WIR WIRTSCHAFT REGIONAL

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE IN DER REGION

9 | 2011 | EUR 8,50 | 44861



VOM UMGANG MIT UMGANGSFORMEN

Fort- und Weiterbildung

ITK-Lösungen

Sicherheit im Unternehmen

Unternehmenslogistik

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



Respekt – bitte!

GEGENSEITIGE WERTSCHÄTZUNG IM BERUF WIE IM PRIVATLEBEN IST WICHTIG

Freiherr Adolph Franz Friedrich Ludwig Knigge, geboren am 16. Oktober 1752 in Bredenbeck bei Hannover und gestorben am 6. Mai 1796 in Bremen, steht, über mehrere Generationen hinweg bis zur heutigen Zeit, als Urvater der Verhaltensregeln. Bekannt wurde er durch seine Veröffentlichung „Über den Umgang mit Menschen“, welches irrtümlicherweise seither als Benimmratgeber interpretiert wurde. Diese wurden erst nach dem Tode Knigges die Benimmregeln vom Verlag hinzugefügt und über viele Jahrzehnte immer wieder überarbeitet. Hauptsächlich waren dies damals Kleiderregeln. Alle heutigen Regeln, zum Beispiel über den Umgang am gedeckten Tisch, hat Knigge nie verfasst. Ich persönlich denke, dass alle Benimmregeln auf den Grundpfeilern von Respekt und Höflichkeit zurückzuführen sind.

Was bedeutet eigentlich Respekt? Das Wort kommt vom lateinischen „respicere“, was übersetzt „zurückblicken“ oder „Rücksicht nehmen auf“ heißt. In der Psychologie gibt es wissenschaftlich zwei Arten von Respekt. Die Psychologen sprechen vom „vertikalem Respekt“, wenn es um die Wertschätzung in einem Hierarchiegebilde geht. Ein Mitarbeiter begegnet seinem Vorgesetzten mit Hochachtung und akzeptiert die Autorität in der Hierarchie. Die zweite Art ist der sogenannte „horizontale Respekt“. Ich begegne meinen Mitmenschen auf gleicher Augenhöhe. Ich achte und respektiere den Anderen, ohne mich über ihn hinwegzusetzen. Ich persönlich denke, dass wir mit diesen zwei Arten von Respekt eng mit unseren Umgangsformen im Alltag verbunden sind.

Respekt und Höflichkeit drückt sich in vielen Bereichen aus. Über unser äußeres und inneres Erscheinungsbild prägen wir die Kommunikation zwischen unseren Mitmenschen. Es wird unter Mitarbeitern freundlich gegrüßt und der Kollege aufgrund seines Alters für seine Erfahrungen geschätzt, obwohl er in manchen Dingen die jüngere Generation nicht einholen kann. Und ein ordentliches äußeres Auftreten zeugt immer von einer gewissen Wertschätzung seinem Mitmenschen gegenüber.

Ich wünsche Ihnen nun eine anregende und bereichernde Lektüre.



Peer-Michael Press,
Herausgeber und Verleger



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



INHALT

Fort- und Weiterbildung

08 Familienfreundlichkeit als Bestandteil der Unternehmensphilosophie
10 Arbeit an sich ist Arbeit an sich!

Titelthema

14 Softskills - nichts für Softies
16 Interkulturelles Ver- und Entpacken
18 Meinungen zum Thema

ITK-Lösungen

28 Kundenbeziehungsmanagement
30 Kopf frei fürs Kerngeschäft!
32 Sparsame Kraftpakete
34 Neue spezielle mobile Website
36 Schlanke Geschäftsprozesse
39 Bedrohung durch mobile Geräte

Sicherheit im Unternehmen

40 Sicherheit bei Tag und Nacht
41 Katastrophenschutz setzt auf Life is Ssmple

Unternehmenslogistik

44 Surfbrett und Tapetenkleister
46 „Weiterbildung ist eine wichtige Investition in die Zukunft“
48 Jakowatz auf Erfolgskurs

RUBRIKEN

03 Editorial
04 Impressum
05 Innovator des Monats
06 Firmenportrait
13 Kolumne WIRtuell
56 Markt & Angebote

Bitte beachten Sie die Beilage unseres Kunden Clarion Survey GmbH, Bielefeld

Verlag und Herausgeber
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
Andreas Beuke, Matthias Cieslak
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



