

■ z-nachrichten

Veranstaltungsprogramm nimmt Formen an

Die Vorbereitungen bei den 22 Projektpartnern laufen noch auf Hochtouren, aber bereits jetzt verspricht das ZIH-Veranstaltungsprogramm für das heute beginnende zweite Halbjahr 2011 jede Menge Abwechslung und Anregungen für Sie. Bei den „Z-Impuls“-Veranstaltungen wird es unter anderem um die Themen „Internet als elektronisches Schau-fenster“, Verkaufsgespräche, betriebliche Strategien und „Neue Trends beim Kundenfang“ gehen. Attraktive Internet-auftritte und erfolgreiche Kundengespräche werden darüber hinaus auch in den tiefergehenden Workshops und Seminaren erörtert werden. Daneben rüsten sich die Berater bereits für so unterschiedliche Fragen wie das E-Mail-Marketing, die Lehrlingssuche, die optimale Veranstaltungsorganisation und Öffentlichkeitsarbeit oder die Stressvorbeugung. In Sachen Außenwirtschaft geht es demnächst um Belgien, Luxemburg, Spanien, die Schweiz und Österreich – und natürlich um unsere niederländischen Nachbarn: Für den NRW-Außenhandelspartner Nummer 1, mit dem 2010 wieder Güter im Wert von über 45 Milliarden Euro ausgetauscht wurden, werden unter anderem Tipps zur Ausführung von Malerarbeiten dort gegeben. In der Terminübersicht am Ende dieses Newsletters finden Sie erste Hinweise zu den Veranstaltungen. Mehr Details erläutern wir Ihnen jeweils im Terminkalender unter www.zih-nrw.de.

Mehr Erfolg durch Kongressmesse?

Als „Kongressmesse für den Mittelstand“ firmiert die „MEiM – Mehr Erfolg im Mittelstand“ am 20. Juli in Dortmund. Etwa 90 Unternehmen stellen aus. Das Vortragsprogramm nennt Stichworte wie Kundenzufriedenheit, Mitarbeitermotivation, Positionierung am Markt, Soziale Netzwerke, Kundenansprache und PR für den Mittelstand. Die Hauptredner befassen sich mit der Macht von Bildern und Emotionen, mit einem gelassenen und erfolgreichen Führen sowie mit dem Thema Gedächtnis-Power. Die „Rundum-Sorglos“-Tageskarte (inklusive u.a. Mittagsimbiss) kostet 99 Euro. Wer jedoch eine Einladung eines Ausstellers ergattert, ist

kostenlos dabei. Anmeldungen sind möglich unter <http://www.meim.de>.

■ außenwirtschaft

„Glückliche Türkei“ als Unternehmerziel

„Die Türkei ist glücklich – auch ohne die EU“ lautete vor Kurzem eine Überschrift in einer großen deutschen Tageszeitung. Seit nahezu einem Jahrzehnt wachse die Wirtschaft dort überdurchschnittlich, 2010 sogar mit dem drittschnellsten Anstieg unter den G20-Staaten (um knapp neun Prozent). Die Staatsschulden betragen nur etwas mehr als ein Drittel der Wirtschaftskraft, halb so viel wie in Deutschland. Das schnell wachsende Schwellenland ist demnach ein attraktiver Markt auch für deutsche Handwerksunternehmen. Grund genug für die Zukunfts-Initiative, ein Ländermerkblatt „Arbeiten in der Türkei“ herauszugeben. Darin werden auf 16 Seiten kurzgefasst die formalen Voraussetzungen bei einer vorübergehenden Selbstständigkeit dort (Aufenthalts- und Arbeitserlaubnis, Anerkennung von Qualifikationen und ähnliches) erläutert, dazu Zoll-, steuerrechtliche und Sozialversicherungsfragen und die rechtlichen und sonstigen Rahmenbedingungen. Diese reichen vom Arbeits- und Vertragsrecht über die Zahlungsgepflogenheiten bis zu den Feiertagen und den interkulturellen Gepflogenheiten. Das Ländermerkblatt kann kostenfrei unter Tel.: 0211/ 30 108- 364 oder per E-Mail: witte-martinez@lgh.de bestellt werden. Unter <http://www.lgh.de/publikationen/aussenwirtschaft/index.html> finden Sie den Überblick über alle Außenwirtschaftspublikationen der LGH inklusive einer Bestellmöglichkeit.

