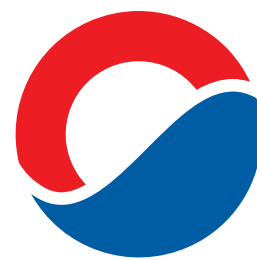


EINBLICK



Das Magazin der LSH - Leistungsgemeinschaft SANITÄR-HEIZUNG

Ausgabe 2/2016

Money Talk

Über Geld spricht man nicht,
Geld hat man - hieß es früher 04

Gebündelter Kooperationsgeist

MITTELSTANDSVERBUND
vertritt die Interessen
mittelständischer Handwerker 08

Wir machen Jobsharing mit den Fachhandwerkern!

Jeder macht das, was er
am besten kann 10



INHALT

Titelthema

MONEY TALK HEISST DAS ANGESAGTE
NEUE VERANSTALTUNGSFORMAT 04

Über Geld spricht man nicht, Geld hat man – hieß es früher

„Gebündelter Kooperationsgeist“ 08

**MITTELSTANDSVERBUND vertritt die Interessen
mittelständischer Handwerker**

„Wir machen Jobsharing mit
den Fachhandwerkern!“ 10

Jeder macht das, was er am besten kann

„Je eingespielter das Team, desto
besser für den Endkunden!“ 12

**Ute Wolf-Borreh setzt auf Zusammenarbeit von
Ausstellungsberater und Fachhandwerker**

UP-DATE-2016 – 15
IM NOVEMBER IN HANNOVER

**Die Konferenz für erfolgreiche Web-Projekte.
Wir sind als Sponsor dabei!**

„Nutzen Sie Chancen von Social Media
für Ihren Vertrieb und Service wirklich aus?“ 16

Profi-Tipps von der Social Media-Expertin

„Alles brennt“ 18

Mach's noch einmal, Johannes!

ABGEFAHREN: 19

Neuer Partner CarFleet24 bietet digitale Neuwagen-Beschaffung

HALLO, HALLO 19

Neuer Telefon-Partner ist Vodafone

Impressum

Herausgeber:

LSH-Leistungsgemeinschaft
SANITÄR-HEIZUNG GmbH
Am Boksberg 5
31157 Sarstedt
Tel: +49(0) 5066 90 19 - 0
E-Mail: info@lsh.de
www.lsh.de

Redaktion:

Innoreal
Kommunikationsagentur GmbH

Texte:

Gudrun Jay-Böhl,
Katharina Sylvester-Thyran, n,
Manuel Dürer,
Ralf Thyran n
(V.i.S.d.P.)

Satz & Gestaltung:

Innoreal
Kommunikationsagentur GmbH

Fotos:

Andreas Böhl,
Katharina Sylvester-Thyran n,
Sina Wunderblume,
Ralf Thyran n,
Terzo Algeri,
Henning Schacht



Schuster, bleib bei deinen Leisten!

LSH-Mitglieder können sich auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren

Liebe Leserinnen und Leser,

Handwerk hat nach wie vor goldenen Boden – aber wohin mit dem Geld? Und was ist, wenn es doch mal nicht so rund läuft? Oder ein wichtiger Kunde ausfällt? Wie spreche ich mit meinem Banker auf Augenhöhe? Wir von der LSH haben das Thema Geld in den Mittelpunkt einer Veranstaltung gestellt: „Money Talk“. Hier im Heft finden Sie das Wichtigste für Ihre Finanzen zusammengefasst.

Überhaupt geht es dieses Mal um Dienstleistungen rund um Ihre Mitgliedschaft. Denn wir sind der Meinung: Warum sollten Sie Ihre wertvolle Zeit für etwas ver(sch)wenden, wenn es dafür Profit gibt? Das gilt nicht nur für das liebe Geld. Holen Sie sich auch Expertenrat rund um komplexe, technische Beratung. Die WTB WIEDEMANN Technik- und Beratungsgesellschaft mbH unterstützt mittlerweile an die 100 Handwerksbetriebe. Was genau dahinter steckt, verrät uns WTB Geschäftsführer Thomas Heiser.

Ute Wolf-Borreh ist die Chefin aller WIEDEMANN-Ausstellungen. In diesem Einblick bringt sie auf den Punkt, wo und wie die Ausstellungen Ihre Arbeit bei der Kundenberatung leichter machen können: Wir sprachen mit ihr über bad-comfort. Denn: Gemeinsam sind wir stärker!

Freuen Sie sich auf spannende und unterhaltsame Beiträge – ideale Pausenlektüre im hektischen Herbstgeschäft!

Ihr Ralf Thyran

„Moment mal“

Wer ist eigentlich Thermondo? Und ist der kritische Blick der Branche gerechtfertigt? Unser Geschäftsführer vergleicht innovative Online-Geschäftsmodelle mit der Bundesliga.

Okay, Thermondo ist sicher kein klassischer Handwerksbetrieb. Aber wer sagt heute noch, was ein klassischer Handwerker ist? Mehr noch: Ist der klassische Handwerker noch zukunftsfähig? Und auf der anderen Seite: Wer von uns möchte nicht mit einer guten Idee erfolgreich sein?

Darum kann Digitalisierung „auch“ im Handwerk eine gute Idee sein, die für die Wertschöpfungskette des eigenen Unternehmens auf Dauer vorteilhaft ist. Man sollte allerdings den (finanziellen) Rahmen sorgfältig abstecken. Bei manchen Online-Portalen geht es um enorme Investitionssummen im zweistelligen Millionenbereich. Wachstum kann für große Player eine mögliche Strategie sein – die Risiken sollte man nicht aus den Augen verlieren. Sicherlich ist Thermondo und Co nichts für ein einzelnes LSH-Mitglied. Aber das Konzept mit dem leichten Online-Bestellen und modularen Angeboten sollte man einfach mal im Auge behalten ...

Ich ziehe einmal einen Vergleich zur Bundesliga. Red Bull (Rasenball) Leipzig marschiert durch in Liga Eins. Ermöglicht durch die Brause-Millionen von Dietrich „Didi“ Mateschitz, einem Mäzen, Visionär und erfolgreichen Unternehmer. Er hat es geschafft, die richtigen Akteure, z.B. Ralf Rangnick, um sich zu scharen. Und die sogenannten Traditionsvereine und ihre Fans laufen Sturm ...

Ich bin der Meinung: Wir brauchen aber Visionen. Wir brauchen Ideen und Menschen, die es ermöglichen, diese Visionen zu verwirklichen. Das bloße Festhalten an Traditionen hat bisher in den wenigsten Fällen ausgereicht, um auf Dauer erfolgreich zu sein.

Die Frage ist doch eher, was nehme ich aus solchen Entwicklungen für mich und mein Unternehmen mit? Übertragen auf unsere Branche: Was ziehe ich aus den Entwicklungen am Markt? Mein Tipp: Neutrale Haltung annehmen und beobachten –w diese „Komforthaltung“ dürfen sich Handwerker aber maximal so lange gönnen, wie die Auftragsbücher noch auf absehbare Zeit voll sind.

Denn die Digitalisierung geht weiter ... ob mit oder ohne uns. Prozesse und lästige Routinen lassen sich dank IT-Technologien bequem steuern. Wird jetzt der Blick frei aufs Wesentliche, oder fällt was Wichtiges weg? Ruhe bewahren. Und genau hinsehen – das ist aus meiner Sicht momentan die Devise.



MONEY TALK HEISST DAS ANGESAGTE NEUE VERANSTALTUNGSFORMAT

Über Geld spricht man nicht, Geld hat man – hieß es früher.

Ralf Thyraff befand: Diese Zeiten sind vorbei. Viele LSH-Mitglieder suchen nach Wegen, souverän und strukturiert mit Geld umzugehen. Darum hat er dieses Format entwickelt: **Der Money Talk.**

Premierenveranstaltung am 14. April in der stylischen Badausstellung von WIEDEMANN.

An die zwanzig Fachhandwerker waren dabei. Drei kurzweilige Vorträge rund ums Thema Geld, die Gelegenheit zum kollegialen Austausch und ein leckeres Catering trugen zur gelungenen Veranstaltung bei!

