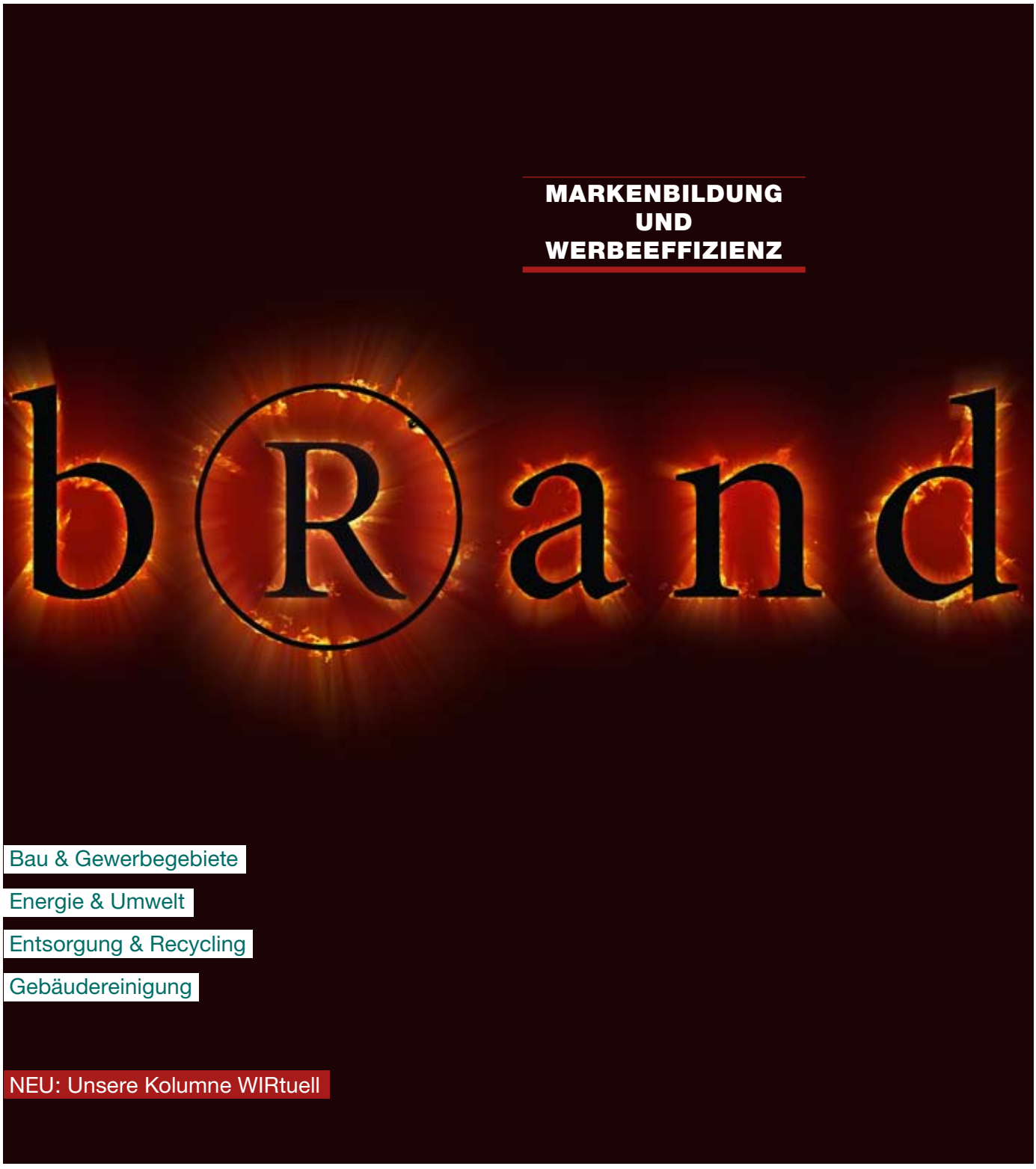
WIRTSCHAFT REGIONAL

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE IN DER REGION

5 | 2011 | EUR 8,50 | 44861



Bau & Gewerbegebiete

Energie & Umwelt

Entsorgung & Recycling

Gebäudereinigung

NEU: Unsere Kolumne WIRtuell

WIRTSCHAFTLICHE ENTSORGUNGSDIENSTLEISTUNGEN

Für ein sauberes Ostwestfalen-Lippe



Entsorgung

Die familiengeführte Tönsmeier-Gruppe bietet in Ostwestfalen-Lippe die gesamte Bandbreite moderner Entsorgungsdienstleistungen an. Mit seinen Aufbereitungs-, Sortier- und Recyclinganlagen leistet das Unternehmen dabei einen wichtigen Beitrag zur Schonung wichtiger natürlicher Ressourcen. Tönsmeier betreut kommunale Auftraggeber, duale Systemträger und Kunden aus Industrie und Gewerbe. Und: Auch für private Haushalte bietet Tönsmeier immer eine "passende Lösung".

Recycling

- Altholz
- Schrott und Metall
- Kunststoffaufbereitung und -verarbeitung
- Alt-/ Druckereipapier
- Elektroaltgeräte
- Kompostierung von Gartenabfall, Grün- und Strauchschnitt
- Behälterglas
- Flach- und Problemglas
- Ersatzbrennstoffherstellung

Dienstleistung

- Kommunale Entsorgung
- Sonderabfallentsorgung
- Gewerbe-/ Industrieentsorgung
- Wertstoffsortierung
- Akten- und Datenträgervernichtung
- Demontagebetrieb nach AltfahrzeugV

Entsorgungsfachbetriebe gemäß § 52 KrW-/AbfG und zertifiziert nach ISO 9001:2000

Noch Fragen? Sie finden uns in Ihrer Nähe:

Westerfeldstraße 20 · 32758 Detmold
Tel. (0 52 31) 60 03-0 · Fax 60 03-16

Normannstr. 10 · 32051 Herford
Tel. (0 52 21) 50 30 3 · Fax 1 51 14

Auf der Plaße 1 · 32469 Petershagen
Tel. (0 57 02) 83 14-0 · Fax 83 14-16

Fritz-Souchon-Str. 4 · 32339 Espelkamp
Tel. (0 57 72) 9 90-15 · Fax 9 90-16

Dahlbreede 1 · 33790 Halle
Tel. (0 52 01) 73 55-0 · Fax -11

An der Pforte 2 · 32457 Porta Westfalica
Tel. (0 57 1) 97 44-165 · Fax 97 44-170

Dieselstraße 100 · 33334 Gütersloh
Tel. (0 52 41) 9 65 02-0 · Fax 9 65 02-26

Am Alten Fluss 8 · 32657 Lemgo
Tel. (0 52 61) 25 80-0 · Fax 25 80-40

Kupferstr. 30 · 33378 Rheda-Wiedenbrück
Tel. (0 52 42) 50 24 · Fax 21 39

www.toensmeier.de · info@toensmeier.de

TÖNSMEIER Kunststoffe
Diebrocker Str. 274
32501 Herford
Tel. (0 52 21) 34 07-0
Fax 34 07 29

PEITZMANN Schrott- und Metallgroßhandlung
Am Atlaswerk 22
33106 Paderborn
Tel. (0 52 51) 8 79 79 - 0
Fax 7 44 70

TÖNSMEIER
Entsorgungssysteme

AirportPark FMO – 350.000 m² – ab 55 €/m²

Innovativer Business Park am Flughafen Münster/ Osnabrück direkt an der A1 Hamburg–Köln

- Biomasse-HKW
- Rechenzentrum/Breitband
- LED-Beleuchtung
- Regenerative Regenwassernutzung



- Gesichertes Baurecht
- voll erschlossen
- 2.000–100.000 m² parzellierbar
- 24 Std.-Betrieb

Jetzt Grundstücke und Mietflächen sichern!
+ 49 (0) 25 71-94 47 80
WWW.AIRPORTPARKFMO.DE

- Gewerbe/Logistik ab 55 €/m²
- Büro/Hotel ab 70 €/m²

Innovating Business.
AirportPark FMO

Wer wagt, gewinnt!

SO ALT DIESE ERKENNTNIS AUCH SEIN MAG ...

Die Erfahrungen mit ihr sind immer wieder neu. Ebenso wie Optik und Konzept Ihrer WIRTSCHAFT REGIONAL, dessen jüngste Ausgabe Sie hier in den Händen halten. Alles neu macht der Mai, hatten wir Ihnen in unserer April-Ausgabe angekündigt. Wir haben Wort gehalten: Das Ihnen vertraute Magazin kommt mit neuer, frischer, zeitgemäßer Optik – und mit neuen, attraktiven Werbeplätzen für unsere Inserenten.

Unser aktuelles Titelthema, „Markenbild und Werbeeffizienz“, ist da nur folgerichtig und konsequent. Sowohl Kreative und Markenbildner als auch Markenproduzenten und Konsumenten beleuchten dieses wichtige Thema aus Sicht des Mittelstandes – für den Mittelstand. Lassen Sie sich durch die Beiträge gerne zu Mut motivieren, ausgetretene Pfade zu verlassen und das Neue zu wagen. Bringen Sie den Mut auf, sich auf Ihren unternehmerischen Instinkt zu verlassen.

Auch wir in unserem Verlag haben uns mit unserem Selbstverständnis intensiv auseinandergesetzt, als die Werbeagentur Team Wandres an uns herangetreten ist und in den ein oder anderen „wunden Punkt“ stieß. Die Werbeagentur aus Münster tat dies übrigens aus ihrer eigenen Initiative aus. Dieses engagierte Vorgehen hat mich tief beeindruckt. Die „Werbemacher“ aus Münster hatten sich ein konkretes Ziel gesetzt, sich mit unserem Magazin bis in kleinste Detail auseinandergesetzt und uns kooperativ zum Handeln bewegt – im Sinne der Zukunft.

Das neue Konzept können Sie hier nunmehr lesen, sehen und erleben. Verlagsführung und Team der WIRTSCHAFT REGIONAL sind überzeugt davon, das Richtige getan zu haben – und es gewagt zu haben.

Viel Vergnügen mit Ihrer neuen WIRTSCHAFT REGIONAL, wünscht Ihnen, Ihr



Peer-Michael Press, Herausgeber und Verleger



PEER-MICHAEL PRESS
HERAUSGEBER DER
WIRTSCHAFT REGIONAL
(FOTO: WIR)



INHALT

Tagungen
08 Die Eventlocation im Münsterland

Titelthema
12 Markenbildung und Werbeeffizienz – Chancen und Potenziale für den Mittelstand
22 Mensch, Mittelstand!

Bau
28 Industrie- und Gewerbebauten aus Stahlbetonfertigteilen
36 Flächenbündige Fassaden entwickeln sich weiter

Gewerbegebiete
44 Mit Ideen für die Zukunft
48 Das optimale Grundstück

Garten- und Landschaftsbau
50 Geheimwaffe Fensterbank

Gebäudereinigung
56 Reinraumreinigung

Energie & Umwelt
60 Der Wohlfühlpartner für energieeffiziente Haustechnik
64 Unternehmerisches Handeln im Zeichen der nächsten Generation

Entsorgung & Recycling
66 Deutliche Expansion in zwei Kernregionen

RUBRIKEN
04 Impressum
05 Innovator des Monats
06 Firmenportrait
54 Genießen in Westfalen
66 Menschen & Meldungen
70 Markt & Angebote

Verlag und Druckerei
Press Medien GmbH & Co. KG
Richthofenstraße 96 · 32756 Detmold
Tel.: 0 52 31 98 100-0 · Fax: -33
www.wirtschaft-regional.net

Büro Bielefeld
Tel.: 05 21 9 70 44-0

Redaktion und Anzeigen
Peer-Michael Press (verantwortlich)

Mitarbeiter der Redaktion
Jürgen Press, Andreas Beuke
Tel.: 0 52 31 98 100-19
redaktion@wirtschaft-regional.net

Gekennzeichnete Artikel decken sich nicht unbedingt mit der Meinung der Redaktion. Für unverlangt eingereichte Manuskripte wird keine Haftung übernommen.

Anzeigen
Günter Press
Tel.: (0 52 31) 98 100-20
g.press@wirtschaft-regional.net

Holger Levermann
Tel.: (0 52 31) 98 100-12
h.levermann@wirtschaft-regional.net

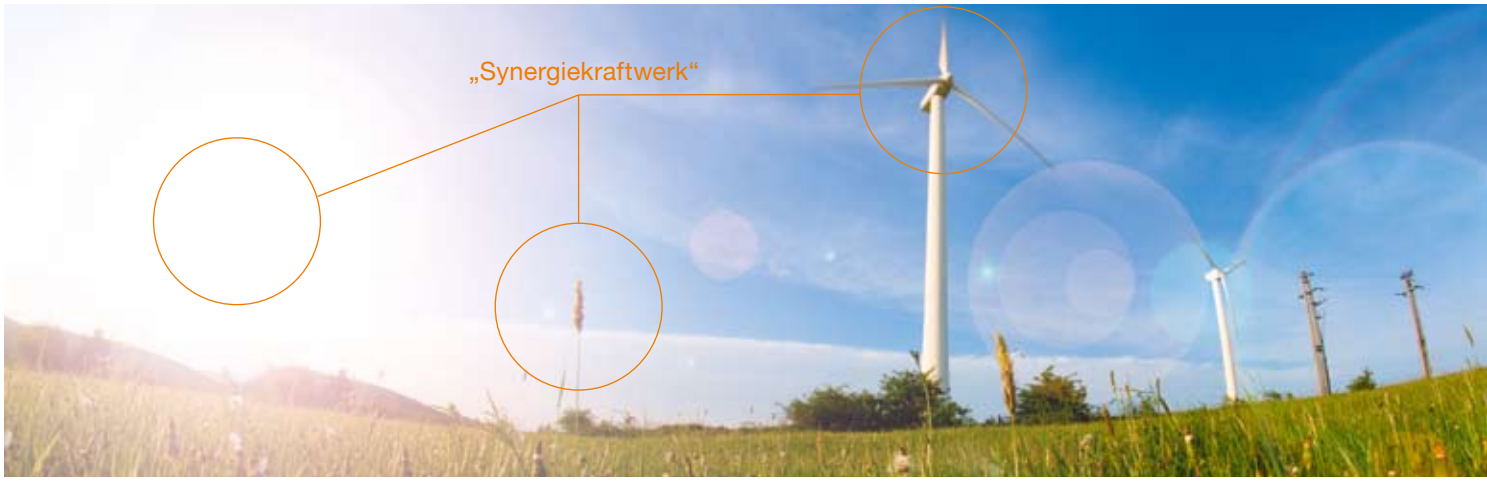
Ulrike Vollmer
Tel.: (0 52 31) 98 100-14 · Fax: -33
u.vollmer@wirtschaft-regional.net
Anzeigenpreisliste Nr. 18/Januar 2011

Abonnementservice
Ulrike Vollmer
Tel.: (0 52 31) 98 100-14

Druck
Polygraph Print · www.polygraph-print.de

Erscheinungsweise
12 Hefte kosten jährlich im Abonnement 20,00 Euro. Das Abonnement läuft über ein Jahr und verlängert sich nur dann um ein weiteres Jahr, wenn nicht spätestens drei Monate vor dem Ablauf des Abonnement gekündigt wird. Erfüllungsort und Gerichtsstand Lemgo. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

Konzept & Design
www.team-wandres.de



Ein Weg zu 100 Prozent erneuerbarer Energie

DIE REW REGENIS GMBH AUS QUAKENBRÜCK HAT EIN INNOVATIVES KONZEPT ZUR VERNETZUNG DER EINZELNEN REGENERATIVEN ENERGIETECHNOLOGIEN ENTWICKELT, WOBEI DIE EINZELANLAGEN BEREITS INDUSTRIELL BEWÄHRT SIND

Das sogenannte „Synergiekraftwerk“ leistet eine kontinuierliche Strom- und Gasversorgung in der Region für die Region und das annähernd unabhängig von überregionalen Energieträgern. Synergiekraftwerke verbinden Windkraft, Biomasse & Solar mit Bioenergiespeichern und erzeugen Strom und Gas. Die Biomasse, vom Grünschnitt, Fäkalschlamm und Bioreststoffen aus der Landwirtschaft und Foodindustrie bis hin zu nachwachsenden Rohstoffen, dient der Biogaserzeugung. Das Biogas kann eingespeist und in dezentralen Blockheizkraftwerken (BHKW) unter Wärmenutzung vor Ort verstromt werden. Die anfallenden Gärreste werden durch Entwässerung, Trocknung und Vergasung zum einen zu Synthesegas und zum anderen zu Naturdünger weiterverarbeitet. Das erzeugte Synthesegas kann zwischengespeichert, zugemischt oder als Prozessenergie auf dem Synergiekraftwerk genutzt werden.

„Wir haben durchaus positive Erfahrungen gemacht, die Kommunikation im Rahmen eines kompetenten Netzwerkes vermeidet im Vorfeld oft den falschen Weg, die Kommunikation läuft parallel über viele Kanäle und kommt im Ergebnis auf großer breiter Front an beim Kunden, in der Kommune, beim Bürger.“ so Dieter Schillingmann, Geschäftsführer der REW Regenis GmbH, zum bisherigen Erfolg des Projektes. „Wir behaupten mit den geplanten Milliarden für Offshore (150 Mrd EUR), Desertec (400 Mrd EUR), Kohlekraftwerke (200 Mrd EUR), Hochspannungsleitungen (50 Mrd EUR), Gasleitungen und Flüssigtanker kann man das Thema Energieversorgung in Deutschland zu 50 Prozent mit folgenden Technologien lösen: den drei klassischen Energien (Wind, Biogas, PV), neuer Technologien (Regionale, SMART-GRiD, SMART-METER),

Elektrolyse, Biomassevergasung, Speicher und Schwarm-BHKW incl. Brennstoffzellen und noch weiteren. Die anderen 50 Prozent sollten am besten eingespart werden und das geht nur auf lange Zeit, z.B. unterstützt mit einem online Strompreis nach Angebot von regenerativen Energien und Nachfrage nach Energie allgemein: etwa ein Preis von 5 bis 50 cent/kWel, der stündlich über das Internet aktualisiert wird.“



DR.-ING. DIETER SCHILLINGMANN
GESCHÄFTSFÜHRER REW REGENIS REGENERATIVE ENERGIE WIRTSCHAFTSSYSTEME GMBH
(FOTO: PRIVAT)



Geniestreiche der Lichtforschung: Tailorlux entwickelt intelligente Materialien

WOZU LICHT IN DER LAGE IST, BEWEIST DIE TAILORLUX GMBH SEIT 2005 IM INNOVATIONSPARK STEINFURT

Das interdisziplinäre Team entwickelt „intelligente Materialien“, die ihre Eigenschaften an unterschiedlichste Anforderungen anpassen können. Wissenschaft und Praxis gehen eine perfekte Symbiose ein. Die Modulation von Licht eröffnet eine Vielzahl an praktischen Anwendungen.

Als Komplettanbieter liefert Tailorlux von der Entwicklung, über die Herstellung bis hin zur individuellen Beratung alle Dienstleistungen aus einer Hand. Der jüngste Coup der Steinfurter ist das Produktschutzsystem Tailor-Safe, das auf der Hannover Messe 2011 für Aufmerksamkeit sorgte. 70 Elemente für mehr als 300 Milliarden Leuchtstoffkombinationen – so lautet die Erfolgsformel, um Originale schnell und einfach von Plagiaten zu unterscheiden Die Innovationskraft von Tailor-Safe brachte dem jungen Unternehmen eine TOP FIVE Platzierung beim HERMES AWARD 2011 ein.





Die smart materials von Tailorlux können die Eigenschaften von Licht so verändern, dass der Kunde einen konkreten Nutzen davon hat: Fluchtwege in Krankenhäusern bleiben auch ohne Strom im Dunkeln sichtbar. UV-Leuchtstoffe reinigen Luft und Gewässer. Die hohen Qualitätsansprüche der Kunststoff- und Papierindustrie werden durch optische Aufheller erfüllt. Und anorganische Beschichtungen, sogenannte Coatings, schützen Oberflächen dauerhaft gegen äußere Einflüsse. Dies ist nur ein Ausschnitt des breiten Anwenderspektrums. Insgesamt sind die Leuchtstoffexperten in der Lage, mit den

lichtmodulierenden Materialien individuelle Kundenwünsche umzusetzen.

Um Plagiaten und ungerechtfertigten Reklamationsansprüchen vorzubeugen, hat Tailorlux das Produktschutzsystem Tailor-Safe entwickelt. Einzigartige Leuchtstoffkombinationen auf der Basis seltener Erden werden in ein Produkt eingebracht, etwa bei Kunststoffen und Keramiken, oder auf das Produkt aufgebracht, etwa bei Medikamenten, Etiketten und Verpackungen. Da sich die Leuchtstoffe in ihrer Lichtemission jeweils eindeutig voneinander unterscheiden, können sie per Lichtspektroskopie ermittelt und mit einfachem Handgerät ausgelesen werden. Das Spektrum des Leuchtstoffes erzeugt ein individuelles Muster. Dieses wird digitalisiert und in einer Datenbank erfasst. Der Datenbankabgleich bestätigt das geschützte Produkt als Original.

Auf der Hannover Messe 2011 stand Tailor-Safe im Blickpunkt der Öffentlichkeit. Unter dem Motto „Smart Efficiency“ präsentierte das Unternehmen sich und seine Neuheiten von der besten Seite. „Das Thema Produktschutz ist in den letzten Jahren immer brisanter geworden. Die Schäden durch Plagiate gehen längst über gefälschte Textilien und Schmuckstücke hinaus. Mit Tailor-Safe haben wir ein System entwickelt, das Hersteller von Originalen und ihre Zulieferer einfach und effizient vor Plagiaten schützt“, erläutert Alex Deitermann, Geschäftsführer von Tailorlux. Zum achten Mal wurde in Hannover einer der renommiertesten Industriepreise weltweit vergeben: der HERMES AWARD 2011. Die hohe Effizienz, die einfache Messtechnik und das besonders breite Anwendungsspektrum selbst in Farben, Lacken oder Tinten hat die Jury von Tailor-Safe überzeugt. „Die TOP FIVE Platzierung beim HERMES AWARD ist eine tolle Anerkennung unserer Arbeit und die beste Motivation, weitere Visionen umzusetzen. Langfristig planen wir die Integration der Messtechnik in Smartphones. Jeder Anwender soll zukünftig selbst Originale von Plagiaten unterscheiden können“, sagt Deitermann.

Die Besucher der Hannover Messe konnten sich bereits vor Ort von der Wirksamkeit des Anti-Counterfeit-Systems überzeugen. Dank einer Kooperation mit der JOKARI-Krampe GmbH aus Ascheberg standen zwei Anschauungsstücke zur Verfügung. „Im Bereich Kabelmesser sind wir Weltmarktführer. Gerade bei unseren Neuheiten wollen wir deshalb präventiv und nachhaltig gegen Produktpiraterie vorgehen. Dank der Zuverlässigkeit von Tailor-Safe können wir unseren Kunden das Qualitätssiegel Made in Germany garantieren und nachweisen. Damit schützen wir uns gleichzeitig gegen ungerechtfertigte Reklamationsansprüche“, sagt Carsten Bünnigmann, Geschäftsführer von JOKARI, mit Blick auf die erfolgreiche Zusammenarbeit. Auch NRW Wirtschaftsminister Harry K. Voigtsberger machte sich mit den Leuchtstoffen vertraut und freute sich über soviel Innovationskraft am Standort NRW.



DIE GESTALTER DER NEUEN GENERATION DES PRODUKTSCHUTZES FREUEN SICH ÜBER DIE NOMINIERUNG FÜR DEN HERMES AWARD DER DEUTSCHEN MESSE (VON LINKS): **ALEX DEITERMANN, DR. DOMINIK UHLICH, PROF. DR. THOMAS JÜSTEL, DR. HELGA BETTENTRUP, SEBASTIAN RÜTTER** (FOTO: TAILORLUX – DANUTA DUTCZAK)





KONGRESSE, SYMPOSIEN, SEMINARE, TAGUNGEN, FIRMENVERANSTALTUNGEN, TONAUFNAHMEN – FÜR ALL DAS BIETET DAS KONZERT THEATER COESFELD EINEN REPRÄSENTATIVEN RAHMEN

HANS-DIETER ERNST
GESCHÄFTSFÜHRER
ERNSTING'S BAU & GRUND
GMBH & CO. KG
(FOTO: ERNSTING'S BAU &
GRUND GMBH & CO. KG)

Kongresse, Symposien, Seminare, Tagungen, Firmenveranstaltungen, Tonaufnahmen – für all das bietet das konzert theater coesfeld einen repräsentativen Rahmen. Firmen, Verbände, Vereine oder Privatpersonen können das Haus für eigene Veranstaltungen mieten. Das 2007 eröffnete konzert theater verfügt nicht nur über eine einzigartige Akustik und ein unvergleichliches Ambiente, sondern ist auch ein Ort für alle, die das Novum lieben.

Alles, was an Equipment, Know-how und Infrastruktur notwendig ist, damit eine Veranstaltung reibungslos über die Bühne geht, steht zur Verfügung. Das Herzstück des Gebäudes, der Zuschauersaal, bietet vielfältige Bestuhlungs- und Bühnenvarianten. Im stimmungsvollen Foyer und auf dem Theaterplatz bleibt Raum für Kommunikation und Kulinarisches. Ein professionelles Team, das von Catering bis Technik die Klaviatur des Veranstaltungsmanagements beherrscht, sorgt im Hintergrund für perfekte Abläufe.

Meister ihres Fachs aus Architektur, Akustik und Bühnentechnik haben ein neuartiges Raumkonzept für das konzert theater coesfeld geschaffen. Ein Raumkonzept, das seinen Nutzern ein Höchstmaß an Gestaltungsfreiheit bietet: Laufsteg, Zentralbühne, Showtreppe, Studiobühne und weitere Varianten sind dank der flexiblen Saalelemente schnell umgesetzt. Hans-Dieter Ernst, Geschäftsführer der Ernsting's Bau & Grund, der Betreiberfirma des Theaters, sieht besonders in der flexiblen Technik den Vorteil des Hauses: „Im konzert theater coesfeld ist kaum ein Szenario unmöglich: Ob nun ein Auto auf

14⁰⁰ im Lehrerzimmer:



Schloss Varenholz
Sei wer Du bist – Deine Schule für's Leben

Schloss Varenholz – Private Realschule mit Internat für Mädchen und Jungen
32689 Kalletal | Tel.: 0 57 55 - 962-0

Erhalten Sie Einblick in unseren Tagesablauf:
www.schloss-varenholz.de

Die Eventlocation im Münsterland



die Bühne schweben soll oder man den Referenten in der Erde versinken lassen möchte – das Theater ist für die außergewöhnlichsten Einsätze gerüstet.“ Für die Vergrößerung der Bühne kommt der Orchestergraben zum Einsatz. Auf die Bühnenhöhe hochgefahren, erweitert er die Bühne um bis zu 100 qm. Ist ein kleinerer Saal gewünscht, kann mittels Vorhängen der komplette Saal auf ein Drittel abgeteilt werden. Die Studiobühne des Theaters ist der ideale Raum für publikumsnahe Präsentationsformen im kleinen Rahmen.

Das konzert theater coesfeld bietet eine umfangreiche technische Ausstattung: modernste Ton- und Lichttechnik, Verfolger-Spots, Daten- und Videobeamer oder exzellente Lautsprecheranlagen. Auf Wunsch begleiten qualifizierte Ton- oder Lichttechniker die Veranstaltung.





Wer beim Drucken sparen will, braucht kein großes TAM TAM. Sondern nur ein POM, das wirkt.