In Schweden und Rumänien Märkte erkunden

Nach Norden können sich Bau- und Ausbauunternehmer, nach Südosten Nahrungsmittelhandwerker orientieren, um neue oder zusätzliche Märkte für sich zu erschließen: Ende September steht eine vom Bund geförderte Erkundungsreise nach Österreich an, Mitte Oktober dann eine Fahrt nach Rumänien zu einer Agrar- und Lebensmittelmesse. Der Schweden-Trip hat Stockholm zum Ziel, wo ein Fachseminar mit Marktinformationen, der Vorstellung konkreter Bauprojekte sowie Erläuterungen zu interkulturellen Aspekten, und

danach Baustellenbesichtigungen sowie individuelle Kooperationsgespräche stattfinden. Die Teilnahme an der Reise ist dank einer Förderung durch den Bund kostenlos. Lediglich die An- und Abreise und der Aufenthalt müssen von den Unternehmen selbst getragen werden. In Rumäniens Hauptstadt Bukarest stehen ein Fachworkshop zur dortigen Ernährungswirtschaft, zu Marktchancen, Vertriebswegen und Logistikanforderungen, eine Kooperationsbörse sowie ein Rundgang über die IndAgra-Messe auf dem Programm. Diese Unternehmerreise ist ein Projekt von NRW.International. Die Teilnahmekosten liegen bei 610 Euro (zzgl. MWSt.) plus den individuellen Reise- und Hotelkosten. Zu beiden Reisen geben die Außenwirtschaftsberater innerhalb der ZIH detailliertere Informationen.

Firmenkontakte nach Liberia vertieft

Mit Gregor Bogatzki (Stratiebo A. Bogatzki & Sohn GmbH,) und Jens Rose (Martin Rose Gleisbau GmbH & Co. KG) haben kürzlich neben dem Außenwirtschaftsberater Heinz G. Rittmann von den Baugewerblichen Verbänden (Düsseldorf) auch zwei mittelständische Bauunternehmer Bundesminister Dirk Niebel nach Liberia begleitet. Der Wiederaufbau der in einem vierzehnjährigen Bürgerkrieg nahezu vollständig zerstörten Infrastruktur ist Schwerpunkt der deutsch-liberianischen Entwicklungszusammenarbeit. Ohne ein Netz an dauerhaft befahrbaren Straßen und Brücken sind Verkehr und Handel nicht möglich, so dass die wirtschaftlichen Potenziale nicht genutzt werden können und die Menschen keinen Zugang zu sozialen Dienstleistungen haben. Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit unterstützt daher die Entwicklung des Landes durch den Wiederaufbau der Verkehrs-, Energie-, Gesundheits- und Sanitärinfrastruktur. Seit 2005 hat Deutschland derartige Projekte mit mehr als 110 Millionen Euro gefördert. Im Rahmen der Reise sollten unter anderem die im letzten Jahr innerhalb der ZIH von den Baugewerblichen Verbänden initiierten Kontakte in Liberia unternehmerisch vertieft werden. Dies wurde vor Ort in hervorragender Weise umgesetzt, da sowohl eine Absichtserklärung mit einem liberianischen Unternehmen unterzeichnet als auch der Aufbau und Betrieb eines Betonfertigteilwerkes mit einer Gruppe heimischer Firmen vorangebracht wurde.

■ demografischer wandel

Bildungsschecks nun bevorzugt an Ältere

Mit den Bildungsschecks des Landes sollen nun vordringlich jene Beschäftigten gefördert werden, die „nicht die besten Voraussetzungen mitbringen, um am Arbeitsmarkt zu bestehen“, so das Arbeitsministerium. Konkret gemeint sind damit An- und Ungelernte, Zeitarbeitskräfte, Personen ab 50 Jahren sowie befristet Beschäftigte. Sie erhalten pro Jahr einen Scheck, der bedeutet, dass die Kosten für Weiterbildungen zur beruflichen Qualifizierung zur Hälfte vom Land getragen werden. Alle anderen Beschäftigten sowie Existenzgründer haben nur jedes zweite Jahr einen Anspruch auf diese Förderung. Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern können 20 Schecks erhalten, müssen sie aber mindestens zur Hälfte für die besonderen Personengruppen einsetzen. Betriebe mit unter zehn Beschäftigten wiederum können fünf Bildungsschecks beziehen, die sie an alle Mitarbeiter weitergeben können, die im laufenden und im vorangegangenen Jahr an keiner Fortbildung teilgenommen haben. Weitere Schecks erhalten sie, wenn sie auch an Beschäftigte in unsicheren Arbeitsverhältnissen gehen oder an solche, die in Sachen Weiterbildung bisher wenig aktiv waren.