Ideenschmiede entwickelt Weltneuheit

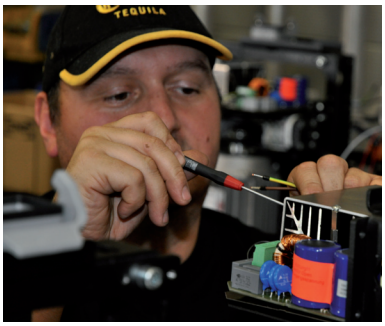
ASM MIT INTERNATIONALEM BÜHNENTECHNIK-AWARD AUSGEZEICHNET

Dass Ostwestfalen eine innovative Region ist, bewies erneut die Ideenschmiede ASM Steuerungstechnik aus Bad Wünnenberg-Haaren. ASM entwickelt, produziert und vermarktet Ketten-, Band- und Seilzüge für die Veranstaltungsbranche. Die neueste Kreation der Haarener Konstrukteure findet bei Theatern in der ganzen Welt Aufmerksamkeit. Eine wichtige aber oftmals veralterte Bühnentechnik kann damit sehr kostengünstig und deutlich vereinfacht modernisiert werden. Jetzt wurde ASM mit dem international bedeutsamen Showtech-Award für Bühnentechnik in Berlin ausgezeichnet.

Auf der Berliner Messe Showtech, die internationale Leitmesse für die Bühnen-, Licht- und Eventbranche, stellte das heimische Unternehmen ASM Steuerungstechnik die neu entwickelte HCWA-Winde vor. HCWA steht für „hand counterweight automatisation“. Sie ersetzt herkömmliche Handkonterzüge, die in Theatern und auf Bühnen zur szenischen Verwandlung genutzt werden. Die HCWA-Winde ist weltweit als Erste so konzipiert, dass sie einfach in die alten bestehenden Schächte der Handkonterzüge in Theatern eingesetzt werden kann. Für Theater und Bühnen ist das eine wertvolle Innovation. Zum einen müssen die - sowieso oft mit schmalem Budget versehenen - Häuser die vorhandene Stahlkonstruktion der Bühnentechnik nicht verändern. Zum anderen kann die vorhandene veraltete Technik kontinuierlich ausgetauscht werden. Bisher angebotene Winden erforderten einen enormen Umbau der Theatertechnik, was sehr teuer war und viel Zeit in Anspruch nahm. Die Haarener Neuentwicklung wird indes quasi über Nacht ausgetauscht, sodass der Spielbetrieb nicht eingeschränkt wird.

Ausgezeichnet auf der Showtech Berlin

Die hoch dotierte Fachjury für den Showtech-Award zeigte sich beeindruckt von der HCWA-Winde. Sie begründete ihre Entscheidung mit der kompakten Bauweise und der ausgeklügelten Technik der neuen ASM-Winde. Unter zahlreichen Bewerbern wurden 11 Unternehmen für den Award nominiert. ASM gewann den Showtech-Award für Bühnentechnik.



FOTOS: ASM STEUERUNGSTECHNIK GMBH



Das gewisse Etwas – seit 140 Jahren.

GÜTERSLOHER GROSSBÄCKEREI MESTEMACHER TRIFFT MIT IHREN PRODUKTEN UND IHREM SOZIALEN ENGAGEMENT EXAKT DEN ZEITGEIST







Mestemacher feiert in diesem Jahr unter dem Motto „140 Jahre Brotkultur – 1871 – 2011“ das 140-jährige Firmenjubiläum. Der Umsatz ist allein in der Zeitspanne 2000 – 2010 um 185 Prozent gewachsen. In der Nische langhaltbarer Vollkornbrote und Pumpernickel ist Mestemacher Weltmarktführer. Stark gewachsen ist das Interesse an dem sozialen Engagement von Mestemacher für Kunst auf der Brotdose (seit 1994), Kitas (seit 2001), Top-Managerinnen (seit 2002) und Spitzenväter (seit 2006). „Mestemacher ist der bisher erste und einzige Arbeitgeber, der sich seit über 10 Jahren für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und mehr Frauen im Top-Management engagiert“, äußert Prof. Dr. Ulrike Detmers. Die Hochschulprofessorin am Fachbereich Wirtschaft an der FH Bielefeld leitet gemeinsam mit ihrem Mann Albert Detmers und ihrem Schwager Fritz Detmers das gleichstellungsorientierte Unternehmen. Das Führungstrio ist auch seit 1985 Eigentümer der Unternehmensgruppe Mestemacher.

