

## ■ z-nachrichten

### „Im Land viel bewegt“

„Wir haben kräftig Fahrt aufgenommen und im Land viel bewegt.“ So kommentiert Projektleiter Jürgen-Johannes Lau die Bilanz 2010 der ZIH, nachdem alle Berichte der 32 Berater bei Kammern, Fachverbänden und anderen handwerklichen Institutionen ausgewertet worden sind. Fast 900 Einzelberatungen in Betrieben wurden durchgeführt, gut zur Hälfte zu Marketingthemen. Dazu kamen knapp über 900 Gruppenberatungen sowie 1.300, meist telefonische Kurzberatungen. Letztere fielen mehrheitlich in den Bereich Außenwirtschaft. Das „Kernangebot“ des Projektes, die Beratung, wird also weiterhin gut angenommen. Erste Informationen zu den drei Themenbereichen, neben Außenwirtschaft und Marketing noch der Demografische Wandel, wurden in fast 30 „Z-Impuls“-Veranstaltungen gegeben. Knapp 800 Unternehmerinnen und Unternehmer haben sie besucht und anschließend äußerst positiv bewertet. Tiefer „eingestiegen“ in Einzelfragen wurde in etwa 100 Seminaren und Workshops. Lau: „Es ist also in gutem Maße gelungen, für die Probleme und Chancen in den drei Feldern zu sensibilisieren und zu qualifizieren. An jedem zweiten Werktag eine Veranstaltung durchzuführen, ist eine enorme Leistung und ein Super-Angebot für das Handwerk in NRW.“

Viel beigetragen zur Sensibilisierung und Qualifizierung haben unter anderem mehr als 400 Presseberichte - für Lau „ein beeindruckendes Echo auf unsere Arbeit“ – sowie vier in 2010 neu aufgelegte Außenwirtschafts-Broschüren, zum Arbeiten in Belgien, Großbritannien und Irland sowie zu den Gesundheits- und Arbeitsschutzanforderungen in Großbritannien. Die Hefte sind sehr oft bestellt worden. Als eines der Highlights führt der Rückblick auf das vergangene Jahr die Aktion „Z-Fit“ auf, also die Teilnahme von 27 Handwerkerstaffeln beim Marathonlauf in Düsseldorf. Sie wird im Mai mit 25 Staffeln wiederholt.

### Von Lügenmärchen und LoveSelling

„Die Entscheidung liegt bei Dir!“ – ob Sie nämlich hingehen oder nicht. Die Rede ist von den beiden Vortragsreihen unter der Dachmarke „Unternehmen Erfolg“. Die erste beginnt am 15. März in Coesfeld mit Marco von Münchhausen (siehe „Literaturtipp“) und seinen „Sieben Lügenmär-

chen von der Arbeit“, gefolgt im Mai von „LoveSelling“ (wohl nichts Anzügliches, sondern der Hinweis, beim Verkaufen die Gefühle der Kunden zu erreichen) und einem „Feuerwerk der Rhetorik“ im Juli. Ein Abend kostet 49,90 Euro. In Bielefeld geht es am 17. März los mit einem Auftritt des Top-Beraters Reinhard Sprenger mit dem zitierten Titel „Die Entscheidung liegt bei Dir!“. Im April folgen Gehirnforschung und Neuromarketing, im Mai Münchhausens Lügenmärchen und das Thema „Marke: Ich“. Insgesamt gibt es elf Termine bis November. Hier wird man gegen Zahlung von 69,90 Euro als Zuhörer zugelassen Details lesen Sie unter [www.unternehmen-erfolg.de](http://www.unternehmen-erfolg.de).