■ marketing

Radtour erntete „Goldene E(Ä)hre“

Eine Fahrradtour zu allen Filialen der Bergisch-Gladbacher Bäckerei Lob ist am Dienstag mit der „Goldenen E(Ä)hre“, dem Marketing-Award des Verbandes des Rheinischen Bäckerhandwerks ausgezeichnet worden. Die Preisvergabe war Teil des Marketingtages des Verbandes und geschah im Rahmen der Zukunfts-Initiative. Besondere Aktionen oder innovative Produktkonzepte waren von einer Jury bewertet worden. Carina und Peter Lob hatten letztlich die Nase vorne wegen ihrer ebenso vorbildlichen wie kreativen Kundenkommunikation. Bei ihrer „Tour de Lob“ handelt es sich um eine Rad-Rundreise über 55 Kilometer mit Besuchen in allen 13 Filialen. Über 400 begeisterte Teilnehmer traten in die Pedale, ausgerüstet mit Streckenplan, Teilnehmerkarte und firmeneigenem Trikot. Unterwegs wurde natürlich für das leibliche Wohl der Radler in Form von Sportlernahrung und kühlen Getränken gesorgt. Ein Highlight der „Tour de Lob“ war der Besuch von Herbert Watterot – der „Stimme der Tour de France“. Er erzählte zahlreiche Anekdoten von der Frankreich-Rundfahrt. Laut Jury zeigte die Bäckerei Lob mit dieser Marketing-Aktion, wie man mit ungewöhnlichen Ideen

Nähe zum Kunden aufbauen kann und so auf eine charmante Art zu einer dauerhaften Kundenbindung kommt.

Außerdem für die „Goldene E(Ä)hre“ nominiert waren das Café Winkelmann aus Hamminkeln mit der Aktion „Frühlingsgefühle“, die Bäckerei Hardt aus Köln mit der Veedel-Aktion „Rud un wiess“, die Bäckerei Efferoth aus Leverkusen mit der Marketing-Aktion „Höhenjäger“ und die Bäckerei Tebart aus Sonsbeck mit ihrer Aktion „Unsere Mitarbeiter in der Produktion“. Mehr Informationen zum Wettbewerb finden Sie unter www.biv-rheinland.de.

Bei Hausbesitzern mit Dämmpflicht werben

„Atomkraft – Nein danke!“ – das sagen jetzt auch Bundesregierung und Bundestag. Ein wichtiger Bestandteil der Energiewende ist die finanzielle Förderung von Gebäudesanierungen. Schließlich entfallen 40 Prozent des Energieverbrauchs auf den Wärmebereich. Zahlreiche neue Maßnahmen sollen dazu auf den Weg gebracht werden, was insbesondere vom Handwerk begrüßt wird. Ein „alter“ Beschluss sollte aber schon in den bevorstehenden Monaten den Bau- und Ausbaugewerken viel zu tun geben: Bis zum Jahresende müssen die obersten Geschossdecken beheizter Räume intensiv gedämmt werden. Die Regelung aus der Energieeinsparverordnung betrifft alle Gebäude. Fachleuten zufolge sollen es weit mehr als zehn Millionen sein. Bei Wohngebäuden gilt sie für diejenigen, die vor 2001 errichtet worden sind. In der Regel muss eine 16 bis 18 Zentimeter dicke Dämmschicht eingezogen werden, um so rund 75 Prozent der bisherigen Heizenergieverluste zu vermeiden. Bis dato hat sich diese Sanierungspflicht indes noch kaum herumgesprochen. Bau- und Ausbauhandwerker sollten daher ihre Kunden intensiv informieren und ihnen Vorschläge machen, wie Heizkosten und eventuell sogar Bußgelder gespart werden können. Die angeregte öffentliche Diskussion um die künftige Energieversorgung und die derzeit hohen Öl- und Gaspreise können dabei zusätzlichen Rückenwind verschaffen.