Die Geschichte der Großbäckerei für Vollkornbrote und internationale Brotspezialitäten Mestemacher begann 1871 – dem Jahr der Gründung des Deutschen Reiches. Der Schuhmachermeister Johann Heinrich Mestemacher richtete in Gütersloh für seinen 20-jährigen Sohn und Bäckermeister Wilhelm eine Bäckerei ein. Wilhelm Mestemacher gründete nach fast 40 Jahren als Stadtbäcker 1910 eine Spezialbäckerei für Pumpernickel. Zur Gründung der Spezialbäckerei bewegten Wilhelm Mestemacher die guten Marktchancen des Pumpernickels, der im 19. Jahrhundert auch über Westfalens Grenzen hinaus bekannt und in den städtischen Haushalten wohlhabender Familien zu einer Delikatesse geworden war. Weitere Käufergruppen konnte Wilhelm Mestemacher bei den Anhängern der Lebensreformbewegung erwarten.

Diese Ende des 19. Jahrhunderts entstandene Bewegung kritisierte die negativen Folgen der Industrialisierung auf den Menschen und rief zur Rückkehr zu „natürlichen“ Lebensformen auf. Dazu gehörte auch eine vollwertige Kost. In den 50er und 60er Jahren wächst das Unternehmen bis auf 120 Beschäftigte. Die Spezialvollkornbrote und der Pumpernickel werden sowohl im In- als auch Ausland verkauft. Seit 1985 gehört die heutige Mestemacher GmbH den beiden Familienstämmen Detmers. Der Grup-





VON LINKS: **ALBERT DETMERS**, GESCHÄFTSFÜHRER UND GESELLSCHAFTER IN DER MESTEMACHER-GRUPPE, **PROF. DR. ULRIKE DETMERS**, MITGLIED DER GESCHÄFTSFÜHRUNG UND GESELLSCHAFTERIN IN DER MESTEMACHER-GRUPPE, **FRITZ DETMERS**, GESCHÄFTSFÜHRER UND GESELLSCHAFTER IN DER MESTEMACHER-GRUPPE (FOTOS: MESTEMACHER GMBH)

penumsatz konnte in der Zeitspanne von 1985 bis 2010 von 3,2 Mio. (1985) Euro auf 112 Mio. Euro (2010) gesteigert werden. Im Jahresdurchschnitt 2010 wurden pro Monat insgesamt fast 9 Mio. Brotpackungen zum Verkauf im SB-Brotregal hergestellt. Dafür wurden im Monat rund 2.000 Tonnen Getreide, hauptsächlich Roggen, verarbeitet. Begründet wird die Umsatzsteigerung mit der guten Entwicklung der Listung im In- und Ausland. Mestemacher ist heute eine bekannte Brotmarke im Segment SB-verpackter Brot- und Backwaren. Wertschaffende Gesundheits-, Gleichstellungs- und Vereinbarkeitsorientierung für Beruf und Familie werden mit Mestemacher in Verbindung gebracht. Der Gewinn an Prestige führt unter anderem dazu, Motivation und Arbeitszufriedenheit der Beschäftigten zu steigern und Handelspartner zu überzeugen, Mestemacher Produkte anzubieten. In den letzten 10 Jahren wuchs der Umsatz mit Brotspezialitäten einschließlich Tiefkühlkuchen um insgesamt 185 Prozent an (2000: 39 Mio. Euro, 2010: 112 Mio. Euro). In den Medien wurden in der Zeit von 2005 bis 2010 über 3.500 Veröffentlichungen über Mestemacher abgedruckt. Im Blickpunkt des Interesses der Medien standen vor allem das nachhaltige gesellschaftliche Engagement sowie die Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Bei Albert Detmers, Prof. Dr. Ulrike Detmers und Fritz Detmers liegt die zentrale Leitung der Unternehmensgruppe weiterhin in erfahrenen Händen. Das Führungstrio setzt auf Kontinuität in der zentralen Unternehmensleitung und die Sicherung von Vertrauen bei der Belegschaft und anderen Interessengruppen. In der Mestemacher-Gruppe sind aktuell 534 Arbeitskräfte tätig. Der Exportanteil hat sich von 18 (2009) auf 22 Prozent (2010) erhöht.

Die gesamten Auslandsumsätze, nämlich die Exporte und der Umsatz der Tochtergesellschaft BENUS in Polen, belaufen sich somit auf 28 Prozent der Gesamtumsätze. Für das laufende Wirtschaftsjahr 2011 sind Investitionen in Höhe von 3,4 Millionen Euro geplant. Der größte Teil der Investitionssumme fließt in Technik zur Steigerung der Energieeffizienz und in Rationalisierung zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit.