Ralf Thyraff eröffnete den Money Talk: „So, in der Form, haben wir noch nie über Geld gesprochen. Diese Veranstaltung werde ich in den Regionen wiederholen,“ war er von Beginn an überzeugt. Er bekam Recht. Nach mehr als vier Stunden Veranstaltung, gut proportioniert mit Pausen zum Networking und Plausch mit den Geld-Experten der unterschiedlichsten Couleur, fuhren die Fachhandwerker abends durch viel Wissen bereichert wieder heim.

Drei Dienstleister präsentierten Know-how und Angebot Geballte Männerpower zu Beginn mit drei Herren von der R+V Versicherung. Sie klärten u.a. auf, wie man unkompliziert an einen Kredit kommt – und hatten ein spe-

zielles Angebot exklusiv für Fachhandwerker in der LSH mitgebracht. Auch Bürgschaften und Forderungsausfall-Deckungen bieten die genossenschaftlichen Banker: Zum Teil einzigartige Produkte und nur für LSH-Mitglieder.

Ann-Christine Holze von BankVerstand ist unabhängige Mittelstandsberaterin für Finanzierungen. Sie sprach über Vertrauen und falsche Erwartungen im Umgang mit der Bank. Ihre Praxiserfahrungen waren gefragt: Ihr Mann führt einen Handwerksbetrieb; sie selbst war 15 Jahre lang Firmenkundenberaterin einer Bank. „Am liebsten gehe ich direkt mit ins Bankgespräch“, meinte sie.

Die WirtschaftsHaus AG ist der Marktführer für Pflegeimmobilien als Kapitalanlage. Und weil man ja als Handwerker eher selten ein ganzes Pflegeheim kauft, bietet das WirtschaftsHaus den Investoren real geteilte Pflegeappartements – „Rendite zum Anfassen“. Vertriebsleiter Karsten Fengler und sein Mitarbeiter Nils Nebel stellten das Erfolgsmodell vor.

Und wie wurde die Sache rund? Nelli Kurz-Pletsch, Eventspezialistin und der „gute Geist“ der LSH sorgte für einen angenehmen Rahmen der hochwertigen Veranstaltung. Bis zum nächsten Money Talk!

„Schnell und schlank einen Kredit bekommen“

Hans-Georg Krause von R+V kommt mit seinem Angebot ins Spiel, wenn woanders die Grenzen erreicht sind. Er ist bundesweiter „Verbundgruppenmanager für das Ausbauhandwerk“. Mit zwei Mitarbeitern war er beim Money Talk dabei. Wir sprachen mit ihm über die Besonderheiten des R+V Angebots für LSH-Mitglieder.

Einblick: Herr Krause, was ist anders bei der R+V?

Hans-Georg Krause (HGK): Es geht um Zwischenfinanzierungen. Wenn ein Handwerker zum Beispiel einen großen Auftrag bekommen hat und 20.000 Euro für Betriebsmittel vorfinanzieren muss. Da kann der Gang zur Hausbank wegen eines Kredits zu lange dauern. Speziell für LSH-Mitglieder haben wir uns etwas Besonderes einfallen lassen: Eine Kombination aus Kreditzusage und Vorsorge über eine Rentenversicherung. Die zusätzliche Liquidität erhöht übrigens die Attraktivität auch gegenüber dem Großhandel. Man wird anders wahrgenommen.

Einblick: Wie funktioniert dieses Angebot mit dem Kredit und der Rente?

HGK: Der LSH-Handwerker braucht nur wenige Schritte zum Kredit. Bis 20.000 Euro ist es ganz unkompliziert. Das Geld kann danach innerhalb von drei Tagen auf dem Konto sein. Erster Schritt: eine positive Wirtschaftsauskunft, die sogenannte Schufa-Abfrage. Zweitens schließt der Fachhandwerker eine Rentenversicherung ab, in die er monatlich mindestens 100 Euro einzahlt. Das dritte ist eine Bürgschaft zur Absicherung des Kredits.

Einblick: Was hat die R+V noch in petto für die Fachhandwerker?

HGK: Wir sind ja dem genossenschaftlichen Gedanken verbunden und kümmern uns darum speziell um das Ausbauhandwerk. Darum bieten wir daneben auch Bürgschaften. Dann braucht der Handwerker nicht auf seine Bank zurückzugreifen. Auch hier benötigen wir nur wenige Kennzahlen aus dem Betrieb. Abhängig vom Bonitätsindex ergeben sich dann daraus die Konditionen. Über 8.000 neue Kunden nutzen dieses Angebot jährlich!

Einblick: Was ist mit Forderungsausfalldeckungen, das ist doch auch ein Thema, oder?

HGK: Ja, genau. Denn wieviel mehr Umsatz muss ich als Handwerker machen, wenn ein Kunde plötzlich nicht zahlen kann? Insolvenzen rühren zu 78 % aus Forderungsausfällen oder verschleppter Zahlung (67 %). Das Besondere am Angebot der R+V ist, dass wir bereits nach zwei Monaten nach Rechnungsfälligkeit einen Versicherungsfall haben, uns also drum kümmern. Bei bestrittenen Forderungen gibt es ein vorgeschaltetes Vermittlungsverfahren. Externe Fachleute prüfen in unserem Auftrag die Sachlage. Ein Alleinstellungsmerkmal ist auch der enthaltene Rechtsschutz bei nicht erfolgreichen Vermittlungen. Hier übernehmen wir je nach Einzelfall Kosten für unsere Versicherten.

Einblick: Gutes Stichwort – Kosten. Was kostet die Forderungsausfalldeckung?

HGK: Diese Absicherung ist umsatzabhängig und bis zu 40 % rückzahlbar, wenn kein Versicherungsfall eintritt. Erstmal ist der Gesamtumsatz versichert, aber man kann auch bestimmte Kunden ausschließen, die wohl nicht insolvent werden, wie den Staat. So senkt man die Beitragssumme – bei einem typischen Betrieb liegt sie jährlich zwischen 2.000 bis 3.000 Euro.



Volles Haus beim Money Talk am 14.04.2016 in der bad-comfort Ausstellung in Hannover.



Ann-Christine Holze (rechts) von Bank-Verstand im Gespräch mit Einblick-Redakteurin Gudrun Jay-Bössl: "Ich kenne den Fachjargon der Banken und kann übersetzen."

„Die Zeit kommt zu kurz!“

Ann-Christine Holze von BankVerstand bietet unabhängige Beratung rund um Geld, Anlagen und Finanzierungen

Chefinnen oder Chefs eines Fachhandwerkbetriebs sind oft vieles in einer Person. Fachkraft. Führungskraft. Ausbilder. Marketing-Mensch. Kundenbetreuer. Lagerverwalter. Seelentröster.

Da bleibt der systematische Blick auf die Finanzen inklusive Zukunftsplanung oft auf der Strecke. Die unabhängige Beraterin Ann-Christine Holze kümmert sich als Honorarberaterin um Mittelständler und ihre finanziellen Belange. Die erfahrene ex-Bankerin kommt aus der Praxis: Ihr Mann führt einen Handwerksbetrieb.

Einblick: Frau Holze, was ist die größte Not der Fachhandwerker?

Ann-Christine Holze (AH): Der einzelne Fachhandwerker kann die vielen Themen, die als Unternehmer auf ihn einprasseln, nur am Rand beherrschen. Er ist zwar Spezialist in seiner Materie, aber nicht rund um Finanzen und Geldanlagen. Zudem schüren die Banken diese Unsicherheit der „kleinen“ Firmenkunden: Sie bauen systematisch die Nähe zum Firmenkunden-Berater ab, wegen Compliance, der Rechtslage rund um Basel III und aufgrund von Bank-internen Umstrukturierungen. Damit geht Vertrauen flöten. Bankgeschäfte gehen heute nicht mehr mit Handschlag. Der einzelne Fachhandwerker kriegt das zu spüren und traut sich manchmal nicht oder nicht rechtzeitig, mit seinem Bedarf zur Bank zu gehen.