Workshop-Tipps beflügeln Straßenfest

Eine „witzige Straßengemeinschaft, die viel miteinander macht“, lädt am morgigen Samstag zu ihrem Fest in die Düsseldorfer Collenbachstraße. Immerhin 22 Geschäftsleute machen dort mit – von Cafés und der Pizzeria bis zum Zupf-instrumentenmacher und zu Schmuck- und Filzläden. Jeder Besucher ist herzlich willkommen. Der „Kopf“ hinter dem Ganzen ist Udo Helms von Helms Manufaktur. Der Designmöbel-Anbieter hat Anregungen für das Fest aus einem Marketing-Workshop der HWK Düsseldorf „mitgenom-

men“ und ist damit bei seinen Nachbarn aus der Straße im Stadtteil Derendorf auf offene Ohren gestoßen. Neben diesem „Abfallprodukt“ habe er jedoch auch für sein eigenes Unternehmen viel von dem Workshop mit Marketingberaterin Sarah Eichhorn profitiert, vor allem hinsichtlich der Firmenstrategie und der Alleinstellungsmerkmale. „Wir liefern seitdem ganz andere Produkte“, fasst Helms die Effekte zusammen. Unter anderem würde jedes Möbelstück nun seinen eigenen „Steckbrief“ erhalten mit Angaben zum Material, zum Tischler, der es gefertigt hat, zur Pflege und so weiter. Deutlich verbessert wird im Moment auch der Internetauftritt von Helms Manufaktur. Unter anderem will der Chef künftig in einem täglichen Blog aus seinem Unternehmerleben berichten.

■ thema des monats

Business-Wettbewerbe fürs Handwerk

Wettkämpfe wohin man blickt: Die Frauen kicken um die Krone als Weltmeisterinnen, die Radler quälen sich durch Frankreich, die Schwimmer ermitteln ihre Champions in China.. Auch für außergewöhnliche Handwerker gibt es eine Menge Wettbewerbe. Wer gut abschneidet, kann damit exzellente Werbung machen und sein Team super motivieren. Wie das geht, schildern wir Ihnen im aktuellen „Thema des Monats“ unter www.zih-nrw.de.

■ beraterporträt

Kontinuität und Wandel gleichermaßen

Seit 20 Jahren nimmt Helmut Ehrhardt an einem Männergesprächskreis teil. Was damals in einer privaten Krisensituation sehr wichtig für ihn war, hat sich inzwischen zu einem Gedankenaustausch über alle möglichen Themen verändert. Kontinuität und Wandel halten sich bei dem Berater des Handwerksbildungszentrums Brackwede für die ZIH-Bereiche Demografischer Wandel und Marketing aber auch im Beruflichen die Waage.



Dies gilt vor allem dafür, dass der gebürtige Schwarzwälder seinen gesamten beruflichen Weg im Baugewerbe beschritten hat: Nach dem Bauingenieur-Studium in Aachen startete Ehrhardt beim Holzmann-Konzern, bevor er nach zwei Jahren zusammen mit seiner Frau in den Hochbaubetrieb seiner

Schwiegereltern „einstieg“. Das funktionierte zunächst sehr gut, und das Unternehmen mit immerhin 40 Mitarbeitern wuchs deutlich. Nach knapp zwei Jahrzehnten entschloss sich das Ehepaar jedoch zur Scheidung. „Wir haben es nicht geschafft, Berufliches und Privates ausreichend zu trennen. Die Spannungen aus dem einen Bereich haben den anderen belastet und umgekehrt“, blickt Ehrhardt zurück.

Seit 1999 arbeitet er im Handwerksbildungszentrum als Dozent für die Meisterkurse. Viele hundert Meisterschüler hat Ehrhardt seitdem begleitet. Für sie, aber auch für die Dozenten stellten die Kurse ein anstrengendes Pensum dar. Auffallend war für Ehrhardt, dass dank der neuen Möglichkeiten der HWO-Novelle immer jüngere Schüler vor ihm saßen. „Die müssen dann noch viel für das Leben als Unternehmer lernen, etwa in Personalführung, der Wichtigkeit eines guten Betriebsklimas oder einer längerfristigen Planung und Strategie.“

