

Wer sich heutzutage erfolgreich im Markt bewegen will, der muß seine Kunden nicht nur individuell betreuen - er muß sie begeistern. Deshalb heißt es jetzt: Farbe beknennen. Dem Kunden schon vorher zeigen, wie eine Farbe später auf der Fassade wirkt. Das weckt "Farbbedürfnisse" beim Kunden, erzeugt Mehraufträge und schafft neuen Umsatz.

Mit paintersBOX wird im Handumdrehen ein neues Farb-Outfit für eine Fassade geschaffen. Und das ohne die komplizierte Bedienung einer Grafiksoftware. Ein Foto dient hierbei als Grundlage. Die mit BILDaufmaß bereits aufgemessene Fassade wird schnell und einfach per Mausclick bunt eingefärbt.

Farbtöne nach Wahl

paintersBOX unterstützt hierbei die Farbkataloge der wichtigsten Hersteller und natürlich können auch die gängigen Farbsysteme verarbeitet werden. Das Resultat ist perfekt. Innerhalb weniger Minuten erhält die Fassade ein neues Farb-Outfit. Aus alt wird neu, aus einem langweiligen weiß wird ein frisches gelb. Oder wie wär's mit einem hellen blau? Es gibt viele Möglichkeiten wie beispielsweise eine Fassade oder einen bunt eingefärbten Sockel.

paintersBOX

Die Macht der Farbe



Struktur bleibt erhalten

paintersBOX gibt der Fassade nicht nur ein neues farbiges Gesicht - alle im Bild vorhandenen Licht- und Schatteneffekte werden automatisch berücksichtigt. Natürlich wird auch die Putzstruktur im Original beibehalten, das heißt: man sieht die Farbe als Ansichtsfarbe - eben so, wie sie zu der Tageszeit, zu der das Foto gemacht wurde, auf der Fassade wirkt.

Botanik entfärben

Elemente, die nicht zur Fassade selbst gehören wie beispielsweise Bäume, Büsche und Lampen lassen sich ganz einfach und schnell entfärben. Es wird nur das coloriert, was auch später gestrichen wird.

Elemente austauschen

Mit paintersBOX können auch Objekte neu verputzt, Fenster und Türen beliebig ausgetauscht oder sogar entfernt wer-

den. Jeder Rohbau kann so innerhalb kürzester Zeit als fertiges Objekt dargestellt werden. Ihr Kunde wird begeistert sein.

Marketing

paintersBOX ist das Marketing Instrument für den modernen Malerbetrieb. Die Zeiten als Sie mit einem Farbfächer zum Kunden gingen und ihm mit einem 10 cm² großen "Farbflecken" erläutern wollten, wie seine Fassade aussehen könnte, sind vorbei. Jetzt können Sie Farbe zeigen. Das alles geht schnell und einfach, ohne die aufwendige Erstellung

von Masken wie dies bei vielen Fassadengestaltungsprogrammen üblich ist. Zeigen Sie Farbe! Das schafft begeisterte Kunden und sichert Aufträge. **1**

C.A.T.S.-Soft GmbH · Eigenroder Straße 1 · 35075 Gladenbach

Impressum

Maler-Brief - Herausgeber: C.A.T.S.-Soft GmbH, Eigenroder Straße 1, 35075 Gladenbach, Telefon 06462/9374-0, Fax 06462/9374-30 - Redaktion: Bianca Wege, Kerstin Schöbener, Thomas Scheld (verantwortlich für den Inhalt) - Alle Informationen wurden mit größter Sorgfalt aufbereitet, für Irrtümer und Unterlassungen wird keine Haftung übernommen. Ein Teil der verwendeten Namen sind geschützte Handelsnamen und/oder Warenzeichen der jeweiligen Hersteller - Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Neuregelung für Sie gelesen ...

Beendigung von Arbeitsverhältnissen - Informationspflicht des Arbeitgebers

Seit 01.07.2003 hat sich ein Arbeitnehmer (AN) gemäß §37b SGB III (3. SGB, Arbeitsförderung) persönlich bei der Arbeitsagentur arbeitssuchend zu melden, und zwar unverzüglich nachdem er Kenntnis von dem Beendigungszeitpunkt des Arbeitsverhältnisses erlangt. Im Falle eines befristeten Arbeitsverhältnisses hat die Meldung sogar drei Monate vor dessen Beendigung zu erfolgen. Kommt der AN dieser Verpflichtung verspätet nach, so kann ihm das Arbeitslosengeld empfindlich gekürzt werden. Lediglich bei einem betrieblichen Ausbildungsverhältnis ist der Beschäftigte von dieser Meldepflicht entbunden. Leider hat dieses Gesetz nicht nur Konsequenzen für AN. Da sich der AN beim Arbeitsamt persönlich melden muß, hat er einen Anspruch auf Freistellung zum Zweck dieser Meldung. Nach §2 Abs. 2 Ziff. 3 SGB III sind Arbeitgeber (AG) darüber hinaus verpflichtet, den AN vor der Beendigung des Arbeitsverhältnisses frühzeitig über die unverzügliche Meldepflicht zu informieren.