Familienfreundlichkeit als Bestandteil der Unternehmensphilosophie

AVITEA MIT ZERTIFIKAT „FAMILIENFREUNDLICHES UNTERNEHMEN“ AUSGEZEICHNET



GSI SLV
SK Bielefeld
Schweißtechnische Kursstätte SK Bielefeld
Niederlassung der GSI mbH
- **Schweißtechnische Ausbildung**
- **Geprüfte Schweißer**
  Gas, E.- Hand, MSG, WIG
- **Schweißfachmann IIW(International)**
- **Sond.-Verf: Guss, Werkzeugst.**



Bleichstraße 10 • 33607 Bielefeld
Tel.: 0521 65045/44 • Fax: 0521 65040
e-Mail info@dvs-bielefeld.de
www.dvs-ev.de
DVS
DIE VERBINDUNGS SPEZIALISTEN

Damit die Vereinbarkeit von Familie und Beruf gefördert wird, sind die Arbeitgeber gefragt, Strukturen zu schaffen, die bei der Meisterung dieser Aufgabe helfen können. Diese Familienfreundlichkeit können sich die Unternehmen der Region nun auch bescheinigen lassen: Die Wirtschaftsförderung des Kreises Soest hat sich mit dem lokalen Bündnis für Familien im Kreis Soest und einer Unternehmensberatung aus Bonn zusammengeschlossen, um besonders familienfreundliche Unternehmen auszuzeichnen. Kürzlich bekamen 12 Unternehmen aus der Region das Zertifikat

offizell überreicht, darunter auch die avitea GmbH aus Lippstadt. In einem detaillierten Audit machten sich die Vertreter der Wirtschaftsförderung und der Unternehmensberatung ein direktes Bild vom Personaldienstleister und analysierten die bestehenden Strukturen. Zusätzlich wurden die bereits implementierten familienfreundlichen Maßnahmen und die neuen Ideen des Unternehmens den acht Jurymitgliedern präsentiert.

„Unser Projektteam hat sich intensiv mit dem Thema auseinandergesetzt und viele tolle Vorschläge entwickelt", berichtet Geschäftsführer Christoph Busch. „Nachdem wir das Zertifikat erhalten haben, ist aber noch lange nicht Schluss. Es geht nun darum, die neuen Ansätze umzusetzen und immer weiter an unserer Familienfreundlichkeit zu arbeiten." So können die Mitarbeiter des 2.600-köpfigen Unternehmens zum Beispiel durch einen frei verfügbaren Laptop-Pool flexibel von zu Hause aus arbeiten oder von einer Brückentagsbetreuung für ihre Kinder profitieren. Dass die hundertprozentige Tochter der Hella KGaA Hueck & Co. auch die jungen Familien unterstützt und fördert, zeigt das Babybegrüßungspaket, das frisch gewordene Eltern erhalten.

„Familienfreundlichkeit ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur und aus unserer Sicht eine Frage der gesellschaftlichen und sozialen Verantwortung, die ein Unternehmen übernimmt", so Busch. Dass das Thema Familienfreundlichkeit gerade in Zeiten des Fachkräftemangels wichtiger wird, zeigt auch das Interesse am Wettbewerb. Waren es im vergangenen Jahr nur sechs Unternehmen, die sich dem Zertifizierungsprozess unterzogen, nahmen in diesem Jahr 12 Unternehmen teil, die sich in 2 Jahren erneut den kritischen Augen der Auditoren stellen müssen, um das Zertifikat weiter tragen zu dürfen.



CHRISTOPH BUSCH
VERTRETUNGSBERECHTIGTER GESCHÄFTSFÜHRER DER
AVITEA GMBH WORK AND MORE
(FOTO: AVITEA)

Intervall-Training für Service-Kräfte

„Arbeit an sich ist Arbeit an sich für ein erfolgreiches Verhalten in Alltag und Beruf"

Jetzt Angebot anfordern!

...auf die **Einstellung** kommt es an.

Johannes H. Mertens
HandelsDialog GmbH

Wissen Können Einstellung

August-Macke-Str. 17 · 48291 Telgte
Tel. 02504 739628
jhm@mertens-handelsdialog.de
www.mertens-handelsdialog.de

Weihnachtsfeiern im Dorf Münsterland!

