

Wettbewerb „Entspannt modernisieren.“

## Bewerbungen noch bis Ende Mai möglich

Alle zwei Jahre belohnt die Qualitätsgemeinschaft „Entspannt modernisieren.“ von Tischler Schreiner Deutschland, Egger und Signal Iduna die besten Projekte mit attraktiven Preisen. Viele Tischler und Schreiner aus ganz Deutschland haben bereits ihre besten Referenzobjekte für den Wettbewerb eingereicht. Noch bis zum 31. Mai 2011 können sich Mitgliedsbetriebe mit ihren Referenzobjekten anmelden. Alle notwendigen Unterlagen stehen im Internet unter [www.entspannt-modernisieren.de/274.htm](http://www.entspannt-modernisieren.de/274.htm) zum Download bereit.

Von allen Einsendungen werden dann 20 Objekte nominiert, die in die nächste Runde kommen. Diese werden zur Preisverleihung in Berlin eingeladen. Je zwei Übernachtungen für je zwei Personen sowie die Abendveranstaltung werden von der Initiative „Entspannt modernisieren.“ getragen. Des Weiteren werden alle Nominierten von der Initiative „Entspannt modernisieren.“ intensiv kommuniziert. Die fünf Gewinner erhalten darüber hinaus je 1500 Euro Marketingzuschuss und einen eigenen Presstext für Medien in ihrer Region.

### Der Marketing-Tipp



Wie Sie neue Kunden gewinnen und leichter zu neuen Aufträgen gelangen, verrät Ihnen Conny Kozub, Fachfrau für PR und Marketing, jeden Monat in BM ([www.kozub-beratung.de](http://www.kozub-beratung.de))

### Erzählen Sie verkaufsfördernde Geschichten

Erfolgsgeschichten sind ein geeignetes Instrument, um zu zeigen, wie eine Lösung oder ein Produkt funktioniert, und wirken damit verkaufsfördernd. Der Leser einer Erfolgsgeschichte kann sich gut in die Lage des dort beschriebenen Kunden versetzen und Vergleiche mit eigenen Gegebenheiten anstellen. Auf der psychologischen Ebene zeigt die Geschichte, wie andere es geschafft haben.

Besonders Kunden, denen es schwer fällt, sich das Ergebnis vorzustellen, erhalten mit einer authentischen Lösung Klarheit bezüglich einer Entscheidungsfindung. Wird der Erfolg dann noch mit Vorher-Nachher-Bildern, Original-Zitaten des Kunden oder Zahlen belegt, ist die Erfolgsgeschichte besonders wirkungsvoll.

**Der Umfang:** Er beträgt 800 bis ca. 1800 Wörter und stellt die positiven Kundenerfahrungen in den Vordergrund. Der Text ist eher werblich verfasst, für eine Veröffentlichung in anderen Medien (z. B. Pressemitteilung) also nicht geeignet. Während Referenzen von Kunden nur aus wenigen Zeilen bestehen, beschreibt eine Erfolgsgeschichte das Wie und Warum.

**Der Aufbau:** Erzählen Sie das Wichtigste im ersten Absatz, geben Sie einen Überblick, worum es geht. Im zweiten Abschnitt folgen Einzelheiten zum Kunden: bauliche Gegebenheiten, vorhandene Technik, Wünsche des Kunden. Im dritten Abschnitt beschreiben Sie, worin die spezielle Herausforderung bestand, also Ihre Aufgabe. Die Lösung wird im vierten Abschnitt beschrieben. Zeigen Sie beispielsweise wie mit Hilfe Ihrer Lösung Geld gespart werden konnte. Der fünfte Abschnitt könnte Tipps enthalten. Zitate von Kunden lockern die Texte auf.

**Fazit:** Erzählen Sie Ihren Kunden und Interessenten Geschichten und überzeugen Sie sie damit von Ihrem Angebot!

Neu formiert: Schuler Consulting auf der Ligna

## Konzentration auf die Kernkompetenz

Vor über 50 Jahren als Unternehmensberatung gegründet, entwickelte sich die Schuler Business Solutions AG zum internationalen Kompetenzzentrum für die Holz- und Möbelindustrie. Nachdem Schuler sich in den letzten Jahren intensiv der Entwicklung und Implementierung von Softwarelösungen gewidmet hatte, fokussiert sich das Unternehmen wieder ganz auf seine Kernkompetenz: Individuelle Beratungsdienstleistungen für die Branche.

Die Schwerpunkte umfassen u. a. die Bereiche Managementberatung, Fabrikplanung, Prozessoptimierung, Produkt-Engineering und -Design, Qualitätssicherung, Per-

sonalberatung und Controlling. Unter dem Namen Schuler Consulting GmbH firmiert Schuler als selbstständiges Unternehmen der Homag Group AG. Die Berater verfügen so über einen direkten Zugang zu Innovationen und Branchentrends. Zudem profitieren Kunden von den Erfahrungen aus Projekten mit inzwischen über 2000 Kunden. Geschäftsführer der Unternehmensberatung sind Bernhard Lammers (gleichzeitig Funktion des Sprechers) sowie Andreas Heinzmann und Volker Jähnel. Die Vermarktung und Betreuung der Schuler-ERP-Module erfolgt seit Januar 2011 durch das Softwarehaus Homag eSolution GmbH.



Die „Fabrik der Zukunft“ zu planen steht als Leitgedanke im Mittelpunkt der Ligna-Messepräsentation. Er verfolgt das Ziel, Betriebe von Möbel- und Bauelemente-Herstellern entsprechend den Anforderungen der Zukunft auszurichten

Clarion Survey: Keine Messe im Herbst 2011

## „Focus Küche & Bad“ ausgesetzt

Messeveranstalter Clarion Survey hat sich entschlossen, die „Focus Küche & Bad“ im Herbst 2011 auszusetzen. Eine neue, vollständig überarbeitete Branchenplattform soll entsprechend der Marktentwicklung erarbeitet und kurzfristig eingeführt werden. Der Name „Focus Küche & Bad“ wird jedoch nicht mehr verwendet werden.

Das Messemanagement hatte zu Beginn des Jahres, unter Leitung von Geschäftsführer Horst Rudolph, eine Neuausrichtung der Veranstaltung vorgestellt. Dazu gehörten verbesserte Ausstellerkonditionen und ein optimiertes Raumkonzept für das Ausstellungszentrum in Hiddenhausen. Diese Qualitätsoffensive war darauf ausgerichtet, die Fachmesse gemeinsam mit allen Branchenakteuren

auf einen neuen Kurs zu führen. „Wir haben gute und intensive Gespräche mit den Branchenvertretern geführt. Dabei wurde offen über die aktuellen Entwicklungen und die Wünsche des Marktes gesprochen. Obwohl die Neuausrichtung positiv aufgenommen worden war, reichte deren Anziehungskraft offenbar nicht, um wieder Vertrauen in das bestehende Messeformat aufzubauen. Im Interesse unserer Besucher und Aussteller übernehmen wir die Verantwortung und setzen die Focus Küche & Bad in diesem Jahr aus“, erklärt Rudolph zum Messe-Thema.

Clarion Survey wird gegebenenfalls das Ausstellungszentrum in Hiddenhausen für eine unter Fremdregele organisierte Gemeinschaftsausstellung zur Verfügung stellen.