



## 685100 bzw. 685000 Tapeziertisch, 3m lang, 60 bzw. 80 cm breit

G

- » Zweifach klappbarer Tapezier- und Allzwecktisch zur vielfältigen Verwendung auch in Hobby, Freizeit, Haus und Garten.
- » Gut aufzubewahren durch geringes Klappmaß, leicht zu transportieren und einfach aufzustellen.
- » Tischhöhe 780 mm.
- » Stabiler Alu-Tischrahmen mit Sperrholzplatte.
- » Robustes Rohrklappgestell mit sicherer Verriegelung.
- » Große Arbeitsfläche, 2-fach klappbar.
- » Aufgedruckte Maßtabelle.
- » Zulässige Belastung 100 kg.
- » Vor der Verwendung, insbesondere bei empfindlichen Tapeten, ist die Tischplatte gründlich zu reinigen.



umlaufender Alu-Rahmen und stabile Holzplatte

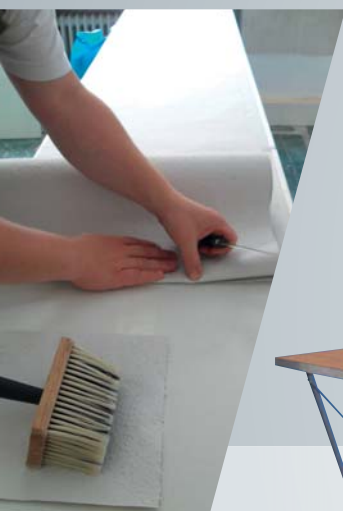


der stabile Tragegriff liegt flach an



Stahl-Scharniere

Länge	ca. m	3,05	3,05
Breite	ca. mm	600	800
Höhe	ca. m	0,78	0,78
Packmaß L x B x H	ca. m	1,05 x 0,60 x 0,10	1,05 x 0,80 x 0,10
Gewicht	ca. kg	15,0	18,0
EAN-Code		4019502314450	4019502314443
Best.-Nr.		685100	685000



## 685101 bzw. 685001 Tapeziertisch, höhenverstellbar, 3 m lang, 60 bzw. 80 cm breit

G

- » Wie oben, jedoch mit neuartiger Schwenkmechanik für Höhenverstellung.
- » Eine ebenso einfache wie geniale Lösung:  
Die Arbeitsplatte, ohne Zubehör, mit wenigen Handgriffen von 780 mm auf 860 mm Höhe einzustellen.
- » Standfestigkeit und Kippsicherheit werden durch die hymerspezifische Technik nicht beeinträchtigt.
- » Durch Vermeidung von Zubehör-Teilen lässt sich der Tisch genauso schnell wieder zusammenklappen wie er aufgebaut wurde.
- » Zulässige Belastung 80 kg.
- » Vor der Verwendung, insbesondere bei empfindlichen Tapeten, ist die Tischplatte gründlich zu reinigen.



Länge	ca. m	3,05	3,05
Breite	ca. mm	600	800
Höhe	ca. m	0,78 + 0,86	0,78 + 0,86
Packmaß L x B x H	ca. m	1,05 x 0,60 x 0,10	1,05 x 0,80 x 0,10
Gewicht	ca. kg	15,0	18,0
EAN-Code		4019502329621	4019502329638
Best.-Nr.		685101	685001



## 685200 Tapeziertischverbreiterung

G

- » Für die Tische 6850 und 6851.
- » 200 mm breit (Tisch 600 mm wird 800 mm breit, Tisch 800 mm wird 1.000 mm breit).
- » Einfache Montage mit Flügelschrauben.
- » Siehe auch Zubehör Seite 147.

Länge	ca. m	3,05
Breite	ca. mm	200
Gewicht	ca. kg	5,5
EAN-Code	4019502314467	
Best.-Nr.	685200	

## Erfolgreiche Werbung für kleine und mittelständische Unternehmen

Drei Fragen des Marketings, die helfen.

Es werden mehr Marken, Produkte und Dienstleistungen mit Werbegeld beworben als der aktive Wortschatz eines Menschen Worte enthält. Dennoch geht jeder Werbetreibende davon aus, dass seine Botschaft ankommt. Dies, obwohl sich in den letzten Jahren durch Internet, TV-Kanäle, Zeitschriften usw. die Anzahl der Meldungen im hohem Maße potenziert hat. Wie kann dann ein kleines oder mittelständisches Unternehmen (KMU) überhaupt noch durchkommen?

**Die Werbung muss viel stärker ein fester Bestandteil des Marketings werden.**

Was heißt das? Ganz einfach: Produkte und Dienstleistungen, die eine Marke bekannt machen möchte, müssen sehr prägnant hinsichtlich ihrer besonderen Leistungsmerkmale herausgearbeitet werden. Dabei hilft die Beantwortung von drei scheinbar einfachen Fragen:

### 1. „Was kann ich besser als meine Wettbewerber?“

Die Unterscheidung schärft das eigene Profil und macht es in der Menge sichtbar. Dazu sollte ein zentraler, besonders augenfälliger Unterschied herausgearbeitet werden. Häufig werben Wettbewerber der gleichen Branche auch mit den gleichen Argumenten. Diese verlieren dann jedoch jeglichen Wert! Übrigens: Bei den Herstellern von Leitern sind es immer wieder „Qualität, Sicherheit und Innovation“. Es bedarf daher einer intensiven Suche nach einem wirklichen Unterschied. Zumal eine Differenzierung nur dann wertvoll ist, wenn auch der Kunde daraus einen Nutzen ziehen kann.

Also lautet die nächste wichtige Frage:

### 2. „Was hat mein Kunde davon?“

Es geht meist nicht allein um die besondere Qualität eines Produktes oder einer Dienstleistung, sondern um das, was der Kunde damit erreichen will und kann. So will er zum Beispiel mit einem hochwertigen Anstrich nicht nur alte Flecken mit Farbe überdecken, sondern auch irrationale oder unbewusste Bedürfnisse wie Sauberkeit, Ordnung usw. befriedigen. Oder es geht darum, Anerkennung innerhalb seines sozialen Umfeldes zu erlangen. Wenn Sie den tieferen Sinn Ihrer Leistungen oder Produkte erkannt haben und wissen, worin Ihre Stärke im Vergleich zu Ihrem Wettbewerb liegt, lautet die letzte Frage:

### 3. „Wie erfährt mein Kunde davon?“

In einer Welt der Reizüberflutung aufzufallen, ist eine besondere Herausforderung. Außer der Kernbotschaft sind daher der Zeitpunkt, der Ort und die Form der Präsentation bedeutsam. Bei der Werbung mit einem überraschenden Witz oder einem Prominenten ist darauf zu achten, dass die Aussage bzw. die Person die Kernbotschaft nicht überlagert, sondern unterstreicht und die Markenpersönlichkeit des Unternehmens gewahrt bleibt.

Also drei Fragen, die anscheinend leicht zu beantworten sind, jedoch einer tiefen Auseinandersetzung mit dem Marketing bedürfen und nicht allein den Werbern zu überlassen sind, wenn man erfolgreich sein will.

Dietmar Menze  
www.home-innovation.de