Einblick: Was raten Sie den Fachhandwerkern?

AH: Wer etwas von seiner Bank möchte, sollte einen Rollenwechsel vollziehen: Was braucht der Berater, um mein Anliegen umsetzen zu können, zum Beispiel einen Kredit zu bewilligen? Braucht die Bank Unterlagen, bitte nicht ignorieren, sondern ausfüllen und hinsenden. Manchmal ist es viel harmloser als vielleicht gedacht.

Oder mal proaktiv eine Firmenbesichtigung vorschlagen. Dann sieht der Banker, um was für einen Betrieb es geht und bekommt ein viel besseres Gespür für seinen Kunden. So ein Banker kann sich ja nicht in allen Branchen gleich gut auskennen. Machen Sie ihm sein Leben leichter, dann funktioniert es auch besser in der Kommunikation.

Ich mache Mittelstandsberatung für Finanzierungen, das ist mein Steckenpferd. Typische Fälle sind Kreditberatung, Beratung rund um Existenzgründungen und Coachings für die Bankgespräche. Denn ich kenne den Fachjargon der Banken und kann übersetzen. Oft bekomme ich vom Kunden Vollmachten und kann dann zwischen den Parteien vermitteln. Oder ich gehe direkt mit in die Gespräche. Ich mache auch Konzepte, wo es finanziell hingehen könnte. Grundlage ist immer der Austausch mit dem Unternehmer, dann geht's los.

Einblick: Was kostet Ihre Leistung?

AH: Als unabhängige Honorarberaterin werde ich nach Zeitaufwand bezahlt. Ich bin komplett unabhängig von irgendwelchen Bankprodukten! Die Kunden spüren ja, welche Vorteile ihnen meine Unterstützung bringt. Es hat noch nie jemand eine Rechnung beklagt; ganz im Gegenteil. Die Kunden merken, was ich für Sie heraushole und wie sie meine Beratung stärkt.

Einblick: Was ist Ihr Tipp für die Fachhandwerker?

AH: Es geht nur am Ende um Zinsen und Sicherheiten. Die weichen Faktoren zählen sehr viel. Ich möchte die Fachhandwerker für das Thema sensibilisieren. Und den Mut stärken, die eigene Position selbstbewusst zu vertreten. Schließlich haben sie als Unternehmer eine Menge in ihrem Leben und Fach geschaffen! Fangen Sie also bei sich selbst an, die Bank zu verstehen. Bereiten Sie sich gut auf Bankgespräche vor und nehmen Sie mich gern mit. Sprechen Sie mich einfach an!

„Noch nie einen Mietausfall gehabt“

Karsten Fengler von der WirtschaftsHaus AG empfiehlt Pflegeimmobilien

Bei Immobilien als Kapitalanlage zählen Zahlen, Daten, Fakten. Karsten Fengler ist Vertriebsleiter bei der WirtschaftsHaus AG – dem führenden Anbieter von real geteilten Pflegeimmobilien. „Rendite zum Anfassen“ nennt sich das erfolgreiche Konzept der Unternehmensgruppe aus Garbsen bei Hannover. Bundesweit wurden seit 2002 bereits über 6.600 Pflegeapartements verkauft; über 36 Millionen Euro sind die jährlichen Mieteinnahmen für die Investoren.

Einblick: Herr Fengler, worum geht's genau bei Pflegeimmobilien?

Karsten Fengler (KF): Es ist die etwas andere Immobilie. Wer Pflegeheime kennt, weiß, das ist nicht so sexy. Aber der demografische Wandel führt dazu, dass unsere Gesellschaft immer älter wird. Wir brauchen also noch viel mehr Pflegeheime. Die Idee ist, als LSH-Mitglied zum Kapitalanleger zu werden und ein einzelnes hochwertiges Pflegeapartment zu kaufen.

Einblick: Was ist der Vorteil für den Eigentümer?

KF: Wir verbinden maximale Sicherheit mit guter Rendite – häufig zwischen 4 und 4,8 %. Wir unterscheiden uns von

so volatilen Anlagen wie Schiffsfonds oder auch Aktien. Wir sind eine werthaltige Alternative – zum Beispiel auch zu Lebensversicherungen. Dank der historischen Niedrigzinsphase ist damit nicht mehr viel zu erzielen.

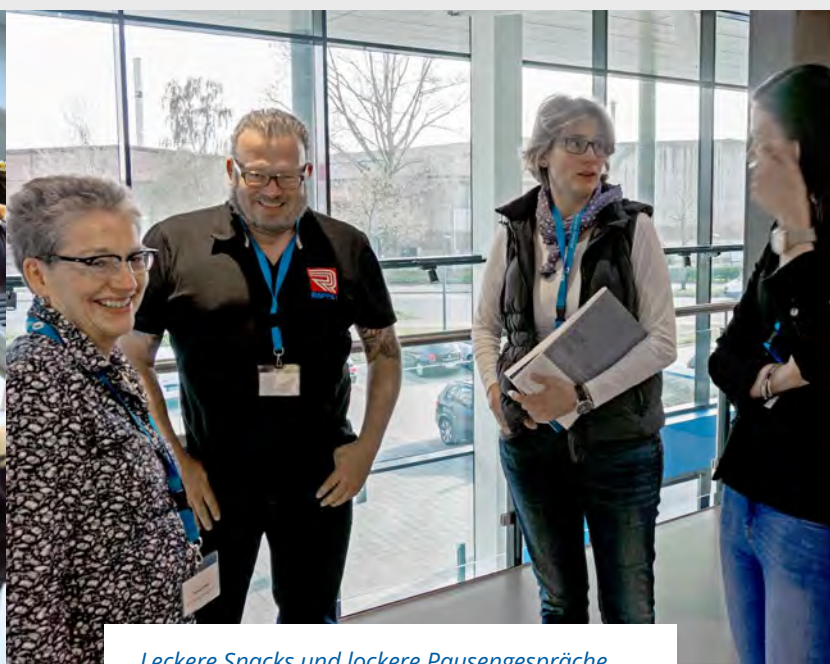
Als WirtschaftsHaus Gruppe liegt uns viel daran, dass die Immobilien von den Betreibern gut in Schuss gehalten werden. Denn die Investoren sollen eine gute Miete für ihr Pflegeapartment bekommen. Dazu arbeiten wir mit langfristigen Mietverträgen; das gibt noch mehr Sicherheit.

Einblick: Was ist, wenn doch mal ein Pflegeheimbetreiber ausfallen sollte?

KF: Falls einmal ein Betreiber ausfallen sollte, haben wir extra dafür eine eigene Gesellschaft gegründet. Es ist die WirtschaftsHaus Care Holding GmbH. Ziel ist, dass unsere Anleger auf jeden Fall ihre Einnahmen aus der Miete weiter erhalten. Wir monitoren also die Pflegeanlagen und arbeiten präventiv! Konkret springen wir ein und erfüllen zwei Aufgaben: Wir sorgen dafür, dass die Bewohner der Pflegeheime weiterhin gepflegt werden. Zweitens, wir sichern den Cash-flow für unsere Investoren. Das Ganze ist so pfändungssicher!

Einblick: Was ist Ihnen dabei besonders wichtig?

KF: Wir sind unseren Kapitalanlegern ja besonders verbunden, durch die Immobilie. Darum liegt uns Sicherheit besonders am Herzen. Und für die LSH-Mitglieder ist es eine Rendite mit sozialer Verantwortung.



Leckere Snacks und lockere Pausengespräche rundeten die Veranstaltung ab.



Klimaschutzmanager Ernst Panse (rechts) im Einsatz bei einer Klimaschutzberatung vor Ort.

„Gebündelter Kooperationsgeist“

MITTELSTANDSVERBUND vertritt die Interessen mittelständischer Handwerker

Wer hätte vor 20 Jahren erwartet, dass das Internet unseren Alltag so radikal verändern würde? Wer heute einen Handwerker braucht, greift häufig auf Online-Bewertungsportale zurück oder ernennt sich selbst dank Youtube-Erklärvideos zum Do-it-yourself-Meister.