Diesen Punkten, aber auch dem Thema Marketing, das er ebenfalls unterrichtete, kann Ehrhardt jetzt seine volle Aufmerksamkeit widmen. Seit Juli 2010 ist nämlich das HBZ Partner in der Zukunfts-Initiative – mit Helmut Ehrhardt als Berater für die Betriebe in Ostwestfalen-Lippe. Er sei von seinem Chef gefragt worden, ob er wechseln wolle, „und dann ist alles sehr schnell gegangen“. Sich neu zu orientieren und selbst wieder zu lernen habe jedoch Spaß gemacht. Marketing und Demografischer Wandel gehören für Ehrhardt nahezu untrennbar zusammen: Ein Unternehmer, der für gute Arbeitsbedingungen, ein gutes Verhältnis im Team und ein gutes Erscheinungsbild Sorge, wirke damit auch nach außen zu potenziellen Kunden und potenziellen neuen Mitarbeitern. Zudem stelle dies eine Möglichkeit dar, ein Alleinstellungsmerkmal des betreffenden Betriebs zu definieren. Das Bild, man müsse als Giraffe unter den vielen Zebras herausragen, findet Ehrhardt in diesem Zusammenhang äußerst treffend.

Nachdem er in den ersten Wochen in der ZIH zunächst intensiv Werbung in eigener Sache gemacht hatte, ist der Berater derzeit mit der Resonanz auf seine Angebote durchweg zufrieden. Er lädt zu vielen Workshops ein und wird auch dabei intensiv unterstützt von seinem Mitarbeiter Martin Schweppe, einem Sozialpsychologen. Diese Workshops seien von den Teilnehmern her gesehen keineswegs auf den Baubereich beschränkt. „Ich habe sogar schon einen in einem Friseurbetrieb durchgeführt – und dann gesehen, dass die Grundproblematiken immer gleich sind“, lacht Ehrhardt. Im Anschluss an die Workshops ergebe sich relativ häufig die Möglichkeit zu vertiefenden Beratungen vor Ort. Nicht selten sehe er sich dann ehemaligen Meisterschülern gegenüber. Es sei sehr interessant zu sehen, „was aus ihnen

geworden ist, wo sie als Unternehmer hin wollen und wie ich sie dabei wieder unterstützen kann“. Um hierbei für mehr Kontinuität zu sorgen, bereitet Ehrhardt eine Erfa-Gruppe von Ehemaligen vor und hofft, dass seine Einladung auf ein ausreichendes Echo trifft.

Viel Freude hat der Berater an den „Casa-Bauen“-Schulungen. Es handelt sich dabei um einen branchenweiten Qualitätsstandard für wirtschaftliches, sicheres und gesundes Bauen. Er ermöglicht den Unternehmern, Schwachstellen zu finden und Verbesserungen in den Abläufen einzuleiten. Das soll ihre Chancen am Markt verbessern und gute Kundenbewertungen einbringen. Der nächste „Casa-Bauen“-Termin ist übrigens bereits am 7. Juli im HBZ.

Wenn Sie daran teilnehmen oder eine andere Unterstützung von Helmut Ehrhardt haben möchten, können Sie sich gerne bei ihm melden. Sie erreichen ihn im Handwerksbildungszentrum Brackwede (Arnsberger Straße 1, 33647 Bielefeld-Brackwede) unter Tel.: 0521/ 94 284-36, per Fax: 0521/ 94 284-10 und per E-Mail: helmut.ehrhardt@hbz.de.

■ literaturtipps

Eine Grundregel im Marketing lautet, das Angebot müsse klar auf die Zielgruppe(n) ausgerichtet sein. Ansonsten funktioniert „die Sache“ nicht. Und genau weil bei diesem Buch diese Grundregel zu wenig beachtet wurde, geht es am deutschen Markt weitgehend vorbei. Schon der Titel führt in die Irre: Es wird nicht dargestellt, was Frauen im

Allgemeinen wollen, sondern was US-amerikanische Mittelbis Oberschichtlerinnen wollen, warum speziell sie das und dort kaufen, was und wo sie kaufen. Allenfalls wenn man davon ausgeht, dass die geschilderten Trends sich so auch in Mitteleuropa durchsetzen, kann man Paco Underhills Studie als Anleitung nutzen.