Wirtschaftliches Druckkosten-Management
In der Welt der Bürokommunikation zeigt sich immer wieder: Mit POM, dem intelligenten Paper Output Management, sparen Sie erhebliche Teile der bisherigen Druckkosten. Wie Sie weitere Prozesse optimieren und Kosten senken, erfahren Sie bei den Spezialisten von Janson & Even. Rufen Sie an: **0 52 51/14 41-0**

Weitere Informationen: **www.janson-even.de**

*Im Vergleich zu den bisherigen Druckkosten. Ersparnis bis zu 30%. Abhängig von der Ausgangslage.

Janson & Even
Office- & IT-Lösungen

konzert
theater
coesfeld

KONGRESSE SYMPOSIEN
SEMINARE TAGUNGEN
FIRMENVERANSTALTUNGEN
TONAUFNAHMEN





MASSGESCHNEIDERT
FÜR IHREN EVENT.



Für Ihren Event bieten wir Ihnen
- unvergleichliches Ambiente
- modernste Ton- und Lichttechnik
- einzigartige Akustik
- vielfältige Bühnenvarianten
- kostenfreie Parkplätze
- Full-Service: Vermittlung von Künstlern, zusätzliche Technikleistung, Cateringberatung

www.konzerttheatercoesfeld.de

Kontakt, Information, Besichtigungstermine:
Tel. 0 25 46 / 93 05 42

Bielefeld Convention

UNIVERSITÄTSSTADT, LEINENSTADT, STADT AM TEUTOBURGER WALD, WIRTSCHAFTS-, KULTUR- UND EINKAUFSZENTRUM, TAGUNGS- UND KONGRESSSTANDORT – BIELEFELD ALS METROPOLE OSTWESTFALENS PRÄSENTIERT SICH SO VIELFÄLTIG WIE IHRE BEZEICHNUNGEN

Als kulturelles und wirtschaftliches Oberzentrum eines Wirtschaftsraumes mit rund 2 Mio. Menschen gehört die Stadt Bielefeld mit rund 330.000 Einwohnern zu den 20 größten Städten Deutschlands. Die Bielefelder Wirtschaft, ursprünglich von der Leinenweberei geprägt, ist heute von einer breit gefächerten Branchenstruktur mit internationalem Ruf gekennzeichnet. Mit Universität und Fachhochschulen ist zunehmend die Bedeutung Bielefelds für Wissenschaft und Forschung gewachsen.

Günstig über Verkehrsverbindungen aus allen Teilen Deutschlands erreichbar, macht die zentrale Innenstadtlage aller relevanten Einrichtungen Bielefeld zum Tagungsstandort der kurzen Wege: Die Stadthalle als modernes multifunktionales Kongresszentrum in Citylage, der historische Altstadtkern mit zahlreichen Möglichkeiten für kulturelle Events, Freizeitvergnügen und Erlebniseinkauf.

Bielefeld Convention bietet Ihnen einen Service rund um die Organisation von Tagungen und Kongressen. Vom Kongresszentrum und der Tagungstechnik über die zentrale Hotelplanung bis zum Rahmenprogramm. Die Tagungsinfrastruktur der Stadt Bielefeld erlaubt vielfältige Nutzungsmöglichkeiten. Im Kongressbüro der Bielefeld Marketing GmbH laufen alle Fäden zusammen. Als zentrale Anlaufstelle sorgt das Kongressbüro für den „kurzen Draht" zwischen Veranstalter, Stadthalle, Eventlocations, Hotelpartnern, Kongressdienstleistern und Partnern in der Stadt und gewährleistet so einen erfolgreichen Verlauf – von der individuellen Standortberatung bis zur Komplettabwicklung verschiedener Programmsegmente, von der Hotelzimmerkoordination bis zur Durchführung von kreativen Begleitevents.

Ideen für Ihre Begleitevents in Bielefeld:

- Mittelalterliches Spectaculum in den Kasematten der Sparrenburg
- Comedy-Rundfahrt mit dem ostwestfälischen Sonderbeauftragten für Spezialfeierlichkeiten
- Erlebniswelt Marke: Besuch in der Dr. Oetker Welt
- Kulinarischer Sparziergang – Bielefelder Stadtgeschichte mit allen Sinnen erleben
- Grenzen testen und Hürden überwinden im Hochseilgarten Bielefeld

WIRtuell

HALTUNG, BITTE!

Was waren das doch für einfache Zeiten, als Haltung noch ein statischer Zustand war. Gemauertes stand für die Ewigkeit. Zöpfe durften wachsen. Erst recht in den Gedanken. Das ging so lange gut, bis der Zeitgeist erfunden wurde. Seither neigt die gute alte Haltung zum Adjektiv „dynamisch". Ihr stetiger Wandel wird sogar gut geheißen als Ausdruck individueller Denk- und (Achtung!) Bewegungsprozesse. Haltung ist inzwischen genauso von individuellen Emotionen geprägt wie die Wechselfrequenz der menschlichen Atmung. Da wir diese bekanntlich zum Leben brauchen, gibt es allerdings keinen Grund, der früheren Statik von Haltung eine Träne nachzuweinen.

Zumal es glücklicherweise verbale Brücken gibt, über die althergebrachte Zustände mit Anstand in die Zukunft geführt werden können. Wer sich einem „Redesign" und/oder einem „Relaunch" widmet, macht nichts anderes, als seine Haltung zu bewahren, selbige aber zugleich den aktuellen Bedürfnissen seiner Kunden anzupassen. Da dieser Wandlungsprozess so untypisch deutsch ist, gibt es für diesen folgerichtig kein deutsches Wort.

„Neu entwerfen", unterstellt Unstetigkeit als Untugend, während „to redesign" als dessen englische Bedeutung feinsinnig den Erhalt von Design als Kulturgut propagiert. Wer wiederum ankündigt, sein Produkt „erneut auf den Markt zu bringen", statt das Wort „Relaunch" zu benutzen, der gerät in den Verdacht, eine zweite Chance zu benötigen.

Wer allerdings deshalb davor zurückschreckt, verkennt, wie überaus menschlich das Streben nach frischem Glanz doch ist. Denn wer beim Flirt punkten will, muss neben charakterlichen Qualitäten ebenso ein gepflegtes Äußeres aufweisen. Es ist Klarheit auf ästhetischer Ebene, die Mann und Frau gleichermaßen anziehend finden. Dass Brusthaar gerade auf der „In"-Liste steht – und Schuhabsätze wieder flacher werden … Das hat mit dem Redesign der Geschlechter zu tun! Richtig: Alles eine Frage der Haltung. Und der Zeit.



MATTHIAS CIESLAK
TEXT/REDAKTION/PR
TEAM WANDRES WERBEAGENTUR



Markenbildung und Werbeeffizienz – Chancen & Potenziale für den Mittelstand

WER AN MARKEN DENKT, DEM FALLEN SOFORT NAMEN WIE APPLE, COCA-COLA, DR. OETKER ODER NIVEA EIN

Diese Unternehmen, welche zu den „Großen“ ihrer jeweiligen Branche gezählt werden können, stehen mit ihren Marken in direktem Kontakt zum Endverbraucher. So ist unschwer zu erkennen, dass gerade in der Konsumgüterindustrie Marken eine elementare Rolle spielen. Doch wie sieht das im Mittelstand und im B2B-Bereich aus? Benötigen auch mittelständische B2B-Unternehmen Marken?

Die Antwort auf diese Frage ist eindeutig: Ja! Die Gründe hierfür sind vielfältig. Der dramatische Wandel in der heutigen Wettbewerbssituation hat dazu geführt, dass auch der Mittelstand durch eine immense Wettbewerbsintensität gekennzeichnet ist. Vielfach konkurrieren mittelständische Unternehmen mit Wettbewerbern aus der ganzen Welt, so dass ein sich kontinuierlich verschärfender Preiswettbewerb zu beobachten ist. Gleichzeitig ist es vielen Mittelständlern nur schwer möglich, aus diesem Preiswettbewerb als Sieger hervorzugehen. Gerade in dieser schwierigen Situation stellen klar positionierte Marken auch im B2B-Geschäft eine sehr gute Möglichkeit dar, die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu gewährleisten. Gleiches trifft für Unternehmen auch in Krisenzeiten zu, denn hier kann eine Marke als Anker fungieren, um nicht von dem entstehenden Sog der Krise ggf. weiter in die Tiefe gerissen zu werden. Vielmehr

können starke Marken in schwierigen Zeiten durch ihren (z.B. emotionalen) Mehrwert für zusätzliche Umsätze sorgen, um krisenbedingte Absatzrückgänge zu kompensieren.

Wie eine Studie Ende 2010 im Harvard Business Manager gezeigt hat, beeinflussen Marken die Kaufentscheidung der Kunden auch im B2B-Geschäft in vielerlei Hinsicht. So sorgen Marken für eine Verringerung des Risikos auf Seiten des Kunden, da dieser eine Marke als Signal für eine gewisse Produktqualität interpretiert. Des Weiteren führt die Markenbekanntheit durch bestehendes Markenvertrauen zu einer Verringerung der Informationskosten. Schließlich besitzt eine Marke für den Kunden auch einen symbolischen und einen emotionalen Nutzen. Die Nutzung dieser Faktoren kann insbesondere im persönlichen Verkauf den Vertrieb von B2B-Marken aktiv fördern und unterstützen.

Allerdings besteht im B2B-Geschäft erhebliches Verbesserungspotenzial im Umgang mit Marken. Viele Entscheidungsträger, welche oftmals durch eine technische Orientierung geprägt sind, messen technischen Details und harten Zahlen eine größere Bedeutung bei als markentypischen Faktoren wie z.B. der Emotionalität. Um zukünftig erfolgreich im Markt bestehen zu können, wird die Nutzung von Marken (als immaterielle Vermögenswerte) notwendig werden. Das zeigen auch verschiedene empirische Studien. Folglich sollten sich die Entscheidungsträger von der Vorstellung lösen, dass Transaktionsprozesse im B2B-Geschäft grundsätzlich nur von Rationalität gelenkt werden. Vielmehr werden handelnde Personen z.B. durch Marken in ihren Entscheidungen beeinflusst.

Hierbei stellt die gezielte und segmentspezifische Ansprache der relevanten Zielgruppe den Ausgangspunkt für eine erfolgreiche Markenführung dar. Nur wenn ein Unternehmen die Erwartungen, Vorstellungen und Wünsche der Zielgruppe wirklich kennt, kann eine Marke optimal positioniert und in den Köpfen der Kunden verankert werden. Die grundlegende Erhebung dieser elementaren Daten, den entscheidungsbeeinflussenden Eigenschaften der Produkte oder Dienstleistungen, zählt mit zu den Kernkompetenzen des IFEM Institut für effizientes Marketing und stellt den Schlüssel für eine effiziente Markenführung dar. Durch die Anwendung neuester, wissenschaftlich fundierter Analysetechniken sind wir beispielsweise in der Lage, bislang unbekannte Informationen über Zielgruppen zu erheben und entsprechend die Markenführung auf ein gesichertes Fundament zu stellen. Denn erst auf der Grundlage einer optimalen segmentspezifischen Zielgruppenansprache können die unterschiedlichen Erfolgsfaktoren zum Aufbau einer erfolgreichen Marke genutzt werden.

Die Erfolgsfaktoren für Marken sind vielfältig. Entscheidend für den Erfolg einer Marke ist grundsätzlich die strategische Planung und Verankerung der Marke im Unternehmen. Dabei gilt es, die eigene Leistung klar von jener der Wettbewerber abzugrenzen, um eine für den Kunden wahrnehmbare eindeutige Differenzierung der Produkte oder Dienstleistungen sicherzustellen. Diese Notwendigkeit ergibt sich auch vor dem Hintergrund der in der Regel begrenzten Marketing-Budgets. So ist es wichtig, die Marke konsequent aufzubauen und zielgerichtet zu führen, da häufige Korrekturen kostspielig sind und zudem zu einer Verwässerung des Markenimages führen können. Eine klare Markenpositionierung unterstützt dabei auch die Differenzierung der Marke. Entscheidend ist hierbei allerdings die Auswahl der Positionierungsinhalte. Einen weiteren Erfolgsfaktor von Marken stellt die interne Verankerung im Unternehmen dar. Angefangen vom Top-Management haben alle Mitarbeiter eines Unternehmens die Marke zu tragen und konsistent nach außen zu kommunizieren; die Mitarbeiter fungieren somit als Markenbotschafter. Generell gilt, die Marke über sämtliche Marketingkanäle konsistent, konstant und



PROF. DR. ERIC SCHIRRMANN
IFEM INSTITUT FÜR EFFIZIENTES MARKETING GMBH



PASCAL KOTTEMANN (M.SC.)
IFEM INSTITUT FÜR EFFIZIENTES MARKETING GMBH



prägnant zu kommunizieren, um die Positionierung und die Differenzierung der Marke zu untermauern. Allerdings bringt auch die beste Marken-Strategie keinen Erfolg, wenn die kommunizierte Leistungsfähigkeit nicht mit der tatsächlichen Leistungsfähigkeit übereinstimmt. Folglich gilt es, diese Faktoren derart zu gestalten, dass eine hohe Kongruenz zwischen „Ist" und „Soll" entsteht. Und hierbei steht die vom Kunden subjektiv empfundene Ist-Leistung im Vordergrund.

Eine zentrale Rolle bei der Kommunikation der eigenen Marke kommt der Werbung zu. Grundsätzlich sind der Phantasie bei der Vermarktung der eigenen Marke keine Grenzen gesetzt, denn Kreativität kann die Einzigartigkeit der Marke erneut unterstreichen. Dabei stehen mittelständischen Unternehmen eine Vielzahl an unterschiedlichen Werbekanälen zur Verfügung, wie z.B. die klassische Printwerbung, Direktwerbung oder Onlinewerbung. Entscheidend bei der Kommunikation ist grundsätzlich, dass die Marke konsistent und eindeutig kommuniziert wird. Es wäre mehr als fatal, wenn bspw. Internetauftritt und Imagebroschüre den Eindruck vermitteln, es handele sich um zwei unterschiedliche Unternehmen. In einem solchen Fall würde die Marke ihre Sinnhaftigkeit verlieren und vielmehr für Verwirrung bei den Kunden sorgen. Die sogenannte „Corporate Identity" muss sichergestellt sein.

Die Printwerbung gilt als klassische Form der Werbung, zählt aber immer noch zu den bedeutendsten Instrumenten der Kommunikation. Zu den zentralen Werbeträgern gehören in diesem Kontext Anzeigen bzw. Inserate in Printmedien, aber auch Imagebroschüren und Prospekte. Der Printwerbung kommt die Aufgabe zu, das eigene Unternehmen mit den Dienstleistungen oder Produkten in der jeweiligen Zielgruppe bekannt zu machen. Gleichzeitig besitzt die klassische Printwerbung aber auch vergleichsweise hohe Streuverluste, da eine Vielzahl der Adressaten schlichtweg an den Produkten oder Dienstleistungen des Unternehmens nicht interessiert ist. Entsprechend sollte bei den Unternehmen des B2B-Geschäfts ggf. eine Fokussierung auf Fachzeitschriften erfolgen, mit denen die Zielgruppen erreicht werden. Auf diese Weise können die Streuverluste verringert werden, da eine gezielte Ansprache der anvisierten Zielgruppe erfolgt. Durch eine qualifizierte Kombination von Anzeigen und Fachartikeln kann die fachliche Kompetenz des Unternehmens unterstrichen werden, während gleichzeitig die Marke des Unternehmens in den Köpfen der Leserschaft verankert wird.

Einen Schritt weiter geht die Direktwerbung, welche den unmittelbaren Kontakt zu der relevanten Zielgruppe z.B. durch personalisierte Briefe, E-Mails oder Telefonate sucht. Entscheidender Unterschied zu der klassischen Printwerbung ist dabei die Interaktion zwischen dem Unternehmen und dem Adressaten. Folglich ist die Direktwerbung gerade im B2B-Geschäft in der Lage, eine direkte Kommunikation mit den Kunden zu ermöglichen. Des Weiteren bieten unterschiedliche Kennzahlen die Möglichkeit der Werbeerfolgskontrolle. Genannt werden können in diesem Kontext exemplarisch die Responsequote (Anzahl positiver Reaktionen/Anzahl Mailings) oder die Kosten pro Auftrag (Gesamtkosten für Direktwerbung/Anzahl erhaltener Aufträge). Auf diese Weise kann eine kontinuierliche Überprüfung der Effektivität und Wirksamkeit erfolgen, was bei der klassischen Printwerbung nur sehr schwer möglich ist. Vielmehr bleibt dort im Unklaren, ob sich der Kunde für die Leistung eines Unternehmens aufgrund einer Werbeanzeige, einer Imagebroschüre oder eines anderen Grundes entschieden hat. Gleichzeitig können die Streuverluste, die bei der Printwerbung zu beobachten sind, hier entscheidend verringert werden. Allerdings ist ebenfalls anzuführen, dass Direktwerbung vielfach als störend empfunden wird,

wohingegen die typischen Anzeigen in Print-Medien nur selten negativ wahrgenommen werden.

Wird der Tausenderkontaktpreis zu Grunde gelegt, so liegt dieser für die Direktwerbung über dem für die Printwerbung. Aufgrund der deutlich geringeren Streuverluste erweist sich jedoch die Direktwerbung in der Regel für ein Unternehmen als effizienter. Darüber hinaus sind Messen und Ausstellungen besonders empfehlenswert für Unternehmen des B2B-Geschäfts. Dort können bspw. regelmäßig die Leistungen des Unternehmens präsentiert und die Konkurrenzangebote wahrgenommen werden. Darüber hinaus kann ein persönlicher Austausch mit den Kunden erfolgen, der zu einer Verbesserung der Kundenbeziehung beitragen kann.

In den letzten Jahren ist die Breite möglicher Werbekanäle durch die zunehmende Digitalisierung der Kommunikation deutlich angewachsen. Die Elemente des Web 2.0 haben einen grundlegenden Wandel in der Kommunikation zwischen Individuen bewirkt. Eine Vielzahl an Marken wie z.B. Facebook oder YouTube ist durch das Internet bekannt geworden und zählt heute zu den wertvollsten Marken der Welt. Allerdings sind es nicht nur die „Großen“, die von der Digitalisierung der Kommunikation profitieren. Gerade auch für kleine und mittelständische Unternehmen bietet diese Entwicklung ein immenses Potenzial, auch in Zeiten sinkender Werbeetats ein effizientes Marketing zu schaffen. Entsprechend werden Elemente der Onlinewerbung immer bedeutender. So ist die Onlinewerbung mit niedrigeren Kosten im Vergleich zu denen der klassischen Printwerbung oder der Direktwerbung verbunden. Darüber hinaus kann die relevante Zielgruppe häufig durch die Marketingaktivitäten online gezielt und ohne größere Streuverluste angesprochen werden. Schließlich kann der Erfolg der Onlinewerbung unter Anwendung technischer Hilfsmittel (z.B. Click Through Rates) unmittelbar und besser abgeschätzt werden. Entsprechend kann die Effektivität und Wirksamkeit der Werbeaktivitäten deutlich gesteigert werden.

Zusammenfassend ist anzuführen, dass sich mittelständische Unternehmen nicht nur auf einen bestimmten Werbekanal beschränken sollten. Vielmehr sollte durch eine gezielte Kombination der Werbekanäle ein konsistentes Image in der Öffentlichkeit erzeugt werden. Online-Maßnahmen können traditionelle Aktivitäten wie Print- und Direktwerbung wirkungsvoll flankieren. Die Kommunikation wird sich zunehmend in das Internet verlagern, so dass auch dem Bereich der Onlinewerbung in Zukunft eine noch größere Rolle beigemessen wird. Diesen Umstand sollten sich auch mittelständische Unternehmen zu Nutze machen und die Möglichkeiten des Internets wahrnehmen. Und auch im B2B-Geschäft sollte ein gewisses Umdenken stattfinden, sofern noch nicht erfolgt: Denn nicht nur in der Konsumgüterindustrie, sondern auch im B2B-Geschäft gehören Marke und Werbung zu elementaren Erfolgsfaktoren, um für die Zukunft optimal aufgestellt zu sein. Wichtig ist es allerdings, dass die Eigenschaften, die die Kaufentscheidung beeinflussen, vor der Werbeschaltung professionell identifiziert werden. Ansonsten verfehlt die Werbebotschaft ihre Wirkung und wird teuer und ineffizient.



EINE HOHE KONGRUENZ ZWISCHEN „IST“ UND „SOLL“ SORGT DAFÜR, DASS DAS FEUER ENTFACHT WIRD. SOWOHL INTERN WIE AUCH EXTERN.

Braucht der Mittelstand Marken?

WIR BEFRAGTE DEN EXPERTEN FRANK MERKEL, VORSTAND DER WOB AG UND SPRECHER DES FORUMS B2B-KOMMUNIKATION DES GESAMTVERBANDES DER KOMMUNIKATIONSAGENTUREN (GWA)



FRANK MERKEL
VORSTAND DER WOB AG UND SPRECHER FÜR DIE B2B-KOMMUNIKATION DES GESAMTVERBANDES DER KOMMUNIKATIONSAGENTUREN (GWA)

Wie Merkel betonte, ist ihm das Markenthema ein Herzensanliegen. Er persönlich hält eine ganze Menge Vorträge darüber, auch an der Universität in Mannheim oder kürzlich bei einem Seminar, wo es darum ging, das Know-how an Betriebswirtschaftler und Geisteswissenschaftler zu vermitteln.

Herr Merkel, aus dem Konsumgüterbereich kennt man die „Markenbildung“, aber braucht der Mittelstand im B2B-Sektor „Marken“?

Ja. Denn Marken haben nichts mit der Produktart oder Betriebsgröße zu tun. Der Gedanke der Marke ist eigentlich eine Philosophie, die sehr alt ist. Wenn Sie einmal zurückgehen, können Sie im alten Rom die ersten Markenprodukte finden. Das waren Leute, die Ziegel für Häuser hergestellt und diese mit ihrem Siegel kenntlich gemacht haben. Der Grund dafür: War ein Ziegel nicht in Ordnung und stimmte die Qualität nicht, war klar wen man „an den Ohren“ ziehen konnte. Die Idee der Marke ist sozusagen zweitausend Jahre alt. Professionalisiert worden ist das aber natürlich erst später. In Deutschland in den dreißiger Jahren war das der Werbepsychologe und Schriftsteller Hans Domizlaff. Er hat zwar mit Konsumgüterbeispielen angefangen, aber die können Sie wunderbar auf alle Bereiche transferieren, auf Dienstleistungen genauso wie auf B2B-Produkte. Domizlaff hat das damals so formuliert: Marke ist die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Wir reden hier also nicht über Reklame, oder über Vordergründiges. Wir reden über eine Wettbewerbsstrategie, in der ein sehr komplexes Gedankenkonstrukt steckt: Der Mensch handelt nicht nur rational, nach harten Fakten, sondern im B2B-Bereich spielen Emotionen, Vertrauen und Sicherheit eine ganz wichtige Rolle.

Welches sind die wichtigsten Bausteine in der Markenbildung?

Das fängt ganz klar mit der Leistung selbst an. Jeder erwartet von einer Marke eine konstante Qualität. Die muss nicht immer Premium sein, sondern eine Qualität, die ewartet wird. Hinzu kommen Serviceaspekte rund um die Produkte selbst. Da gehören auch Bausteine dazu

wie z.B. eine vernünftige Preispolitik. Man sollte kein Preis-Jojo spielen. Das macht das Vertrauen kaputt. Ebenfalls im Fokus sollte der „Prozess“ stehen. Denken Sie mal an das Thema Internet, in dem viele Mittelständler unterwegs sind. Hier sollte man sich immer die Frage stellen: Wie mache ich es meinen Kunden heute leicht und einfach, mit mir zu arbeiten? Ganz entscheidende Markenbotschafter sind außerdem die Mitarbeiter selbst. Ihr Verhalten gegenüber den Kunden ist essentiell. Zeigen Sie bei jedem Kundengespräch ihre Freundlichkeit und Kompetenz, hat dies natürlich auch mit Markenkommunikation zu tun.

Es geht bei einer Marke darum, in den Köpfen meiner Zielgruppen einen immateriellen Wert aufzubauen. Da muss die gesamte Kommunikation zusammenpassen.

Sollten Mittelständler Marken strategischer sehen?

Definitiv. Es gibt zwar so etwas wie eine „intuitive Markenführung“. Die liegt immer dann vor, wenn ein hervorragendes Produkt existiert und alle anderen Aspekte so darauf abgestimmt werden, dass ein bestimmtes Bild aufgebaut wird. Ich könnte mir zum Beispiel gut vorstellen, dass sich ein Unternehmer wie Herr Fischer von den Fischer-Dübeln zu seinen Anfängen noch nicht bewusst mit dem Thema Marke auseinandergesetzt hat. Später muss es aber eine professionelle Führung, eine Strategie geben, sonst fängt es im Markengetriebe irgendwann an zu quietschen.

Bei vielen mittelständischen Unternehmen sind bestimmte Voraussetzungen zur Marke bereits erfüllt, aber durch die Art, wie sie kommunizieren, werden Markenbilder erheblich gestört. Es gibt zum Beispiel Mittelständler, die wechseln so alle zwei Jahre ihre Kommunikationslinie und haben ständig irgendwas Neues. Das ist natürlich verheerend. Alle Beispiele sehr guter Markenführung, ob Sie Nivea nehmen im Konsumgüterbereich oder B2B-Beispiele aus unserem eigenen Haus, wie ebm-papst oder die Messe Bau, haben eines gemeinsam: Es gibt einen strategischen Unterbau, eine kommunikative Idee und eine bestimmte Kommunikationslinie, die über viele Jahre hinweg gepflegt wird.

Wir sagen immer: Der wichtigste Kommunikationskanal im B2B-Bereich für die Markenbildung ist der Vertrieb. Aber der muss natürlich eingebettet sein in ein gesamtes Kommunikationskonzept und hier klemmt es bei vielen Mittelständlern noch. Statt einem stimmigen Bild, gibt es lauter kleine Puzzlesteine, die oft noch ein wenig wild aussehen.

Wer eine Marke aufbauen will, kommt übrigens um Kommunikation, um Werbung nicht herum. Allerdings sind in den letzten Jahren die Möglichkeiten der Werbekanäle, insbesondere durch die Digitalisierung, stark gestiegen: von der klassischen Printwerbung, über Direktwerbung bis zu Newsletter, Banner, SocialMedia oder WebTV-Werbung.

Welche Felder sollten vom mittelständischen Marketing unbedingt belegt werden? Und welche Werbekanäle haben nach Ihrer Meinung in Zukunft großes Potential?

Im B2B-Bereich scheiden die großen klassischen Kanäle, wie TV, Rundfunk, auch große Plakatkanäle in der Regel aus. Da haben Sie eine zu große Fehlstreuung und die Budgets reichen oft nicht aus, um in dem Werbekonzert überhaupt gehört zu werden. Große Chancen für den Mittelstand eröffnen sich aber wie gesagt durch die Digitalisierung. Wir können heute zum Beispiel für sehr kleines Geld Bewegtbild produzieren und der Mittelständler kann das über seine gut gemachte Website, über Facebook und YouTube publizieren, ohne dass er dafür großartige Schaltgelder aufbringen muss. Und wir können durch das Internet die Wirkung von Maßnahmen viel besser überprüfen als früher und entsprechend Anpassungen vornehmen.



STETER TROPFEN ...