Programmstart Winterschmaus am 21.10.2011



Kalt-warmes Buffet



6 x im Oktober



Weihnachtsmenüs im Hotelrestaurant



Lichtblicke Gala in der Audimaxx-Halle

All-In-Winterschmaus am Freitag
Essen - Trinken - Feiern
ALLES INKLUSIVE!
39,50 Euro für Damen | 44,00 Euro für Herren
Der Preis beinhaltet kalt-warmes Buffet, große Getränkeauswahl, Tanz mit Party-DJ und Live-Künstlern!
Reservierungen: Fon 0 25 66 - 20 80
Ort: Festscheune
Zeit: 19:00 - 01:00 Uhr

Dorf Münsterland
Haidkamp 1 · 48739 Legden an der A31

Weitere Informationen unter **www.dorf-muensterland.de**



Arbeit an sich ist Arbeit an sich!

ARBEIT FÜR EINE GUTE EINSTELLUNG

JOHANNES H. MERTENS
JOHANNES H. MERTENS
HANDELSDIALOG GMBH
TELGTE
(FOTO: PRIVAT)

Hat Jürgen Klopp oder Wladimir Klitschko Sie noch nicht angerufen?? Darauf werden Sie wohl noch lange warten müssen. Warum? Nun, das brauchen die Herren nicht tun, weil viele Menschen ein Ticket auch ohne Anruf kaufen.

Es wird nur noch verkündet, wann und wo sie auftreten. Wer Stadien oder Hallen füllt ist interessant, weil die Anziehungskraft entsprechend ist. Kennen Sie Unternehmen, Handwerksbetriebe etc. wo Kunden durch falsches Verhalten verjagt werden? Sicher kennen Sie welche. Sie kennen sicher auch Unternehmen, die Anziehungskraft haben. Die MitgestalterInnen dieser Firmen haben Qualitätseigenschaften im Verhalten, die eben anders sind und zwar angenehm anders. Auch in dieser Ausgabe der Wirtschaft Regional wird wieder über Weiterbildung der Mitarbeiter geschrieben. „Mitarbeiter sind unser bestes Kapital“ etc. finden Sie häufig auf den Internetseiten verschiedener Firmen. Doch ist dieses Kapital so eingesetzt, dass es mit Freude auch allen den wünschenswerten Erfolg bringt, oder doch wieder nur auf Druck mit Unlust so gerade die Kurve kriegt? Bleiben es Lippenbekenntnisse... “unser bestens geschultes Personal“ oder wird die Glaubwürdigkeit mit Taten bestätigt? Ein Baum der Früchte tragen soll, muss zunächst zur Blüte geführt werden, dann erst kann er Früchte tragen. Das braucht immer Zeit

ZWECKBAU
DIE NEUE ART, NACHHALTIG UND ENERGIEEFFIZIENT ZU BAUEN

Zweckbau mit Mehrwert: energieeffizient und regenerativ
Meisterstück-HAUS Zweckbau · Otto-Körting-Str. 3 · 31789 Hameln
Telefon 05151/953895 · Telefax: 05151/3951
Meisterstück HAUS
www.meisterstueck.de · zweckbau@meisterstueck.de

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

und jährliche Pflege. In den zehn Jahren meiner Selbständigkeit als Trainer und ManagementBusinessCoach erlebte ich immer wieder das gleiche Bild. Es gibt zwei Klassen in Handel, Handwerk und Gewerbe zum Thema Fortbildung:

1. Gute Firmen nutzen Weiterbildungsangebote, weil sie besser werden wollen.

2. Schlechte Firmen, die gut werden müssen, nutzen diese erst gar nicht und glauben, dass Seminargebühren Kosten sind. Alle anderen verstehen sie als Investition.

Ob jemand gut oder schlecht ist, hat nichts mit Produkten zu tun. Gewinner verkaufen keine Produkte oder Dienstleistungen. Klitschko verkauft kein Boxen, Jürgen Klopp keinen Fußball, sondern das Erleben, die Spannung und die Freude daran. Würden Sie einem Unternehmen einen Auftrag erteilen, wenn bereits der Monteur draußen den ersten positiven Eindruck schon mit Unpünktlichkeit verpasst oder am Telefon bereits Unlust verbreitet wird? Das hat mit Preis nichts zu tun, sondern mit dem Verhalten der Menschen. Kluge Firmen nutzen die Weiterbildungsangebote, bauen ihr „Kapital“ weiter aus und werden reich belohnt. Die anderen schimpfen! Auf wen oder was wohl? Ein Profi weiß: Alles zählt und verzichtet auf Ausreden, sonst wäre er kein Profi und ein Profi trainiert, übt und lernt. Arbeit an sich ist Arbeit an sich für eine gute Einstellung, ein gutes Auftreten mit Freude und Begeisterung. Dann kommen die Kunden von selbst!