## ■ marketing

### Was wissen, was wollen Stammkunden von uns?

Was ist grundsätzlich wichtig bei der Auswahl eines Sanitätshauses? Welches Image haben sie im Kundenkreis? Was schätzen die Kunden besonders an den Unternehmen? Kennen sie wirklich die komplette Angebotspalette? Mit welchen Serviceleistungen können Sanitätshäuser auch in Zukunft punkten? Und wie könnte eine passgenaue Kommunikation für sie aussehen? Antworten auf diese und weitere Fragen gibt ein „Stammkunden-Workshop“ – eine außergewöhnliche Marktforschungs-Methode, die gleichermaßen innovativ wie effektiv ist.

Das Castrop-Rauxeler Sanitätshaus Frick hat sie im Rahmen der ZIH ausprobiert. Der Einladung von Inhaber Volker Kallinowsik folgten fünf seiner Stammkunden aus den Bereichen Prothetik, Brustversorgung, Rehathechnik und Kompression sowie Abholer von Hilfsmitteln. In einem Hotel diskutierte der Kreis unter Moderation der ZIH-Beraterinnen Martina Althaus (Bundesinnungsverband für Orthopädie-Technik) und Ina Steinfurth (Handwerkskammer Münster) mehr als drei Stunden lang zur Thematik Fremd- und Selbstbild, Produkt- und Leistungspotenzial sowie passgenaue Kundenkommunikation. Dabei wurden einige Überraschungen zu Tage gefördert: Obwohl bewusst langjährige Stammkunden zu dieser Veranstaltung eingeladen worden waren, war ihnen das Spektrum der Angebote, Dienst- sowie Serviceleistungen nicht vollständig bekannt beziehungsweise es wurden dem Fachgeschäft Leistungen zugeschrieben, die es gar nicht anbietet. Selbst das Motto, unter dem das Unternehmen seit Jahren wirbt, war den

meisten Gesprächsteilnehmern nicht bekannt. Besonders erstaunlich war die einhellige Aussage, dass der persönliche, freundliche Umgang mit dem Kunden einen höheren Stellenwert in der Bewertung einnimmt als die Fachkompetenz. Diese wurde zwar auch als wichtig, aber nicht als Schlüsselattribut bewertet.

So erhielt Firmenchef Kallinowski einen wertvollen Input für zukünftige Marketingaktivitäten. Die Liste ist lang. „Jetzt, da ich die Wünsche und Anforderungen meiner Kunden noch genauer kenne und weiß, wie mein Haus wahrgenommen wird, habe ich konkrete Anhaltspunkte zur Gestaltung meiner Aktivitäten in Bezug auf die Kommunikation bislang wenig wahrgenommener Angebote und zur Entwicklung zukunftsfähiger Dienstleistungen.“

Aber auch die Kunden waren begeistert von dem interessanten Nachmittag und schlugen einen regelmäßigen Erfahrungsaustausch vor: „Es geht schließlich um unsere Gesundheit!“

Informationen zu dem Workshop-Konzept erhalten Sie von Martina Althaus unter Tel.: 0231/ 55 20 50-25.

### Heute schon gedealt?

Keine Angst, wir wollen Sie hier nicht zu kriminellen Handlungen aufrufen. Wir wollen Ihnen lediglich Couponing als den neuesten Trend im Online-Marketing vorstellen. Dabei existiert dieses Marketing-Instrument - allerdings in Papierform - bereits seit den 50er und 60er Jahren. Die Coupons hießen damals schlicht und ergreifend Rabattmarken. Das Couponing (und auch die guten alten Rabattmarken) funktionieren so: Ein Unternehmen gewährt einer ausgewählten Personengruppe, in einem bestimmten abgegrenzten Gebiet, gegen Vorlage eines Coupons einen Rabatt. Heutzutage erwirbt der Kunde häufig auf Online-Plattformen den Schein und kann ihn im Unternehmen einlösen. Bisher versuchen vor allem Restaurants, Anbieter von Freizeitaktivitäten oder Modeunternehmen auf diese Art, die Nachfrage zu steigern. Es locken dann Angebote mit Rabatten von bis zu 70 Prozent.