Obwohl der Gesetzgeber eine Verletzung dieser Informationspflicht des AG nicht ausdrücklich sanktioniert hat, ist es doch im Rahmen der Fürsorgepflicht Aufgabe des AG, Schaden von seinen AN abzuwenden. Und da der AN bei einer verspäteten Meldung erhebliche Kürzungen des Arbeitslosengeldes zu befürchten hat, könnte sich der AG durch Versäumen der Hinweispflicht u.U. schadensersatzpflichtig machen. AN sollten daher bei Ausscheiden schriftlich auf ihre Meldepflicht hingewiesen werden. Der Hinweis kann bei einem befristeten Arbeitsvertrag und einem Aufhebungsvertrag bereits unmittelbar im Vertragstext vermerkt werden. Bei einer Kündigung bietet sich die Aufnahme des Hinweises in das Kündigungsschreiben an. Der Hinweis kann aber auch durch eine gesonderte Erklärung, die vom AN quittiert wird, erfolgen. Um den rechtlichen Anforderungen an die Hinweispflicht zu genügen, sollten AG ihren Rechtsanwalt, ihre Handwerkskammer oder bei der Agentur für Arbeit nach entsprechenden Formulierungshilfen fragen.

Maler-Marketing

Auf der Suche nach dem Kundenwunsch

Der Wettbewerb im Malerhandwerk wird immer härter. das Leistungsprogramm der meisten Betriebe ist längst austauschbar geworden und die Vergabe von Aufträgen erfolgt zunehmend über den Preis. Damit sinken auch die Erträge der Unternehmen. Gleichzeitig sehen sich die Betriebe auch immer anspruchsvolleren Kunden gegenüber, die immer schwieriger langfristig gebunden werden können.

In dieser Situation kann "Marketing" helfen im Markt zu bestehen. Nach einer ehrlichen Analyse der sich für den Betrieb im angestammten Marktumfeld ergebenden Chancen und Risiken und einer Gegenüberstellung der Stärken und Schwächen des Unternehmens

wird die grundsätzliche strategische Ausrichtung des Malerbetriebs festgelegt. Sodann werden getreu dem Motto "Die Kunden müssen zum Unternehmen passen, sonst lohnt die Mühe um den Auftrag nicht" gezielt die zur Strategie passenden Kundenkreise gesucht. An dieser Stelle spielen die Bekanntheit des Unternehmens, die Sympathie, die dem Malerbetrieb im angestrebten Kundenkreis entgegengebracht wird und das angebotene Leistungsspektrum eine besondere Rolle. Es gilt die Bedürfnisse der potentiellen und bestehenden Kunden möglichst genau zu kennen und mit den angebotenen Leistungen zu treffen. Und genau hier ist Aktivität gefragt, denn oft müssen latente Kundenbedürfnisse erst geweckt werden. Der

Kunde, der die Wirkung von Farbe nicht einzuschätzen vermag, der kann sich nicht vorstellen, wie er die Fassade seines Hauses mit Farbe aufwerten kann. Und der Malermeister, der nicht nur Farbe verkauft, sondern Wohngefühl, der muß genau dies vermitteln können. Und wenn er es dann noch versteht die eigenen Leistungen von denen des Wettbewerbs abzugrenzen und diese Abgrenzung die Leistungen gleichzeitig aufwertet, dann sind auch wieder Aufträge mit vernünftigen Gewinnspannen zu realisieren. Wie das geht? Mit Dienstleistungen!

Thomas Scheld

Den ausführlichen Beitrag zum Thema "Maler-Marketing" finden Sie in Malerblatt, Heft 2/2004, Seite 38f. **2**

Maler-Marketing-Seminar

Mit der richtigen Marketing-Strategie kann der Malerbetrieb "Neukunden" finden und "Altkunden" binden. Aber was ist die richtige Strategie? Und wie kann man sie finden? Und wie setzt man eine Marketing-Konzeption im Alltag um? Unser Seminar liefert praxisnahe Antworten. Sie erfahren, was "Corporate Identity" bedeutet, wie Sie zeigen können, was Ihr Unternehmen zu leisten vermag und wie Aktionsmarketing funktioniert.

Der Referent, Thomas Scheld, Geschäftsführender Gesellschafter der C.A.T.S.-Soft GmbH und Malerblatt-Autor, befaßt sich seit vielen Jahren mit umfassenden Organisationskonzepten für moderne Malerbetriebe mit starker betriebswirtschaftlicher Orientierung.

Das Seminar findet am 14. Mai 2004 in Gladenbach und am 28. Mai 2004 in Berlin statt. Im Seminarpreis von 225,00 EUR zzgl. MwSt sind Getränke, Imbiß und Seminarunterlagen enthalten. **3**

Für weitere Informationen

Info-Coupon ausfüllen und schnell per Fax an 06462/9374-30

Firma/Name

Straße

PLZ/Ort

Telefon

Telefax

Ansprechpartner

Ich möchte mehr Informationen zu den nachfolgend angekreuzten Themen

- 1** paintersBOX, die Farb-Outfit-Software
- 2** Maler-Marketing
- 3** Maler-Marketing-Seminar