Wer den Kunden von heute halten will, hat es nicht leicht. Raffinierte Konzepte, exzellenter Service und nutzerorientiertes Handeln – Kriterien, die der Mittelstand bereits seit Jahren für sich behaupten kann. Die Kunden wissen das zu schätzen.

Bürokratie ohne Ende – wer will das schon?

Doch das allein reicht nicht aus. Die Politik muss mitziehen. Umso ärgerlicher ist es, dass die politischen Rahmenbedingungen häufig falsche Akzente setzen. Unnötige Bürokratie, Gesetzesvorschriften und Steuerbelastungen – die Liste ist lang. Unternehmen stoßen hier oft an personelle und finanzielle Grenzen. Vor allem Mittelstandskooperationen haben es schwer. Verbundgruppen sorgen traditionell als „Hidden Champions“ für erfolgreiche Wirtschaftszahlen –

gerade im Handwerk. Doch das Agieren im Hintergrund wirft auch Schatten voraus. Denn das in Verbundgruppen gelebte Kooperationsprinzip für den Einkauf, Beratungen und Dienstleistungen wird in der Politik meistens nicht berücksichtigt. Das schlägt sich dann in der Gesetzgebung nieder.

Um den Herausforderungen auf nationaler wie internationaler Bühne gewachsen zu sein, benötigen Betriebe Lösungen, die sie nach vorne bringen und die sich zügig umsetzen lassen. Gerade deshalb setzt sich DER MITTELSTANDSVERBUND seit Jahren für die Belange des kooperierenden Handwerks ein.

Einfluss auf nationaler und internationaler Bühne

Der Spitzenverband der deutschen Wirtschaft vertritt die Interessen von 230.000 mittelständischen Handwerks-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, die in 310 Verbundgruppen kooperieren. Rund 2,5 Mio. Arbeitnehmer und rund 440.000 Auszubildende beschäftigen die Mitglieder des Verbandes. Darunter befinden sich über

115 Verbundgruppen des Handwerks, wie die LSH Leistungsgemeinschaft Sanitär-Heizung, e-masters, die BÄKO Bäcker- und Konditorenkooperation oder Meisterteam.

Mit seinen Standorten in Berlin und Brüssel nimmt der Spitzenverband aktiv Einfluss auf die Politik, aber vor allem auf die europäischen Entscheidungen, die die Besonderheiten des deutschen Mittelstands fast gar nicht in der Gesetzgebung berücksichtigen. Seine Expertise gewinnt der Spitzenverband dabei durch den Kooperationsgeist seiner Mitglieder. In enger Abstimmung mit den Verbundgruppen sorgt DER MITTELSTANDSVERBUND so für zukunftsfähige rechtliche und politische Rahmenbedingungen, die die Innovationsdynamik der Betriebe fördern und ausbauen. Die Vorzüge der teils sehr unterschiedlichen Ansätze und Lösungen werden in den Gremien und auf dem jährlichen Mittelstandsgipfel PEAK des MITTELSTANDSVERBUNDES explizit erörtert.

So konnte der Spitzenverband in den vergangenen Jahren etwa für mehr Rechtssicherheit bei der Insolvenzanfechtung sorgen, eine gerechtere Ausgestaltung von Gewährleistungsansprüchen im Vertragsrecht sowie zahlreiche mittelstandsfreundliche Punkte im Bürokratienteilungsgesetz der Bundesregierung verankern.

Klimafreundlich: Geld sparen und Energie drosseln

Darüber hinaus engagiert sich DER MITTELSTANDSVERBUND seit Jahren für nachhaltiges Handeln. Mit einem starken Netzwerk aus Energieberatern bietet der Spitzenverband seinen Mitgliedern umfangreiche Beratungen für den Klimaschutz. Denn die Experten helfen Unternehmen bei den Anträgen für Fördermittel, um sich so mit der neuesten Technologie auszustatten. Hier wird nicht nur kräftig am Kohlenstoffdioxid gespart, sondern auch ordentlich an den Stromkosten.

Dass der Spitzenverband in Sachen Klimaschutz Vorreiter ist, zeigt auch die enge Zusammenarbeit mit dem Bundesumweltministerium. Im Februar genehmigte das Ministerium das neue Förderprojekt „Klimaprofi für den Mittelstand“ des Verbandes, bei dem speziell Bäcker, Fleischer, Autowerkstätten, Friseure und Apotheken vom Energiesparen profitieren.

Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit

Aber auch bei der Digitalisierung sorgt DER MITTELSTANDSVERBUND für Antrieb. Gerade forderte der Verband die Bundesregierung und die EU-Kommission zusammen mit anderen Wirtschaftsverbänden zu einem zügigeren Breitbandausbau auf. Denn gerade Mittelständler sind heute

mehr denn je auf gigabit-fähige Netze angewiesen. Der Spitzenverband steht seinen Mitgliedern deshalb bei Digitalisierungs- und Innovationsfragen beratend zur Seite. Denn nur wer das Potenzial der neuen Trends erkennt, kann sich langfristig am Markt behaupten.

Für den Erfolg der politischen Verbandsarbeit ist es entscheidend, konsequent für die Sache einzustehen. Das hat sich DER MITTELSTANDSVERBUND auf die Fahne geschrieben. Schließlich geht es um die Zukunft des Mittelstandes und damit um die Zukunft von uns allen.



© BFB/Hemming Schacht

Mit der Politik im Dialog: Die Mittelstandsbeauftragte der Bundesregierung, Iris Gleicke, im Gespräch mit MITTELSTANDSVERBUND-Präsident Günter Althaus und Hauptgeschäftsführer Dr. Ludwig Veltmann.



„Wir machen Jobsharing mit den Fachhandwerkern!“

Wenn jeder das macht, was er am besten kann, kann das zur klassischen Win-Win-Situation führen. Thomas Heiser ist ein Verfechter davon: Als einer der Geschäftsführer der WIEDEMANN Technik- und Beratungsgesellschaft (WTB) arbeitet er bei der Planung von Heizungssystemen, Lüftung, Sanitär und Klima mit über 100 Fachhandwerkern zusammen.

Einblick: Herr Heiser, wo setzt die WTB an und was ist der Vorteil für die Handwerker?

Thomas Heiser: Laut Studien werden die Kapazitäten beim Fachhandwerker jährlich ein Prozent weniger. Dazu kommt, dass es so gut wie keinen Nachwuchs gibt und die Handwerker so ausgelastet sind, dass sie Anfragen mit großem Zeitverzug oder gar nicht mehr bedienen können. Das ist das Eine.

Das Andere sind die Unmengen an Vorschriften, Normen und Gesetzen, z.B. die Energieeinsparverordnung, die die Arbeit komplexer machen. Zudem ändern sich diese Vorgaben regelmäßig. Hier als Fachhandwerker immer auf dem letzten Stand zu sein, ist für viele darum eine Überforderung. Wir von der WTB bieten hier die nötige Expertise und Entlastung.

Einblick: Wie kommen die Fachhandwerker zu Ihnen?

Thomas Heiser: Über den WIEDEMANN Außendienst! Wir stellen dem Kunden dann die Dienstleistung vor, und bieten Unterstützung an, egal an welcher Stelle er im Projekt steht. Zum Beispiel unterstützen wir ihn in der Angebotsphase, damit nichts vergessen wird. Sowohl beim Objektgeschäft als auch für seinen Endkunden. Oder wir steigen erst später ein, wenn kurz vor der Fertigstellung etwas nicht funktioniert. Das kann die Hydraulik sein, die er nicht in den Griff bekommt. Wir beraten, was gemacht werden muss, damit er den rechnerischen Nachweis dafür bekommt: in diesem Fall den hydraulischen Abgleich – wenn der Endkunde zum Beispiel Fördergelder haben will.