Aktuell erfährt das Thema – dank der neuen Medien – eine neue Hochphase. Plattformen wie Citydeals/Groupon, Tagesangebote.de oder Daily Deal bieten Tages- oder Wochen-Schnäppchen an. Die gute Verbreitung der Angebote wird vor allem auch durch Facebook und die VZ-Netzwerke verstärkt. Neugierig geworden? Vielleicht können auch Sie bald mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen dealen?

## ■ außenwirtschaft

---

### Die Chancen in Brasilien ausloten

Brasiliens Wirtschaft befindet sich in einer Wachstumsphase und macht sich fit für Großereignisse: Zur Fußballweltmeisterschaft 2014 und zu den Olympischen Spielen 2016 sind riesige Investitionen geplant. Unternehmen aus den Bereichen Energie, Umwelttechnologie, Gebäude- und Sicherheitstechnik, Metall und Automotive mit innovativer Technik und hoher Produktqualität können davon profitieren. Das soll bei einem Wirtschaftstag Brasilien am 11. März in Essen und vor allem bei einer Unternehmerreise „NRW goes to Brazil“ im Mai deutlich gemacht werden, zu denen unter anderem die Handwerkskammer Dortmund aufruft. Bei der Veranstaltung in der IHK in Essen werden das südamerikanische Land als Wachstumsmarkt, der Markteinstieg dort, die rechtlichen Rahmenbedingungen und die Aktivitäten im Zusammenhang mit den Sport-Events vorgestellt. Die Reise selbst führt dann nach Rio, Sao Paulo und Porto Alegre. Sie bietet branchenspezifische Workshops, Projekt- und Betriebsbesichtigungen sowie Kooperationsgespräche. Nähere Informationen gibt bei der HWK Dortmund deren Außenwirtschaftsberater Klaus-Dieter Werthmann unter Tel.: 0231/ 54 93-408 oder per Mail: klaus-dieter.werthmann@hwk.do.de .

## ■ demografischer wandel

---

### Zum Girls` Day kommt jetzt der Boys` Day

Der Girls` Day als Möglichkeit, Mädchen und jungen Frauen die Berufschancen gerade abseits der üblichen Modeberufe zu verdeutlichen, ist vielen Handwerksunternehmen bereits vertraut und wird von ihnen zur Nachwuchswerbung genutzt. Wenn dieser Tag nun am 14. April zum zehnten Mal stattfindet, bekommt er – die Gleichberechtigung schreitet unaufhaltsam voran - den Boys` Day an die Seite gestellt. Es soll also auch Jungen der Einblick in Berufe gegeben werden, die bei ihnen normalerweise nicht im Zentrum des Interesses stehen. Betriebe, die sich zwecks Nachwuchssicherung an die eine oder die andere „Zielgruppe“ wenden wollen, können sich unter [www.girls-day.de](http://www.girls-day.de) beziehungsweise [www.boys-day.de](http://www.boys-day.de) registrieren lassen. Die so genannten Aktionslandkarten für den Mädchen- und vor allem für den Jungen-Zukunftstag weisen noch erhebliche „weiße Flecken“ auf jenseits von öffentlichen Trägern oder Industrieunternehmen. Gedacht ist an Betriebsführungen, Schnupperpraktika oder ähnliches.

## ■ thema des monats

### Tipps für erfolgreiche Bewerbungsgespräche

Die richtige Auswahl der Mitarbeiter ist ein wesentlicher Faktor für den Erfolg eines Unternehmens. Fehlbesetzungen sind teuer, zeitaufwendig und belasten das Betriebsklima. Zudem lässt der Demografische Wandel die Bedeutung der Fachkräftesicherung ansteigen. Umso wichtiger ist es, falsche Auswahlentscheidungen beim Personal zu vermeiden. Nach wie vor bleibt dabei das Bewerbungsgespräch die wichtigste Entscheidungsgrundlage. Nicht zuletzt, weil es langsam auf die „heiße Phase“ bei der Suche nach Auszubildenden zugeht, geben wir Ihnen im „Thema des Monats März“ einige Tipps, wie Sie ein solches Bewerbungsgespräch sicher durchführen, was Sie beachten müssen und wie Sie die richtige Entscheidung treffen. Den Beitrag finden Sie unter [www.zih-nrw.de](http://www.zih-nrw.de) im Bereich „Thema des Monats“.