Durch die technologischen Möglichkeiten eröffnen sich heute insgesamt viele neue Kommunikationsmöglichkeiten. Wichtig ist aber immer, dass alles zur Marke passt und eben keine Patchwork-Kommunikation ist. Das „konstante oder integrierte", das spielt eine große Rolle. Und dazu gehört, dass man auch als Mittelständler nicht nur eine Adressdatei hat, sondern eine sauber gepflegte Datenbank, mit deren Hilfe man Kunden bedarfsgerecht ansprechen kann.

Und dass ich die Dinge, die mir zu Verfügung stehen, so gut wie möglich einsetze – vom Direktmarketing über E-Mail Newsletter über eine anständige Website bis hin zu meinen Veranstaltungen.

Welche Vor- und Nachteile sehen Sie in der klassischen Printwerbung?

Anzeigen sind ein wichtiger Baustein in der Markenbildung und Werbung. Was ich dabei aber empfehle ist eine gewisse Nachhaltigkeit in der Planung. Es macht keinen Sinn, einmal in ein Printmedium reinzugehen und dann war es das. Es muss schon eine gewisse Kontinuität und Regelmäßigkeit vorhanden sein, für die sich der Mittelständler auch ein vernünftiges Budget geben muss.

Oft wird in Anzeigen auch mit viel zu vielen Information, viel zu vielen Botschaften geworben. Laut Studien wird in Zeitschriften eine Anzeige nicht länger als 3 Sekunden angeschaut. Wenn ich da nicht eine Botschaft habe, die klar verstanden wird und die das herausarbeitet, auf das es ankommt, dann wird es schwierig, eine Wirkung zu erzielen. Eine der ersten Hausaufgaben muss deshalb sein, sich genau zu überlegen: Was ist meine zentrale Werbebotschaft? Was will ich sagen? Und wie will ich es sagen, damit es schnell verstanden wird und eine klare Handlung auslöst. Das kann der Griff zum Telefonhörer ebenso sein wie der Besuch der Unternehmenswebsite oder der Gang zum nächsten Händler.

Grundsätzlich gilt: Ob jemand ein Handwerksbetrieb, ein Einzelhandelsunternehmen oder ein kleines mittelständisches Unternehmen mit 200 Mitarbeitern ist, spielt keine Rolle. Wer eine Marke aufbauen will, muss auf jeden Fall die Kontinuität wahren und einen klaren Botschaftsfokus haben. Im Augenblick ist das Problem des Mittelständlers vielfach noch, dass er Marketing eher nebenher und aus dem Handgelenk macht. Er lässt sich, weil er meint kreativ sein zu müssen, auf der falschen Ebene jeden Monat etwas Neues einfallen. Darin liegt aber ein großer Fehler und er sollte sich stets vor Augen halten, was genau er in den Köpfen der Zielgruppe verankern will.

Im Grunde sind wir im pädagogischen Geschäft: Es geht ums Lernen durch Wiederholung. Und da müssen viele Mittelständler noch eine ganze Portion mehr Disziplin an den Tag legen, Konstanz, Kontinuität und Konsequenz besitzen und nicht ständig von links nach rechts springen.



Die Marke GOLDBECK

DER NAME GOLDBECK IST IN UNSERER REGION EINE STARKE MARKE FÜR „BAUEN“. WIR HAT MIT HERRN SIEGFRIED APENBRINK, MARKETINGLEITER DER GOLDBECK GMBH, EIN PERSÖNLICHES GESPRÄCH ZU DIESEM THEMA GEFÜHRT

Können Sie kurz die Marketing-Strategie des Unternehmens Goldbeck erläutern?

Goldbeck ist, was dieses Produktportfolio betrifft, in einem ganz speziellen Segment tätig. Wir machen Projektgeschäfte, d.h. wir generieren individuelle Gebäude auf der Grundlage des elementierten Bauens mit System. Das Produkt selbst ist immer wieder neu. Bis heute sind wir über 40 Jahre am Markt und das Unternehmen hat in den achtziger Jahren etwas begonnen, was für die Baubranche völlig atypisch war. Man hat hier angefangen, Produktmarken zu generieren. Produktmarken im Sinne von, wir bauen Parkhäuser. Goldbeck Parkhäuser werden in einem ganz bestimmten Bausystem erstellt und dieses Bausystem hat eine Marke, einen Namen bekommen. Es wurde GOBACAR genannt und damit hat man in den achtziger Jahren begonnen, die Idee einer Markenpolitik zu entwickeln.

Hat sich die Strategie der Produktmarken bewährt?

Nein. Wir mussten erkennen, dass im Projektgeschäft eine Produktmarke nicht sinnvoll ist, weil das Produkt selber nie einen Markencharakter bekommt. Vor mehreren Jahren haben wir daher in unserer Strategie umgeschwenkt. Die Kraft die wir bräuchten, um für Bürogebäude, für Parkhäuser, für Industrie- oder Lo-



SIEGFRIED APENBRINK
MARKETINGLEITER
DER GOLDBECK GMBH

gistikhallen, für Solaranlagen oder vieles mehr, eigene Produktmarken zu generieren und diese dann zu penetrieren, ist nur mit sehr hohem Aufwand möglich. Dies ist so ohne weiteres nicht zu leisten.

Wir versuchen nicht mehr in die Produktwelten hineinzutauchen, sondern wir deckeln alle Produkte mit der Dachmarke Goldbeck. Heute haben wir durch den Begriff Goldbeck das Goldbeck Parkhaus, das Goldbeck Logistikzentrum, das Goldbeck Schulgebäude, die Goldbeck Industriehalle. Wir konzentrieren uns auf dieses Unternehmensnamensverständnis und generieren daraus gleichzeitig unsere eigene Markenpolitik.

Was ist das Wesentliche hinter der Marke Goldbeck, was ist die Substanz?

Ich glaube, viele im Investitionsgütergeschäft, viele Unternehmen die in den Branchen tätig sind, machen es von sich aus schon richtig. Aus dem Bauchgefühl heraus arbeiten viele mit Dachmarken, mit Unternehmensmarken. Das Unternehmen ist die Marke schlechthin. In unserem Fall Goldbeck, durch Signet und durch Logo penetriert. Und jetzt kommt das eigentlich Wichtige. Wir sagen nicht nur die Marke Goldbeck, weil wir diese Marke so hübsch finden, sondern jetzt kommen wesentliche Elemente zum Tragen. Wir verkaufen nicht unbedingt nur das Gebäude. Wir verkaufen langfristige Zusammenarbeit. Man sagt bei uns im Geschäft immer, es ist eigentlich schon fast wie verheiratet sein. Wenn ein Kunde und ein Lieferant in eine Investitionsgüterbeziehung eintauchen, dann werden Verträge in der Regel für einen langen Zeitraum geschlossen.

Welche Funktion hat die Marke für das Unternehmen?

Wenn Sie an ein Markenbild denken, hat diese aus der Historie eine Herkunfts- und eine Qualitätsfunktion. Das sind für mich zwei wesentliche Begriffe. Das steht darauf und das ist auch drin! Nun ist Herkunft und Qualität für uns gar nicht das Alleinige, sondern das Unternehmen Goldbeck ist ein Familienunternehmen. Sie kennen das vielleicht aus der Fernsehwerbung, wenn ein Familienunternehmen mit dem Namen der Familie das Unternehmen bezeichnet und damit die gesamten Persönlichkeiten, die dahinter stehen. In unserer Darstellung der Marke Goldbeck ist dies eine andere Chance auf Glaubhaftigkeit. Werte, wie Solidität, Vertrauen, Nachhaltigkeit, spielen immer mehr eine Rolle im Projektgeschäft. Die Zuverlässigkeit im Sinne der Unternehmensführung ist ein weiteres wichtiges Element. Es geht schließlich immer um große Beträge, es geht um mehrstellige Millionen Entscheidungssummen.

Welche Instrumente der Werbung sind Ihnen als Marketingleiter besonders wichtig?

Eines der wichtigsten kommunikationspolitischen Instrumente sind für das Unternehmen Goldbeck Messen und Veranstaltungen. In dieser Investitionsdimension basiert alles auf persönlichen Geschäften. Das ist nicht nur B2B, sondern auch see-2see. Die Werbung flankiert hier. Es geht hier nicht um viele Kontakte, nicht um Massen. Wenn sie aber qualifiziert sind und in eine Geschäftsebene hineinkommen, geht es um sehr viel Geld. Hier gibt es eine ganz einfache Aussage: Klasse statt Masse. Wir fokussieren immer auf unsere Zielgruppen. Diese sind immer sehr klein, daher gibt keine Massenwerbung, wie zum Beispiel Direktmailings. Es gibt zunächst erst mal gezielte Veranstaltungsaktivitäten, flankiert durch entsprechende Presse- und Werbearbeit. Natürlich gibt es auch Werbeanzeigenschaltungen, dann aber nicht mit der große Gießkanne, sondern strukturell in Branchen- oder Regionalsegmenten. Wir werden nicht in Publikumszeitschriften eine Werbekampagne starten, weil ich klar erkennen muss,

dass das eben nicht unsere Zielgruppe ist oder zumindest viel zu breit gestreut wird. In diesen Medien ist man präsent durch Nachrichten und Presseaktivitäten, aber unter werblichen Gesichtspunkten kommt es nicht in Frage.

Wie wichtig ist ein Kommunikationsmix?

Durch das Mixen von Instrumenten können eine ganze Reihe an Synergien erreicht werden. Ich habe in jungen Jahren lernen dürfen, dass der Kommunikationsmix, d.h. die Summe einzelner Aktivitäten, ein Vielfaches gegenüber einer Einzelmaßnahme leistet. Das Informationsverhalten der Zielgruppen ist für einzelne Aktivitäten zu heterogen.

Kann man die Gleichung machen, je höher die Werbeausgaben, desto höher der Umsatz?

Diese Aussage kann ich für das Projektgeschäft so nicht unterschreiben! Durch erhöhte Werbeaktivitäten Umsatz zu steigern, ist zu kurz gedacht. Zwischen Werbung, also Kontaktentstehung, und Abschluss ist eine lange Zeitspanne und da passiert sehr viel, was nicht mehr mit Werbung zu verbinden ist, sondern in erste Linie mit Personen. Werbung ist Image und Kontaktherstellung.

Wie hoch sollte man das Werbebudget planen?

Oft wird das Werbebudget in Relation zum Umsatz gesehen. Nach meiner Meinung ist dies falsch, da es nicht einfach nur ein Zahlenspiel sein darf. Es geht nicht darum, ob jetzt ein Prozent oder drei Prozent des Umsatzes, es geht immer darum, sehr zielgerichtet das Werbebudget einzusetzen. Das Investitionsgut ist in der Erklärungsbedürftigkeit sehr komplex. Da geht Kontinuität vor Effekt. Die Nachfrageseite, die Teilnehmer des Marktes, sind kontinuierlich im Informationsprozess. Daher ist es ratsam ein Werbebudget über 12 Monate zu verteilen und einen Maßnahmenkatalog zu entwickeln, der aufeinander abgestimmt ist.

Wären PR-Berichte nicht billiger?

Hier wird meistens zu oberflächig gehandelt. Um wirklich nachhaltig zu werben nützen zum Beispiel kostenlose PR-Berichte in irgendwelchen Medien nichts. Was nichts kostet, das kann auch nichts taugen! Das Teuerste was ich machen kann, ist einen Euro in einem Medium ausgeben, welches nicht gelesen wird.

Welches Fazit können Sie unseren Lesern mitgeben?

Das Ur-Marketingverständnis eines jeden Unternehmers ist es Märkte zu identifizieren, zu segmentieren und dann so zielgerichtet wie möglich zu kommunizieren. Das ist auch unser Weg. Im Bereich von Konsumgütern zu arbeiten ist eine ganz andere Welt. Obwohl die Instrumente nicht anders sind. Die Art und Weise und die Psychologie ist nicht anders, aber es ist immer die Kunst, es auf diese kleinen Marktsegmente herunterzubrechen.





Mensch, Mittelstand!

UND DAS IST KEINESWEGS ALS VORWURF GEMEINT, SONDERN ALS APPELL – ALS APPELL, DIE EIGENEN STÄRKEN ZU ERKENNEN

Denn: Nichts ist faszinierender für die Menschen als der Mensch und seine Ideen. Menschen und ihre Ideen, naturgemäß die großen Stärken des Mittelstandes, machen den Unterschied. Hier liegt immenses Markenpotenzial. Denn die Marke dient nichts anderem, als der strategischen Differenzierung. Die edelste Form der Differenzierung wiederum heißt Markenstrategie.

Ein großes Wort. Zugegeben, ja. Aber deshalb ist es keineswegs ein Thema, das nur den Großunternehmen vergönnt bleiben muss. Der Grund dafür, warum es keine „Mittelstandsmarke“ im klassischen Sinne gibt? Die Antwort liegt nicht darin, dass es keine gibt! Vielmehr stellte dieser Begriff einen Widerspruch in sich selbst dar – und deshalb gibt es ihn nicht. Der Markenaufbau für mittelständische Betriebe und Unternehmen, für ihre Produkte, folgt keinerlei anderen Mechanismen als jenen von Großunternehmen. Warum auch? Die jeweiligen Ziele sind identisch. Einzig relevanter Unterschied: Der Markenaufbau im Mittelstand verlangt aufgrund geringerer Budgets mehr Konsequenz.

Denn eine fehlende Positionierung, ständige Repositionierung, Wechsel zentraler Botschaften, Konzepte ohne klare strategischen Fokus kann sich der Mittelstand schlichtweg nicht leisten. Für Werbeprofis ist es gerade deshalb schmerzhaft, mit ansehen zu müssen, dass ausgerechnet solche Unternehmen sich ständig von Medium zu Medium neu „erfinden“, die ihr Kommunikationsbudget eigentlich punkt- und zielgenau einsetzen müssten. Die „Großen“ der jeweiligen Branchen hingegen, trotz Werbebudgets in Millionenhöhe, bleiben stets konsequent bei ihrer Kommunikationslinie. Verkehrte Welt, richtig. Aber falsch, sich dieser Gewohnheit zu fügen.

Denn es ist gerade der Mittelstand, der glaubwürdig, und damit erfolgreich, seine Kunden mit der Kompetenz der Lei-



denschaft einfangen kann. Entscheidend für den Erfolg eines Markenbildes sind schließlich Glaubwürdigkeit, Stimmigkeit, Integrität und Authentizität. Immer anspruchsvoller und gleichzeitig immer untreuer werdende Kunden suchen Orientierung in der Welt der so zahllosen Produkt- und Serviceangebote. Im Produkt selbst wird der Konsument diese Orientierung heutzutage nicht mehr finden. Es sei denn, das spezielle Produkt ist weltweit einzigartig. Ist dies nicht der Fall, bedarf es eines starken Bindeglieds zwischen Konsument und Produkt: Der Emotion.

Denke ich an… Das ist der Weg zur Marke! In ihr leben Vorurteile. Und das ist so gewollt. Vorurteile sind genau deshalb gesellschaftlich verankert, weil sich durch Vorurteile komplexe Sachverhalte auf ein Mindestmaß reduzieren lassen. Der Mensch strebt in seinem Denken nach Vereinfachung. Eine Marke sollte hierbei die entsprechende Markierung im menschlichen Gehirn setzen. Nur klare Assoziationen in den Köpfen der Zielgruppen sorgen für Identifikation und Differenzierung. Starke Marken sind in ihrer Gestaltung häufig so gut gelernt und verankert, dass selbst Änderungen oder das Weglassen von Markenelementen die Wiedererkennung und die damit verbundenen Assoziationen nicht gefährden – sie verstärken dieser eher sogar.

Dieser Mechanismus greift gerade bei eigentlich besonders erklärungsbedürftigen Produkten. Gerade solche Produkte können nur durch ein konsequentes Markenbild, auch nachhaltig, ein Bild im Kopf der Konsumenten erzeugen. Klar ist: Die unabdingbare Konzentration auf das Wesentliche fordert den stolzen und naturgemäß detailverliebten Produktentwicklern Kompromisse ab. Aber die mühsame Diskussion mit ihnen lohnt sich.

Wenden Sie doch, um in Ihrem Unternehmen hierzu zu sensibilisieren, die Zwei-Sekunden-Regel an. Was in einer Zeitungs- oder Zeitschriftenanzeige in dieser denkbar knappen Zeitspanne nicht erfasst werden kann, wird nicht wahrgenommen. Punkt. Ein Kardinalfehler vieler, gerade mittelständischer Unternehmen liegt darin, in der externen Kommunikation zu viel vermitteln zu wollen. Dies kann bei der heute vorliegenden Informationsüberlastung nur dazu führen, dass man bei geringen Budgets mit seinen Botschaften kaum mehr wahrgenommen wird. Die bildliche und textliche Kommunikation hat dieser Erkenntnis Rechnung zu tragen. Ideal ist ein Mix aus bildorientierter Werbung mit dem Aufbau klarer sprachlicher Assoziationen bei den Zielgruppen.



DAS DING MIT DER MARKE
ODER
DAS MARKE DING
HEIKO GOLBS, ROLF WANDRES
GESCHÄFTSF. GESELLSCHAFTER
TEAM WANDRES WERBEAGENTUR



Alte Medien, neue Medien?

LASSEN SIE SICH BEI DER BEANTWORTUNG DIESER FRAGE NICHT ZU KURZWEILIGEN TRENDS HINREISSEN

Jede Botschaft hat ihr Medium, jedes Produkt seine Plattform, jede Werbung ihr Format. Wichtig und richtig ist es, dass Sie die Potenziale der sich bietenden Kommunikationsplattformen ausschließlich im Sinne Ihrer konsequenten Markenstrategie nutzen. Beispiel Internet – wobei fest steht, dass die Werbeformen des Internets keine Pauschalantwort für alle Produkte und Dienstleistungen sind: Ein markengerechter Internet-Auftritt eines Unternehmens erzielt keinerlei Wirkung, wenn die Kunden, und insbesondere solche, die es werden sollen, ein Unternehmen nicht finden. Denken Sie dieses Medium also konsequent! Nur durch eine entsprechende Suchmaschinen-Optimierung erfüllt ein Unternehmensauftritt im World Wide Web seine wichtige Aufgabe: 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche, 365 Tage im Jahr der aktivste Verkäufer Ihrer Produkte zu sein – und das, ohne auf der Gehaltsliste zu stehen. Potenzial erkannt, Potenzial genutzt.

Mit mutigen Entscheidungen, eigenständige Strategien zu verfolgen und seine Ideen konsequent umzusetzen, kann der Mittelstand sein großes Markenpotenzial ausbauen. Und nicht einfach nur das tun, was Kunden ohnehin schon kennen.

DIE WERBEAGENTUR TEAM WANDRES MEINT:

LUST soll sie machen. Die Werbung.



Wundern Sie sich nicht, wenn Ihnen diese Ansprache der Werbeagentur Team Wandres begegnet. Sie ist streng eindeutig gemeint. Die Full-Service-Werbeagentur aus Münster und zukünftig auch Detmold vermittelt mit ihrer Eigenkampagne „Lust“ die Emotionalität als wichtigen Wachstumsmotor.

Lust – wann haben Sie dieses Wort in seiner ursprünglichen Form das letzte Mal gelesen? Einfach nur Lust, ohne die zeitgeistlichen Zusätze Un-(lust), (Lust)-losigkeit, Ver-(lust). Stimmt: Schon lange nicht mehr. Die Gründe dafür, warum die Lust ihre angestammte Wort- und Sinnkraft verloren hat, sind vielfältig – eben weil es auch so zahlreiche Unlust-Verursacher gibt. Aber sollen diese tatsächlich weiterhin Bremser sein? Ganz bestimmt nicht. Die Kreativen aus Münster haben es sich zur Aufgabe gemacht, die Lust zu düngen, damit sie Kraft gewinnt, über sich hinauswächst und ihre lustlosen Auswüchse abwirft. Lust soll mit Motivation und Kreativität neu belebt werden.

Die 1997 gegründete Agentur mit Hauptsitz im Hafen von Münster widmet sich den Feldern klassische Werbung, Unternehmenskommunikation, Corporate Design, Online-Marketing, Web-Design, Eventkonzept, Messekonzept und Messedesign sowie Produkt- und Verpackungsdesign. 22 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gehören zum festen Teamstamm der Werbeagentur. Die Köpfe der Full-Service-Agentur sind Gründer Rolf Wandres sowie Heiko Golbs. „Für die Lust an unserer Arbeit ist es ein großes Plus, dass wir Kunden aus völlig verschiedenen Branchen betreuen“, betonen die beiden geschäftsführenden Gesellschafter mit Blick auf ihre Referenzliste.

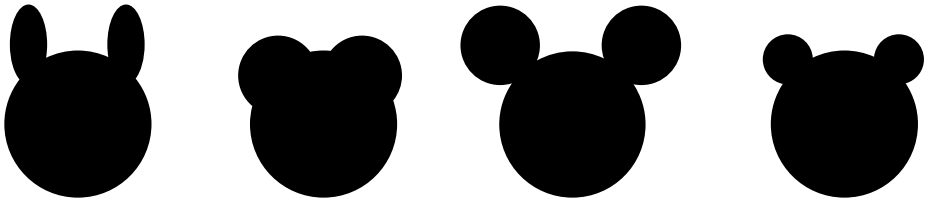
Seit einigen Monaten steht Team Wandres in enger Kooperation mit dem Magazin „Wirtschaft regional“, hat ein neues Strukturkonzept für Layout und Anzeigenplatzierung erarbeitet und den Relaunch des Magazins realisiert.



Kontakt:
Team Wandres GmbH
Werbeagentur
Hafenweg 26 b
48155 Münster
Telefon 0251 52001 - 0
www.team-wandres.de



VIER ABBILDUNGEN, ABER NUR EINS IST DAS TATSÄCHLICHE MARKENBILD. WELCHES?
(MICKY MOUSE)
RICHTIGE ANTWORT: NR. 3



Marke ist für alle da

MARKEN BEGEGNEN UNS TÄGLICH. WIR BENUTZEN SIE GANZ SELBSTVERSTÄNDLICH, HABEN EINE STABILE BEZIEHUNG ZU IHNEN

Die Basis dafür ist Vertrauen – über lange Zeit mit verlässlicher Qualität und einem gewissen Extra aufgebaut. Und mit das Schönste, sie vereinfacht meine Entscheidungen und entlastet mich in der immer komplexeren Welt. Sie tut mir einfach gut.

Firmen wenden viel Zeit und Geld für den Aufbau von Marken auf. Nicht nur Konsumgüter und Industrieprodukte – auch Dienstleistungen entwickeln sich zur Marke. Selbst in klassische Rohstoffmärkte werden riesige Beträge investiert, um die Produkte der Anonymität zu entheben. Doch gelten die Regeln des Business to Consumer (B2C) gleichermaßen auch im Geschäftskundenbereich Business to Business (B2B)?

Hier muss sich jeder zunächst klar werden, was eine Marke leisten kann und was nicht:

- Sie kann nicht durch Werbung eine Daseinsberechtigung vortäuschen, wenn Leistung, Qualität, Design und Service austauschbar sind.
- Sie kann jedoch für eine dauerhaft stabile und gewinnbringende Geschäftsbeziehung sorgen, die auch mal einen Sturm verkraftet.

Damit das gelingt, sind jedoch einige Voraussetzungen notwendig.

Machen Sie sich unverwechselbar

Was ist die individuelle Stärke Ihres Angebotes und was unterscheidet Sie vom Wettbewerb? Das kann eine innovative Produktleistung sein, aber auch eine neuartige Problemlösung, eine Vereinfachung bisheriger Abläufe oder ein zusätzlicher Nutzenaspekt bei einem bekannten Verfahren. Bei zunehmend austauschbaren Produkten wird die Unterscheidung auf der emotionalen Ebene weiter an Bedeutung zunehmen.

Doch die Ausgangslage der Unternehmen ist so individuell wie ihr Angebot. Bei einigen fehlt die Einzigartigkeit komplett. Hier besteht jedoch die Möglichkeit, aus dem Portfolio für ein Segment oder eine Nische ein einzigartiges Angebot zu ent-

wickeln. Bei anderen ist die Besonderheit versteckt in einem unüberschaubar gewordenen Sortiment oder aber in der Geschichte der Firma begründet. Das Unternehmen muss konkret den Nutzen oder Zusatznutzen für seine Kunden in den Fokus stellen.

Marke ist Marathon

Die klare inhaltliche Positionierung stellt das Fundament für alles weitere Handeln dar. Doch damit beginnt die eigentliche Arbeit. Das Thema Marke ist nicht beschränkt auf die Marketing- oder Werbeabteilung, sondern muss Chefsache sein und funktioniert auch nur als Ganzes. Soll heißen: Alle Mitarbeiter müssen in den Prozess der Markenbildung eingebunden werden.

Die Chancen im B2B-Bereich liegen in der direkten Kommunikation. Dazu müssen aber alle Beteiligten die Idee der Marke verinnerlicht haben und sie tagtäglich leben – an der Speerspitze der Vertrieb. Als Markenbotschafter wird er die Kunden auch begeistern.

Marke ist Macht

Einkäufer sind nach außen hin oft nüchtern denkende und rational handelnde Geschäftspartner. Natürlich entscheiden sie nach Zahlen, Daten und Fakten. Aber entscheiden wirklich nur nackte Leistungswerte und vor allem der Preis über den Erfolg eines Produktes?

Mitnichten. Auch nicht bei Einkäufern.

Mindestens vier Funktionen einer Marke beeinflussen die Kaufentscheidung:

- Reduktion des Aufwandes bei der Information
- Reduktion des Risikos beim Kauf
- Symbolischer Nutzen
- Emotionaler Nutzen

Entscheidend für die Gewichtung der Aspekte in der Markenbildung und -führung sind jeweils die Branche und Funktionsweise des Marktes. Im B2B-Geschäft kommt insbesondere die Reduktion des Risikos (Sicherheitsaspekt) einer Marke zum Tragen.

Aber auch Vereinfachung ist eine wichtige Funktion.

Marke ist Wertschöpfung

Investitionen in eine Marke sind Investitionen in eine gewinnbringende Zukunft. Eine echte Marke schützt sie vor schneller Austauschbarkeit und versetzt Sie in die Lage, langfristig einen höheren Preis zu erzielen. Unter dem Dach einer bekannten Marke ist es leichter, neue Varianten oder zusätzliche Dienstleistungen im Markt zu platzieren. Die Mühe und der Einsatz werden sich auf Dauer lohnen.

Mittel und Maßnahmen

Wie schaffen Sie es in die Köpfe der Entscheider und wie schaffen Sie es, vor allem dort zu bleiben? Sorgen Sie für Bekanntheit in Ihrer Zielgruppe. Sorgen Sie für ein klares Profil Ihres Angebotes und kommunizieren Sie professionell. Für den Erfolg eines Produktes ist keineswegs immer die Größe des Budgets entscheidend. Wiedererkennbarkeit ist die Basis für Bekanntheit. Welche Maßnahmen letztendlich zielführend sind, hängen von den jeweiligen Marktbedingungen, der angebotenen Leistung und der Kundenstruktur ab. Und davon, welche Kommunikationskanäle und -mittel Ihre Kunden nutzen. Doch für das gesamte Handeln gilt: Alles, was unter dem Dach der Marke passiert, muss auf sie einzahlen.

B2B ist face-to-face Kommunkation. Insofern liegen mit der Nutzung des Web 2.0 alle Möglichkeiten offen. Bewegte Bilder im Netz, Social Media, Blogs & Co. sowie PR können fallweise eine sinnvolle Ergänzung zu den klassischen Maßnahmen sein und werden noch an Bedeutung gewinnen. Aber auch im Messe- und Eventbereich kann die Marke von Ihren Kunden direkt erlebt werden. Insbesondere für den Mittelstand gilt es, aufeinander abgestimmte Kommunikationsmaßnahmen zu entwickeln. So entsteht durch Synergie Werbedruck.