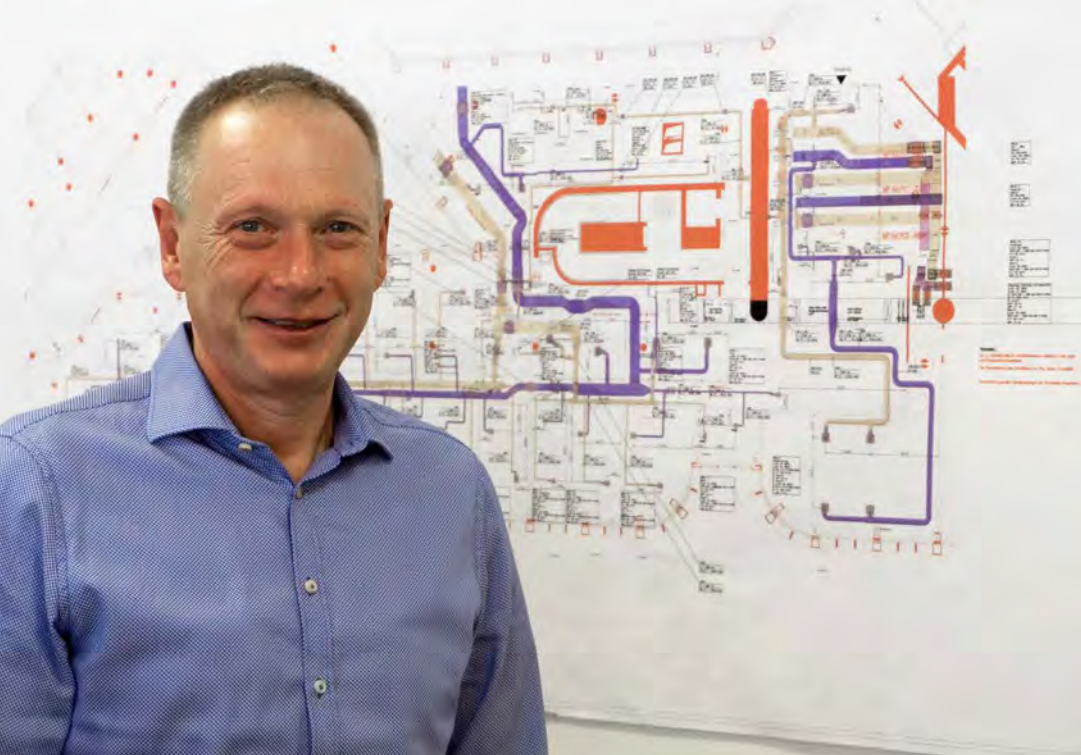
Einblick: Sie sind also auch eine Art Troubleshooter? Wo kommen Sie noch ins Spiel?

Thomas Heiser: Ja, genau. Ideal ist es aber, wenn wir noch vor der Angebotsphase dazu geholt werden. Dann erstellen wir die Planung und unseren Teil des kaufmännischen Angebots und der Handwerker kalkuliert seine Stunden und den Materialeinsatz on top. Das ist heute der größte Teil der Aufgabe. 2014 haben wir begonnen, heute sind wir bereits mit 5 Technikern unterwegs und der Bedarf steigt ständig!

Ich nenne die Art der Zusammenarbeit Jobsharing. Wir bringen unsere Versorgungstechniker als Beratungsleistung ein. Die Fachhandwerker kaufen das Material bei WIEDEMANN.

„Ideal ist es aber, wenn wir noch vor der Angebotsphase dazu geholt werden.“

Thomas Heiser



Thomas Heiser vor einer Lüftungsplanung: Eine saubere technische Planung ist das A und O jeden Projektes.

Einblick: Können Sie uns ein Beispiel für die Zusammenarbeit nennen?

Thomas Heiser: Es gibt da ein großes Projekt, ein Ärztehaus mit Planung aller Gewerke. Wir beraten und planen das gesamte Projekt in Sachen Heizung, Lüftung, Sanitär und Klima und bereiten die Ausschreibung mit vor. Genauso werden wir dann den ausführenden Fachhandwerker beraten. Er bekommt dann nach vorheriger Abstimmung von uns eine Rechnung. So ist der Prozess ganz klar strukturiert – wichtig, bei so einer komplexen Planung.

Einblick: Wo geht es für die WTB hin, was ist Ihre Vision?

Thomas Heiser: Der WIEDEMANN Außendienst hat uns neulich „das Auffangbecken für die Handwerker“ genannt. Weil wir das auffangen, was diese in Sachen Kapazitäten, Komplexität und Pricing nicht mehr schaffen. Daran anknüpfend denke ich, dass wir in einigen Jahren noch viel mehr Techniker sein werden.

Übrigens: Von unseren 100 Kunden sind die allermeisten Wiederkehrer. Und dass wir Menschen für unsere technische Beratung begeistern können, haben wir neulich bei einem Azubi bewiesen. Er hat vom kaufmännischen Fach gewechselt und absolviert ab jetzt ein duales Studium – arbeiten bei uns, studieren in Wolfenbüttel. So wächst der WTB-Nachwuchs heran!

Der Tipp unseres LSH-Geschäftsführers Ralf Thyran zur Zusammenarbeit mit der WTB:

Konzentrieren Sie sich auf Ihr eigenes Handwerk und verwenden Sie Ihre wertvolle Zeit nicht damit, Aufgaben zu lösen, die andere schneller und günstiger machen können. Das ist doch ärgerlich, wenn man ein ganzes Wochenende damit verbringt, mit einer alten Softwareversion rumkämpft und am Montag doch nicht sicher ist, ob alles korrekt ist. Genießen Sie lieber die Zeit mit Familie und Freunden!

Übrigens: Die WTB-Dienstleistung ist mit einer speziellen Haftpflicht für Planungsfehler versichert. Das gibt allen noch mehr Sicherheit – sind eben echte Beratungsprofis!

„Je eingespielter das Team, desto besser für den Endkunden!“

Ute Wolf-Borreh setzt auf Zusammenarbeit von Ausstellungsverkäufer und Fachhandwerker

„Der Schnittpunkt, wo sich Fachhandwerker und unsere Ausstellungsverkäufer treffen, ist jedes Mal anders. Denn jeder Endkunde bringt unterschiedliche Wünsche und Erwartungen mit und jeder Fachhandwerker hat etwas andere Prozesse. Gerade für den Endkunden ist es optimal, wenn er hier auf ein eingespieltes Team trifft, das in seinem Sinne Hand in Hand arbeitet“, erläutert Ute Wolf-Borreh, Ausstellungsleiterin der WIEDEMANN-Gruppe. Ihr liegt viel an einer gut funktionierenden Zusammenarbeit zwischen den Beteiligten.

Wir trafen die gelernte Keramikmeisterin und Innenarchitektin in der hannoverschen bad-comfort Ausstellung, um von ihr mehr über das Zusammenspiel der Beteiligten zu erfahren.

Einblick: Frau Wolf-Borreh, was ist das Besondere der Ausstellungen der WIEDEMANN-Gruppe und des bad-comfort Partnerkreises? Wie profitieren Fachhandwerker und Endkunden davon?

Ute Wolf-Borreh (UWB): bad-comfort ist das Vertriebskonzept für unsere Ausstellungen. Gemeinsam mit dem Fachhandwerker wollen wir die Endkunden begeistern – sei es bei einem Komplettbad im Neubau oder in der Badsanierung. Es geht uns darum, die Prozesse so zu optimieren. Von der Bedarfsermittlung bis zur Realisierung der Projekte durch qualifizierte Fachhandwerker. Die bad-comfort Partnerschaft zwischen Handwerk und uns steht dabei für diesen Ansatz. Es geht uns um systematische Weiterentwicklung und um Empfehlungsmarketing.

Einblick: Was kennzeichnet speziell die hannoversche Ausstellung?

UWB: Während es zum Beispiel in Sarstedt um die Vielfalt der Kojen geht, liegt der Schwerpunkt in Hannover-Vinnhorst darauf, modulare Baukästen zu zeigen. So geben wir den Endkunden erst einmal Orientierung und machen

ihnen strukturiert das Entscheiden leichter. Wir haben die bad-comfort Ausstellung in Hannover-Vinnhorst in unterschiedliche Bemusterungsbereiche aufgeteilt, so dass eine gezielte Beratung stattfinden kann. Ausgangspunkt sind immer die Bedarfsermittlung und der individuelle Entwurf. So findet der Endkunde z.B. einen Bereich der Dusch- und Komplettbäder, Waschtische nebeneinander und in weiß – um zu entscheiden, ob er eine eckige oder runde Form möchte, bevor er die Farbe auswählt. Genauso sind die Gäste-WCs nebeneinander platziert.