## ■ beraterporträt

### Schnell „Feuer gefangen“ für Handwerk und OWL

Wenn in einzelnen Regionen die Einwohnerzahl in einem überschaubaren Zeitraum um 10 oder gar 15 Prozent abnimmt, muss dies das Handwerk alarmieren. Es werden dann nämlich „plötzlich“ viele Tausend Kunden „fehlen“ und auch das Reservoir an möglichen Mitarbeitern wird deutlich abschmelzen. Zumindest die Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe (OWL) treibt dieser Teilaspekt des sehr vielfältigen Phänomens „Demografischer Wandel“ bereits seit längerem um. Unter anderem ist sie schon 2005 diesem Zukunfts-Thema im Rahmen einer Zusammenarbeit mit der Bertelsmann-Stiftung mit regionalem Bezug auf den Kammerbezirk auf den Grund gegangen.



Nur folgerichtig hat sich die Vertretung des ostwestfälisch-lippischen Handwerks denn auch für diesen der drei Teilbereiche entschieden, als sie Partner der Zukunfts-Initiative wurde. Ansprechpartner für die Betriebe ist Volker Tröger. Als seine Hauptziele nennt er, die Unternehmen für die Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur zu sensibilisieren und mit ihnen Lösungsansätze für die damit verbundenen Herausforderungen zu erarbeiten. Ein besseres Ansehen in der Öffentlichkeit, noch mehr Ausbildung, mehr lebenslanges Lernen und mehr betriebliche Gesundheits-

förderung sind dann „Unterziele“, die bereits erste Lösungswege beinhalten.

Bevor Tröger 2002 als Referent des Präsidiums und der Hauptgeschäftsführung der Kammer eingesellt wurde, hatte er nur wenig Bezüge zum Handwerk und zu OWL gehabt. Im Rheinland aufgewachsen, war er immerhin in Augustdorf (Kreis Lippe) bei der Bundeswehr gewesen. Dann aber hatte er in Bonn Politologie studiert und die Möglichkeiten der Bundeshauptstadt als Hilfskraft eines Abgeordneten, Mitarbeiter einer Bundestags-Kommission, Assistent an der Uni und Volontär in einem Wirtschaftsverlag weidlich ausgenutzt. Beim Vorstellungsgespräch in der Kammer habe er dann jedoch sehr schnell „Feuer gefangen“ für Handwerk und OWL und sich seitdem „gut hier eingelebt. Ich fühle mich jetzt als Ostwestfale.“ Trotzdem gibt Tröger zu, es gehe ihm noch jedes Mal „das Herz auf, wenn ich den Rhein, den Kölner Dom, das Regierungsviertel in Bonn und vor allem das Siebengebirge sehe“.

Das Handwerk habe in der Region OWL eine starke Stellung. Diese müsse aber gezielt gesichert werden gegen die Tendenzen zur Abwanderung Richtung Westen oder zur Abwanderung zu anderen Wirtschaftsbereichen. „Wir müssen unsere Stärken deutlicher herausstellen, damit wir ein besseres Image bekommen und es klarer wird, dass es bei uns gute und sichere Arbeitsplätze und auch viele Aufstiegschancen gibt“, fordert Tröger. Praktisch umgesetzt hat er diese Postulate bereits in einem Verbundprojekt „Fit im Handwerk – Gesundheit im Betrieb“ - wieder in Zusammenarbeit mit der Bertelsmann-Stiftung.