Immerhin: Es ist nicht alles schlecht. Einkaufszentren werden schließlich auch hierzulande ansehnlicher gestaltet, der Aufschwung von Bio-Angeboten und Bauernmärkten hält an, und auch deutsche Frauen legen viel Wert auf Schönheitsprodukte und -salons und auf eine gepflegte Frisur. Hier kann ein Unternehmer für die Laden- und Angebotsgestaltung und für den Kund(inn)enkontakt durchaus Anregungen von dem Konsumforscher und angeblichen „Papst der Kun-



denkunde“ holen. Aber diese Entwicklungen dann gleich als Revolution zu bezeichnen oder als Vorboten einer globalen Machtübernahme des weiblichen Geschlechts, erscheint (dem männlichen Kritiker) dann doch gehörig übertrieben. Ähnliches gilt für den Satz vom „Einzelhandel als Barometer des sozialen Wandels“. Fröhliche Urständ feiert die USA-Zentriertheit dann, wenn Underhill über zwei Textseiten hinweg ausführt, dass Hotels eine „Erfindung“ aus den Vereinigten Staaten seien.

Paco Underhill: Was Frauen wollen – Warum sie kaufen, was sie kaufen, Campus Verlag 2011, ISBN 978-3-593-39127-4, 24,90 Euro

■ z-termine

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

2. Juli, Workshop „Zukunft sichern – Betriebliche Teamarbeit stärken“, HBZ Brackwede, Bielefeld-Brackwede. Tel.: 0521/ 94 284-31

4. Juli, Workshop „Das Kundengespräch - Verkaufen Sie Ihre Dienstleistung in 30 Sekunden!“, HWK Düsseldorf, Düsseldorf. Tel.: 0208 / 82 055-29

7. Juli, Workshop „Niederlande – Marktchancen, Vermarktungsmöglichkeiten, Arbeitsvoraussetzungen“, HWK Düsseldorf, Wesel. Tel.: 0208/ 82 055-32

7. Juli, Workshop „Mehr Erfolg im Betrieb“, HBZ Brackwede, Bielefeld-Brackwede. Tel.: 0521/ 94 284-31

7. Juli, Workshop „Attraktiv als Arbeitgeber“, FV Tischler, Dortmund. Tel.: 0231/ 91 20 10-12

8./9. Juli, Aufbautraining „Niederländisch für Handwerker“, HWK Düsseldorf, Goch, Teilnahmegebühr 150 Euro. Tel.: 0208/ 82 055-58

11. und 12. Juli, zweitägiges Seminar „Marketing, Verkaufstechnik“, HWK Südwestfalen, Arnsberg, Teilnahmegebühr 150 Euro. Tel.: 02931/ 877-177

12. Juli, Workshop: „Internetauftritt leicht gemacht dank Web-Baukasten“, FV Tischler, Dortmund. Tel.: 0231/ 91 20 10-40

12. Juli, Gruppenberatung: „Demografie im Betrieb – Fachkräftemangel und Altersfälle meistern“, HBZ Brackwede, Bielefeld-Brackwede. Tel.: 0521/ 94 284-31

13. Juli, Workshop „Stressfaktor Zeit – Schriftverkehr rationell gestalten“, HBZ Brackwede, Bielefeld-Brackwede. Tel.: 0521/ 94 284-31

18. Juli, Kongress „Gemeinsam für Fachkräfte – bilden, beschäftigen, integrieren“, IHK Bonn/Rhein-Sieg. Tel.: 0228/ 22 84-103

20. Juli, Sprechtag Unternehmensgründung Belgien/ Deutschland, HWK Aachen, Eupen. Tel.: 0241/ 471-180

23. Juli, Workshop „Zukunft sichern – Betriebliche Teamarbeit stärken“, HBZ Brackwede, Bielefeld-Brackwede. Tel.: 0521/ 94 284-31

25. Juli, Workshop „Öffentlichkeitsarbeit: Mit den Medien zum Stadtgespräch werden“, HWK Südwestfalen, Arnsberg. Tel.: 02931/ 877-177

28. Juli, Workshop „Direktmarketing: Mit Werbebriefen Kunden zielgenau erreichen“, HWK Köln, Köln. Tel.: 0221/ 20 22- 309

1. August, Workshop „Kreatives Marketing: Neue Wege zur Kundengewinnung“, HWK Südwestfalen, Arnsberg. Tel.: 02931/ 877-177

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

Das Projekt »Zukunfts-Initiative 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