Die bad-comfort Ausstellung Hannover spricht übrigens auch Architekten an, die die modulare Präsentation und Struktur schätzen. Zudem kümmern wir uns auch um Raumkonzepte außerhalb des Bades und zeigen hier Lösungen – zusammen mit anderen Partnern und Gewerken. Produkte geraten zunehmend in den Hintergrund. Es geht tatsächlich um diese Lösungen.

Aber immer stehen zu Beginn einer Beratung Bedarfsermittlung und Budget im Raum...

Einblick: Wie genau arbeiten Sie da mit dem Fachhandwerker zusammen – zum Beispiel, wenn ein Endkunde allein in die Ausstellung kommt?

UWB: Wenn Endkunden allein in die Ausstellung kommen, haben sie oft bereits im Internet geschaut, was ihnen gefällt. Mit unseren Ausstellungsverkäufern wird dann gecheckt, ob ihre Vorstellungen wirklich zu den Rahmenbedingungen passen. Das kann in einem Termin sein, es können aber auch mehrere mehrstündige sein. Voraussetzung ist immer ein technisches Aufmaß durch den Fachhandwerker, der die Umsetzbarkeit prüft. Wenn die Endkunden keinen Fachhandwerker haben, empfehlen wir aktiv einen aus der bad-comfort Partnerschaft, weil wir hier durchweg sehr gute Erfahrungen gemacht haben.

Die Arbeitsaufteilung zwischen dem Handwerker und uns ist individuell vereinbar. Wir können sogar mit raus zum



*Ute Wolf-Borreh im Interview:
„Gemeinsam mit dem Fach-
handwerker wollen wir die
Endkunden begeistern.“*

Kunden fahren, aber wir machen kein technisches Aufmaß. Optimal ist ein gemeinsamer Besuch von Ausstellungsverkäufer und Fachhandwerker.

Einblick: Wie ist das mit den Preisen?

UWB: In der Ausstellung finden sich keine Preise. Wir nennen den Endkunden auf Wunsch Bruttolistenpreise und signalisieren deutlich, dass es sich dabei um Richtwerte handelt. Den richtigen Preis macht der Fachhandwerker auf Basis seiner Berechnungen. Spannend ist, dass die Endkunden uns ihre Budgetvorstellungen oft nicht nennen können oder wollen – ganz anders als beim Autokauf. Von daher ist es wichtig, im Gespräch deutlich zu machen, wie entscheidend das Budget für die richtige Auswahl der Produkte ist.

Einblick: Wie kommt die Planung an der großen interaktiven Wand an?

UWB: Sehr gut! Hier lässt sich das gewünschte Bad in imposanter Größe, auf 200 x 300 cm, an der Wand entwickeln und präsentieren. Einige Endkunden greifen sogar selbst zum Stift und beteiligen sich aktiv bei der Badplanung. Sie erleben ihr neues Bad und es entsteht das konkrete Bild ihres neuen Bades... Wir beraten zusätzlich, zum Beispiel zum Licht und geben eine Lichtempfehlung – ohne Licht kein Bad. Die fotorealistische Darstellung über die Software hilft extrem, weil vielen Menschen das räumliche Vorstellungsvermögen fehlt.

Einblick: Und welche Resonanz gibt es insgesamt auf die hannoversche Ausstellung?

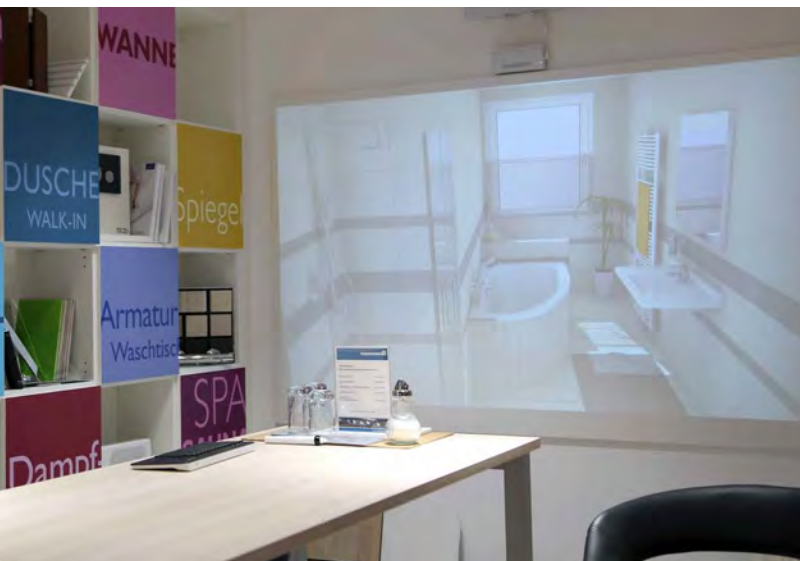
UWB: Die Endkunden fühlen sich hier wohl, weil sie strukturiert durchgeführt und beraten werden. Zu den bisherigen Veranstaltungen hatten wir jeweils um die 200 Paare, und neben den Fachhandwerkern nehmen auch Architekten das designte Verkaufs-Konzept sehr gut an.

Einblick: Wie passen LSH und bad-comfort zusammen?

UWB: Beides sind für die WIEDEMANN-Gruppe Instrumente, um mit den Fachhandwerkern zusammen zu arbeiten. Bei den bad-comfort Partnerschaften geht es um die Betriebe, die Bäderspezialisten sind. Im Mittelpunkt stehen, wie schon gesagt, Weiterentwicklung und Empfehlungsmarketing. Die LSH ist breiter aufgestellt und hat z.B. auch Vergütungsmodelle. Die gibt es bei bad-comfort nicht, damit wir klar voneinander abgegrenzt und doch verbunden sind. Viele Betriebe sind ja in beiden Organisationen. Wichtig ist grundsätzlich die ständige Innovationsbereitschaft. Man muss in guten Zeiten neuartige Prozesse trainieren – also jetzt – damit es auch in schlechteren Zeiten optimal läuft!

Bad-comfort Partnerschaft lohnt sich für Fachhandwerker

- Ausstellungen der WIEDEMANN-Gruppe gibt es an 22 Orten im Norden und Nordosten in Deutschland: Waren/Müritz, Magdeburg, Bad Doberan, Schwerin, Hamburg, Berlin, Siek, Celle, Hildesheim, Sarstedt, Nienburg, Bückeburg, Hameln, Bielefeld, Göttingen, Braunschweig, Goslar, Burg, Osnabrück, Pinneberg, Hannover und Flensburg.
- Ute Wolf-Borreh ist seit 2010 Leiterin der Ausstellungen. Unter dem Namen bad-comfort haben sich über 150 Handwerksbetriebe zusammengefunden, um sich jeweils vor Ort mit ihren Ausstellungsverkäufern auszutauschen.
- Im Mittelpunkt steht die gemeinsame Weiterentwicklung. So sind z.B. Kundenangebote innerhalb von 3 Tagen fertig; es gibt Seminare und produktunabhängige Schulungen zu Themen wie Licht, Trends, Materialien, Recht und Verkaufsunterstützung.
- Die WIEDEMANN-Gruppe betreibt für seine bad-comfort-Fachhandwerker spezielles Empfehlungsmarketing: Die Betriebe werden aktiv an Endkunden empfohlen. Zusätzlich findet man z.B. im Foyer der hannoverschen Ausstellung Flyer und Info-Materialien der 20 Betriebe, die in dieser Region zuhause und aktiv sind.



„Die Planung an der großen interaktiven Wand kommt sehr gut an.“

Ute Wolf-Borreh



Spannende Vorträge und Interviews auf der Up-Date-Konferenz 2015 – Thorben Rump (rechts) war als Referent mit dabei!