Alles ist denkbar, vieles ist machbar, aber nur wenig ist sinnvoll.



LAURENZ ESSER
DIPL. KAUFMANN, INHABER VON LAURENZ ESSER UND PARTNER, MARKENMANAGEMENT BIELEFELD
(FOTO: LAURENZ ESSER & PARTNER)

connections

Der Ausbildungsguide für OWL, Münster und Osnabrück

Machen Sie mit..

...bei der Initiative für Ausbildung in der Region Ostwestfalen-Lippe, Münster und Osnabrück unter:

www.my-connections.de





Jetzt kostenlos eintragen!

Möchten Sie mehr über die Initiative für Ausbildung in der Region Ostwestfalen und Lippe erfahren? Dann gehen Sie auf unsere Website www.my-connections.de oder rufen uns an unter: 05231 / 98 100 - 0.

Antwort-Fax an: (05231) 98 100 - 33

☐ Ja, ich möchte das kostenlose Angebot nutzen. Bitte veröffentlichen Sie folgende Ausbildungsplätze:

Firma:

Straße:

PLZ/Ort:

Homepage:

An wen soll die Bewerbung gerichtet werden?

Bitte kreuzen Sie an:

- ☐ Betriebsbesichtig. möglich
- ☐ Duales Studium möglich
- ☐ Interne Schulungen
- ☐ Online Bewerbung möglich
- ☐ Praktikum möglich
- ☐ Stipendium möglich

Ausbildungsberuf	Voraussetzung

Gut kalkulierbare Realisierungen

SYSTEMHALLEN FÜR KFZ, GEWERBE, HANDEL, INDUSTRIE UND DIE LANDWIRTSCHAFT PRODUZIERT DIE FIRMA TEPE SYSTEM-HALLEN AUS DÜLMEN-BULDERN NAHE DER A43 IM MÜNSTERLAND

Die Kunden profitieren von der über 40-jährigen Betriebserfahrung des Unternehmens. Das Team der Firma plant, fertigt und montiert für den Kunden. Gleichzeitig bietet es auch montagefertige Bauteile an, die es dem Kunden ermöglichen, durch Eigenleistung den Aufbau selbst in die Hand zu nehmen. Oft genügt eine Teilmontage durch die Fachmonteure des Unternehmens, natürlich werden auch komplette Montagen durchgeführt.

Das Systemhallenkonzept bietet eine kostengünstige, gut kalkulierbare Realisierung der Bauvorhaben mit vielfachen Einsatzmöglichkeiten. Durch die systematische Konzeption der Hallen spart das Unternehmen an Planungskosten. Diese Aufwandserparnisse werden direkt auf das Produkt umgesetzt. So schafft man es, ein qualitativ hochwertiges Produkt zu einem stets günstigen Preis anzubieten.

Ebenfalls können die Systemhallen statisch so angepasst werden, dass diese sich für die direkte oder spätere Installation von Photovoltaik-Anlagen eignen. So bieten die Hallen neben dem neu geschaffenen Raum einen weiteren praktischen Nutzen zur Stromgewinnung. Das Unternehmen ist Spezialist im Sektor Kalthallen. Die Konstruktionen können aber von Grund auf so ausgelegt werden, dass bauseits z.B. Iso-Paneele problemlos angebracht werden können.

Viele Standardhallen sind kurzfristig verfügbar und können schnell ausgeliefert werden. Außerdem verfügt das Unternehmen über ein betriebseigenes Ausstellungsgelände, welches jederzeit zugänglich ist. Dort kann man sich einen Überblick über das gesamte Systemhallenprogramm verschaffen.



DAS AUSSTELLUNGSGELÄNDE DER TEPE GMBH & CO. KG (FOTO: TEPE)

Stahlharte Probleme leicht gelöst. WURST STAHLBAU



Wurst-Stahlbau GmbH Sandstraße 41 49593 Bersenbrück
Tel. 05439/9494-0 Fax 05439/949490 www.wurst-stahlbau.de

Industrie- und Gewerbebauten aus Stahlbetonfertigteilen

INDUSTRIEGEBÄUDE SIND NICHT NUR WÄHREND DER BAUZEIT KOMPLEXE TECHNISCHE BAUVORHABEN. ABLÄUFE IN DER BAUPHASE SOWIE NUTZUNGSBEDINGTE BESONDERHEITEN SIND SCHON IN DER PLANUNGSPHASE ZU BERÜCKSICHTIGEN



HANS-JÜRGEN ERDBRÜGGER UND SEIN SOHN **CHRISTOPH ERDBRÜGGER** BETRIEBSLEITER BETONWERK BIEREN GMBH WERKSSTANDORT HÜCKELHOVEN (FOTO: ERDBRÜGGER)

Die Unternehmensgruppe Erdbrügger – Betonwerk Werste GmbH bietet dem Bauherrn eine umfassende Beratung bei der Gesamtentwicklung des Bauvorhabens. Der geschäftsführende Gesellschafter, Hans-Jürgen Erdbrügger, betont: „Dieses sind wichtige Voraussetzungen für eine wirtschaftliche Realisierung. Die Planung, Entwicklung und Baustellenlogistik sind dabei nur einige unserer Themen und die ersten Beratungen erfolgen sinnvoller Weise schon in der Planungs- bzw. Entstehungsphase mit Fachingenieuren, die neben Betonfertigteilen auch die Ausbaugewerke sowie das Nutzungskonzept des Bauobjekts kennen. Durch diese zeitliche Abfolge gewährleisten wir eine reibungslose und wirtschaftliche Abwicklung eines komplexen Industriebauvorhabens“. Am Beispiel des Bauvorhabens in Nortmoor (Ostfriesland) für das Unternehmen Bünting Tee werden die Vorteile des vorgefertigten Stahlbetonbau besonders deutlich, denn Industrie- und Gewerbebauten bestehen zum großen Teil aus Einzelkomponenten, die industriell vorgefertigt und bauseits zu einem Gebäude, nahezu witterungsunabhängig zusammengefügt werden können.

Das Warenverteilzentrum

Insgesamt wurden über 4.000t Fertigteile termingerecht auf die Baustelle in Nortmoor geliefert. 32 Stützen mit einer Maximallänge von 16 m und 22 Dachbinder waren die wesentlichen Rohbauelemente. Zusätzlich wurden ca. 2.500 qm Brandwand aus Stahlbetonfertigteilen errichtet. Termingenaue Abstimmung mit Parallelgewerken (Ortbeton, Fassadenbau und Dachdeckungsarbeiten) waren die Grundvoraussetzung für eine schnelle und effektive Bauzeit. Mehr als

wiedey
Parkett
Linoleum
PVC-Belag
Teppichboden
Wir liefern und verlegen im Privat- und Objektbereich
R. Wiedey GmbH + Co. KG · Schillerstraße 46-48 · 33609 Bielefeld
Tel. 0521/971770 · Fax 0521/9717718
www.wiedey.net · info@wiedey.net

FEUER VERZINKEN
0800 5892833*
www.bei uns klappts.de
SEPPELER GRUPPE
Seppeler – bei uns klappt's.
*gebührenfrei aus dem dt. Fest- und Mobilfunknetz





4.100 qm Fläche und 57.000 cbm waren die entscheidenden Baugrößen für die Logistik. Innerhalb von nur drei Wochen Bauzeit für die Stahlbetonkonstruktion war der Rohbau fertig.

Das Teehandelshaus

60 Stützen, von bis zu 11 m Länge und zahlreiche weitere Bauteile wie: Sockel, Wände, Abfangträger, Halbmontagebalken, Sandwichwandelemente, Dachriegel und Binder wurden innerhalb von kurzer Zeit passend zum Bauablauf geliefert. Auch hier kamen noch ca. 700 qm Brandwände hinzu. Für den Stahlbetonrohbau mit einer Grundfläche von 2.100 qm betrug die Bauzeit nur zwei Wochen. Besondere Anforderungen der Lebensmittelindustrie, wie der Einsatz von absolut ungiftigen Baustoffen kamen hinzu. Um diese extrem kurzen Bauzeiten zu erreichen waren nicht nur die 100prozentige exakte Belieferung mit den gerade benötigten Bauteilen erforderlich sondern es wurde zusätzlich noch mit bis zu vier Kolonnen parallel gearbeitet. Während der gesamten Rohbauphase waren zwei Mobilkräne permanent auf der Baustelle im Einsatz.

Das Fazit

Im Industrie- und Gewerbebau sind Stahlbetonkonstruktionen eine sinnvolle und wirtschaftliche Alternative. Langfristig hervorragende ökologische Eigenschaften runden dieses Bild ab. Außergewöhnliche bautechnische Werte, schon in der Bauphase, dokumentieren dies:

- umweltfreundlicher Baustoff und risikoarme Bauphase
- mineralischer, unkritischer Baustoff mit besten brandschutztechnischen Eigenschaften (ohne Bauchemie)
- kurze, witterungsunabhängige Bauzeit
- langfristig günstiger Wartungs- und Unterhaltungsaufwand
- wirtschaftlichste Problemlösungen für viele Gewerbebauten

BETRIEBSTRENNWÄNDE

NOVUM.
OBJEKT- UND BÜROEINRICHTUNG

Breslauer Str. 74 · 58511 Lüdenscheid
Tel. 02351 - 980214 · Fax 02351-980215
info@novum-objekteinrichtung.de
www.novum-objekteinrichtung.de







© www.brinkschulte.com

- ab Lager lieferbar
- durch Modulbauweise immer umbaubar

Betriebstrennwände · Schrankwände · Bürotrennwände · Meisterbüros · Büromöbel · Deckensysteme · Lichtplanung

Stahlhallen zum Festpreis



FÜR JEDEN EINSATZZWECK DIE PASSENDE LÖSUNG – HALLEN AUS STAHL UND STAHL-VERBUND-KONSTRUKTIONEN GEHÖREN ZU DEN SPEZIALITÄTEN DER STAHLBAUSPEZIALISTEN VON HUSEN. (FOTO: DER HUSEN STAHLBAU GMBH & CO. KG)

WER DEN BAU EINER HALLE PLANT, IST BEI DER HUSEN STAHLBAU GMBH & CO. KG AUS SURWOLD AN DER RICHTIGEN ADRESSE

Ob Industriehallen, Systemhallen, Gewerbehallen, Lagerhallen, Sporthallen, Reithallen, Werkshallen oder weitere Nutzungsformen – Husen hat für jeden geplanten Einsatzzweck die passende Lösung. Grundlage ist dabei immer eine solide und flexible Stahlkonstruktion. Wer es etwas aufwändiger möchte, greift auf Verbundbauten des Unternehmens zurück. Kombiniert mit Glas, Holz oder klassischen Massivbaumaterialien ergeben sich im Stahlhallenbau viele interessante Möglichkeiten. Sowohl, was die Architektur angeht, wie auch die Nutzung.

Über neunzig motivierte Stahlbauprofis, sechzig Jahre Erfahrung und viele zufriedene Kunden machen Husen Stahlbau zu einem wertvollen Partner, wenn es um Hallenbau und Stahlkonstruktionen geht. Neben der Rundumbetreuung von der ersten Beratung über die Planung bis zur Schlüsselübergabe schätzen Kunden vor allem die Kalkulationssicherheit. Denn das Unternehmen bietet Stahlhallenbau zum Festpreis. „Das funktioniert“, berichtet Geschäftsführer Wolfgang Husen, „weil wir unsere eigene Produktion haben. Auf über 15.000 Quadratmeter stellen wir jedes benötigte Stahlteil selber her. Das erhöht die Flexibilität, spart Zeit und mindert so die Baukosten. Und zwar erheblich!“

Zu den zufriedenen Kunden des Profis für Stahlbau zählen öffentliche Träger ebenso wie viele mittelständische und namhafte große Unternehmen aus den Wirtschaftsbereichen Industrie, Handel, Handwerk, Dienstleistung und Landwirtschaft. Europaweit sind die Stahlbauexperten aus dem emsländischen Surwold im Einsatz.

ProTectum

. Arbeits- und Umweltschutz
. Brand- und Explosionsschutz
. Maschinen- und Anlagensicherheit
. Risiko- und Störfallmanagement
. Sachverständige und Prüfungen

Otto-Lilienthal-Straße 13
49134 Wallenhorst
Fon 05407 89852-10
Fax 05407 89852-18

info@protectum.eu
www.protectum.eu

Mit Sicherheit für Ihr Unternehmen

KALENDER | SCHREIBUNTERLAGEN | PLANER

2012

Mit eigenen Motiven ganz nach Ihren Wünschen!









- **Kundenkalender**
- **Mehrmonats-Wandkalender**
- **Tischkalender**
- **Streifenkalender**
- **Schreibunterlagen**
- **Wandplaner**
- **Urlaubsplaner**

- **Weihnachtskarten - individuell oder aus unserer großen Kollektion**

polygraph print

Rufen Sie uns an!

052 31/ 98 100 - 16 oder
Rückfax an 052 31 / 98 100 - 816

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

Telefon: _____

polygraph print
Richthofenstraße 96
32756 Detmold

Akzente setzen

AUF DEM NEUMARKT IN OSNABRÜCK WERDEN ARCHITEKTURVISIONEN WAHR



EINE VISUALISIERUNG DES PROJEKTES ENTLANG DER HASE (FOTO: INDUSTRIEBAU HOFF UND PARTNER GMBH)

Die Realisierung der kreativen Entwürfe des niederländischen Architekturbüros MAS aus Hengelo übernimmt als Investor das Industriebau-Unternehmen Hoff und Partner aus Gronau. „Dieser Entwurf mit seiner Weltoffenheit und den unkonventionellen Ideen setzt auf jeden Fall einen Akzent auf den Osnabrücker Neumarkt. Wir bei Hoff und Partner können damit die Stärke und Leistungsfähigkeit unseres gesamten Teams zeigen“, erläutert der Geschäftsführer Ingo Hoff.

Auch der Osnabrücker Oberbürgermeister Boris Pistorius ist von dem Entwurf überzeugt: „Er ist originell, nicht witzig. Er fasst den Platz, ohne ihn zuzustellen oder zu dominieren. Außerdem wird er die öffentliche Diskussion anregen. Zusätzlich hat die Jury die pfiffige Fassadengestaltung überzeugt.“

Mit dem Entwurf erfolgt der erwartete Auftakt von einer Reihe von Baumaßnahmen am Neumarkt mit dem Ziel der städtebaulichen Aufwertung und der architektonisch-ästhetischen Erneuerung. „Der Siegerentwurf ist richtungweisend“, sagte Pistorius, „weil er neue Perspektiven für die Gestaltung des Neumarkts eröffnet.“

Der Entwurf sieht auf zwei durchgehenden Sockelgeschossen einen turmartigen Kopfbau zum Neumarkt und davon abgesetzt ein insgesamt 5-geschossiges Gebäude am Kollegienwall vor. Durch die im sechsten und siebten Geschoss am Neumarkt abgeschrägte Fassade ergibt sich eine prägnante städtebauliche Situation, die gleichzeitig den Respekt vor dem historischen Landgerichtsgebäude ausdrückt. Allen Gebäudeteilen gemeinsam ist die Fassadengestaltung zu den Straßenräumen mit horizontalen Bändern und durch Mauerpfeiler gegliederte geschosshohe Fenster. Das vorgesehene Fassadenmaterial ist Naturstein. Ausnahme ist die begrünte Ostfassade des Kopfbaus. An der Hase wird eine Glasfassade, die farblich durch grüne und blaue Glaselemente gestaltet wird, vorgeschlagen.

Architekt Rob Beerkens erläutert: „Ein Baukörper muss direkt lesbar sein. Richtig gute Materialien werden eingebaut, die man hier kennt. Außerdem haben wir eine Fassade grün bepflanzt.“





ANSICHT VOM NEUMARKT BEI NACHT (FOTO: INDUSTRIEBAU HOFF UND PARTNER GMBH)

Während der Kopfbau ausschließlich für Gastronomie und Dienstleistungen vorbehalten ist, ist im Erdgeschoss am Kollegienwall Einzelhandel geplant. In den Obergeschossen werden den einzelnen Geschossen jeweils straßenseitig alternativ Wohnungen oder Dienstleistungen zugeordnet. Dagegen werden alle Obergeschosse auf der Seite zur Hase und das Dachgeschoss zu Wohnzwecken genutzt.

Der Entwurf bietet auf der Haseseite Terrassen für Außengastronomie an, wobei die untere Ebene dem jeweiligen Wasserstand der Hase angepasst werden kann. Im Frühjahr 2012 soll mit dem Bau begonnen werden. Mit der Fertigstellung wird im Sommer 2013 gerechnet.

Klaus Rosche, Geschäftsführer von Hoff und Partner, sagt: „Die Aufgabe ist nicht ganz einfach, aber wir übernehmen sie gern."

UNTERNEHMENSGRUPPE ERDBRÜGGER



VERANTWORTUNG FÜR DIE GEBAUTE UMWELT - bedeutet für uns einen sinnvollen und verantwortungsbewussten Umgang mit den natürlichen Ressourcen unserer Umwelt unter Berücksichtigung aller ökologischen und ökonomischen Aspekte der Bauindustrie.

betonwerk bieren METRO MAX PRC BETONWERK WERSTE

Unternehmensgruppe Erdbrügger, Frankenweg 100, D - 32549 Bad Oeynhausen, Telefon 05731 7409 - 0, Telefax 05731 7409 -40, www.unternehmensgruppe-erdbruegger.de

VERANTWORTUNG FÜR DIE GEBAUTE UMWELT

Bauteile für Hallenbau nachhaltig vor Korrosion geschützt

MIT KURZEN ERRICHTUNGSZEITEN, GÜNSTIGEN ANSCHAFFUNGSKOSTEN UND EINER AUSSERORDENTLICHEN LANGLEBIGKEIT GEHÖREN STAHLKONSTRUKTIONEN ZUR STANDARDBAUWEISE IM HALLENBAU

Die große Spannweite von Bauteilen bietet einen maximalen Grad an Flexibilität und ermöglicht eine variable Raumnutzung in Produktions- und Lagerhallen über viele Jahre hinweg.

Der Begriff Nachhaltigkeit ist hier mehr als nur eine Worthülse, insbesondere wenn die Stahlbauteile durch Feuerverzinkung dauerhaft vor Korrosion geschützt sind. Darüber hinaus zeichnet sich eine feuerverzinkte Oberfläche durch ihre Widerstandsfähigkeit gegen mechanische und chemische Belastungen aus.

Feuerverzinkereien haben sich bestens auf die Anforderungen von Stahlbauern eingestellt und offerieren ein komplettes







IN DER SEPPELER GRUPPE KÖNNEN STAHLKONSTRUKTIONEN BIS ZU 23 M LÄNGE UND 4,80 M HÖHE UND MIT EINEM STÜCKGEWICHT VON BIS ZU 10 TONNEN FEUERVERZINKT WERDEN. (FOTOS: SEPPELER HOLDING UND VERWALTUNGS GMBH & CO. KG)

Dienstleistungs- und Servicepaket, das weit über die reine Verzinkung hinausgeht. So bieten die Verzinkereien der Seppeler Gruppe nach eigenen Angaben ein perfektes Zusammenspiel von Beratung, Fertigung und Logistik für einen reibungslosen Ablauf des gesamten Projektes. Schon in der Planungsphase stehen die Verzinkungsexperten ihren Stahlbau-Kunden auf Wunsch beratend zur Seite. Gerade im Bereich der DASt-Richtlinie 022 „Feuerverzinken von tragenden Stahlbauteilen“ herrscht hier bei vielen Kunden noch großer Informationsbedarf. Für große und schwere Bauteile, wie sie im Hallenbau häufig Anwendung finden, bietet die Seppeler Gruppe mit ihrer Anlage im ostwestfälischen Rietberg die idealen Voraussetzungen. Stahlkonstruktionen bis zu 23 m Länge und 4,80 m Höhe und mit einem Stückgewicht von bis zu 10 Tonnen können hier mit der vor Korrosion schützenden Zinkschicht überzogen werden. Eine anschließende Beschichtung in allen gängigen RAL Farbtönen verlängert den Korrosionsschutz noch einmal um das 1,2 bis 2,5 fache. Bei geringer atmosphärischer Korrosionsbelastung wie z.B. in geschlossenen Hallen, kann eine reine Farbbeschichtung der unverzinkten Stahlteile einen ausreichenden Schutz bilden. In der Strahlanlage der Rietbergwerke erhalten Stahlbauteile durch Entrosten und Entzundern eine metallisch reine Oberfläche – die Grundvoraussetzung für die Haltbarkeit der nachfolgenden Farbbeschichtung auf der unverzinkten Stahloberfläche. Die hochqualitative Feuerverzinkung und/oder Beschichtung wird in der Seppeler Gruppe durch sinnvolle Logistik-Leistungen für den Stahlbauer ergänzt. So sorgen spezielle Auflieger und Wechselbrücken für den reibungslosen Transport an den Bestimmungsort. Selbst um die Be- bzw. Entladung der Lkw braucht sich der Kunde nicht zu kümmern wie Frank Sommer, Geschäftsbereichsleiter von Helling & Neuhaus in Gütersloh, bekräftigt. Die Fahrzeuge verfügen über Kräne und geländegängige 3-Wege-Stapler, die auch eine problemlose Anlieferung an schwer zugänglichen Orten ermöglichen. Die zügige Errichtung von Hallen unterstützen die Seppeler Verzinkereien durch pünktliche bauphasengerechte Lieferung. Auch wenn es mal brenzlig wird, ist eine Verzinkung in kürzester Zeit problemlos möglich.

Strenge Qualitätskontrollen und die computergestützte Erfassung und Dokumentation aller Auftragsdaten garantieren wirksamen Korrosionsschutz und ein höchst mögliches Maß an Prozesssicherheit.



KAI SEPPELER
GESCHÄFTSF. GESELLSCHAFTER
DER SEPPELER GRUPPE

Flächenbündige Fassaden entwickeln sich weiter

DURCH DIE ERHÖHTEN ANFORDERUNGEN AN GEBÄUDE IM BEREICH ENERGIEEFFIZIENZ BZW. WINTERLICHER UND SOMMERLICHER WÄRMESCHUTZ IST DAS THEMA SONNENSCHUTZ BEIM ARCHITEKTEN UND PLANER NUN ENDGÜLTIG ANGEKOMMEN

Wie der Sonnenschutz mit einer perfekten Gebäudegeometrie vereinbar ist, und wie die kreativen Ansätze der Architekten umgesetzt werden können, ohne Fassadenansichten durch weitere Elemente zu verändern, weiß man bei BeluTec. Der Lingener Betrieb präsentiert sich als erfolgreiches, mittelständisches Unternehmen, das 60 Jahre Erfahrung im Stahlbau vorweisen kann. Modernste Maschinen und ein umfangreiches Know-how sind die heutige Basis sowohl für eine automatisierte Serienproduktion als auch für eine individuelle und flexible Fertigung. Belu Tec setzt auf Qualität, Sicherheit und Innovation.

Mit den horizontalen Faltläden von BeluTec kann der Sonnenschutz flächenbündig in die Fassade integriert werden, und lässt dem Architekten und Planer damit alle gestalterischen Freiheiten.

Es ist eigentlich egal, welche Anforderungen an die Gebäudeoberfläche gestellt werden. Mit den horizontalen Faltläden können verschiedenste Materialien zur Gestaltung der Gebäudeoberflächen verwendet werden. Das Gebäude komplett zu verschließen, spezielle Sicherheitsanforderungen zu erfüllen und vor allem Transparenz in der Gebäudehülle zu realisieren sind dabei die Hauptforderungen, die es für das Lingener Unternehmen BeluTec zu realisieren gilt. Bei der technischen Universität in München

ENTWICKELN.
PLANEN.
BAUEN.
www.hoffundpartner.de


Industriebau
HOFF und Partner
Bahnhofstraße 36 • 48599 Gronau
Tel. 02562/705-0 • Fax 02562/705-50



BEI DUNKELHEIT WIRD DIE TRANSPARENZ DER FASSADE BESONDERS DEUTLICH. (FOTO: BELUTEC)

haben sich die Architekten Weikemeier, Kunz + Partner genau aus diesen Gründen für die horizontalen Faltläden von BeluTec entschieden und mit 12 Einzel- sowie 39 Doppelanlagen die Anforderungen an das Verwaltungsgebäude realisiert. So konnten klar strukturierte Zustände realisiert werden, und egal ob geöffnet oder geschlossen, das Gebäudedesign bleibt perfekt erhalten. Noch wichtiger ist dabei aber der Nutzen für die Arbeitsplätze hinter der Fassade. Perfekter Sicht- und Sonnenschutz, und das vollkommen unabhängig von Wind und Wetter, da bei der Windstabilität die hohen Anforderungen der Fassadennorm DIN 1055 erfüllt werden.

Weiterentwicklung Photovoltaik

Auf der BAU in München wurde mit dem Thema Photovoltaik eine Weiterentwicklung der Faltläden gezeigt und das Thema Energieeffizienz auch in der Farbgestaltung wörtlich genommen. An einer 60 qm großen Fassade konnten sich die Besucher über die Funktionalität der Fassade informieren, denn gerade die Stabilität der horizontalen Faltladen bei hohen Windgeschwindigkeiten, egal ob offen oder zu, machen den Einsatz von Photovoltaik an der Fassade besonders sinnvoll, da die Elemente der Sonne nachgefahren werden können. Der Wirkungsgrad der Fassade wird so gegenüber starren Lösungen deutlich verbessert.





Von Anfang an „grün“ gedacht

SCHON 1975 HAT SICH EGGERSMANN DEM THEMA UMWELT GEWIDMET



(V.L.N.R.): VERTRETUNGSBERECHTIGTE GESCHÄFTSFÜHRER DER FECHTELKORD & EGGERSMANN GMBH: **KARLGÜNTER EGGERSMANN** UND **THOMAS HEIN.** (FOTO: WIR)

KLÄRANLAGE HARSEWINKEL (FOTO: EGGERSMANN GMBH & CO. KG)

Die Landwirtschaft gehörte in Deutschland zu einem der wichtigsten Wirtschaftsbereiche. Landwirtschaftliche Produktion gewann zunehmend an Bedeutung und wurde in den 80iger Jahren modernisiert.

So kam es zu den ersten Eggersmann Systemlösungen in diesem Segment. Gülle, die zum Teil in nicht 100 Prozent dichten Holzbehältern gesammelt wurde, konnte nun in solide Stahlbetonbehälter verbracht werden. Fahrsilos, ebenfalls aus Stahlbeton gebaut, gewährleisteten eine geordnete Lagerung von Viehfutter.

Auch an der Planung und Umsetzung von Kläranlagen und Regenüberlaufbecken machte Eggersmann nicht halt. Bei Projekten dieser Art vereinten sich bereits früh die Kompetenzen des konstruktiven Ingenieurbaus mit der Bau- und Umwelttechnologie.

1992 begann die Ära der Kompostwerke. Mit der Zielsetzung der Ressourcennutzung durch die Aufbereitung von Bioabfall nutzte und entwickelte Eggersmann moderne Verfahren zur Herstellung von hochwertigen Kompost- und Erdenprodukten.

1998 – mit Bioterra und Kompopark bietet Eggersmann Full-Service-Anlaufpunkte für Kompostprodukte, Blumenerden, Mutterboden, Rindenmulch und vieles mehr. Landwirte können eine Düngeberatung in Anspruch nehmen. Am Standort Harsewinkel wird das Angebot durch eine Baustoff-Aufbereitungsanlage für Recycling-Schotter ergänzt.