Mangelnde Attraktivität

OSTWESTFALEN-LIPPE NUR FÜR 36 PROZENT DER ANGEHENDEN INGENIEURE ATTRAKTIV

HELGE WERNER
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER
GILDENHAUS GMBH TRAINING UND BERATUNG
(FOTO: GILDENHAUS GMBH)

Nur 36 Prozent der befragten angehenden Ingenieure halten Ostwestfalen für einen attraktiven oder sehr attraktiven Standort für den Berufseinstieg. Dies ergab die Studie „Angehende Ingenieure und die Region Westfalen 2011“ der Unternehmensberatungen Talents‘ Friends und gildenhaus GmbH Training und Beratung. Die Stadt Bielefeld schnitt mit 33 Prozent ähnlich ab. 34 Prozent der Studierenden hingegen bezeichneten Bielefeld als unattraktiv oder sogar sehr unattraktiv. Ostwestfalen-Lippe wurde von 28 Prozent der Studierenden entsprechend beurteilt. Die beliebtesten Standorte der angehenden Akademiker sind der Studie zufolge die Stadt Dortmund und die Stadt Münster. Zu den bevorzugten Arbeitgebern zählen ThyssenKrupp und Benteler sowie RWE und Hella.

Eine weitere Studie, Fachkräftemangel und Personalmarketing 2011, für die von Talents‘ Friends und der gildenhaus GmbH Training und Beratung rund 30 Unternehmen befragt wurden, ergab, dass es derzeit nur 30 Prozent von ihnen gut oder sehr gut gelingt, den Bedarf an Absolventen der Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik zu decken. Maßnahmen, mit denen die Unternehmen dies in Zukunft verbessern möchten, sind vor allem die Stärkung von Hochschulkontakten sowie stärkeres Engagement online und in sozialen Netzwerken. Im Vergleich der beiden Studien zeigte sich zudem, dass Unternehmen hauptsächlich mit ihrer Unternehmenskultur, interessanten Aufgaben, dem Markterfolg und dem Ansehen des Unternehmens bei Studierenden werben, während diese vor allem auf interessante Aufgaben, Karrieremöglichkeiten, Sicherheit des Arbeitsplatzes, Kollegialität und die Höhe der Vergütung Wert legen.

Hintergrund und Zielsetzung der Studien

Der Fachkräftemangel ist vom medialen Schreckgespenst zur realen Herausforderung vieler Unternehmen geworden. Aus diesem Anlass wurden die zwei Studien zu diesem Thema durchgeführt. Zielsetzung war es, Informationen über angehende Fach- und Führungskräfte zu gewinnen sowie festzustellen, inwieweit westfälische Unternehmen vom Fachkräftemangel betroffen sind und mit welchen Personalmarketing-Maßnahmen sie versuchen, Hochschulabsolventen für sich zu gewinnen. Im Rahmen der Studie „Angehende Ingenieure und die Region Westfalen 2011“ wurden im ersten Halbjahr 2011 rund 500 Studierende der westfälischen Hochschulen von Talents‘ Friends zu Themen der Arbeitgeberwahl sowie ihrer Einstellung zu verschiedenen westfälischen Standorten befragt. Parallel dazu führten Talents‘ Friends und die gildenhaus GmbH Training und Beratung die Studie Fachkräftemangel und Personalmarketing 2011 durch.



WIRtuell

DIE KNIGGE-REBELLION

„Benimm Dich.“ Tatsächlich, da war doch was! Großmutters Worte klingen uns noch wie der Hieb eines Fallbeils in den Ohren. Das Hemd ist deshalb selbstverständlich gebügelt, der Kragen gestärkt (Danke, Oma!), der Blick nach vorn gerichtet, der Kopf gerade gehalten, die Nase geputzt. Sollte doch reichen, um galant durchs Leben zu kommen. Eigentlich.