UP-DATE-2016 – IM NOVEMBER IN HANNOVER

Die Konferenz für erfolgreiche Web-Projekte. Wir sind als Sponsor dabei!

Online-Marketing. Inbound-Marketing. Social Media. Facebook, Snapchat und mehr: Wer steigt da noch durch? Was manchem noch ungewohnt klingen mag, ist im Alltag unserer Kunden nicht mehr wegzudenken. Social Media ist die Austauschform der Gegenwart und Zukunft: Also Zeit, dabei zu sein – und zwar vorne!

Der Countdown zur Konferenz läuft:

Am 2. November findet in Hannover eine der maßgeblichen Konferenzen zum Thema Social Media statt: Die Up-Date 2016. Mit über 200 geplanten Teilnehmern, vom Einsteiger bis zum Entscheider. Fachvorträge, Workshops, Net(t)working. Wir sind dieses Mal als Sponsor dabei!

LSH, WIEDEMANN und Web: Eine kurze Standortbestimmung in Sachen Social Media

Für die Leistungsgemeinschaft Sanitär Heizung GmbH (LSH), ihre Mitglieder aus dem Fachhandwerk und die WIEDEMANN-Gruppe steht die Ansprache verschiedener Zielgruppen über die sozialen Medien schon länger im Fokus. Viele LSH-Mitglieder sind jeden Tag in Facebook aktiv. Auch bei WIEDEMANN und der LSH wurde schon viel erreicht: Denken wir nur an die Azubi-Facebook-Seite und aktuell den tollen Azubi-Film.

Unser Update: letztes Jahr dabei, dieses Mal mittendrin

Im letzten Jahr waren Thorben Rump (e-commerce Koordinator der WIEDEMANN-Gruppe) als Referent und Ralf Thyrann (Geschäftsführer der LSH) als Teilnehmer bei der Up-date-Konferenz schon mit von der Partie. In diesem Jahr begleiten wir die Up-date-Konferenz 2016 sogar als Sponsor. „Das ist eine super Chance, um sich bei Meinungsbildnern wie z.B. Bloggern einen Namen zu machen und zugleich vom aktuellsten Wissen der Branche zu

profitieren“, freut sich Ralf Thyrann. Gemeinsam mit den über 200 erwarteten Konferenzteilnehmern wird im November also viel wertvolles Wissen über erfolgreiche Projekte geteilt und Neues diskutiert.

Impulsvorträge und Workshops – auf der Konferenz und im Anschluss

Bei den Impulsvorträgen sind wir auch wieder dabei: Thorben Rump wird das Thema Online-Recruiting im Großhandel beleuchten. Hier hat WIEDEMANN bereits einige Jahre Erfahrung: Darum wird es ein spannender Vortrag, der Theorie und Praxis verbindet. Im Mittelpunkt steht die Umsetzung unseres Engagements in dem Bereich. Freuen Sie sich drauf: Es wird spannend.

Praxistransfer geplant: Warum ist die LSH mit dabei?

Auch LSH-Mitglieder sind dabei. Gemeinsam mit Ralf Thyrann wollen sie die Update-Konferenz nutzen, um mit neusten Informationen in eine Workshop-Reihe rund um das Thema Online-Marketing zu starten. „Auch für kleine und mittelständische Handwerksbetriebe wird es immer wichtiger, die sozialen Medien zu nutzen. Denn reden tun die Kunden der Fachhandwerker im Social Web eh – da ist es besser, man ist dabei und nutzt die Chance, sich selbst positiv darzustellen, als wenn man draußen steht und nur jammert“, kommentiert Ralf Thyrann.

Wie das Ganze sinnvoll auch in Ihrem Betrieb funktionieren kann wollen wir gemeinsam erarbeiten und erste Schritte planen und umsetzen.

Alle aktuellen Informationen rund um die Konferenz finden Sie unter <https://www.up-date.website> und auch im Twitter-Kanal der WIEDEMANN-Gruppe unter dem Hashtag **#udk16**.

„Nutzen Sie Chancen von Social Media für Ihren Vertrieb und Service wirklich aus?“

Knapp ein Viertel der deutschen Handwerksbetriebe (23 %) nutzt die sozialen Netzwerke. Am häufigsten sind die Chefs der Handwerksbetriebe in den sozialen Netzwerken aus privaten Zwecken unterwegs. Die „neuen Medien“ bieten jedoch enormes Potenzial im Hinblick auf die Gewinnung neuer Kunden bzw. Aufträge. Auch eine höhere Kundenzufriedenheit und ein modernes Image kann man im Netz erreichen. Trotzdem scheinen Handwerksbetriebe die Möglichkeiten im Internet und in sozialen Medien noch nicht richtig wahrzunehmen.

80 % der 18- bis 39-Jährigen recherchieren handwerkliche Dienstleistungen im Netz

Zum Vergleich: In Deutschland nutzen über drei Viertel der gesamten Bevölkerung das Internet. Die Hälfte der Bevölkerung verfügt über ein privates Social Media-Profil. Studien zeigen, dass ca. 65 % der Nutzer online nach Hilfe bei handwerklichen Projekten rund um Haus oder Wohnung suchen. Bei den 18- bis 39-Jährigen sind es sogar 80 %!

Für Unternehmen stellt sich demnach die Frage: Gibt es eine Wahl, bei Social Media dabei zu sein? Oder muss „man“ dabei sein? Wie viel Aufwand steckt dahinter und was ist sinnvoll?

Alina Chivu ist Social Media Expertin und ausgebildete Content Marketing-Managerin. Sie arbeitet in der Kommunikationsagentur Innoreal in Hannover. Hier sind ihre 3 Profi-Tipps für Handwerksbetriebe:

Facebook ist wichtigster Treffpunkt für Interessenten

Facebook ist in Sachen Kommunikation eine vielseitige Plattform: Von Selbstdarstellung über Informationen zu Produkten oder Leistungen bis hin zum schnellen und direkten Kontakt mit dem Kunden – alles ist möglich. Man

muss nur die Potenziale entdecken und das „Handwerk“ gut kennen und anwenden!

Mit den folgenden Maßnahmen können Sie Ihren Auftritt auf Facebook optimieren und Ihren Kunden Mehrwert bieten:

- 1. Vollständige Informationen über Ihr Geschäft angeben.** Das ist kein Hexenwerk; es wird allerdings trotzdem oft vernachlässigt. Dazu gehören eine gültige Adresse, Telefonnummer, Öffnungszeiten sowie die Verlinkung zu Ihrer Website. Auf Facebook haben Sie außerdem die Möglichkeit, Ihre Leistungen aufzulisten und kurz zu beschreiben. Betrachten Sie Facebook als das Aushängeschild an der Tür: Es weckt Interesse und führt die potenziellen Kunden ins Geschäft – in diesem Fall auf Ihre Website.
- 2. Die „Call-to-Action“-Schaltflächen nutzen:** Damit sind die Felder gemeint, die aktuell auf Ihrem Titelbild zu sehen sind. Diese können Sie mit verschiedenen Aufforderungen personalisieren. Zur Auswahl stehen z.B. Newsletter abonnieren, Nachricht schreiben, einer Veranstaltung zusagen oder Video abspielen etc. Testen Sie verschiedene Optionen aus und variieren Sie die Aufforderungen – je nachdem, welche Aktion bei Ihnen im Fokus steht. Damit halten Sie Ihre Facebook-Seite aktuell und interaktiv.