Das Zusammenwirken von „Bauen und Umwelttechnik“ festigt sich im Laufe der Jahre immer mehr zum Synonym für die Eggersmann Gruppe. Viele umweltspezifische Anforderungen und Ideen können mit ingenieurtechnischen Lösungen in Projekte für den Umweltschutz und im Sinne der Nachhaltigkeit umgesetzt werden.

Und auch im eigenen Haus wird großer Wert auf ökologische Aspekte gelegt – beispielsweise beim Bürogebäude der Hauptverwaltung und Sitz des Bauunternehmens in Marienfeld. Die Wärmeerzeugung durch eine Hackschnitzelheizung und die Nutzung von Photovoltaik-Anlagen sind nur einige von den Komponenten, die selbstverständlich auch bei Kundenprojekten zum Einsatz kommen. Beispiele für zukunftsweisende Bauprojekte sind z. B. die Schulen der Stadt Rietberg, die Grund- und Musikschule





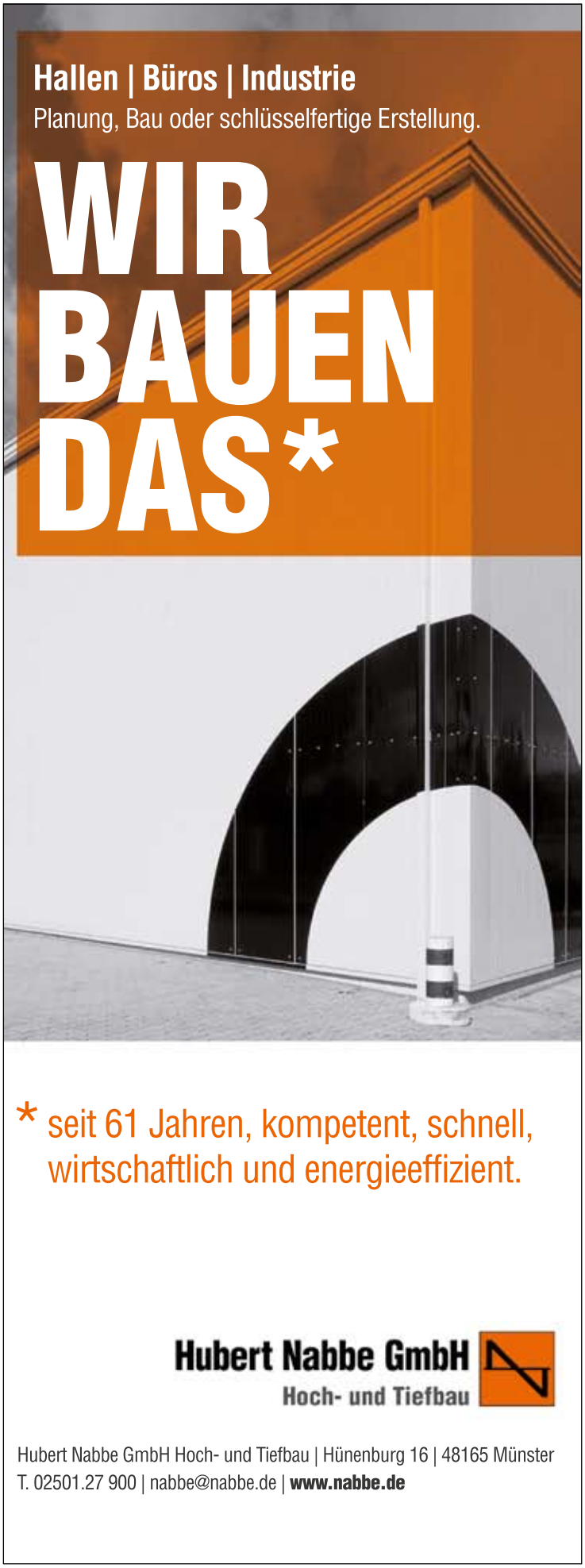


der Stadt Haan und die Feuer- und Rettungswache der Stadt Bergheim. Höchste Anforderungen an den baulichen Wärmeschutz, hochisolierte Fenster- und Fassadenelemente sowie die Einhaltung der DGNB-Kriterien tragen hiebei den Grundsätzen der ökologischen Konzeption Rechnung.

Mit dem Beginn der Entwicklung und dem Bau von Mechanisch-Biologischen Abfallaufbereitungsanlagen (MBAs) wird ein weiterer Meilenstein gesetzt. Die Behandlung von Restmüll mittels mechanischer Sortierung und biologischer Behandlung minimiert die Müllmengen, die auf Deponien gefahren werden. 2007 wird mit der Gründung der Eggersmann Anlagenbau erstmals das neue Verfahren der Trockenfermentation zur Produktion von Biogas in die Praxis umgesetzt. KOMPOFERM ist das neue Verfahren für eine besonders effektive und konstante Gasproduktion.

Das Eggersmann Objekt-Management rundet das Spektrum der Gruppe im Hinblick auf den dauerhaften Unterhalt von Gebäuden und den Betrieb von Anlagen und Einrichtungen ab. Auf diesem Wege wird die Nutzungsqualität und Werterhaltung von Objekten nachhaltig gesichert.

Mit den hauseigenen Kompetenzbereichen Bauwesen, Kompotec, Objekt-Management und Anlagenbau steht die Firmengruppe ihrem Kundenkreis – national als auch international – als zuverlässiger Partner zur Seite. Dabei spielt die Zusammenarbeit der Unternehmensbereiche eine entscheidende Rolle, da Kompetenzen gezielt ineinander greifen und Synergieeffekte bei derart komplexen Ingenieur- und Bau-Projekten sehr wirtschaftlich genutzt werden.



Wichtige Instrumente für den Notfall

BESCHÄFTIGT MAN SICH MIT DEM THEMA FLUCHT- UND RETTUNGSWEGE, STELLT MAN SCHNELL FEST, DASS DIE ANFORDERUNGEN AN FLUCHT- UND RETTUNGSWEGE IN DEN LETZTEN JAHREN ENORM GESTIEGEN SIND



NIKOLAS HAUNERT
BRANDSCHUTZSACHVERSTÄNDIGER DER PROTECTUM – PRÜFTEC GMBH.
(FOTO: PROTECTUM – PRÜFTEC GMBH)

Aufgrund der enormen Wichtigkeit von Flucht- und Rettungswegen sind diese fest in den Landesbauordnungen und der Arbeitsstättenrichtlinie verankert und bilden den Grundbaustein für eine sichere Flucht von Personen im Gefahrfall sowie schnelle und effektive Rettung von Menschen.

Die Gestaltung von Flucht- und Rettungsplänen beginnt bereits mit der Planungsphase eines Industriebaus und ist von Anfang an wichtiger Bestandteil der Planungen. Dabei setzt die ProTectum – Prüftec GmbH auf das interdisziplinäre Fachwissen und die Erfahrung ihrer Experten aus dem Bereich Brandschutz und Arbeitssicherheit. Nur so kann die Umsetzung der Flucht- und Rettungswege rechtssicher und für die Arbeits- und Produktionsabläufe des jeweiligen Betriebs optimal ausgeführt werden, ohne diese nachhaltig zu stören. Neben der baulichen Planung von Flucht- und Rettungswegen ist die Kennzeichnung dieser zwingend erforderlich und klar und unmissverständlich auszuführen. Nur so kann gewährleistet werden, dass neben ortskundigen Mitarbeitern eines Unternehmens auch ortsunkundige „Gäste“ immer und überall einen gefährdeten Bereich in einem Industriekomplex sicher und schnell verlassen können.

Bei Begehungen von Industriebauten zeigen sich in der Praxis leider immer wieder ähnliche Problematiken in Bezug auf Flucht- und Rettungswege. Dabei sind zwei maßgebliche Mängel häufig festzustellen. Zum einen findet man oft verstellte Flucht- und Rettungswege vor, die dadurch bedingt nur sehr stark eingeschränkt, bzw. gar nicht mehr in ihrer Funktion genutzt werden können. Ein weiteres massives Problem ist das unerlaubte Offenhalten von Brand- und Rauchschutztüren. Dadurch kann es im Brandfall zu einer Unpassierbarkeit von Flucht- und Rettungswegen durch Feuer oder Rauch kommen. Diese beiden Beispiele aus der Praxis machen deutlich, dass neben reintechnischen Lösungen auch organisatorische Lösungen zwingend erforderlich sind. Gerade diese organisatorischen Lösungen bedürfen einer großen Erfahrung der Brandschutz- und Arbeitssicherheitsexperten in der Schulung und Aufklärung der Mitarbeiter, die in einem Industriekomplex tätig sind.

Hallen aller Art **mit Holzleim-Binder F30***



Nach Standard oder angepasst, mit Statik + farbiger Bedachung, mit und ohne Montage – bundesweit – alle Größen
z.B. Typ Lombard Standard (Lastzone II, 250m ü. NN.) Br. 15,00 m, Lg. 24,00 m, Tr. 4,50 m DN 10° – **ab Werk 19.250,-€** + MwSt.
Reithallentypen 20/40 + 20/60 m besonders preiswert!
*1000-fach bewährt, montagefreundlich, feuerhemmend F-30 B

Timmermann GmbH – Hallenbau & Holzleimbau
59174 Kamen | Tel. 02307-4484 | Fax 02307-40308
www.hallenbau-timmermann.de | E-Mail: info@hallenbau-timmermann.de

Smit Systemhallen
smit-vreden@t-online.de Karl-Benz-Str. 1 • 48691 Vreden
www.smit-systemhallen.de Tel. 0 25 64 - 8 01 • Fax 3 42 12

Raum für Logistikunternehmen



EINEN BEITRAG ZUR RAUMERSPARNIS UND ZUM SENKEN DER ENERGIEKOSTEN LEISTET DER EINSATZ VON MOBILEN RAUMLÖSUNGEN (FOTO: ELA)

VOR DEM HINTERGRUND DER AKTUELLEN ENERGIEDISKUSSION STEIGT DIE BEDEUTUNG DER THEMEN NACHHALTIGKEIT UND ENERGIEEFFIZIENZ WEITER

Das gilt auch für die Logistikbranche. Temporäre Raumlösungen von ELA können zur Einsparung von Energie beitragen – z. B. in dem jeweils nur so viel Büro-, Personal- oder Lagerraum bewirtschaftet wird, wie gerade benötigt. Temporäre Bedarfsspitzen können durch ELA-Lösungen abgedeckt werden.

Mit dem so genannten Premium-Container bietet der emsländische Spezialist einen weiteren, am Markt einzigartigen Vorteil. Der drei Meter breite Container hat eine effektive Nutzfläche von 18 Quadratmetern. Gegenüber einem Standardcontainer bedeutet dies ein zusätzliches Raumangebot von drei Quadratmetern. Der ELA-Premium-Mietcontainer spart bereits ab einem Platzbedarf von 90 Quadratmetern die Verwendung eines Standardcontainers ein. So können die Transport-, Montage- und Energiekosten sowie der CO^2-Aussstoß erheblich reduziert werden. Eingesetzt werden diese als mobile Büro-, Wohn-, Aufenthalt- und Umkleideräume.

Experten sind sich einig, dass die Betreiber von Logistikzentren in Zukunft verstärkt auf den optimalen Einsatz von energetischen Ressourcen achten müssen. Das Fraunhofer Institut schätzt das mittelfristige Einsparpotenzial in Logistikunternehmen auf rund 25 bis 30 Prozent. Bei den Betriebsgebäuden und auch beim Fuhrpark lassen sich durch Maßnahmen wie etwa effiziente Heiz- oder Kühltechnik, Überwachung des Reifendrucks an Fahrzeugen oder ein intelligentes Fuhrparkmanagement die Betriebskosten senken.

Aber auch vor dem Hintergrund der allgemeinen wirtschaftlichen Lage ist der Bedarf an Mietlösungen in der Fracht- und Logistikbranche weiter gestiegen. „Bei Investitionen in Lager, Büro- oder Personalgebäuden ist derzeit höchste Flexibilität gefragt“, so ELA-Geschäftsführer Günter Albers. Der Einsatz von temporären und flexiblen Raumlösungen kommt der schwankenden Auftragslage in der Branche entgegen. „Mit den mobilen Raumsystemen von ELA kann auf sich ändernde Auftragslagen eingegangen und nur so viel Raum, wie jeweils notwendig, betrieben werden“, betont Albers.

Pünktlich. Schlüssel. Fertig.



Wir **planen** und **bauen** für Sie! Ob Bürogebäude, Produktions- oder Lagerhalle – **schlüsselfertig**, zum **Festpreis**, bei **garantierter Bauzeit!**

OBERBREMER Baubetriebe BÜNDE

Rilkestraße 29-33 I 32257 Bünde
T 05223 6882-0
www.oberbremer-baubetriebe.de

Die ökologische Brandschutzlösung im Trockenbauverfahren

... DENN VORBEUGEN IST BESSER ALS NEU BAUEN

DER STOFF AUS DEM DIE SICHERHEIT IST: VERMICULIT



Eine der einfachsten Möglichkeiten, ein hohes Maß an vorbeugendem baulichem Brandschutz zu erreichen, ist auf dem Wege des trockenen Innenausbaus. Produkte aus Vermiculit erweisen sich hier als zeitgemäße Problemlöser. Seit mehreren Jahren hat sich die Essener Techno-Physik Eng. GmbH auf das ökologische Baumaterial spezialisiert.

Eines ihrer erfolgreichsten Produkte sind die Miprotec-Brandschutzplatten vom Typ M. Diese haben sich insbesondere wegen ihrer universellen Verwendungsmöglichkeiten, ihrer einfachen und sauberen Verarbeitung sowie ihrer hervorragenden ökologischen Qualitäten bewährt. Die universelle Eignung ergibt sich aus den zahlreichen brandschutztechnisch geprüften Konstruktionen, für die Miprotec M zugelassen ist – beispielsweise nichttragende und tragende Metallständerwände zwischen Räumen. Auch tragende Holzfachwerkwände und verschiedene Deckenarten lassen sich mit Miprotec-Brandschutzplatten brandsicher ausgestalten. So können die im gewerblichen Hallenbau üblichen Trapezprofildächer je nach Dachaufbau durch eine ein- oder zweilagige Beplankung mit Miprotec-Platten eine Feuerwiderstandsdauer von 30 oder 90 Minuten erreichen. Ferner kann das Material zur Stahlbetonertüchtigung auf F90 bei abgehängter und direkter Montage verwendet werden. Hinzu kommen verschiedene Möglichkeiten, Unter- und Einlegedecken mit Miprotec-M-Platten brandgeschützt zu erstellen. Planer und Handwerker sind über die einfache und saubere Verarbeitung von Miprotec-Brandschutzplatten begeistert. Im Gegensatz zu Alternativprodukten der Mitbewerber entsteht auf der Baustelle kaum Schmutz, denn das Vermiculit-Material staubt kaum und lässt sich mit gewöhnlichen Holzbearbeitungswerkzeugen zuschneiden. Außerdem haben die Platten ein geringes Flächengewicht – ein entscheidendes Argument nicht nur bei der Über-Kopf-Montage, sondern auch für die Statik. Durchdachte Details wie eine vorgefertigte Spachtelkante und die beidseitige Papierkaschierung erleichtern dem Handwerker ebenfalls die Arbeit.

Nicht zuletzt entsprechen Miprotec-Brandschutzplatten aus Vermiculit wegen ihrer besonderen ökologischen Qualität als Naturbaustoff dem Trend unserer Zeit zum wohngesunden Bauen und zum Mitarbeiterschutz an Arbeitsstätten. Vermiculit ist ein mineralischer Naturstoff aus der Familie der Glimmer und Schicht-Silikate. Wie eine aufwändige Prüfung beim Institut für Baubiologie in Rosenheim bescheinigt, haben auch Pilze und Bakterien keine Chance, sich auf dem Material anzusiedeln und zu vermehren.



QUEEN MARY II
SICHERHEIT AUF HOHER SEE
DIE ÖFFENTLICHEN RÄUME SIND MIT DEN BRANDSCHUTZPLATTEN AUSGERÜSTET.



DURCH DEN EINSATZ VON MIPROTEC-BRANDSCHUTZPLATTEN TYP M LÄSST SICH DAS RISIKO EINER BRANDAUSBREITUNG INNERHALB VON GEBÄUDEN EFFIZIENT VERRINGERN. (FOTO: TECHNO-PHYSIK, ESSEN)





Beratung
Konzeption
Abwicklung
Preis/Leistung

Beispielhaft:
ABB GmbH,
Bielefeld



HMS INDUSTRIEBAU
HMS Industriebau GmbH
Wülferheide 10
32107 Bad Salzuflen
Tel. 0 52 22/9 44 99-0
Fax 0 52 22/9 44 99-22
www.hms-industriebau.de

Industriebauten
Bürogebäude
Produktionsgebäude
Lagerhallen
Funktionshallen
Gewerbebau
Sonderlösungen

Kreativität
von Anfang an!



RRR-Referenzobjekt: Schaper Steuerungstechnik, Herford

- Ihr Partner für den Industrie- und Gewerbebau
- Generalunternehmer mit eigener Stahlproduktion
- Stahlhochbau und Stahlsonder-konstruktionen
- Brandschutz-Fachplanungen
- Logistik und Produktionsabläufe
- Anträge nach dem Bundes-immissionsschutzgesetz
- Stahlbetonskelettbau
- Dach- und Wandverkleidung

RRR Stahlbau GmbH
Im Seelenkamp 15
D-32791 Lage/Lippe
Tel. +49 (0)52 32.9 79 89-0
Fax +49 (0)52 32.9 79 89-70
info@rrr-bau.de
www.rrr-bau.de

RRR STAHLBAU

Bauen ist unsere Leidenschaft.
Schlüsselfertige Industrie- und Gewerbebauten

Mit Ideen für die Zukunft

ÜBERZEUGENDE STANDORTVORTEILE KENNZEICHNEN DEN WIRTSCHAFTSSTANDORT MELLE. EIN AUSGEWOGENER BRANCHENMIX, DIE GUTE INFRASTRUKTUR, BEDARFSGERECHTE UND SOFORT VERFÜGBARE GEWERBEFLÄCHEN MIT SPÄTEREN AUSBAUKAPAZITÄTEN MACHEN INVESTITIONEN IN MELLE LOHNEND



MARCO SCHILLER
AMTSLEITER STADTMARKETING, KULTUR UND TOURISMUSWIRTSCHAFTSFÖRDERUNG DER STADT MELLE (FOTO: STADT MELLE)

Melle ist ein Industriestandort, der sich auf den internationalen Märkten erfolgreich etabliert hat und seine Produkte weltweit vermarktet.

Mit ihren rund 48.000 Einwohnern gehört Melle im Osnabrücker Land zu den niedersächsischen Wirtschaftsstandorten mit einem erfreulich starken Wachstum. Die Wirtschaftsförderung unterstützt sowohl Neuansiedlungen von Firmen als auch die Bestandserweiterung und leistet dadurch einen Beitrag zur Schaffung neuer bzw. Sicherung vorhandener Arbeitsplätze. So wurden in den vergangenen Jahren ca. 1.000 neue Arbeitsplätze geschaffen. Dabei bilden nicht zuletzt die gute Verkehrsanbindung unmittelbar an der Autobahn 30 Osnabrück – Hannover und die sofortige Verfügbarkeit erschlossener Gewerbeflächen zu fairen Preisen die Grundlage für zahlreiche Ansiedlungserfolge in der Stadt Melle.

Trotz Wirtschaftskrise und damit einhergegangener Firmenschließungen sind kaum nennenswerte Steigerungen der Arbeitslosenzahlen zu verzeichnen, denn gleichzeitig haben sich viele Unternehmen zum Wirtschaftsstandort Melle bekannt und erheblich in die Vergrößerung von Hallen und die Erneuerung von Produktionsanlagen investiert. Zurzeit stehen in Melle ca. 49 ha freie Fläche zur Verfügung.





WEIST AUF DAS „JAHRHUNDERTPROJEKT“ IN SPELLE HIN: DAS WERBESCHILD ZUR HAFENERWEITERUNG. (FOTO: SAMTGEMEINDE SPELLE)

Werbeschild weist auf Hafenerweiterung hin

SPELLE – GROSSE EREIGNISSE WERFEN IHRE SCHATTEN VORAUS

Das gilt auch für die Erweiterung des Industriegebietes Hafen Spelle-Venhaus. Vor kurzem wurde eine annähernd 50 Quadratmeter große Werbetafel am Einfahrtsbereich des Hafens aufgestellt.

„Die Hafenerweiterung ist ein wichtiges Projekt für die Samtgemeinde und Gemeinde Spelle und setzt wichtige Impulse für die Wirtschaft“, beschrieb Samtgemeindebürgermeister Bernhard Hummeldorf und wies darauf hin, dass vor kurzem mit der Vermarktung der Gewerbeflächen begonnen wurde. „Die ersten Grundstücksverträge konnten schon geschlossen werden“, freute sich Spelles Bürgermeister Georg Holtkötter und zeigte sich angesichts der optimalen Infrastruktur überzeugt davon, dass die zur Verfügung stehenden Flächen auf weiteres Interesse bei Investoren stößt. Im Rahmen der Erweiterungsmaßnahme entstehen 28 Hektar neue Gewerbefläche, die mit einem Eisenbahnanschluss und neuen Umschlagplätzen am Dortmund-Ems-Kanal sowie über die vorhandene Autobahn 31 optimal erreicht werden können. Diese einmaligen Standortvoraussetzungen dürften den Verkauf der Fläche spürbar beschleunigen. „Die Maßnahme wurde europaweit ausgeschrieben und im Mai soll mit den ersten Erschließungsmaßnahmen begonnen werden, gab Hummeldorf einen Einblick in den Zeitplan.

STADT HÖXTER
DIE WIRTSCHAFTSPLATTFORM MIT AMBIENTE
Stadt Höxter
entdecken. erleben. erfahren.

VIEL PLATZ FÜR NEUE IDEEN
WIRTSCHAFTSPARK HÖXTER
Ein großer Vorteil des 14 Hektar großen, von der EU und dem Land NRW geförderten Wirtschaftsparks Höxter ist die direkte Anbindung an das überregionale Straßennetz. Alle Grundstücke befinden sich in städtischem Eigentum und sind zu günstigen Konditionen erhältlich. Die Grundstücksgröße ist individuell wählbar, eine Mindestgröße nicht vorgesehen. Eine Bebauung kann kurzfristig erfolgen. Interessierte Unternehmen können sich beim städtischen Wirtschaftsförderer Dipl.-Kfm. Volker Rodermund [Tel. 05271 / 963-1030] über die Einzelheiten einer Ansiedlung in diesem neuen attraktiven Industrie- und Gewerbegebiet informieren.
Stadt Höxter · Westerbachstraße 45 · D-37671 Höxter
Telefon +49 [0] 5271 / 9 63-0 · Telefax 9 63-1900
info@hoexter.de · www.hoexter.de



Optimale Standortbedingungen und nachhaltige Mehrwerte

IM DREIECK DER GROSSSTÄDTE MÜNSTER, OSNABRÜCK UND ENSCHEDE (NL) ENTSTEHT EIN HOCHMODERNER DIENSTLEISTUNGS- UND GEWERBEPARK

Vis-à-vis dem internationalen Flughafen Münster-Osnabrück vereint der AirportPark FMO mit seinem Konzept Modernität mit Nachhaltigkeit in einer neuen Dimension.

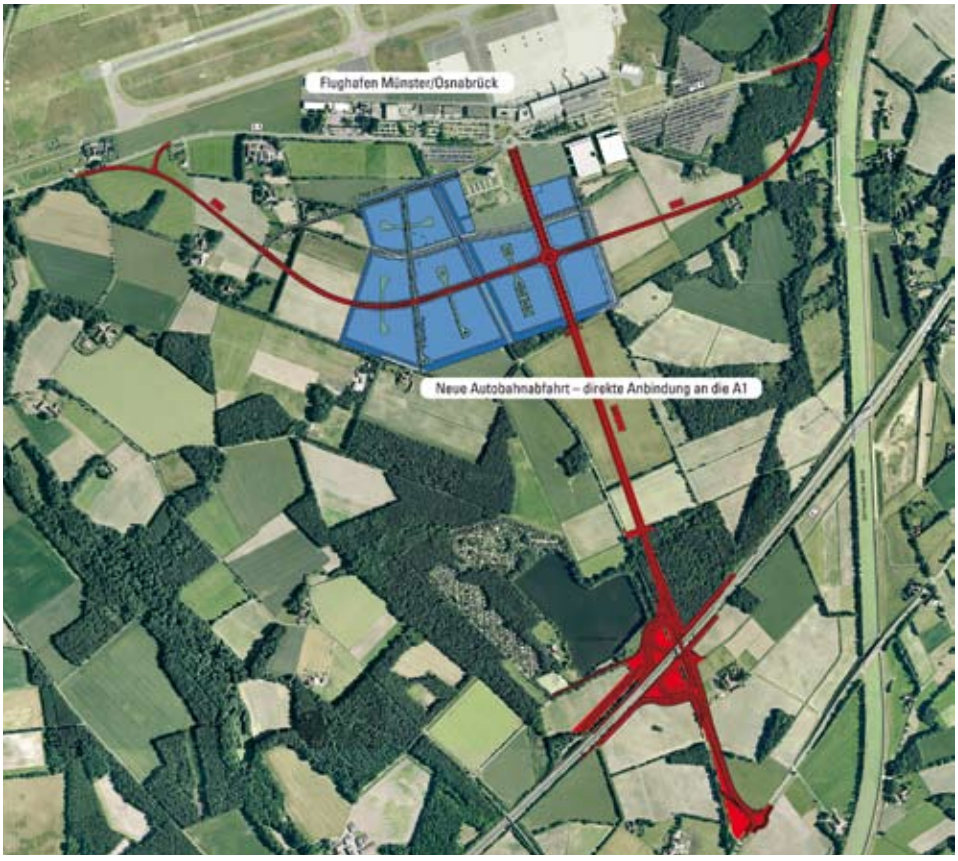
Die Standortbedingungen sind hervorragend. Im Zuge der Eröffnung des direkten Autobahnanschlusses an die A1 Hamburg-Ruhrgebiet-Köln im November 2010 erfolgte im AirportPark FMO der Brückenschlag zwischen Luft- und Straßenverkehr. So verfügt der neue Business Park nunmehr nicht nur über mehrmals tägliche Flugverbindungen zu den Drehkreuzen Frankfurt/Main, München und Berlin, sondern auch über einen exzellenten Direktanschluss an eine der Hauptverkehrsachsen Deutschlands.

Der 1. Bauabschnitt mit 48 Hektar Grundstücksfläche ist für Büro-, Hotel-, Dienstleistungs- und Gewerbenutzungen bereits baurechtlich gesichert und voll erschlossen. Grundstücksgrößen und -zuschnitte können variabel nach den Anforderungen des Unternehmens gestaltet werden. Dabei sind zusammenhängende Flächen von 2.000 bis zu 100.000 m² realisierbar. Optionale Ex-

Ihr „bärenstarker“ Personal-Dienstleister seit 1984

www.AL-Zeitarbeit.de
✆ 05 21 / **96 44 96**

AL Arbeitnehmer-Leasing GmbH
Am Bahnhof 6 · 33602 Bielefeld
Info@AL-Zeitarbeit.de



pansionsflächen werden selbstverständlich mit angeboten.

