





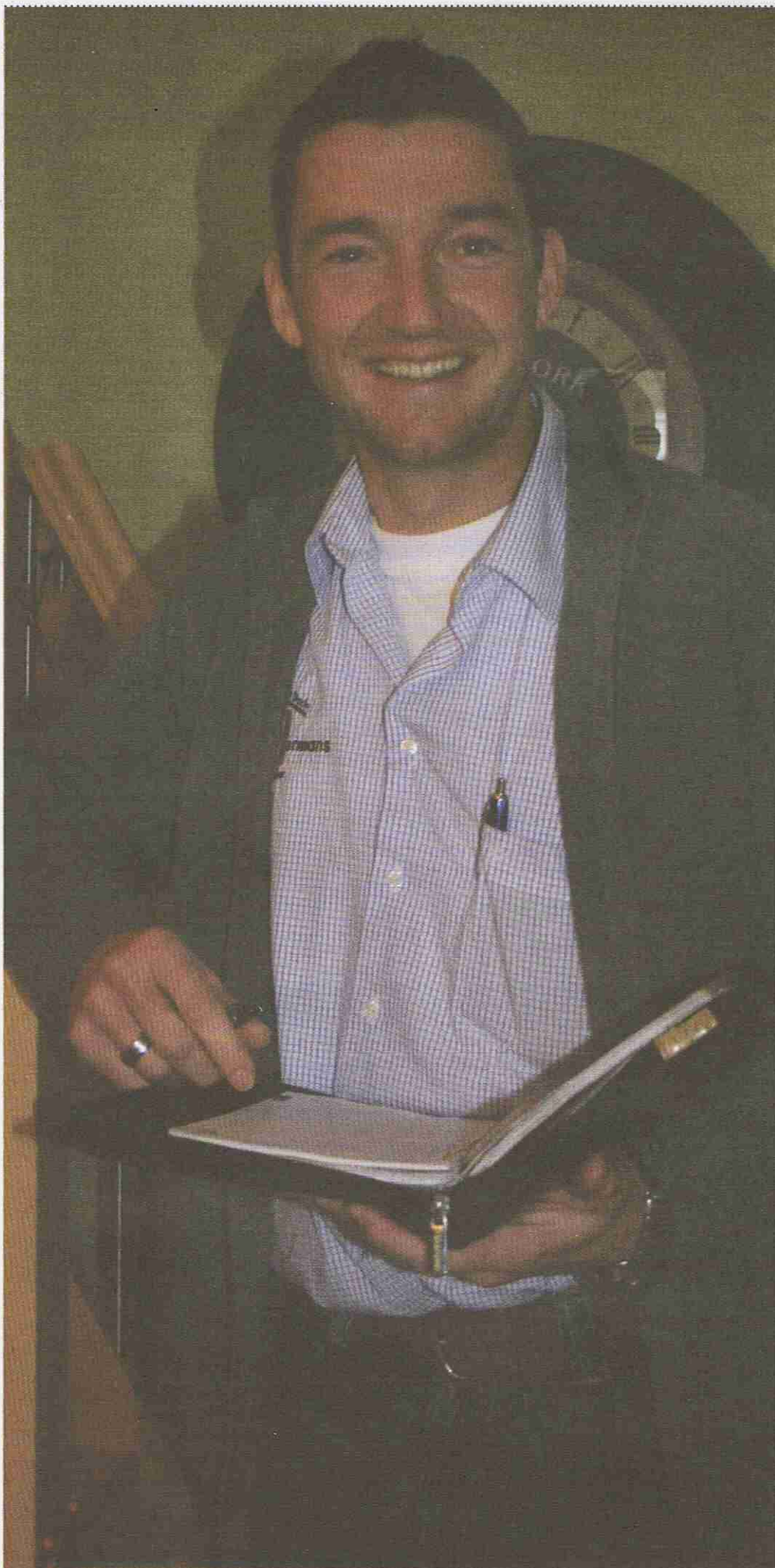


## Der Guerillero

Warum Tischlermeister  
Sascha Hermans vor allem  
im „Untergrund“ erfolgreich  
ist, lesen Sie ab Seite 12.

### Inhalt im März

 Tischler vs. Schreiner: Der Kampf beginnt	8
 Imagekampagne: Auftakt erfolgreich	9
 E-Mail-Marketing: Bericht statt Angebot	14
 Holz-Handwerk: Zu Gast in Nürnberg	ab 19
 Fensterbau frontale: Messe-Highlights	30
 Fahrtst: VW Caddy 4Motion	46



### Von Lutz Odewald

#### Die gestohlene Treppe

Hermans arbeitet seit einiger Zeit zusammen mit dem Marketing-Experten Thomas Patalas, der sich auf ungewöhnliche Aktionen spezialisiert hat. Eines Tages kam der Tischler mit dem Wunsch, auf der jährlichen Frühjahrsmesse in Mönchengladbach präsent zu sein. Sein Experte riet ihm zunächst ab: zu viele Anbieter, Handwerker sind nicht spannend, große Mühe, wenig Ergebnis. Die beiden grübelten eine ganze Nacht. Resultat: Am ersten Morgen der Messe parkte ein Kombi dicht am Eingang zur Messe. Im Fenster ein Plakat: „Belohnung! Bei einem Einbruch wurde unsere Treppe gestohlen.“ Das Plakat weckte das Interesse zahlreicher Besuchern. Hinter der angegebenen Telefonnummer versteckte sich eine charmante Telefonansage von Hermans mit dem Hinweis, an einem Gewinnspiel teilzunehmen. Schon nach kurzer Zeit war der Kombi umringt von Schaulustigen. Auch die Regionalpresse fand sich ein und berichtete über den Tischler und seine „entlaufene Treppe“. Super Idee, wenig Aufwand, maximale Wirkung.