Alina Chivu
Creative Director | On- und Offline Relations
Innoreal GmbH

Versteckte Potenziale nutzen: Facebook und Co. in Service und Kundenberatung

Facebook taugt sehr gut als Kanal für Vertriebsunterstützung und Kundenbindung. Dabei geht es nicht unbedingt um das unmittelbare Verkaufen, sondern um Information, Beratung und Beziehungspflege. Mit relativ wenig Aufwand können Sie sich die sozialen Medien zu Nutze machen und Ihr Geschäft vorantreiben. Folgende Funktionen bzw. Apps sollten Sie im Auge behalten:

3. Messenger, WhatsApp & Co als Kundenservice-Kanal einsetzen: Die Smartphone-Nutzer kommunizieren heutzutage mehr über die Messaging-Applikationen als über die SMS-Funktion oder das klassische Telefonieren. Facebook optimiert die Messenger-App immer mehr für kommerzielle Zwecke. Setzen Sie den Facebook Messenger oder WhatsApp für Service und Beratung ein und bieten Sie Ihren Kunden eine schnelle Kontaktmöglichkeit. Sie werden Ihnen dankbar sein – z.B. wenn sie Ihnen in Echtzeit ein Bild oder ein Video von ihrem Problem senden können. Ihr Team kann sich schnell ein klares Bild über die Situation machen und den Kunden sofort beraten.

Probieren Sie neue Funktionen und Kanäle aus. In den sozialen Medien ändert sich sehr viel und sehr schnell – was gestern neu war, ist morgen schon alt. Facebook gehört mittlerweile zu den „klassischen“ sozialen Netzwerken. Momentan sind Plattformen wie Instagram oder Snapchat die Newcomer. Man muss nicht unbedingt sofort auf jeden Zug aufspringen, aber es lohnt sich, die neuen Trends zu beobachten. Denn eins ist sicher: Online Kanäle und soziale Medien sind aus der Kundenkommunikation nicht mehr wegzudenken.





© Sina Wunderblume

„Alles brennt“

Mach's noch einmal, Johannes!

Vor zwei Jahren hat Johannes Oerding das Harzer Bergtheater in Thale schon einmal „zum Brennen gebracht“. Sofort nach diesem Konzert wurden die ersten Schreie nach „Wiederholung“ laut. Bedarf geweckt – Bedarf gedeckt! Mach's noch einmal, Johannes!

Am 10.08.2016 war es wieder soweit: Das Harzer Bergtheater öffnete seine Tore für Johannes Oerding – und 1.200 VIP-Gäste. In der traumhaften Kulisse des Amphitheaters – schon der Weg dort hoch in der Kabinen-Seilbahn ist ein Abenteuer – rockte Johannes die Bühne. Da war natürlich auch die LSH mit vielen Mitgliedern wieder dabei.

Kurz-Urlaub mit der LSH im Harz

Kulinarisch blieben keine Wünsche offen: ein deftiges Grill-Buffer, über mehrere Stände verteilt, verleitete zu mancher Kalorien-Sünde. Von Alster bis Schierker Feuerstein passierte das ein oder andere Getränk den Tresen. „Solche Events sind was ganz Besonderes – fast wie ein kleiner Kurz-Urlaub, bei dem man den Alltag hinter sich lassen kann“ schwärmte ein LSH-Mitglied. Und schwupps: statt „Prost“ wünschte man sich für den Rest des Abends „Schönen Urlaub!“.

Und last but not least: ein Wahnsinns-Rockkonzert von Johannes Oerding und seiner Band. Schon nach wenigen Songs hielt es niemanden mehr auf seinem Sitzplatz!



Wieder ein Riesen-Erfolg

„Die Veranstaltung war wieder ein Riesen-Erfolg“, berichtet Veranstalter Peter Nitschke, Geschäftsführer der Fliesenschreiber GmbH (Einblick berichtete in Ausgabe 01/2016). „Wir freuen uns schon auf die Veranstaltung im nächsten Jahr – der Künstler bleibt aber noch geheim!“ Es war wieder ein gelungener Abend in mystischer Umgebung direkt neben dem Hexentanzplatz. Auch wir freuen uns schon auf das Event im nächsten Jahr! In diesem Sinne – schönen Urlaub!



Super Stimmung im Harzer Bergtheater: Schon nach wenigen Minuten hielt es niemanden mehr auf den Sitzen!

ABGEFAHREN:

Neuer Partner CarFleet24 bietet digitale Neuwagen-Beschaffung

Schicke Neuwagen aller Hersteller, hervorragende Bar-kauf-Angebote, günstige Finanzierungen und attraktive Leasingmodelle: Der neue Partner CarFleet24 gibt Gas, wenn es um Nutzen für die LSH-Mitglieder geht.

Unser Geschäftsführer Ralf Thyrannt votierte für den neuen Partner, weil CarFleet24 einfach und bequem ist: Vom Schreibtisch oder heimischen Sofa lässt sich der gewünschte Neuwagen bequem konfigurieren und bestellen. CarFleet24 ist ein bundesweit aufgestelltes Portal; Sitz der Firma Lovenda, einem Spezialisten für Leasing und Flottenmanagement, ist München. Die Zusammenarbeit mit der LSH besteht seit Juni 2016.

Wer ein Autohaus vor Ort hat und den gewohnten Verkäufer nicht durch das neue Direktvertriebsmodell vors Bein treten möchte, bindet ihn einfach ein: Auslieferung und Kaufvertrag können wie bisher über den gewohnten Autohändler laufen – aber zu besseren Konditionen.

CarFleet24 wirbt damit, Großabnehmer-Konditionen zu bekommen, weil die Gesellschaft mit den größten Vertragshändlern und Leasing-Anbietern zusammen arbeitet. Der einzelne Kunde – in dem Falle Ihr Betrieb – profitiert von den professionellen Strukturen.

Geld sparn' beim Fahrn' – das macht Spaß

CarFleet24 bietet folgende Vorteile:

- Neuwagen aller Marken
- Volle Hersteller-Garantie
- Keine Re-Importe
- Zahlung erst bei Übernahme
- Bundesweite Anlieferung
- Keine Vermittlungskosten
- Familienangehörige und Mitarbeiter können CarFleet24-Angebote ebenfalls nutzen

HALLO, HALLO

Neuer Telefon-Partner ist Vodafone

Wer kennt das nicht: Jeder im Betrieb hat irgendwie ein anderes Telefon, einen anderen Anbieter und die Verträge samt Laufzeit und Inhalt sind auch verschieden. Bei diesem „Aus jedem Dorf eine Kuh“-Prinzip sind Stress und „Ungerechtigkeit“ vorprogrammiert. Kostentechnisch lässt sich solch ein telekommunikatives Tohuwabohu auch optimieren.

Auch hier hat Ralf Thyrannt über den Mittelstandsverbund einen neuen Partner an Land gezogen. Um dem Sammelsurium jetzt Herr zu werden, kann jedes LSH-Mitglied auf Vodafone zugreifen: Auch hier gibt es einen einfach zu bedienenden Konfigurator. Man gibt einige Eckdaten ein,

das war's. Ein persönlicher Ansprechpartner kümmert sich um einheitliche Tarife, topmoderne Smartphones, den After-Sales-Service und und und. Das schafft Transparenz!

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Premium-Service
- Bestellportal
- Vielfältige individuelle Produkte und Komplett-Lösungen
- Sonderrabatte für Mitglieder
- Mitarbeiter-Tarif

ÜBER DIE LSH GMBH

Die LSH-Leistungsgemeinschaft SANITÄR-HEIZUNG GmbH (LSH) wurde am 09.01.1986 gegründet. Ihre Aufgabe ist die Unterstützung der Fachhandwerker bei der Optimierung von Geschäftsprozessen und bei der Professionalisierung von Marketing- und Serviceleistungen.

Ein weiteres Ziel ist die Vernetzung untereinander: Über 240 innovative Fachhandwerker der SHK-Branche sind in der LSH zu einer starken Gemeinschaft zusammengewachsen.

Das LSH-Team unter Leitung von Geschäftsführer Ralf Thyraun sorgt für wirkungsvolle, kreative und praxisgerechte Unterstützung in allen relevanten unternehmerischen Bereichen. Rahmenabkommen, kompetente Dienstleister und ein Vergütungsmodell runden die Leistungen der LSH ab. Die LSH hat ihren Sitz in Sarstedt, direkt am Hauptstandort der WIEDEMANN-Gruppe.



LSH - Leistungsgemeinschaft
SANITÄR-HEIZUNG GmbH
Am Boksberg 5
31157 Sarstedt
Tel: 05066 90 19 - 0
Fax: 05066 90 19 - 19
www.lsh.de
www.facebook.com/LSHGmbH