Zunehmend wird der Standort auch für großflächige Gewerbe- und Logistikansiedlungen interessant. Diese Interessenten schätzen neben den optimal zugeschnittenen und großzügigen Arealen vor allem den 24-Stunden-Betrieb, keine störende Wohnbebauung und den kurzen direkten Weg zur Autobahn. Dazu bietet der AirportPark FMO kostenreduzierende und nachhaltige Mehrwerte:

- Möglichkeit des Anschlusses an das bestehende Biomasse-Heizkraftwerk (rd. 15 Prozent Heizkostenersparnis)
- Modernste Breitbandtechnologie mit Anschluss an die globalen Datenautobahnen über Frankfurt/Main und Amsterdam
- Angebot eines administrativen Daten-Service mit netzunabhängiger Stromversorgung durch zwei Rechenzentren im Flughafenbereich
- Straßenbeleuchtung mit umweltschonender LED-Technologie
- Ressourcenschonende und kostengünstige Versickerung des Niederschlagswassers

Hinsichtlich der jeweiligen Architektur wünschen wir uns selbstverständlich Individualität gepaart mit innovativen und anspruchsvollen Konzepten. So ermöglichen wir Ihnen einen repräsentativen Unternehmensauftritt und nachhaltiges Wachstum.



Das optimale Grund-stück



INNOVATIONSQUARTIER UND GÜTERVERKEHRSZENTRUM RHEINE SIND GEFRAGT

VISUALISIERUNG ENTREE TRIEBWAGENHALLE (FOTO: EWG FÜR RHEINE MBH)

Für eine erfolgreiche Entwicklung benötigen Unternehmen das optimale Grundstück am richtigen Standort. Die Stadt Rheine mit rund 77.000 Einwohnern hält ein vielseitiges Gewerbeflächenportfolio bereit. Es umfasst Industrie- und Logistikflächen an der Autobahn 30, Gewerbeflächen in Stadtnähe sowie Dienstleistungs- und Bürostandorte im Stadtzentrum. Eine sehr gute Erreichbarkeit und viele weitere Faktoren machen Rheine als zweitgrößte Stadt des Münsterlandes zu einem attraktiven Wirtschaftsstandort.

In unmittelbarer Nähe zur Innenstadt entsteht das neue Innovationsquartier Bahnhof Rheine. Die ehemaligen Flächen der Deutschen Bahn AG westlich des Bahnhofs sollen zukünftig einer neuen Nutzung zugeführt werden. Mit direkter Anbindung an den Bahnhof entsteht an dieser Stelle ein attraktiver Gewerbestandort, dessen Gebiet rund 31.000 qm mit Grundstücksgrößen zwischen 800 und 8.700 qm umfasst. Für das stadtbildprägende Gebäude der historischen Triebwagenhalle im Eingangsbereich des Innovationsquartiers sowie für die angrenzenden Grundstücken werden Investoren für die Ansiedlung von Dienstleistungen, Kultur- und Kreativwirtschaft, innovativem Gewerbe, Gastronomie, Gesundheit o.ä. gesucht. Die Grundstücke können ab Ende 2011 bebaut werden.

Das Industriegebiet Güterverkehrszentrum (GVZ) Rheine ist durch die Kombination von attraktiven verkehrsgünstigen Gewerbeflächen mit einer Umschlaganlage für den kombinierten Ladungsverkehr (KLV-Anlage) der ideale Standort für Speditionen, Logistikdienstleister und Unternehmen mit besonderen logistischen Anforderungen. Hier bieten sich beste Voraussetzungen für eine optimierte Logistik und eine ideale Plattform für eine wirtschaftlich effiziente Gestaltung von Logistikprozessen.

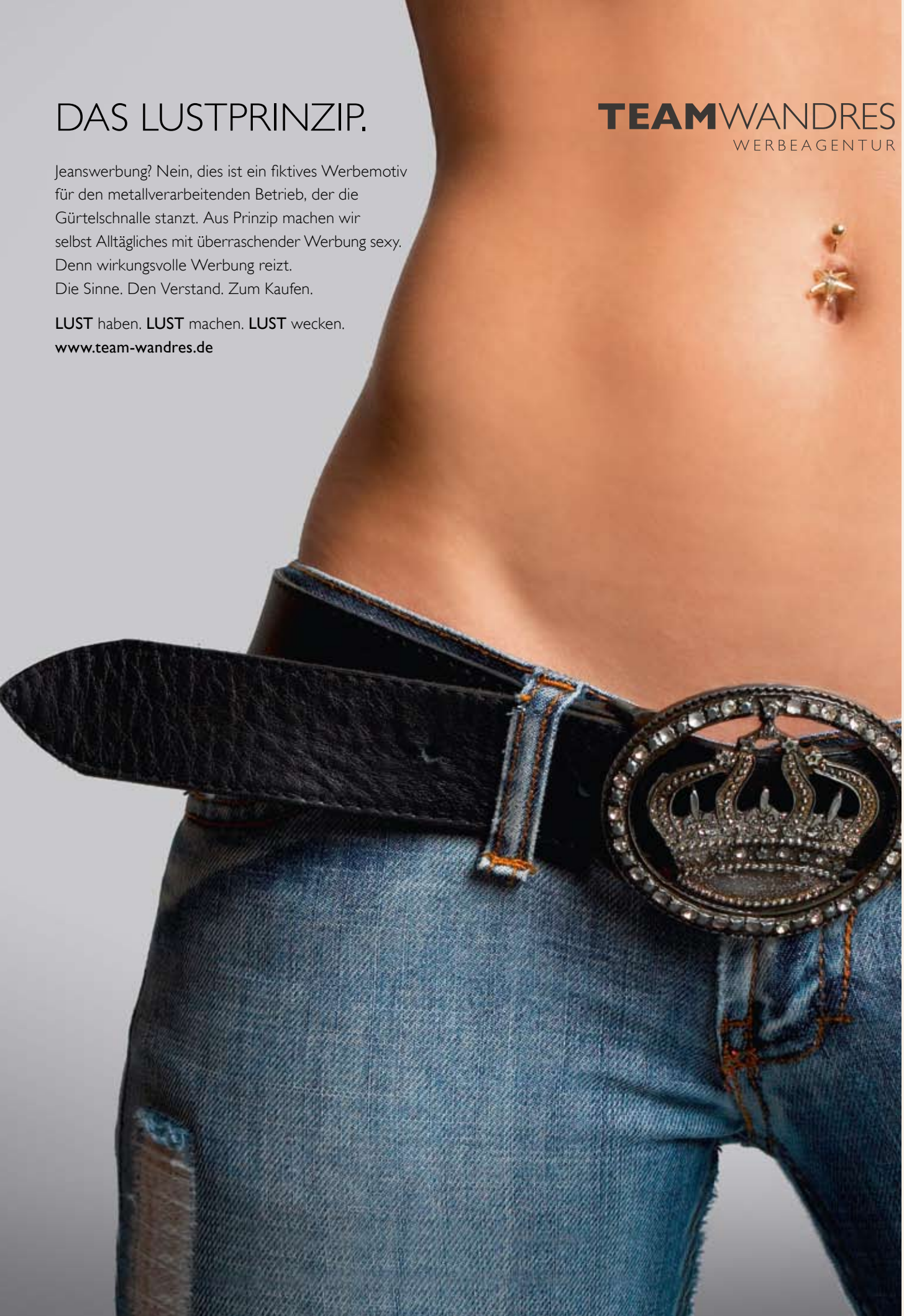
Die EWG – Entwicklungs- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft für Rheine mbH vermarktet für die Stadt Rheine Gewerbe- und Industrieflächen und betreut interessierte Unternehmen im Ansiedlungsprozess.

DAS LUSTPRINZIP.

TEAMWANDRES
WERBEAGENTUR

Jeanswerbung? Nein, dies ist ein fiktives Werbemotiv für den metallverarbeitenden Betrieb, der die Gürtelschnalle stanzt. Aus Prinzip machen wir selbst Alltägliches mit überraschender Werbung sexy. Denn wirkungsvolle Werbung reizt.
Die Sinne. Den Verstand. Zum Kaufen.

LUST haben. **LUST** machen. **LUST** wecken.
www.team-wandres.de



Geheimwaffe Fensterbank

85 PROZENT UNSERER ZEIT VERBRINGEN WIR HEUTE IN INNENRÄUMEN, BEI KÜNSTLICHEM LICHT UND UNGESUNDER LUFT

Heizung und Klimaanlage belasten uns dabei ebenso wie die Geräuschkulisse und der Elektrosmog, die uns ständig umgeben.

Das geht nicht nur auf die Psyche – Natur im Raum hebt Stimmung, Leistung und Motivation nachweislich an –, sondern trifft uns auch körperlich: „In Büros, die mit lebenden Pflanzen begrünt sind, sinkt die Zahl der Krankmeldungen um bis zu 40 Prozent“, konstatiert Markus Gregg, Experte für Raumbegrünung aus Nordkirchen.

Die Klimaregelung durch Grünpflanzen stellt demnach die modernste, menschenfreundlichste, gesündeste und zukunftsträchtigste Art der Klimaführung dar. „Obendrein ist sie wesentlich preiswerter als die herkömmliche technische Art der Luftbefeuchtung, die ggf. noch zur Verbreitung von Krankheitskeimen beitragen“, so der Fachmann. Professionell geplant, können Pflanzen sogar eine Klimaanlage ersetzen, sind dabei preiswert und frei von Nebenwirkungen.

Bei „Gärtner Gregg“ nutzt man die ebenso einfachen wie wirkungsvollen Mechanismen der Natur und schafft bioaktiv ein „prima Klima“:

1. Gestaltung einer naturähnlicheren Umwelt
2. Zunahme des allgemeinen Wohlgefühls durch die Nähe und die Wahrnehmung von Pflanzen
3. Gesunderhaltung am Arbeitsplatz: Fürsorge des Arbeitgebers für die Arbeitnehmer
4. Zusätzlich werden dadurch die EU-Richtlinien „Bildschirmarbeitsplatz“ erfüllt (EU-BildscharbV).
5. Luftqualität und Luftfeuchtigkeit werden durch die lebenden Pflanzen messbar verbessert.

„Geruch und Akustik werden durch Pflanzen im Raum deutlich verbessert“, erklärt Markus Gregg. „Zudem reinigt ihre besondere Blatt- und Wurzelatmung die Luft durch die Absorption von Formaldehyd, Benzolen und anderen Schadstoffen. Bioaktiv steigern sie die Luftfeuchtigkeit, die in vielen Räumen deutlich zu niedrig ist, und dämmen so Kopfschmerz und Erkältungskrankheiten ein, die typischen Auswirkungen von trockener Raumluft.“

Forschungsergebnisse aus aller Herren Länder belegen übereinstimmend, dass Pflanzen Luftschadstoffe abbauen, durch die Erhöhung der Luftfeuchtigkeit die Raumluft verbessern, die Staubbelastung verringern, Schall dämmend wirken und Räume ohne Einsatz technischer Mittel perfekt klimatisieren können. Der Wohlfühlbonus, den wir sonst nur noch aus dem Park kennen, stellt sich auch im Büro und Zuhause ein: Der Blick ins Grüne weckt neue Energien.



Der Spiegel: „Zimmerpflanzen machen schlau“

Und mehr noch: „Zimmerpflanzen machen schlau“, wie jetzt der Spiegel in seiner Ausgabe 12/2011 meldete: „Das eigene Büro neu zu dekorieren könnte helfen, besser zu arbeiten!“ Zitiert wird die neueste Studie norwegischer Wissenschaftler, die bei der Arbeit mit Studenten herausfanden: Begrünte Arbeitsplätze erhöhen die Erinnerungs- und Konzentrationsfähigkeit, der Blick ins Grüne motiviert und mindert Stressgefühle. Vom Arbeiten im Grünen profitiere auch die Physis: Es senke den Blutdruck, mindere Stress und löse gute Gefühle aus.

So entscheiden sich immer mehr Krankenhäuser für große Gruppen lebender Pflanzen in der Empfangshalle – gerade dort wird ihre entspannende und Stress-reduzierende Wirkung dringend gebraucht.

Mit Pflanzen:
Schön und erfolgreich

Auch in Einkaufs-Malls und Sitzungszimmern ist die lebende Pflanze gut fürs Geschäft. So wurde in begrünten Ladenlokalen ein deutlich höherer Umsatz nachgewiesen. Und „grüne Sitzungszimmer“ punkten gegenüber ihren pflanzenlosen Kollegen klar mit mehr positiven Geschäftsabschlüssen.

In der Außenwirkung wird die Bepflanzung zur Visitenkarte; sie schafft ein gepflegtes, anspruchsvolles Ambiente. „Die Raumbegrünung bietet mannigfache gestalterische Möglichkeiten“, erläutert Markus Gregg. „Gerade wenn keine baulichen Veränderungen vorgenommen werden sollen, ist die Begrünung eine preisgünstige Alternative zur Aufwertung von Räumlichkeiten.“

Wie die Profis vorgehen:

- Analyse der raumklimatischen Bedingungen
- Ermittlung von Problem-Ursachen
- Vorschläge für Lösungen in Klimaführung und Raumstrukturierung
- Ermittlung von Pflanzenmengen und -arten in Zusammenhang mit den Raumgrößen und -anordnungen, vorhandener Lichtmenge, Luftwechsel und Anzahl der Mitarbeiter
- Entwurf und Kalkulation von pflanzenbaulichen sowie lichttechnischen Vorschlägen zur Verbesserung des gesamten Raumklimas.



BACK TO THE ROOTS:
PFLANZEN EROBERN DEN INNENRAUM – UND DER ERFOLG GIBT IHNEN RECHT
(FOTO: GÄRTNER GREGG)



Gabionen – mit Steinkörben Gewerbeflächen gestalten

GABIONEN SIND MIT STEINEN GEFÜLLTE DRAHTKÖRBE UND KÖNNEN GERADE BEI GEWERBLICH GENUTZTEN FLÄCHEN ZUM AUFBAU VON WÄLLEN, ZUR ERRICHTUNG VON SICHT- ODER LÄRMSCHUTZANLAGEN UND FÜR STÜTZWÄNDE EINGESETZT WERDEN

Der Einsatz von Gabionen ist eine häufig preiswertere Alternative zum Einsatz von Fertigteilen, einfachen Mauern aus Beton oder teurer Natursteinmauern. Im Baukastensystem lassen sie sich beliebig übereinander und aneinander setzen.

Gabionen werden heutzutage insbesondere mit Sand, Steinen oder Erde befüllt. Bei normalen Gabionen ohne besondere Ansprüche an die Optik wird das Füllmaterial einfach geschüttet. Gabionen werden in der Regel in Größen zwischen 0,25 und 4 Kubikmeter hergestellt. Wie bei jedem Erdstützbauwerk muss auf eine entsprechende Fundamentierung und ggf. auch Entwässerung geachtet werden. Eine Gabione kann aus verzinktem Stahl gefertigt werden, so dass sie über mehrere Jahrzehnte stabil bleiben. Zur Lärmschutzwand werden die Gabionen häufig vor Wohnsiedlungen an verkehrsreichen Straßen oder Gewerbeflächen aufgeschichtet. Mit Mutterboden überdeckt, begrünen sie lange „Schallmauern“ und bieten gleichzeitig einen ökologischen Lebensraum für Kleinlebewesen. Das Gabionengeflecht ist überaus flexibel einsetzbar und eignet sich im gewerblichen wie auch privaten Bereich sehr gut zum Bau von Zäunen, Hochbeeten, Pflanzschnecken und sogar Feuerstellen mit Grilleinrichtung.







Die Steinfüllung ist variabel. Fachleute empfehlen regionaltypisches Gestein. Es gibt aber viele Alternativen: Von Stein über Glas bis hin zu Stahl ist alles denkbar. Holz und Materialien, die verrotten oder sich zersetzen, sind nicht zu empfehlen. Gabionen können vor Ort oder werksseitig befüllt werden. Bei der werksseitigen Befüllung und Verdichtung wird verhindert, dass die Befüllung nach Einbau der Gabione nachsackt und die Standsicherheit leidet oder gar verloren geht. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Gabione im befüllten Zustand transportiert werden kann. Zum Teil werden werksbefüllte Gabionen auch mit Hebebügeln angeboten, an denen der Korb problemlos aufgenommen werden kann. So lassen sich Wände mit werksgefüllten Gabionen in sehr kurzer Zeit herstellen.

Bei den verschiedenen Füllungen unterscheidet man zwischen Schüttkörben und Mauersteinkörben. Die Schüttkörbe sind komplett mit frostsicheren und ausreichend druckfesten Steinen (Schotter) befüllt. Die Mauersteinkörbe können an den Sichtseiten mit Mauersteinen oder Platten verblendet werden; der Rest dieser Gabionen wird mit Schotter befüllt. Soll eine hochwertige Optik erreicht werden, wird zumindest die Sichtseite per Hand geschichtet.

ES GIBT VIELE ALTERNATIVEN: VON STEIN ÜBER GLAS BIS HIN ZU STAHL IST ALLES DENKBAR



Reinraumreinigung

PIEPENBROCK IN DER PRODUKTION VON BOEHRINGER INGELHEIM MICROPARTS. IN DER PHARMAZEUTISCHEN PRODUKTION IN REINRÄUMEN NACH DEN STANDARDS DER „GOOD MANUFACTURING PRACTICE“ (GMP) IST DIE PARTIKELBELASTUNG DER RAUMLUFT VON ENTSCHEIDENDER BEDEUTUNG

Schon kleinste Verunreinigungen beeinträchtigen die Qualität des Produkts. Deshalb setzt Boehringer Ingelheim microParts in Dortmund in der Produktion bei der Reinraumreinigung auf das Know-how und die langjährige Erfahrung von Piepenbrock.



Im Ruhrgebiet ist der Strukturwandel weg von der Schwerindustrie und hin zu innovativen Hightech-Produktionsstätten weiter voll im Gange. Bestes Beispiel: Boehringer Ingelheim microParts GmbH in Dortmund. Die selbstständige Einheit im Unternehmensverband von Boehringer Ingelheim wurde im Oktober 2004 von der STEAG AG erworben und ist einer von drei Standorten von Boehringer Ingelheim in Deutschland. Die Unternehmensaktivitäten fokussieren sich auf die exakte Reproduktion kleinster Strukturen im mikroskopischen Bereich durch den Einsatz hoch entwickelter Spritzgießverfahren. Neben Systemen zur treibgasfreien Aerosolerzeugung sind mikrostrukturierte Kanalplatten für die medizinische Diagnostik und Analytik sowie Mikrospektrometer wichtige Entwicklungen von Boehringer Ingelheim microParts. Das wichtigste Produkt, das am Standort Dortmund hergestellt wird, ist der Inhalator Respimat Soft Inhaler.

Good Manufacturing Practice – GMP

„In der pharmazeutischen Industrie hat das Site Management direkten Einfluss auf das Produkt. Sprich: Wir sind dafür verantwortlich und müssen dokumentieren, dass wir in unseren Reinräumen nach den Normen der sogenannten ‚Good Manufacturing Practice’ produzieren“, erklärt Dipl. Ing. Thomas Seifert, Leiter Site Management, Boehringer Ingelheim microParts GmbH.

Reinräume sind für die Produktion von Hightech-Produkten wie Computerchips





und Satelliten sowie Arznei- und Lebensmitteln konzipiert, da hier bereits mikroskopische Verunreinigungen die Produkte unbrauchbar machen. Die benötigte Luftreinheit wird durch Mehrfachfilterung der Umgebungsluft erreicht.

Die Filter bestehen aus speziellen HEPA-Filtern (high efficiency particle filter), die Schwebeteilchen von bis zu 0,5 µm herausfiltern können. Zum Vergleich: Eine Bakterienzelle hat ungefähr eine Größe von 2 µm. „Da kleinste Verunreinigungen in der Produktion schwerwiegende Folgen haben, stellen wir an die professionelle Reinigung unserer Reinräume nach den geltenden Reinheitsklassen höchste Anforderungen“, unterstreicht Thomas Seifert.

First Level Supplier Piepenbrock

Der hohe Qualitätsanspruch von Boehringer Ingelheim microParts zeigte sich in der Ausschreibungsphase. „Reinigung ist bei uns ein A-Gut, deshalb waren in die Ausschreibung mehrere Führungskräfte aus den Bereichen Management, Site Management und Hygiene involviert. Zudem haben wir bei der Ausschreibung nur First Level Supplier wie Piepenbrock zugelassen“, so Thomas Seifert. „Das hat sich gelohnt. Schon bei der Begehung unserer Räumlichkeiten hat sich gezeigt, dass die Piepenbrocker, die heute operativ für das Objekt verantwortlich sind, über das notwendige fachliche Know-how verfügen.“ Für die Zusammenarbeit mit Piepenbrock hat sich das Management nach der Auswertung einer umfassenden Entscheidungsmatrix entschieden. Dabei spielten qualifiziertes Personal, optimierte Prozesssteuerung, innovative Reinigungstechnik und hohe Qualität die zentrale Rolle.

„Seit dem 1. Januar 2010 sind wir mit 16 Mitarbeitern für Boehringer Ingelheim microParts produktionsnah und ganz wesentlich in der eigentlichen Produktion tätig“, freut sich Heiko Kalis, Piepenbrock Niederlassungsleiter Dortmund. Mit Erfolg, wie das Lob von Thomas Seifert zeigt: „Mit Piepenbrock kam bei uns frischer Wind ins Haus.“

LINKS: BOEHRINGER INGELHEIM MICROPARTS IN DORTMUND BESCHÄFTIGT DERZEIT 450 MITARBEITER

RECHTS: UNTERSUCHUNG EINES WIRKSTOFF-PARTIKELS MIT DEM RASTERELEKTRONENMIKROSKOP (FOTOS: BOEHRINGER INGELHEIM PHARMA GMBH & CO. KG)

Eine Prognose: „Professionelles Gebäudemanagement“

AN WICHTIGKEIT GEWINNEN: GEBÄUDEMANAGEMENT SOLLTE IN EINER PROFESSIONELLEN IMMOBILIENBEWIRTSCHAFTUNG OPTIMAL IN DAS KERNGESCHÄFT INTEGRIERT SEIN



EINE EINSCHÄTZUNG VON
DENIS KRÄMER
LEITUNG F&E DER RAY FACILITY MANAGEMENT GROUP
(FOTO: PRIVAT)

Professionelles Gebäudemanagement wird in den kommenden Jahren, die gekennzeichnet sein werden durch weiteres Wachstum in der Facility bzw. Gebäudemanagementbranche von möglicherweise bis zu ca. 5 Prozent, an Wichtigkeit gewinnen.

Unternehmen, die einerseits ihre Ressourcen professionell für das eigene Kerngeschäft bündeln, benötigen andererseits eine genauso professionelle Lösung für ihr Sekundärgeschäft – welches traditionell in das Resort des Facility- bzw. Gebäudemanagements fällt. Hierbei ist das Gebäudemanagement ein Teilbereich des Facility Managements. Unabhängig, ob intern oder extern organisiertes Gebäudemanagement, sollte in einer professionellen Immobilienbewirtschaftung das Sekundärgeschäft optimal in das Kerngeschäft integriert sein, d.h. entlang des Kernwertschöpfungsprozesses organisiert. Dies hat zur Folge, dass unter Ausschöpfung zahlreicher sozioökonomischer Synergien das Kerngeschäft bestmöglich unterstützt wird. So können in den Primär- und Sekundärprozessen die jeweilige Kernkompetenz voll ausgeschöpft und die Nutzungskosten von Facilities unter Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit optimiert werden.

Eine Differenzierung zwischen Flächenmanagement, kaufmännischen, technischen und infrastrukturellen Gebäudedienstleistungen hat sich dabei im deutschsprachigen Raum als sinnvoll erwiesen. Professionelles Gebäudemanagement stellt ganzheitliche Verbindungen zwischen diesen vier Schwerpunkten her. Es begegnet der Immobilienkomplexität mit proaktivem Prozess-/Systemmanagement und professionell angepassten ‚Leistungspaketen‘ – entlang der individuellen Kundenbedürfnisse. Undabdingbar für die Professionalität ist dabei die Transparenz in diesen Prozessen, die z.B. durch ein modernes Service- bzw. Helpdesk-System nachhaltig unterstützt wird.

Wird nicht nur das Gebäudemanagement, welches primär die Nutzungsphase einer Immobilie betrachtet, sondern auch das Facility Management umfassend mit seinem lebenszyklusorientierten Ansatz mit einbezogen, gehört zu einer Professionalisierung auch die Berücksichtigung der jeweiligen Unternehmenspolitik sowie normative und strategische Überlegungen, um das Management der Sekundärprozesse voll zur Entfaltung zu bringen.

Rolf Raschke
DIE DETEKTEI
www.detektei-raschke.de

Kärcher Scheuersaugmaschine BD 80/120 W
Leistungsstark
Zuverlässig
Robust



Vorführung kostenlos!

KÄRCHER
CENTER *Sielhorst*
Nickelstraße 5
33415 Verl
Tel.: 05246 3604
www.kaercherprofi.de

Leistungswert als Berechnungsgrundlage

PROFESSIONELLE GEBÄUDEREINIGUNGSUNTERNEHMEN BESTIMMEN DIE KOSTEN IHRER ANGEBOTE MEIST MITTELS DES SO GENANNTEN LEISTUNGSWERTES

Der Leistungswert beschreibt die Geschwindigkeit, mit der ein Gebäude gereinigt wird. Er wird in Quadratmetern pro Stunde gemessen und bestimmt die Raumfläche, welche von einer Reinigungskraft in dieser Zeitspanne gesäubert wird. Angebote in der Gebäudereinigung beruhen größtenteils auf dem Zeiteinsatz des Personals, weswegen der Leistungswert maßgeblich zur Kalkulation und Beurteilung von Reinigungsleistungen beiträgt.

Die Mehrheit aller Gebäudereinigungsunternehmen nutzt allgemeine Standards zur Bestimmung des Leistungswertes, die sich zwischen den Mitbewerbern nur geringfügig unterscheiden. Unternehmen sollten genau den Leistungsumfang für den Gebäudereiniger festlegen, denn hier wird der Unterschied zwischen Qualität und Angebotspreis sichtbar. Auf folgendes sollte geachtet werden:

Einsatz von Reinigungsgeräten

Der Einsatz automatisierter Reinigungsgeräten kann die Effektivität des Reinigungspersonals erhöhen und damit den anzusetzenden Leistungswert steigern.

Nutzungsumfang des Gebäudes

Räume mit einer hohen Durchgangsfrequenz, wie etwa der Empfang eines Hotels, bedingen meist eine stärkere Verschmutzung als eine kaum verwendete Abstellkammer. Eine angepasste Leistungswertberechnung trägt diesem Umstand Rechnung.

Verschmutzungsgrad

Der Zeitaufwand einer gründlichen Gebäudereinigung und somit ihr Leistungswert hängen selbstverständlich unmittelbar davon ab, wie verschmutzt die zu reinigenden Räume tatsachlich sind.

Häufigkeit der Gebäudereinigung

In Räumen, die nur selten gereinigt werden, steigt der Reinigungsaufwand mit der Zeit an. Die Faktoren Verschmutzungsgrad und Reinigungshäufigkeit hängen hierbei stark miteinander zusammen.



(FOTO: FOTOLIA.COM)

Personal

Die Effektivität, mit der ein Gebäude gereinigt werden kann, wird davon beeinflusst, wie qualifiziert, motiviert und körperlich fit das Reinigungspersonal ist. In die Berechnung eines realistischen Leistungswertes fließen daher auch Faktoren wie die Ermüdung durch belastende Reinigungsarbeiten ein.



Ein „Gasthaus“ im besten Sinne

GASTHAUS KLEIN: MIT LEIDENSCHAFT UND KREATIVITÄT ZUM GOURMET-TREFF

Ein wahres Schmuckstück präsentiert sich dem Gast bei einem Besuch im Gasthaus Klein in Netphen-Deuz. Der ehemalige Landgasthof ist nicht nur von außen ein Blickfang. Mit seinen individuell gestalteten, nostalgisch eingerichteten Räumen bietet das 1768 errichtete Fachwerkhaus auch hinter seiner Fassade ein besonderes Ambiente.