Natürlich bestimmen diese Erkenntnisse jetzt seine Informationsveranstaltungen, Kontakte und Beratungen mit den Betrieben im Rahmen des ZIH-Projektes. Ihm imponiert dabei immer wieder, wie engagiert, phantasievoll und zielgerichtet viele Unternehmen bereits vorgehen. Auf der anderen Seite erkennt Tröger, dass diese „tolle Basis“ noch verbreitert und systematisiert werden muss – „dafür setze ich mich dann gerne ein“. Und er sieht, dass es durchaus den einen oder anderen Betrieb gibt, der die „Zeichen der Zeit“ noch nicht ausreichend erkannt hat. Große Hoffnungen setzt er in diesem Zusammenhang auf den Neubau der Kammer-Geschäftsstelle: „Er signalisiert einen Aufbruch in Richtung Innovation und wird unser Bild in der Öffentlichkeit noch mehr herausheben. Das wird uns auch angesichts der demografischen Veränderungen helfen.“

Lebenslang zu lernen, fordert der Berater nicht nur von anderen, sondern er setzt dies derzeit auch für sich selbst um: Per Fernstudium bildet er sich im Fach Kommunikation weiter. Für den Rest seiner Freizeit hat Volker Tröger das „große Angebot“ in Sachen Kunst und Kultur in OWL schätzen gelernt – vom Theater über die Kunsthalle bis zum Programmkin. Städtereisen stehen auch gerne auf

dem Programm – und in der angenehmeren Zeit des Jahres Rennrad-Touren durch die Umgebung Bielefelds: „Ein Freund gibt das Tempo vor und ich versuche, ihm zu folgen.“

Wer Volker Trögers Tempo und seine Tipps zum Demografischen Wandel testen will, erreicht ihn bei der HWK OWL, Obernstraße 48, 33602 Bielefeld, per E-Mail volker.troeger@handwerk-owl.de oder unter Tel.: 0521/56 08-117.

## ■ literaturtipp

„Think big! Das ist die klassische Devise der Zwerge.“ Und wenn sie dann nach dem Denken in großen Maßstäben mit kleinen Schritten vorangehen, können die knuffigen Kerle tatsächlich Berge versetzen. So berichtet es zumindest der Psychologe, Jurist und gefragte Managementtrainer Marco von Münchhausen. Die Wichtel mit den Zipfelmützen und ein märchenartiger Text über Prinz Hubertus, der sein Schloss und sein Land trotz der globalen Krise wieder flott bekommen will, sollten aber niemanden darüber hinwegtäuschen, dass Münchhausen knochentrockene Anleitungen für ein erfolgreicherer Lebens- und durchaus auch Firmenmanagement bietet. Die sieben Zwerge geben sieben Tipps: Nie die Hoffnung aufgeben, sondern Träume und Visionen umsetzen; immer wieder die Blickrichtung wechseln und ein Problem von mehreren Seiten betrachten; für sich selbst Verantwortung übernehmen und gut zu sich sein, damit man anderen helfen kann; das richtige Schrittmaß finden, also lieber in kleinen Etappen vorankommen und sich auf das Jetzt konzentrieren; neugierig bleiben, offen für Erfahrungen und neue Wege; nicht die Bodenhaftung verlieren und statt Multitasking eine Arbeit nach der anderen erledigen; gemeinsam und solidarisch handeln, denn Egoismus macht unglücklich. Das Buch ist zweigeteilt – erst kommt der Bericht über des Prinzen „Praxisseminar“ im Zwergenreich und dann die nüchternere Erläuterung der sieben Schritte beziehungsweise Strategien. Beides liest sich gut und kurzweilig. Es regt so an, gleich mit der Umsetzung im eigenen Alltag anzufangen und dann ebenfalls mit Spaß und Freude Großes zu erreichen. Grundsätzlich Neues bringt Münchhausen dabei nicht. Mit seinem Beraterkollegen Michael Heining hat er aber die Idee gehabt, die Zwerge als „Verpackung“ zu nutzen. Diese neue Perspektive bringt dann



den bekannten Wein in einen neuen und absolut ansehnlichen Schlauch.