Was Oma allerdings einst nicht wissen konnte: Es kommt die Zeit, in der man jeden Tag mit Menschen zusammen ist, die man sich selbst nicht ausgesucht hat. Job, nennt sich diese leidliche Lebensphase. Deren Bewegungsdrang kommt immer wieder gerne im berühmten Fettnapf zum Stehen. Bevorzugt mit beiden Füßen. Seit die guten Sitten (ital. „Bunga Bunga“) keine mehr sind, und durch Beziehungsmanagement abgelöst werden, kommen wir somit ohne Business-Knigge nicht mehr durchs Wirtschaftsleben. Denn wer in der Frühstückspause zwischen zwei Meetings die Butter schabt statt schneidet, leistet sich nicht einfach mehr nur einen Fehltritt - sondern gefährdet seine Karriere. Wer seinem niesenden Gegenüber „Gesundheit“ wünscht, ist nicht mehr höflich und mitfühlend, sondern rücksichtslos und unsensibel gegenüber dauerschnupfenden Allergikern - und im Team aufgrund solcher sozialen Inkompetenz wahrlich nicht zu gebrauchen. „Mahlzeit“, beim Gang in die Kantine: Geht gar nicht, weil doch Umgangssprache, gerade im Umgang miteinander, heutzutage verpönt ist. Und den Schaum vom Cappuccino zu löffeln, und sei dies auch noch so genussvoll, ist ein Frevel, der in gesellschaftliche Untauglichkeit mündet.

Wer will sich da noch wundern, dass in solchen Zeiten der Feierabend immer mehr und an Bedeutung gewinnt. Mit den Füßen auf dem Tisch, statt im Fettnäpfchen. Und dem doppelt belegten Burger, der mit archaischer Freude kraftvoll zwischen die Zähne gerammt wird. Wieder voll im Trend: Einfach mal die Sau rauslassen. Wie zu Großmutters Zeiten.



MATTHIAS CIESLAK
TEXT/REDAKTION/PR
TEAM WANDRES WERBEAGENTUR



Zu den „Softskills“ gehören unter anderem auch die guten Umgangsformen – oft als „Benimm-Regeln“ bezeichnet. Dabei sollte jedoch erstens bewusst sein, dass Regeln mindestens zweitrangig, wenn nicht noch weniger bedeutungsvoll sind. Wohltuende Kommunikation hat viel mehr mit Unbewusstem, also Psychologie, als mit einem „Benimm-Regelwerk“ zu tun. Ein Beispiel, welches wohl jeder Mensch kennt: Beim ersten Eindruck wird die fremde Person innerhalb von wenigen Sekunden „einsortiert“. Das Grobraster dabei: sympathisch oder unsympathisch. Was dabei unterschwellig abläuft und aus welchen Gründen dieses (Vor-)Urteil entsteht, ist dabei kaum jemandem bekannt.

Zweitens: Der Begriff „Höflichkeit“ braucht die entsprechende Interpretation, um nicht zur „Kosmetik“ zu werden. Negativbeispiel: antrainierte Sätze wie „Ein schönes Wochenende!“, am Donnerstagmittag ohne Blickkontakt über die Theke gesagt oder ein ebenso kontaktlos geleiertes „’nen schönen Tach noch!“, werden die häufig kritisierte „Service-Wüste Deutschland“ kaum retten können. Nur, wer unter Höflichkeit eine innere Einstellung zu seinen Mitmenschen versteht, ein sich ihnen mit Empathie Zuwenden, kann diesen Begriff mit dem gewünschten Inhalt füllen.

Drittens: Als Basis des zwischenmenschlichen Verhaltens wird die Wertschätzung betrachtet, die jeder Mensch jedem anderen zukommen lässt. Das gilt innerhalb eines Teams ebenso wie zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden sowie für den Umgang mit und seitens der Kundschaft. Letzterer wird nach dem viel zitierten Satz: „Der Kunde ist König“ – „Königinnen“ selbstverständlich eingeschlossen – stets die imaginäre Krone zuerkannt. Das bedeutet: In bestimmten Situationen bekommen diese über die allen Menschen gewährte Wertschätzung hinaus noch einen kleinen „Sonderbonus“. Beispiele: Sie werden als Erste gegrüßt, ihnen werden Teammitglieder vorgestellt, sie entscheiden darüber, ob sie einen Handschlag wünschen (sofern nicht eine Gastgeberrolle dies aufhebt, weil Gastgebende stets als Erste die Hand reichen) und ob sie geduzt werden möchten.

Solche „Sonderboni“ gibt es situationsgerecht für unterschiedliche Personen, und zwar anders als früher. Nach alter Väter Sitte wurden bestimmte Hilfeleistungen nur entweder von Mann zu Frau gegeben – die Kavaliersgesten – oder von einem jüngeren einem älteren Menschen angeboten. Diese alten Regeln stammen aus Zeiten, in denen „frau“ im Beruf nicht existierte, und beziehen sich heute nur

Softskills – nichts für Softies.