Seinen architektonischen Charme verdankt es nicht zuletzt Graf Johann von Wittgenstein. Als dieser seinerzeit im Gasthaus Klein einkehrte, erfuhr er von einem geplanten Umbau des Hauses wegen Baufälligkeit. Der Adelige fertigte daraufhin eine Bauzeichnung nach seinen Vorstellungen an und stiftete sogar das Holz für den Bau. Wittgenstein hinterließ damit ein für das Siegerland wegen seiner hellen und hohen Räume recht ungewöhnliches Fachwerkhaus.

Doch nicht nur das Auge kommt im Gasthaus Klein auf seine Kosten. Sein attraktives Angebot an vielfältigen Gaumenfreuden verdankt es dem Gastronomenehepaar Corinna und Christian Klein-Wagner. Mit Liebe zum Detail und neuen, kreativen Ideen machten die beiden den ehemaligen Landgasthof zu einer ganz besonderen Adresse für Feinschmecker und Liebhaber der regionalen Küche. Das Erfolgsrezept scheint so naheliegend wie anspruchsvoll: man nehme als Grundlage die altbewährten Rezepte der Region, gebe einen Schuss unkonventionelle Ideen und eine Prise Leidenschaft dazu und erhalte eine ebenso typische wie untypische westfälische Küche auf höchstem Niveau. „Die Jahreszeiten mit all ihrer Farbenpracht sollen sich auch in unseren Gerichten widerspiegeln“, sagt Christian Klein-Wagner.



CORINNA UND
CHRISTIAN KLEIN-WAGNER
INHABER DES GASTHAUS KLEIN
(FOTO: GASTHAUS KLEIN)

Längst ist die exklusive Küche des Restaurants nicht mehr nur in der näheren Umgebung bekannt. Selbst weitgereiste Gäste durfte das Ehepaar schon begrüßen. Diese schätzen die kulinarische Qualität und Vielfalt ebenso wie das stilvolle Ambiente des Hauses. Anders als in der Küche haben Corinna und Christian Klein-Wagner bei der Einrichtung ihres Gasthauses weitgehend auf das Setzen neuer Akzente verzichtet. „Das antike Mobiliar unterstreicht die lange Tradition unseres Hauses und macht seinen besonderen Charme aus“, erklärt Corinna Klein-Wagner. Bei schönem Wetter lässt es sich auch zwischen alten Buchenhecken, Edelrosen und Kräutern im Garten des Gasthauses speisen. Hier wachsen heimische Kräuter, die frisch vom Beet in den Topf wandern.

Das kulinarische Repertoire des Hauses ist mit Bedacht gewählt. Im Herbst werden hier zum Beispiel wilde Gerichte wie vor hundert Jahren serviert, auf Basis historischer Rezepte mit Wild und Geflügel. Wenn der Frühling kommt, steht das Zicklein hoch im Kurs – und der beliebte Wildkräuterspaziergang vor der Tür. Großen Zuspruch von Gästen und Genießern finden auch die regelmäßigen Kochkurse zu verschiedenen kulinarischen Themen, bei denen Christian Klein-Wagner Seite an Seite mit eifrigen Hobbyköchen in seiner Küche den Kochlöffel schwingt. Und alle Jahre wieder, in den besinnlichen Wochen zum Jahresende brutzelt das Gasthaus Klein seinen legendären Gänsebraten und backt die berühmten Weihnachtswaffeln. Denn auch am Nachmittag trifft sich hier so manche gesellige Runde zum Kaffeeklatsch. Übrigens: Auch Kunst und Kultur erhält im Gasthaus Klein eine Bühne, mit regelmäßigen Bilderausstellungen und Lesungen.

Weitere Informationen zur Initiative „Westfälisch genießen“ und Rezeptideen unter: www.westfaelisch-geniessen.de



Energiemanagement-systeme – bald Pflicht?

WIEDER IST ES DIE EU, DIE DEN SPIELVERDERBER GIBT: ERMÄSSIGUNGEN VON ENERGIESTEUER, IN DEUTSCHLAND IM PRODUZIERENDEN GEWERBE FAST SELBSTVERSTÄNDLICH, SIND AUS EUROPÄISCHER SICHT NICHTS ANDERES ALS SUBVENTIONEN

Bis 2012 hat die EU das noch einmal abgenickt, aber dann muss es anders werden. Als Gegenleistung für Steuerermäßigungen verlangen die EU und die Bundesregierung größere Anstrengungen zur Energieeffizienz der Unternehmen. Tatsächlich schlummern hier gewaltige Reserven: 10 Milliarden Euro beträgt das Einsparpotenzial in der deutschen Industrie. „Wir wollen daher die Unternehmen dazu anregen, die Effizienzpotenziale eigenständig zu



Das Serviceverzeichnis

– erfolgreiche Unternehmen präsentieren sich –

Mit mehr als 500 Stichwörtern haben erfolgreiche Unternehmen Nachhaltigkeit geschaffen.

Das Besondere daran ist die Kombination von Print- und Onlinemedium.

WIRTSCHAFT REGIONAL
DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE IN DER REGION
www.wirtschaft-regional.net

WIRTSCHAFT REGIONAL
Richthofenstraße 96 · 32756 Detmold
Telefon: 0 52 31/9 81 00 29 · Fax: 0 52 31/9 81 00 33
www.wirtschaftregional.info · anzeigen@ wirtschaftregional.info

realisieren und umzusetzen. Energiemanagementsysteme sind dabei eine wichtige Möglichkeit, Effizienzpotenziale aufzuzeigen. Diese sind inzwischen durch internationale Normen anerkannt (EN 16001, ISO 50001) und bedeuten im Kern die regelmäßige Erfassung der Energieströme und der Minderungspotenziale in den Produktionsprozessen," so das Wirtschaftsministerium. Für Unternehmen mit einem Stromverbrauch über 10 GWh pro Jahr gilt bereits heute, dass es Steuerermäßigungen nur bei einem nachgewiesenen Energiemanagementsystem (EnMS) gibt. Für kleine und mittlere Unternehmen prüft das Ministerium, ob dieses Instrument ab 2013 ebenfalls eingesetzt werden. Das ist sicherlich ein guter aber nicht der einzige Grund, über die Einführung eines EnMS nachzudenken. In vielen Studien wurde nachgewiesen, dass Effizienzpotenziale – obwohl wirtschaftlich sinnvoll – viel zu selten genutzt werden. Die Gründe sind vielfältig und reichen von Unkenntnis der Potenziale über fehlende Investitionsmittel bis zu einer generellen Abneigung gegenüber Veränderungen. Könnten EnMS das verbessern? Mit einem EnMS verordnet sich ein Unternehmen selbst, die Verbräuche zu überwachen, zu analysieren, kontinuierlich nach neuen Einsparpotenzialen zu suchen. Immer steht am Anfang eine grundlegende Energieeffizienz-Analyse. Eine Effizienzanalyse kann auch unabhängig von Einführung eines EnMS wichtige Einsparpotenziale aufzeigen und sollte heute allein schon wegen der steigenden Energiekosten in allen Unternehmen Standard sein.



MATTHIAS HAEMISCH
BERATER FÜR MANAGEMENTSYSTEME UND FÜR ENERGIEEFFIZIENZ
(FOTO: KGH CONSULT)



Energie mit Persönlichkeit

Persönlichkeit statt Anonymität: Bei den Stadtwerken Bielefeld steht Ihnen Ihr persönlicher Ansprechpartner beratend zur Seite, wenn es um preisgünstige Energieversorgung geht. Auf Basis Ihrer genau analysierten Energiedaten bekommen Sie von uns maßgeschneiderte Strom-, Gas- und Contracting-Angebote. Informieren Sie sich jetzt persönlich über die Energieeinsparmöglichkeiten für Ihr Unternehmen.

Unter www.stadtwerke-bielefeld.de erhalten Sie alle Informationen.

Stadtwerke Bielefeld

Persönlichkeit macht den Unterschied

SIE ALS UNTERNEHMER WISSEN ES SICHERLICH AM BESTEN: PERSÖNLICHKEIT IST DAS, WAS EIN UNTERNEHMEN VORWÄRTS BRINGT

Und die erfolgreichsten Geschäftsbeziehungen sind die, die auf persönlichen Kontakten und gegenseitigem Vertrauen beruhen.

Sichere Energieversorgung, faire Preise und individuelle Angebote versprechen viele Anbieter. Doch beim persönlichen Service liegen die Unterschiede: Bei den Großen läuft der Kontakt oft über anonyme Call-Center. Anders bei den Stadtwerken Bielefeld, hier bekommen Sie als Geschäftskunde Ihren persönlichen Ansprechpartner.

Genau die richtige Größe, als Energieversorger mit mehr als 150 Jahren Erfahrung sind die Stadtwerke Bielefeld das größte Energie-, Trinkwasser- und Verkehrsunternehmen in Ostwestfalen-Lippe.

Wir bieten wettbewerbsfähige Preise und sind flexibel, um schnell auf ihre Wünsche und Bedürfnisse einzugehen. Zu unserer Angebotspalette gehören Beleuchtungs-, Wärme-, Kälte- und Druckluftcontracting sowie Energiemanagement. Was immer Sie brauchen, stellen wir für Sie zusammen. Umfassenden Service, individuelle Lösungen, komplette Rundumversorgung, betreut von Energiespezialisten, exakt konzipiert und realisiert, Hand in Hand mit Ihrem Unternehmen. Kein Wunder also, dass wir nicht nur regional, sondern auch bundesweit Geschäftskunden an rund 300 Standorten mit Energieprodukten beliefern. Vielleicht wollen auch Sie einfach das gute Gefühl erleben, einen Energieversorger zu haben, der Verantwortung noch persönlich nimmt.

(FOTO: STADTWERKE BIELEFELD)



In dieser Mappe steckt jede Menge Energie für Sie!



Ihr Kontakt zur Energiekostensenkung:

CEC ENERGIECONSULTING GMBH
Bahnhofstraße 40 32278 Kirchlengern
fon (0 52 23) 8 21 - 49 70 fax (0 52 23) 8 21 - 49 79
info@cec-energie.de www.cec-energie.de

Zweites OWL-Pilotnetzwerk der Fraunhofer-Gesellschaft



KLAUS MEYER
ENERGIE IMPULS OWL E.V.
(FOTO: ENERGIE IMPULS OWL)

STARK IM KLIMASCHUTZ SIND SIE ALLE SCHON – UND DOCH BRINGEN DIE ZEHN UNTERNEHMEN AUS OSTWESTFALEN-LIPPE ZUSAMMEN ZURZEIT NOCH FAST 20 MILLIONEN EURO JÄHRLICH FÜR ENERGIEKOSTEN AUF

Unter Koordination von Energie Impuls OWL wollen sie ihren Energieeinsatz in den nächsten drei Jahren um zehn Prozent reduzieren. Der Schlüssel dazu heißt LEEN – Lernendes Energie Effizienz Netzwerk. Das Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung (ISI) hat das zertifizierte Verfahren entwickelt und bundesweit 30 Pilotnetzwerke für Energieeffizienz ausgeschrieben – Energie Impuls OWL ist es gelungen, gleich zwei Netzwerke in OWL zu etablieren.

Ein Blick auf die Teilnehmerliste zeigt, auf welch hohem Niveau in Ostwestfalen-Lippe optimiert wird: Am neuen Netzwerk LEEN OWL II wollen bisher zehn Unternehmen teilnehmen: Ferrum Edelstahlhärterei, Franz Schneider Brakel, Karl E. Brinkmann, Konrad Reitz Ventilatoren, Spier Fahrzeugwerk, Staatlich Bad Meinberger Mineralbrunnen, Lichtgitter, Helmut Giesdorf, Gebr. Brasseler und Buschjost. Weitere fünf Unternehmen haben bis zum Herbst die Möglichkeit, sich dem Netzwerk anzuschließen.

Im LEEN OWL I, das im Sommer 2010 an die Arbeit ging, sind 14 Unternehmen dabei: Phoenix Contact, Arvato Media und Arvato Systems, Gildemeister, die Miele Werke Gütersloh und Bielefeld, Mohn Media, Ninka, Rudolf Henrichsmeier, Formaplan, die Alpla-Werke-Lehner, Klaus Brummernhenrich, EK Servicegroup, das Coko-Werk, und Essmann.

Klaus Meyer, Geschäftsführer von Energie Impuls OWL, verdeutlicht den Nutzen: „Die LEEN-Teilnehmer profitieren von einer Initialberatung durch ein Ingenieurbüro, von Fachbeiträgen, Diskussionen, Workshops, gegenseitigen Firmenbesuchen, dem engen kollegialen Austausch und natürlich einem Monitoring der Ergebnisse."

Sollte nach drei Jahren tatsächlich der Zielwert von 10 Prozent Einsparung erreicht sein, beweisen die Unternehmen gegenüber dem Industriedurchschnitt, der bei einem Prozent Energieeffizienzgewinn pro Jahr liegt, hier glatt die dreifache Innovationsgeschwindigkeit.

Die Unternehmen finanzieren das gemeinsame Netzwerk selbst. Das Bundesumweltministerium sowie die Industrie- und Handelskammern Lippe und Ostwestfalen unterstützen das Programm.

HERBER & PETZEL
Ihr Wohlfühlpartner!
Für energieeffiziente und individuelle
- Kälte- & Klimalösungen
- Wärmepumpen
- Elektroinstallationen & MSR
- Raumluftlösungen

Wir optimieren Ihre Arbeits- und Lebensqualität fachkompetent, innovativ und zuverlässig!

HERBER & PETZEL GmbH & Co. KG
Gildenstraße 2a | 48157 Münster
Tel. 0251.98720-0
www.herber-petzel.de

Der Wohlfühlpartner für energieeffiziente Haustechnik

HEIZEN, KÜHLEN, DIE UMWELT SCHONEN: ALLES AUS EINER HAND!

Gutes Klima und die richtige Wohlfühltemperatur fördern die Konzentration und erhöhen die Leistungsbereitschaft, bei der Arbeit sowie zu Hause. Luft-Luft- oder Luft-Wasser-Wärmepumpen sind die zukunftsorientierte Lösung. Sie ersetzen traditionelle Öl- und Gasheizungen und sparen dabei bis zu 40 Prozent der Energiekosten ein. Gleichzeitiges Kühlen und Heizen wird durch die Kombination von einem leichten, platzsparenden Außengerät und beliebig vielen Innengeräten auf effizienteste Weise realisiert. Das Team von Herber & Petzel begleitet Sie von der Planung bis zur Instandhaltung und Wartung Ihrer individuellen Wärmepumpe. Das Münsteraner Unternehmen installiert Ihnen Raumklimasysteme nach modernstem Standard und legt dabei größten Wert auf persönliche Betreuung, um für Sie die effizienteste Lösung zu finden.

Bus – Ihr Haus denkt mit!

Die perfekte Lichtstimmung im Haus mit nur einem Knopfdruck: Die Bus- Technologie vereinfacht den Alltag, sorgt für ein großes Maß an Komfort und Sicherheit und unterstützt dank transparenter Verbrauchsdaten die Energieeinsparungen! Die Steuerung Ihres Lichtsystems, aber auch Ihr Heizsystem, Ihre Alarmanlage, die Jalousien oder die Musikanlage können zentral, von einem Touch-Panel aus, kinderleicht geregelt werden. Während der Bauphase verlegt das Traditionsunternehmen separate Leitungen, die als „Bus“ fungieren. Ähnlich dem Baukastenprinzip können die Nutzer dann von der Einstellung verschiedener Lichtszenen in nur einem Raum bis hin zur vollständigen Kommunikation der Anlagen im und am Haus die intelligente Technik ausbauen. In bestehenden Gebäuden funktioniert die Nachrüstung ganz ohne Umbaumaßnahmen: in diesem Fall werden die Daten über das vorhandene Stromnetz geschickt. Die Haustechnik ist mit Bus auch aus der Ferne über das Internet zu bedienen. Störungen wie Glasbruch oder Ausfall verschiedenster Anlagen werden über das Handy mitgeteilt, wodurch eine schnelle Reaktion möglich wird.



SCHNELL, FLEXIBEL UND AUFMERKSAM SO SIEHT SICH DAS HERBER & PETZEL TEAM (VON LINKS): **MARTIN SCHAFFSTEIN, KATHARINA SCHAFFSTEIN, URSULA SCHAFFSTEIN, TOM DREINER** (FOTO: HERBER & PETZEL)

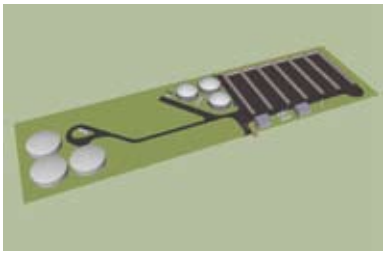


Mit Biogas in ein regeneratives Energie-Zeitalter

DIE WELTEC BIOPOWER AUS VECHTA FERTIGT DIE KOMPLETTE VERFAHRENSTECHNIK INKLUSIVE GASEINSPEISUNGS- UND GASAUFBEREITUNGS-TECHNOLOGIE BEIM BAU DER GRÖSSTEN BIOGASANLAGE MITTELHESSENS. BAUBEGINN DER 1,5-MW-ANLAGE WAR IM MÄRZ 2011

Ab Anfang 2012 soll Biomethan in das regionale Erdgasnetz eingespeist und damit Strom und Wärme für rund 3.000 Haushalte erzeugt werden. Neben der Gasaufbereitung beinhaltet das Anlagenkonzept eine Separationsanlage, in der die Gärreste zu humusbildendem Dünger mit höherem Feststoffgehalt aufbereitet werden, der besser gelagert und transportiert werden kann. Das Energieziel der Gemeinde Ebsdorfergrund lautet, die Versorgung bis 2020 vollständig auf regenerative Energien umzustellen, die in der Region erzeugt werden. Die Devise, ohne Atomstrom und fossile Energien in einer intakten Umwelt zu leben und zu arbeiten, ist auch im Leitbild der Gemeinde festgelegt. Um rund vier Millionen Kubikmeter Biogas effizient in Erdgasqualität aufzubereiten, kommt es insbesondere auf eine solide Verfahrenstechnik an. Bei der chemischen Aminwäsche wird das im Biogas enthaltene Kohlendioxid chemisch an das Waschmittel Amin gebunden. Dadurch kommt es zu einer Anreicherung des Methangehaltes im Biogas. Je höher der Methangehalt des Biogases nach der Aufbereitung ist, desto geringer ist die notwendige Zugabe von Konditionierungsgasen in der Einspeiseanlage. Dadurch erhöht sich die Gesamtwirtschaftlichkeit des Anlagenverbundes deutlich. Die Erfahrungen, die Weltec Biopower bislang mit diesem Verfahren in ihren Anlagen gemacht hat, erfüllen die Erwartungen an die Reinheit und den Methanschlupf voll und ganz. Bei Biogasanlagen sind die gute Qualität der Anlagenkomponenten und damit verbunden stabile Erträge ausschlaggebend. Biogasanlagen der Weltec Biopower GmbH werden aus einer Hand geliefert. Die bewährte Modulbauweise ermöglicht eine rasche Errichtung. Die Palette des niedersächsischen Herstellers reicht von der preisgünstigen Kompaktanlage über Abfallverwertungsanlagen bis hin zu Biogasparks.

DAS GASAUFBEREITUNGS-MODUL: MITTELS AMINWÄSCHE WIRD DER METHANGEHALT IM BIOGAS ANGEREICHERT (FOTO: WELTEC BIOPOWER GMBH)



MODELL: DIE 1,5-MW-ANLAGE LIEFERT AB 2012 STROM UND WÄRME FÜR 3.000 HAUSHALTE (FOTO: WELTEC BIOPOWER GMBH)

Unternehmerisches Handeln im Zeichen der nächsten Generation

NEUE ENERGIEZENTRALEN IN DER GRÄFLICHEN UNTERNEHMENSGRUPPE SCHONEN DIE RESSOURCEN UND VERMEIDEN ATOMSTROM. ALLES AUS EINER HAND!

150 Einfamilienhäuser könnten allein mit der Leistung der fünf Gas-Brennwertkessel in der neuen Energiezentrale des Gräflichen Parks beheizt werden. Darüber hinaus sorgen zwei Blockheizkraftwerke (BHKW), drei Schnelldampferzeuger und ein Niedertemperatur-Öl/Gas-Heizkessel dafür, dass bei der Versorgung des gesamten Gräflichen Parks und der Marcus Klinik nun ein Drittel an Energie eingespart wird. Das gleiche Einsparpotenzial hat die neue Heizanlage der Caspar Heinrich Klinik. Im Ergebnis versorgt sich der Gräfliche Park durch die neue Anlage erstmals mit eigenem Strom und ist nicht mehr auf den Zukauf großer Mengen Fremdstrom angewiesen. Ziel ist es, sich energetisch nach und nach unabhängig zu machen und somit auch auf atomar erzeugten Strom zu verzichten. Der selbsterzeugte Strom stammt nämlich aus Erdgas – ein großer Vorteil, gerade in Anbetracht der aktuellen Ereignisse in Japan. Erdgas ist aufgrund seiner Eigenschaften – wenig CO^2-Entstehung bei der Umwandlung in Energie und im Vergleich zu Erdöl noch in großen Mengen vorhanden – der zurzeit beste fossile Energieträger.

Ein weiterer Vorteil des BHKW: Während ein Atomkraftwerk nur 30 bis 40 Prozent seiner Wirkung entfalten kann, ist das UGOS-eigene BHKW bei voller Brennwertnutzung in Verbindung mit der Kraftwärmekopplung zu 99,4 Prozent effektiv. Mindestens genauso eindrucksvoll ist der Effekt auf den Ausstoß der Treibhausgases CO^2: Insgesamt 3.889 Tonnen bzw. 46,7 Prozent des klimaschädigenden Stoffes werden mit der neuen Einrichtung für den Gräflichen Park und die Marcus Klinik eingespart. Für zusätzliche 524 Tonnen bzw. 28 Prozent weniger CO^2 pro Jahr sorgt die Anlage in der Caspar Heinrich Klinik. Nicht zu vergessen: Auch die Moritz Klinik im thüringischen Bad Klosterlausnitz hat seit 2011 ein eigenes Blockheizkraftwerk in Betrieb genommen und vervollständigt damit das nachhaltige Portfolio der Unternehmensgruppe in Sachen Energie.

„Unser Ziel ist es grundsätzlich immer nachhaltige Werte zu erzeugen“, erklärt Marcus Graf von Oeynhausen-Sierstorpff die Strategie der Unternehmensgruppe Graf von Oeynhausen-Sierstorpff auf einem Rundgang durch die mit modernster Technik ausgestattete Energiezentrale im Betriebshof des Gräflichen Parks. „Das Besondere an uns ist, dass wir ein Familienunternehmen in der siebten Generation sind. Solange am Markt zu sein, ist nur zu schaffen, wenn man nachhaltig denkt und das Unternehmen permanent weiterentwickelt. Die Dinge, die wir tun, dürfen

Zimmermann-Gruppe
SONDERABFALLENTSORGUNG UND LOGISTIK

eANV
elektronisches Abfall Nachweisverfahren

Genießen Sie den **Full-Service** unseres eANV-Portals.

Eberhard Zimmermann GmbH & Co. KG
Gottlieb-Daimler-Straße 3-11, 22 und 31 | 33334 Gütersloh
Tel. +49 (0)5241 - 60 06 - 0
Fax. +49 (0)5241 - 60 06 - 451
E-Mail: info@zimmermann-gruppe.de
Web: www.zimmermann-gruppe.de
Gütersloh | Ladeburg | Bitterfeld

Unser Leistungsspektrum
- Sonderabfallentsorgung
- Sonderabfall-/Gefahrgut-/Schüttguttransporte
- Industriereinigung
- Reinigung von Kanälen, Schächten, Maschinen, etc.
- Tankreinigung
- Konzeption und Bau von Entsorgungsanlagen
- Reinigung und Wartung von Leichtflüssigkeits-/Fettabscheideranlagen

SAUBER | SICHER | ZUVERLÄSSIG



nicht auf den nächsten Quartalsbericht ausgelegt sein, sondern müssen auch den kommenden Generationen noch Freude bereiten."

Insgesamt hat das Unternehmen über drei Millionen Euro in die Implementierung der Anlagen investiert. Vor der Inbetriebnahme des Systems, dass zusammen mit der Firma NGT, einem Tochterunternehmen des Berliner Energieversorger GASAG, konzipiert und installiert wurde, hatten sich Geschäftsführer Marcus Graf von Oeynhausen-Sierstorpff und interne sowie externe Spezialisten viele Gedanken über das Thema „Energieeinsparung" gemacht. In Bezug auf denkmalgeschütze Gebäude wie im Gräflichen Park ist das nämlich eine weitaus größere Herausforderung, als bei Neubauten. Wilfried Drüke, zuständig für den Bereich Gebäudemanagement des Unternehmens: „Aufgrund der Einfachverglasung und diverser weiterer Vorschriften im denkmalgeschützten Gebäuden, ist es hier nicht immer möglich, einen hohen Effizienzgrad zu erreichen. Deshalb haben wir darauf gesetzt, Energie möglichst ressourcenschonend zu erzeugen." Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit ist generell ein wichtiges Thema für die Gräfliche Familie. Seit Gründung des Gräflichen Parks im Jahr 1782 durch Caspar Heinrich von Sierstorpff, werden die Naturheilmittel Wasser und Moor zur Heilung und Entspannung eingesetzt. Die Quellen werden nie so weit ausgeschöpft, daß sie versiegen könnten. Das Moor wird nach Gebrauch in den eigenen Teichen zur Regeneration gelagert. „Nicht die größtmögliche Rendite, sondern unsere Nachkommen und die zukünftigen Kunden-Generationen sind die Leitidee unseres unternehmerischen Handelns", so Graf Oeynhausen.

Die Begeisterung für moderne Technik und den nachhaltigen Gedanken, der dahinter steckt, soll künftig auch auf Gäste des Gräflichen Parks überspringen können: Auf einem „Gang hinter die Kulissen" werden Besucher die Möglichkeit haben, die Hotelküche, die eigene Wäscherei, den Bereich der Mooraufbereitung und die Energiezentrale zu sehen und zu verstehen.

NICHT DIE GRÖSSTMÖGLICHE RENDITE, SONDERN UNSERE NACHKOMMEN UND DIE ZUKÜNFTIGEN KUNDEN-GENERATIONEN SIND DIE LEITIDEE UNSERES UNTERNEHMERISCHEN HANDELNS

Unser Motto: Zuverlässigkeit und Kompetenz
Unser Ziel: Zusammenarbeit und Erfolg

AÜG®

Ihr starker Partner bei Personalbedarf.

Personallogistik GmbH
Rathausstraße 7 · Schloß Holte-Stukenbrock
Tel. 0 52 07 - 92 49 0 · Fax: 0 52 07 - 92 49 10
Besuchen Sie unsere Homepage: www.aueg-gmbh.de



Ihr Vertrauen ist unser Job!
Ihr Partner für sichere Aktenvernichtung gemäß dem BDSG, per Abholung oder Selbstanlieferung, mit Garantiererklärung.