Marco von Münchhausen: Zwerge versetzen Berge, Knaur Verlag, 2010, ISBN 978-3-426-65492-7, 18,00 Euro

## ■ z-termine

(Wir listen hier Termine der Zukunfts-Initiative, aber auch anderer Veranstalter auf.)

**4. März**, Workshop „Öffentlichkeitsarbeit: Mit den Medien zum Stadtgespräch“, HWK Südwestfalen, Arnsberg. Tel.: 02931/ 877-314

**8. März**, Seminar „Stress? Handeln, nicht ducken!“, FV Tischlerhandwerk, Dortmund, Teilnahmegebühr 154,70 Euro für Verbandsmitglieder, 201,10 Euro für Nicht-Mitglieder. Tel.: 0231/ 91 20 190-42

**9. März**, Z-Impuls „Das Internet als Schaufenster – Informieren, Präsentieren, Verkaufen 2011“, HBZ Brackwede, Bielefeld-Brackwede. Tel.: 0211/ 30 108-332, E-Mail: tokyuerek@lgh.de

**9. März**, Workshop „Das Kreuz mit dem Kreuz“ (Tipps zur Entlastung des Rückens), FV Tischlerhandwerk, Dortmund, Teilnahmegebühr 55,95 Euro für Verbandsmitglieder, 72,60 Euro für Nicht-Mitglieder. Tel.: 0231/ 91 20 190-42

**9. März**, Seminar „Niederlande-Knigge“, Deutsch-Niederländische Handelskammer, Münster, Teilnahmegebühr 415,30 Euro. Tel.: 0031-70/ 31 14-156

**10. März**, Seminar „Auftragsplus für attraktive Arbeitgeber“, HWK Münster, Gelsenkirchen. Tel.: 0209/ 38 077-44

**10. März**, Seminar „Botschafter im Blaumann – Auszubildende als Visitenkarte des Betriebs“ (für Lehrlinge), HWK Südwestfalen, Arnsberg, Teilnahmegebühr 55 Euro. Tel.: 02931/ 877-309

**10. März**, Seminar „Botschafter im Blaumann – Gesellen und Meister als Visitenkarte des Betriebs“, HWK Südwestfalen, Arnsberg, Teilnahmegebühr 65 Euro. Tel.: 02931/ 877-309

**10. März**, Seminar „Motivieren mit Zielvereinbarungen“, FV Metall, Essen. Tel.: 0201/ 89 647-15

**11. März**, Seminar „Botschafter im Blaumann – Telefontraining“, HWK Südwestfalen, Arnsberg, Teilnahmegebühr 55 Euro. Tel.: 02931/ 877-309

**14. März**, Z-Impuls „Das Internet als Schaufenster – Informieren, Präsentieren, Verkaufen 2011“, HWK Düsseldorf, Düsseldorf. Tel.: 0211/ 30 108-332, E-Mail: tokyuerek@lgh.de