#### Das intakte Team

Dabei verkauft Hermans gar nicht so häufig Treppen, nur rund fünf- oder sechsmal im Jahr rückt er zum Aufmaß aus. „Da, wo wir keine ausgewiesenen Experten sind, vertraue ich auf bewährte Partner.“ Der 37-Jährige arbeitet bei Treppen und Türen eng mit HGM zusammen. Was dem Unternehmer wichtig ist: „HGM lädt

**Der Charmeur:** „Mein Ausstellungsraum ist für Frauen konzipiert. Denn die sind letztlich diejenigen, die bestimmen, was gekauft wird.“ (links)

**Das Team:** Hermans legt viel Wert auf Teamwork. Auch in der Ausbildung engagiert er sich. (Mitte)

**Die Werkstatt:** Sieben Mitarbeiter arbeiten hier. Ihr Chef findet allerdings kaum noch Zeit dafür. (rechts)

# Frech und anders

Sascha Hermans sieht gar nicht gefährlich aus. Doch der Kaarster Tischlermeister hat es faustdick hinter den Ohren – Guerilla-Marketing ist sein Schlachtruf. Seine Aktionen sind nicht nur witzig, sie sind vor allem erfolgreich.



**Guerilla-Marketing:** Wer hat die Treppe gestohlen?

## STECKBRIEF

**Firmenname:** Tischlerei Hermans

**Ort:** Kaarst

**Mitarbeiterzahl:** 7

**Spezialität:** Innenausbau

**Internet:** [www.tischlerei-hermans.de](http://www.tischlerei-hermans.de)

**Marketingberater:** Thomas Patalas ([www.maks.info](http://www.maks.info))



uns regelmäßig zu Schulungen ein, behandelt auch meine Mitarbeiter genauso professionell wie mich. Darauf lege ich bei der Zusammenarbeit großen Wert.“ Der Tischlermeister hält große Stücke auf seine sieben Mitarbeiter. Dieses Miteinander in seinem Team zeigt Hermans bewusst: „Im Sommer bauen wir vor der Werkstatt eine Sitzgruppe auf. Dort machen wir gemeinsam Frühstückspause. Das sehen die Kunden.“ Sascha Hermans ist sich sicher, dass so rüberkommt, was für eine eingeschworene Truppe sein Team ist. Wer sie holt, der bekommt die gute Laune gleich mitgeliefert. Ein-

mal im Monat trifft sich das Team zur Mitarbeiterbesprechung: „Da gibt's keinen Chef, da wird offen geredet.“

### Der arbeitende Kunde

Eine möglichst perfekte Dienstleistung ist für den Innenausbauer Standard. Aber Hermans traut sich auch auf ungewohntes Terrain. „Bei mir können die Kunden bei ihren Aufträgen mitarbeiten.“ Was sich zunächst wie der übliche Versuch anhört, mit einer Billig-Masche an Kunden heranzukommen, erweist sich in der Praxis als genialer Schachzug: „Das finden Leute gut, die Spaß am Handwerk

haben und sich auch selbst verwirklichen wollen.“ Und das rechnet sich? „Klar! Nach kurzer Zeit baut sich ein Vertrauensverhältnis auf. Die Leute merken, wie viel Können es doch braucht, perfekte Arbeit abzuliefern.“ Hermans Augen leuchten: „Eigentlich wird aus diesem Kontakt immer ein richtiger Auftrag.“

### Das vielseitige Engagement

Ob Vogelhäuschen-Bastelaktion für Kinder, Spenden-Weihnachtsbaum zugunsten eines Kunst-Cafés für Behinderte oder Auftritt als Model auf einer Modenschau – Hermans sprudelt vor Ideen.

Längst ist er in den örtlichen Redaktionen ein fester Begriff und immer für eine Geschichte gut. Auch die Ausbildung steht auf der Agenda: So engagiert sich Hermans seit Längerem bei der Aktion „EQJ“, dem Einsteiger-Qualifizierungs-Jahr. Hier wird Jugendlichen, die keine Ausbildungsstelle bekommen haben, die Möglichkeit gegeben, ein Jahr in einem Betrieb zu arbeiten, die Berufsschule zu besuchen und einen Qualifizierungsnachweis zu erlangen.

Die einzige Schattenseite für den rührigen Handwerksmeister: „In die Werkstatt komme ich nur noch zum Schauen.“

9