STÜCKE
ROHSTOFF-RECYCLING

Stücke Rohstoff-Recycling GmbH · www.stuecke-gmbh.de
Buschortstraße 52 – 54 · 32107 Bad Salzuflen · ✆ 05221 70347

AKTENVERNICHTUNG



Deutliche Expansion in zwei Kernregionen

DIE UNTERNEHMENSGRUPPE TÖNSMEIER AUS PORTA WESTFALICA HAT – RÜCKWIRKEND ZUM 1. JANUAR – ZU 100 PROZENT DIE STÄDTEREINIGUNG HOLTMEYER AUS GEORGSMARIENHÜTTE ÜBERNOMMEN

Das niedersächsische Familienunternehmen beschäftigt an Standorten in Georgsmarienhütte, Hilter, Spelle, Lingen, Lathen, Fürstenau, und Neustrelitz 450 Mitarbeiter und verfügt über moderne Aufbereitungs- und Sortieranlagen.

Dr. Jürgen Balg, Sprecher der Geschäftsführung der Tönsmeier-Gruppe, wertet den Vertragsabschluss als wichtigen Erfolg: „Die Städtereinigung Holtmeyer ist mit ihrer regionalen Ausrichtung und leistungsstarken Strukturen eine ideale Ergänzung.“ Holtmeyer ist mit einem vielseitigen Dienstleistungsangebot für Industrie- und Gewerbekunden an den Märkten in Niedersachen, Nordrhein-Westfalen, Mecklenburg-Vorpom-

mern und Brandenburg stark aufgestellt. Zudem hält das Unternehmen vielfältige Aufträge von Kommunen und dualen Systemträgern. Jürgen Tönsmeier, Aufsichtsratsvorsitzender der Tönsmeier-Gruppe, freut sich sehr, dass das Unternehmen Holtmeyer – das eine ähnliche Tradition wie das Familienunternehmen Tönsmeier hat – jetzt unter der Verantwortung von Tönsmeier fortgeführt wird. Jürgen Tönsmeier bedankt sich ausdrücklich bei der Familie Holtmeyer für das mit der Unternehmensübertragung entgegengebrachte Vertrauen und gibt seiner Hoffnung Ausdruck, dass dieses auch von den Kunden und Mitarbeitern des Hauses Holtmeyer an die Familie Tönsmeier und das Management der Unternehmensgruppe Tönsmeier übertragen wird. „Bei der Integration sehen wir keine großen Hürden, weil beide Unternehmen überdurchschnittlich gut organisiert sind und über engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verfügen. Je schneller die Verzahnung der relevanten Bereiche gelingt, desto besser die Chance eines nachhaltigen, gemeinsamen Erfolgs“, so Jürgen Tönsmeier. Bestätigung findet diese Prognose bei Friedel Holtmeyer, dem geschäftsführenden Gesellschafter der Städtereinigung Holtmeyer: „Wir haben uns bei der Veräußerung bewusst für einen mittelständischen Käufer entschieden, der unserem Familienunternehmen bei größtmöglicher Kontinuität die beste Perspektive bietet.“ Die Städtereinigung Holtmeyer wurde 1927 in Georgsmarienhütte gegründet und betätigt sich seit 1957 im Bereich der Entsorgungswirtschaft. Heute entsorgt die Unternehmensgruppe HHG mit ihren Niederlassungen, selbständigen Tochtergesellschaften und Beteiligungen – neben Abfällen aus Gewerbe und Industrie – den Abfall aus Haushaltungen von insgesamt ca. einer Million Einwohnern. Mit ca. 450 Mitarbeitern und über 200 Spezialfahrzeugen werden Entsorgungsdienstleistungen in einem breiten Spektrum angeboten. Die familiengeführte Tönsmeier-Gruppe ist mit einer breiten Leistungspalette europaweit als Entsorgungsunternehmen tätig. Rund 3.500 Mitarbeiter betreuen mit 1.100 Fahrzeugen kommunale Auftraggeber, duale Systemträger und Kunden aus Industrie und Gewerbe. Tönsmeier leistet mit über 30 Aufbereitungs-, Sortier- und Recyclinganlagen einen wichtigen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen.

ZUFRIEDENE GESICHTER NACH DER VERTRAGSZEICHNUNG (VON LINKS): **BERND SCHÄKEL** GRUPPENGESCHÄFTSFÜHRER DER TÖNSMEIER-GRUPPE **FRIEDEL HOLTMEYER** GESELLSCHAFTER DER HHG-GRUPPE UND **JÜRGEN TÖNSMEIER** AUFSICHTSRATSVORSITZENDER DER TÖNSMEIER-GRUPPE (FOTO: TÖNSMEIER)





Verbesserter Kundenservice



AWIGO PLANT NEUEN RECYCLINGHOF IN BAD LAER

Die Awigo Abfallwirtschaft Landkreis Osnabrück GmbH plant die Errichtung und den Betrieb eines Recyclinghofes in der Gemeinde Bad Laer. Damit möchte die Tochtergesellschaft des Landkreises Osnabrück ihr Netz ausweiten und eine weitere Entsorgungsmöglichkeit im südlichen Raum des Osnabrücker Landes schaffen.

Der Recyclinghof soll auf dem ehemaligen Gelände des Kalksandsteinwerkes nördlich der Glandorfer Straße errichtet werden. Konzeptionell ist er mit bereits bestehenden Höfen in Ankum, Georgsmarienhütte, Melle und Wallenhorst vergleichbar. Die Kunden der Awigo können verschiedenste Abfälle wie Altholz, Altreifen, Restabfall, Sperrmüll oder Elektronikschrott bequem in Sammelcontainer abgeben. „Damit schaffen wir für unsere Kunden in Bad Laer und Umgebung eine ortsnahe Entsorgungsmöglichkeit“, sagt Awigo-Geschäftsführer Christian Niehaves über den verbesserten Service.

Ebenfalls sei vorgesehen, auf dem großflächigen Areal einen Grünplatz zu errichten, so Niehaves. Somit könnten Kunden Grünabfälle an sechs Tagen in der Woche auf dem Recyclinghof in Bad Laer abgeben. Die Öffnungszeiten sind analog zu denen der anderen Höfe: montags bis freitags von acht bis 17 Uhr und samstags von acht bis 13 Uhr. Im Zuge dessen wird der bestehende Grünplatz in Bad Laer aufgegeben.

Neben der Grünabfallannahme sieht das Konzept auch die Aufbereitung des Materials in Bad Laer vor. Die Awigo wird künftig den angelieferten Grünabfall entsprechend bearbeiten, so dass die verschiedenen Bestandteile einerseits zu Mulch oder Humus verwertet werden können. Andererseits lässt sich auch ein Teil der Menge zur CO^2-neutralen Energieerzeugung einsetzen. „Wir sind schon lange kein klassischer Müllbeseitiger mehr, sondern zunehmend Rohstoffhändler“, kommentiert Niehaves die Unternehmensentwicklung. Er sei da-

DREKOPF
ENTSORGUNG · RECYCLING
www.drekopf.de
Maßgeschneiderte Entsorgungslösungen
● Containerdienst von 2 bis 30 m³
● Abfallverwertung aller Art
● Aktenvernichtung nach BDSG

Drekopf Recyclingzentrum Bünde GmbH
Engerstraße 259
32257 Bünde
Tel.: 05223 17710
Fax: 05223 177117





von überzeugt, dass das Schließen von Stoffkreisläufen mit möglichst kurzen Transportwegen immer wichtiger wird.

„Bad Laer ist eine sinnvolle Ergänzung des Entsorgungsnetzes“, kommentiert der Erste Kreisrat des Landkreises Osnabrück, Dr. Reinhold Kassing, den Bau des neuen Recyclinghofes. Die positiven Ergebnisse des Kundenmonitors hätten bewiesen, dass die Bürger im Landkreis Osnabrück an einer ortsnahen Entsorgung interessiert sind.

Auch die Gemeindeverwaltung steht dem Projekt positiv gegenüber: „Ein moderner Recyclinghof passt besser ins Landschaftsbild, als die aktuelle Industrieruine“, hebt Bürgermeister Holger Richard hervor. Ergänzend stellt er fest: „Außerdem werden drei Vollzeit- und zwei Teilzeitarbeitsplätze durch die Ansiedlung geschaffen.“



BEQUEME ENTSORGUNG UND TROCKENE LAGERUNG: AUF DEM NEUEN RECYCLINGHOF DER AWIGO IN BAD LAER BLEIBEN DIE ABFÄLLE KÜNFTIG TROCKEN UND KÖNNEN BESSER VERWERTET WERDEN (FOTO: AWIGO)

MIT SICHERHEIT ENTSORGEN



INDUSTRIE · HANDEL · GEWERBE · PRIVATKUNDEN

Über 100 Jahre Erfahrung in der Entsorgung sind Garantie für ein fundiertes Know-how:

- **Erfassen, Behandeln, Verwerten und Vermarkten von Abfällen**
- **Container für jeden Anspruch**
- **Individuelle Entsorgungskonzepte**

KASTRUP Recycling steht für Entsorgungssicherheit und Verlässlichkeit – aus Tradition

Sprechen Sie uns an – wir beraten Sie gerne!

KASTRUP RECYCLING

Kastrup Recycling GmbH & Co. KG
Carl-Severing-Straße 228
33649 Bielefeld
Fon + 49 (0) 521.94630-0
Fax + 49 (0) 521.94630-66

info@kastrup-recycling .de
www.kastrup-recycling.de

Niederlassung Bad Essen
Gewerbegebiet 2
49152 Bad Essen
Fon + 49 (0) 5472.95430-0
Fax + 49 (0) 5472.95430-22

Nobilia rüstet mit Janson & Even auf

WIRTSCHAFTLICHE OUTPUT-MANAGEMENT LÖSUNGEN WERDEN VON VIELEN UNTERNEHMEN HÄUFIG VERNACHLÄSSIGT. DABEI GIBT ES GERADE IN DIESEM BEREICH GROSSE EINSPAR-POTENTIALE



ELMAR MEIER, GESCHÄFTSFÜHRER
MICHAEL EBERHARDT
TECHNISCHER LEITER
MARTIN MÜLLER,
REGINA SCHNEIDER
PROJEKTLEITER DER
JANSON & EVEN GMBH
DIETER KIRSCHNER, LEITER IT
MICHAEL OSTERHAGE
ADMINISTRATOR WINDOWS SYSTEME
DER NOBILIA-WERKE
J. STICKLING GMBH & CO. KG.
(FOTO: JANSON & EVEN GMBH)

Somit standen bei der Suche nach einer effizienten Druckkonzeptlösung für den Küchenspezialisten Nobilia insbesondere Faktoren, wie Kostenreduzierung, ein vielseitiger Funktionsumfang, die einheitliche Bedienung der Geräte sowie eine flexible Vertragsgestaltung im Vordergrund. In einem bundesweiten Ausschreibungsverfahren konnte sich der Spezialist für IT- und Büro-Systeme, Janson & Even, gegen sechs regionale und überregionale Bewerber durchsetzen.

Dabei überzeugten die Paderborner mit einem integrierten Lösungskonzept. Das Ergebnis ist bemerkenswert: Innerhalb von nur zwei Monaten stattete Janson & Even die Filialen des Küchenherstellers mit 250 neuen Multifunktions-Drucksystemen inkl. unterstützenden Softwarelösungen aus – vom Arbeitsplatzdrucker bis hin zum Produktionssystem. „Uns war es wichtig eine Lösung zu finden, die Kosten für die Bürokommunikation dauerhaft zu senken, ohne uns dabei einzuschränken.“, so Dieter Kirschner, Projektverantwortlicher von Nobilia Deutschland. „Die Analyse der Ist-Situation mit Janson & Even hat gezeigt, dass ein solches Potenzial vorhanden war.“

Mitarbeiterentlastung durch vereinfachte Arbeitsprozesse

Die neue Druckkonzeptlösung entlastet durch die Vereinfachung der vielen Arbeitsprozesse die Mitarbeiter umfassend. Druckaufträge können nun an einem beliebigen Drucker im Netzwerk „abgeholt“ werden. Identifiziert werden die Mitarbeiter dabei automatisch über einen entsprechenden Ausweis. Eine weitere Prozessoptimierung erfolgte über die Anbindung der Scanfunktionen an vorhandene Lösungen. Somit können die Mitarbeiter von jedem Multifunktionsgerät direkt auf den Faxserver zugreifen oder Dokumente in das digitale Archivierungssystem ablegen. „Entgegen dem allgemeinen Trend haben wir nur eine geringe Konsolidierung durchgeführt. Dadurch wurde gewährleistet, dass die meisten Arbeitsabläufe weitestgehend gleich blieben. Durch den Einsatz von kostengünstigeren Systemen sowie von innovativen Lösungen konnten jedoch trotzdem erhebliche Einsparungen erzielt werden.“, erläutern die Projektleiter Martin Müller und Regina Schneider die Vorteile.

Reibungsloser Betrieb durch intelligente Fernwartung

Für den reibungslosen Betrieb der neuen Drucksysteme werden sämtliche Geräte von Janson & Even zentral verwaltet. Bei geringem Toner-Stand wird der Bedarf automatisch an die Service-Zentrale übermittelt. Auch Störungen können per Fernwartung analysiert und gegebenenfalls behoben werden.

Mit dem integrierten Lösungskonzept hat Nobilia Deutschland ein ehrgeiziges Ziel mit höchsten Ansprüchen verfolgt und zusammen mit Janson & Even erfolgreich in die Tat umgesetzt. Mit der neuen Ausstattung ist der Küchenspezialist nicht nur auf dem neusten Stand der Technik, sondern auch bestens gerüstet für die Zukunft.

Sozialgeniale Tage

IN ZUSAMMENARBEIT MIT DER INITIATIVE „SOZIALGENIAL – SCHÜLER ENGAGIEREN SICH“ ABSOLVIERTEN DIE SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER DER BEIDEN 10. KLASSEN DER REALSCHULE SCHLOSS VARENHOLZ EIN ZWEIWÖCHIGES SOZIALPRAKTIKUM

Sozialgenial ist die Service Learning-Initiative der genossenschaftlichen WGZ BANK in Trägerschaft von Aktive Bürgerschaft e.V.

Die Intitiative steht unter der Schirmherrschaft der Schulministerin und wird vom Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen offiziell unterstützt. Im Rahmen ihres Sozialpraktikums engagierten sich die Varenholzer Schülerinnen und Schüler in den unterschiedlichsten sozialen und humanitären Aufgabenfeldern. In der paritätischen Lebenshilfe in Rinteln z. B. unterstützten die Schüler Janis und Hagen motorisch eingeschränkte Mitbürger beim Bau von Lattenrosten oder sonstigen Montage- oder Verpackungstätigkeiten, während Andreas in einer Altenbegegnungsstatte dem Pflegepersonal bei den täglichen Arbeiten wie Essenzubereitung, Betten beziehen, Hilfe bei Toilettengängen, täglichem Waschen und Ankleiden unter die Arme griff. So konnten die Schülerinnen und Schüler erfahren, wie anstrengend und intensiv die Arbeit und der Umgang mit Menschen mit altersbedingter Demenz oder einer Einschränkung durch Berufs- und sonstige Unfälle sein kann. Häufig mangelt es an der nötigen Akzeptanz in der Gesellschaft für diese durchaus mühevolle Arbeit. Die Schülerinnen und Schüler der Realschule wissen nun diese Arbeit aus eigener Erfahrung heraus zu würdigen

Selbsterfahrungsbericht von Jan Stiege, der während seines Sozialpraktikums zwei Wochen lang zu Gast im Alten- und Pflegeheim Haus Sylvia im Kalletal war:

„Klassische Musik und den Wiener Walzer höre ich eigentlich nicht, aber wenn wir im Alten- und Pflegeheim Haus Sylvia das Video vom Wiener Opernball einlegen, dann leuchten die Augen der älteren Damen. Und diejenigen, die mit Wörtern nichts sagen können, die zeigen mit ihrem Blick, dass sie in Gedanken mit prächtigen Kleidern über das Parkett schweben. Musik ist sehr wichtig für die älteren Menschen. Am Mittwochvormittag gibt es zum Beispiel eine Musikstunde mit Gitarrenbegleitung. Da singe ich dann auch schon mal Kinderlieder wie „Der Kuckuck und der Esel.“ Ich habe mich recht schnell eingefunden im Alten- und Pflegeheim. Ich überlege gar nicht lange, wie ich mit den alten Menschen umgehen soll. Ich mach das einfach. An meinem ersten Tag hier im Pflegeheim war ich schon früher da als meine Betreuerin, Frau Raschke. Da habe ich mit der Gruppe im Wintergarten gefrühstückt. Ich habe mich dazugesetzt, mitgefrühstückt und mit einem Herrn über Fußball geredet. Als dann Frau Raschke dazukam sagte sie: „Das ist ja so, als würdest Du schon immer hier sein!“.



BEREITS IN DER 8. KLASSE ERLEBEN DIE SCHÜLER EINE SPANNENDE BERUFSORIENTIERUNGSWOCHE IM TECHNOLOGIE- UND BERUFSBILDUNGSZENTRUM PADERBORN (FOTO: SCHLOSS VARENHOLZ)

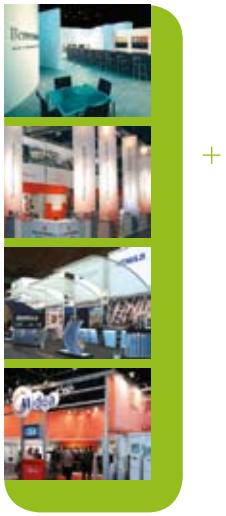
ERSTE HILFE
für Ihre Präsentationen

Individuell geplante Messeauftritte
seit über 20 Jahren. Weltweit.

MULTI-LINE
MESSEBAU GMBH

Multi-Line Messebau GmbH
Südstraße 10+12
D-32683 Barntrup
Tel. 05263.9481-0
Fax 05263.9481-29
www.multiline-messebau.de

OSPI – OCTANORM®
Service Partner International



Neu bei Dreckshage: Polyamid aus nachwachsenden Rohstoffen

DAS ERGEBNIS EINER LANGJÄHRIGEN LIEFERANTEN-PARTNERSCHAFT: LEISTUNGSFÄHIGES POLYAMID AUF DER BASIS VON RICINUS-ÖL



(FOTOS: AUGUST DRECKSHAGE GMBH & CO. KG)

Im Bereich der Technischen Kunststoffe gibt es eine Neuheit, die sich auf den ersten Blick zu widersprechen scheint. Es handelt sich um Kunststoffe aus nachwachsenden Rohstoffen. Die mit Dreckshage durch eine langjährige Lieferanten-Partnerschaft verbundene Firma Gehr hat ein leistungsfähiges Polyamid auf der Basis von Ricinus-Öl entwickelt – das Ecogehr PA 6.10.

Der Wunderbaum (lat. Ricinus communis) liefert mit seinem Samen ein wertvolles Öl, welches bereits seit Jahrhunderten in der Medizin Anwendung findet. Auf der Suche nach Alternativen in der Kunststoff-Herstellung wurde seine Wirkung als wichtiger Rohstoff für die Polymerchemie entdeckt und eingesetzt. In der technischen Anwendung der Kunststoffherstellung ist das Ricinus-Öl die Grundlage für Polyurethane und Polyamide.

So besteht der technische Kunststoff PA 6.10 zu ca. 60 Prozent aus Sebacinsäure, welche durch alkalische Spaltung der Ricinalsäure gewonnen wird, und zu ca. 40 Prozent aus dem petro-basierten Hexamethylendiamin. Als technischer Kunststoff schließt PA 6.10 die Lücke zwischen Standardpolyamiden wie PA 6 und PA 6.6 und dem Spezialpolyamid PA 12 (Tab1).



Polyamid 6.10 eignet sich somit für Bauteile, bei denen eine hohe Temperaturbeständigkeit bei gleichzeitig guter Chemikalien- und Hydrolysebeständigkeit gefordert wird.

Außerdem zeichnet es sich gegenüber PA 6 durch seine geringere Wasseraufnahme und der daraus resultierenden erhöhten Dimensionsstabilität aus.

Dadurch eignet sich PA 6.10 für Pumpenteile, die in Kontakt zu aggressiven Medien oder auch heißem Wasser stehen. Ein weiterer Anwendungsbereich sind Zahnräder, die erhöhten Temperaturen standhalten und eine erhöhte Dimensionsstabilität gewährleisten müssen. Hierbei kommen dem Polyamid auch seine guten Gleiteigenschaften sowie der geringe Abrieb zugute.

Mit Ecogehr PA 6.10 steht den Entwicklern und Ingenieuren ein Halbzeug zur Verfügung, das nicht nur durch seinen Anteil nachwachsender Rohstoffe, sondern vor allem durch seine technischen Features überzeugt.

schwarz



Wir fertigen für Sie

Teile, Baugruppen, Serien

CNC-gesteuerter Maschinenpark



Biegen



Kanten



Stanzen



Pulverbeschichten

Ihr Partner für die Metallverarbeitung

- Stahl, Alu, Edelstahl VA
- Bleche, Profile, Rohre
- präzise, schnell, zuverlässig

Edelstahl Rostfrei

Schwarz Transportgerätefabrik GmbH

Roggenkamp 2–4
D-33775 Versmold

Telefon: 0 54 23 / 94 68 - 0
Telefax: 0 54 23 / 94 68 - 68

verkauf@schwarz-transportgeraete.de
www.schwarz-transportgeraete.de

www.schwarz-transportgeraete.de

DIGITALDRUCK & WERBETECHNIK

NEU SCHILDER • XXL – DIGITALDRUCK NEU
www.foliacut.net
Industriestraße 64 • Detmold • Fon 0 52 31-30 69 44

DISPLAYSYSTEME & MESSEBAU

NEU DISPLAYSYSTEME NEU
www.lippedisplay.net
Industriestraße 64 • Detmold • Fon 0 52 31-30 69 44

DRUCK

SCHREIBBLÖCKE · BROSCHÜREN · FLYER
PLAKATE · VISITENKARTEN · PLANODRUCKBOGEN
ONLINE-SHOP DER STEIN.DRUCK GMBH
stein-digitaldruck.de
QUALITÄT KONSEQUENT GÜNSTIG
SCHELPMILSER WEG 6 · 33609 BIELEFELD
TEL. 0521/333310 · FAX: 0521/331106
E-MAIL: INFO@STEIN-DIGITALDRUCK.DE

FAHNEN & STOFFDRUCKE

NEU FAHNEN • BEACHFLAG • STOFFBANNER NEU
www.lippeflaggen.net
Industriestraße 64 • Detmold • Fon 0 52 31-30 69 44

HALLENBAU

Stahlhallen Janneck GmbH
www.stahlhallen-janneck.de
Kompetent in Service und Beratung
Zum Gewerbegebiet 23 • 49696 Molbergen
Tel.: 0 44 75 / 92 93 0-0 • Fax: 0 44 75 / 92 93 0-99
info@stahlhallen-janneck.de

KOMPRESSOREN

KAESER KOMPRESSOREN
Kolben- + Schraubenkompressoren, neu und gebraucht, Druckluftbehälter, Planung, Beratung, Reparaturen
GNIZIA KOMPRESSOREN
32007 Herford
Postfach 1727
Am Zubringer 24
32107 Bad Salzuflen
Telefon (0 52 21) 7 11 33, Fax 7 11 23

LAGERTECHNIK

pietig Regale
Telefon (0 52 45) 86 08 08
www.pietig-lagertechnik.de

MOBILE RÄUME

Moderne Vielzweckräume
Einfach mieten:
Büro-, Wohn-, Sanitär-, Lager-Container
ÜBER 35 JAHRE SEIT 1972
ELA®
Mobile Räume mieten
www.container.de
Zeppelinstraße 19-21 · 49733 Haren (Ems)
Tel.: 05932 506-0 · Fax: 05932 506-10

QUALITÄTSSICHERUNG

MIT UNSEREN INTERFACE-LÖSUNGEN WERDEN MESSWERTE ZU ERGEBNISSEN.
DIE BOBE-BOX:
Für alle gängigen Messmittel, für nahezu jede PC-Software und mit USB, RS232 oder Funk.
BOBE INDUSTRIE-ELEKTRONIK
IHRE SCHNITTSTELLE ZU UNS:
www.bobe-i-e.de

WERBEAGENTUR

immer aktuell, unser...
WEBBLOG
www.TwoTypes2.de



Kompetenz von der Planung bis zur Wartung

Druckluft-Service vom Fachbetrieb

- Planung und Projektierung
- Wartung und Instandsetzung
- Montage von Druckluft-Systemen
- Vorbereitungen für TÜV-Abnahme von Behältern
- Verbrauchs-, Leckage- und Taupunktmessungen
- Zertifizierter Fachbetrieb nach WHG
- 24 Stunden Notfallservice
- Leihgeräte

FLACO

FLACO-Geräte GmbH
Isselhorster Str. 377 - 379
33334 Gütersloh
Tel. 0 52 41 603-0
Fax 0 52 41 603-29
Info@flaco.de
WWW.FLACO.DE





WIR WIRTSCHAFT REGIONAL

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE IN DER REGION

www.wirtschaft-regional.net

Abonnieren zum Vorzugspreis!

☐ ÜBERZEUGEN SIE MICH!
Ich möchte WIRTSCHAFT REGIONAL
2 Monate kostenlos zur Probe.

☐ OK!
Ich bestelle ein WIRTSCHAFT REGIONAL Abonnement.

12 Hefte kosten jährlich im Abonnement € 20,00. Das Abonnement läuft ein Jahr und verlängert sich nur dann um ein weiteres Jahr, wenn es nicht spätestens drei Monate vor Ablauf des Abonnements gekündigt wird.

Versandadresse:
Name

Adresse

PLZ/Ort

Widerrufsrecht:
Innerhalb von 10 Tagen kann ich von meinem Auftrag zurücktreten. Ich werde meine Absicht dem Verlag schriftlich mitteilen.

Datum Unterschrift

WIRTSCHAFT REGIONAL – ABONNEMENT SERVICE – Press Medien GmbH & Co. KG
Richthofenstraße 96 · 32756 Detmold oder per Fax: 05231-98 100 33

KOSTENGÜNSTIGE RAUMLÖSUNGEN

Von der Interims - bis zur Dauerlösung, vom Seecontainer - bis zur kompletten Werkstruktur











sofort lieferbar - **TOP** MIETkonditionen vom

Grossflächen - **MIET** - Profi!









Basel II Tipp:
Erst chartern – später kaufen!
Top AfA oder Direktabzug

DEUTSCHE INDUSTRIEBAU
LIPPSTADT · GESEKE

Am Siek 24 - 26 / 59557 Lippstadt
Fon +49 (0) 2941/9765 - 0
Fax +49 (0) 2941/9765 - 111
www.deu-bau.de / info@deu-bau.de

Gestalten statt Verwalten

WPW GmbH

D-59302 Oelde · Obere Bredenstiege 7
Telefon (0 25 22) 93 49-0
Telefax (0 25 22) 93 49-10

E-Mail: rw@wpwitte.de · www.wpwitte.de

Zertifizierte Steuerberater-Kanzlei nach DIN EN ISO 9001:2008
Steuerberaterverband Westfalen-Lippe e.V.

- Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
- Steuerberatungsgesellschaft
- Sachverständiger für Unternehmensbewertung
- Fachberater für internationales Steuerrecht

Diplom-Kfm. Rainer Witte
Wirtschaftsprüfer
Steuerberater

Betriebswirtschaft für Praktiker – effizient mit Branchenerfahrung.

www.wpwitte.de

DRECKSHAGE
DER PARTNER DES MASCHINENBAUS





PROFESSIONELLE ZERSPANUNG IN EIGENER FERTIGUNG | 20 JAHRE ERFAHRUNG | AUCH KLEINSTSERIEN LIEFERBAR
Telefon: 0521 / 92 59-172 | m.meier@dreckshage.de | www.dreckshage.de