**14. März**, Gruppenberatung „Event- und Messemarketing“, HWK Dortmund, Dortmund. Tel.: 0231/ 54 93-415

- 15. März**, Workshop: Überzeugender Internetauftritt leicht gemacht - Mit dem Web-Baukasten von tischlernrw“, FV Tischlerhandwerk, Dortmund. Tel.: 0231/ 91 20 190-40
- 15. März**, Workshop „Umsatzsteuer im internationalen Geschäftsverkehr“, KH Borken, Bocholt. Tel.: 02861/ 89 209-10
- 16. März**, Workshop „Texten für Flyer und Broschüren – Werbetexte, die überzeugen“, HWK Köln, Köln. Tel.: 0221/ 20 22-309
- 16. März**, Gruppenberatung „Auftragsplus für attraktive Arbeitgeber“, HWK Dortmund, Dortmund. Tel.: 0231/ 54 93-415
- 16. März**, Seminar „Bauen in den Niederlanden“, Deutsch-Niederländische Handelskammer, Dortmund, Teilnahmegebühr 236,80 Euro. Tel.: 0031-70/ 31 14-156
- 18. März**, Seminar „Empfehlungsmarketing systematisch nutzen“, FV Tischlerhandwerk, Dortmund, Teilnahmegebühr 142,80 Euro für Verbandsmitglieder. Tel.: 0231/ 91 20 190-40
- 18. März**, Seminar „Demografie im Betrieb – Fachkräftemangel und Altersfalle meistern“, FV Metall, Essen. Tel.: 0201/ 89 647-15
- 18. März**, Workshop „Mehr Erfolg im Baubetrieb – durch begeisterte Mitarbeiter“, HBZ Brackwede, Bielefeld-Brackwede. Tel.: 0521/ 94 284-31
- 19. März**, 2-teiliges Seminar „Demografischen Wandel mit Personalentwicklung meistern“, HWK Aachen, Aachen, Teilnahmegebühr 455 Euro. Tel.: 0241/ 96 74-117/-119
- 22. März**, Seminar „Wo ist meine Zeit geblieben? – Wege aus der Zeitfalle“, HWK Münster, Münster. Tel.: 0251/ 52 03-0
- 22. März**, Seminar „Vom Suchen und Gefunden werden – Richtig positioniert im Internet“, HWK Münster, Gelsenkirchen. Tel.: 0209/ 380 77-0
- 24. März**, Gruppenberatung „Internationale Vertragsgestaltung“, HWK Münster, Gelsenkirchen. Tel.: 0209/ 38 077-31
- 26. März**, 3-teiliger Workshop „Dem demografischen Wandel durch TeamTraining und Lerntandems begegnen“, HBZ Brackwede, Bielefeld-Brackwede. Tel.: 0521/ 94 284-31
- 26. März**, 2-teiliges Seminar „Demografischen Wandel mit Personalentwicklung meistern“, HWK Aachen, Aachen, Teilnahmegebühr 455 Euro. Tel.: 0241/ 96 74-117/-119
- 28. März**, Workshop „Stressfaktor Zeit - Schriftverkehr rationell gestalten“, HBZ Brackwede, Bielefeld-Brackwede, Tel.: 0521/ 94 284-31.
- 29. März**, Z-Impuls „Werden Sie Mitarbeiter-Magnet!“, HWK Münster und KH Borken, Gelsenkirchen. Tel.: 0211/ 30 108-332, E-Mail: tokyuerek@lgh.de
- 29. März**, Seminar „Körpersprache in der Kommunikation - Kleine Gesten, große Wirkung“, HWK Aachen, Aachen, Teilnahmegebühr 40 Euro. Tel.: 0241/ 471-176
- 30. März**, 2. Innovationstag Handwerk NRW mit Veranstaltungen des Technologie-Transfer-Ring Handwerk NRW (TTH). www.tth-nrw.de oder Tel.: 0211/ 30 108-351
- 1. April**, Workshop „Suchmaschinen-Optimierung: So finden mich Google & Co.“, HWK Südwestfalen, Arnsberg. Tel.: 02931/ 877-314

Wenn Sie „Z-Info“ nicht mehr beziehen möchten, schreiben Sie uns eine E-Mail „Z-Info: Nein danke“ an [siebert@lgh.de](mailto:siebert@lgh.de)

Das Projekt »Zukunftsinitiative Handwerk Nordrhein-Westfalen« wird gefördert durch

**Ziel2.NRW**  
Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung

Ministerium für Wirtschaft, Energie,  
Bauen, Wohnen und Verkehr  
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung