelle und bei der Qualifizierung der Mitarbeiter die Stärken und Schwächen aufgezeigt und Verbesserungsprozesse angestoßen. Ziel ist eine qualitativ hochwertige, sichere, wirtschaftliche und zugleich umweltschonende Bauweise.

Das Dachdeckerhandwerk habe sich in den zurückliegenden Jahren stark gewandelt. „Denken Sie nur an die energetische Sanierung von Gebäuden, an die regenerativen Energien, an die Entwässerung oder an die Dachbegrünung. Das stellt deutlich höhere Anforderungen an die Unternehmen und die Beschäftigten.“ Dies umso mehr, als gerade die energetische Sanierung im Moment durch die Konjunkturpakete bei der öffentlichen Hand und durch die Förderung für Privatleute und Wohnungsbaugesellschaften sehr boome.

Doch ist dieser „Wandel“ vor allem bei den jungen Leuten noch längst nicht angekommen, beklagt sich Thomas Schmitz. „Wir tun uns schon seit längerem schwer, gute Lehrlinge zu bekommen. Aber dieses Problem wird immer größer. Das hat inzwischen auch die Gewerkschaft erkannt und wir wollen es gemeinsam angehen.“ Im Rahmen der Zukunfts-Initiative solle die Außendarstellung der Unternehmen auch gegenüber jungen Leuten verbessert werden und sie sollen Werkzeuge in die Hand bekommen, wie sie qualifizierten Nachwuchs finden und binden. „Binden“ ist

dann auch das Stichwort mit Blick auf die aktuellen Mitarbeiter: „Wenn nur wenige junge Leute nachkommen, müssen wir die Älteren länger im Betrieb halten. Das bedeutet, dass dort Vorsorge betrieben werden muss, um die körperlich immer noch schwere Arbeit auch jenseits der 40 oder sogar 50 leisten zu können. Technisch und organisatorisch ist das machbar. Es ist zugleich aus Marketinggesichtspunkten sehr wichtig: Viele unserer Kunden sind ja als Hausbesitzer auch mindestens in diesem Alter. Die finden es gut, wenn sie mit einem Dachdecker zu tun haben, der ungefähr aus dem gleichen Jahrgang stammt.“

Wenn Sie als Dachdeckerunternehmer Kontakt zu Thomas G. Schmitz haben wollen – hier sind die dafür nötigen Angaben: Die Adresse des Verbands lautet Graf-Recke-Straße 43, 40239 Düsseldorf, Tel.: 0211/ 9 14 29-27, Fax: 0211/ 9 14 29-31. Die E-Mail-Adresse lautet thomas.schmitz@dachdecker-verband-nr.de.

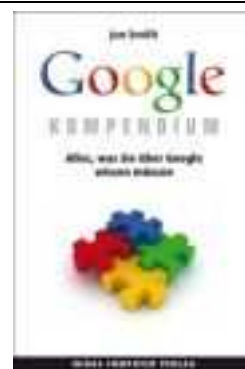
■ literaturtipp

Ein eigener Internetauftritt wird auch für kleine und mittelständische Unternehmen immer wichtiger. Auf eine Präsenz im Netz kann heute kaum ein Betrieb mehr verzichten. Schnell und unkompliziert lassen sich dort die eigenen Produkte und Leistungen darstellen, neue Kunden gewinnen und Informationen verbreiten. Allerdings: Die beste Website nutzt nicht viel, wenn sie bei Google nicht – möglichst weit vorne – aufgelistet wird, also dort nicht schnell sichtbar ist.

Google ist die am häufigsten verwendete Suchmaschine. In Deutschland nutzen sie knapp 90 Prozent der Internetsurfer. Spricht man also von Suchmaschinenoptimierung, spricht man synonym über das google-freundliche Gestalten der eigenen Website.

Jon Smith liefert in seinem „Google Kompendium“ Tipps, wie dies am besten zu erreichen ist. Das Buch richtet sich an alle Unternehmer, die mehr Besucher anlocken und die eigene Webseite in die vorderen Google-Ränge bringen wollen – ganz ohne dafür teure Profis engagieren zu müssen. Der Autor beschreibt mit einfachen Worten, wie Sie Suchmaschinenoptimierung selbstständig durchführen können. Dass dies Zeiteinsatz und vor allem eine kontinuierliche Arbeit an der eigenen Webpräsenz bedeutet, macht Smith jedoch ebenfalls deutlich.

In 52 prägnanten Kapiteln präsentiert der Autor die wichtigsten Tipps und Tricks zum Thema Suchmaschinenopti-



mierung – leicht verständlich und praxisorientiert. Keywords clever einsetzen, den Erfolg der eigenen Website messen, nützliche Tools anwenden - Smith liefert dafür konkrete Beispiele und direkt umsetzbare Strategien, um die Präsenz im Netz zu erhöhen. Seine eindeutige Zusage dabei: „Wenden Sie alle 52 Tipps an, dann finden deutlich mehr Leute Ihre Website und kaufen mehr Ihrer Produkte.“ Wenn das mal kein Versprechen ist ...

Jon Smith: Das Google Kompendium – Alles, was Sie über Google wissen müssen, Midas Computer Verlag, 2010, ISBN 978-3-907020-81-4, 19,80 Euro

■ z-termine

2. August, Workshop „Arbeit und Gesundheit“, HWK Münster und Fachverband des Tischlerhandwerks NRW, Dortmund. E-Mail: ina.steinfurth@hwk-muenster.de, Tel.: 0209/ 38 077 - 44

11. August, Workshop „Direktmarketing“, HWK Köln, Köln. Tel.: 0221/ 20 22-309

NRW, Dortmund. Tel.: 0203/ 91 20 10-40, E-Mail: klein.nrw@tischler.de

17. August, Sprechstunde Marketing, HWK Köln, Köln. Tel.: 0221/ 20 22-309

1. September, Workshop „Mitarbeitertraining – Der glänzende Auftritt beim Kunden“, Fachverband des Tischlerhandwerks und HWK Dortmund, Dortmund. Tel.: 0203/ 91 20 10-40, E-Mail: klein.nrw@tischler.de

2. September, Seminar „Beratungsplus durch Fördermittel – Altersgerecht Umbauen“, HWK Düsseldorf, Oberhausen. E-Mail: e.denkhaus@uzh.hwk-duesseldorf.de, Tel.: 0208/ 8 20 55-60

6. und 7. September, Demografie-Kongress „Best Age“ u.a. mit den Themen „Demografiefestes Personalmanagement“ und „Wohnen im Alter“, Berlin. Tagungsgebühr 360 Euro für zwei Tage, 200 Euro für einen Tag. <http://www.best-age-conference.com>

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