REINES FACHWISSEN REICHT HEUTZUTAGE NICHT MEHR AUS, UM BERUFLICHEN ERFOLG ZU HABEN ODER EINE OPTIMALE KUNDENPFLEGE ZU ERREICHEN. „SOFTSKILLS“ HEISST DAS ZAUBERWORT

noch auf den privaten Bereich. Die dritte traditionelle Säule „Hierarchie“ ist dort hingegen heutzutage nicht mehr relevant. Sie wird stattdessen im Berufsleben zum Hauptkriterium für moderne Umgangsformen. Innerbetrieblich haben den „Sonderbonus“ deshalb unabhängig von Geschlecht und Alter stets Vorgesetzte. Sie bekommen die gleichen Rechte, wie eben für die Kundschaft beschrieben.

Einige Beispiele: Ein in modernen Umgangsformen fitter Azubi wird die Chefin auf dem Firmenflur grüßen, dann jedoch abwarten, ob sie einen Handschlag von sich aus anbietet, statt ihr mit hingestreckter Grußhand zu begegnen. Eine Mitarbeiterin verzichtet darauf, ihrem Chef das Du anzubieten, weil sie weiß: Es ist sein Entscheidungsrecht, ob er das Duzen im Betrieb oder in dem speziellen Fall überhaupt möchte. Um den heutigen Unterschied zwischen gesellschaftlichen und beruflichen Umgangformen deutlich zu machen, hier noch zwei Situationen zum Bekanntmachen respektive Vorstellen. Jemand soll privat eine etwa gut fünfzigjährige Frau mit einem Mann von ungefähr Ende zwanzig bekannt machen. Da er sich auskennt, weiß er: Die Frau hat dort mindestens den „Damen-Sonderbonus“, in dieser Alterskonstellation sogar zusätzlich noch den des deutlich älteren Menschen, was in diesem Fall bedeutet: Sie hat das (doppelte) Recht, den Namen des unbekannten Herrn als Erste zu erfahren. Sind diese beiden jedoch auf dem beruflichen Parkett, sie als neue Mitarbeiterin, er als Chef, wandert der „Sonderbonus“ zum Chef. Ihm wird die neue Mitarbeiterin vorgestellt.

Solche „Spielregeln“ zu kennen und anzuwenden, bleibt nach wie vor ratsam. Wünschenswert ist es jedoch, sie ohne nach Hierarchie, Geschlecht oder Alter zu fragen, durch das „Von-Mensch-zu-Mensch-Prinzip“ – auch im Beruf – zu erweitern. Beispiele: Eine Chefin sieht, dass ihr männlicher Azubi voll gepackt mit Akten vor der Bürotür steht. Dann ist es doch wohl „normal“ und menschlich, dass sie ihm die Tür öffnet oder sie für ihn aufhält. Eine Kollegin kommt gleichzeitig mit einem Kollegen, der keine Hand frei hat, vor dem Firmentor an. Also wird sie ihm dieses genauso selbstverständlich aufmachen. Und ganz sicher fällt auch niemandem in einer Vorgesetzten-Position ein „Zacken aus der imaginären Krone“, wenn er Mitarbeitende als Erstes grüßt. Jedes Zeichen der Wertschätzung – und dazu zählt auch ein Gruß – verbessert das Betriebsklima. Der Grund: Es ist eines der großen Bedürfnisse von Menschen, von anderen Wertschätzung zu erfahren.



INGE WOLFF
VORSITZENDE ARBEITSKREIS UMGANGSFORMEN INTERNATIONAL, BIELEFELD
(FOTO: PRIVAT)

Interkulturelles Ver- und Entpacken

WIE DIE INTERKULTURELLE ZUSAMMENARBEIT TROTZ NEGATIVER KOMMUNIKATIONSSPIRALEN GELINGEN KANN

Die oberflächlichen Amerikaner, die faulen Osteuropäer, die arroganten Deutschen …

Wenn man den gewünschten Effekt erzielen will, muss man die Botschaft richtig verpacken. Dies ist die Herausforderung jeglicher Art von Kommunikation. Genau dies ist aber in interkulturellen Kontexten besonders schwierig. Um die Botschaft „richtig" zu verpacken, muss man nämlich den Adressaten kennen. Und weil dies in einer fremden Welt kaum möglich ist, werden Stereotypen aktiviert: die oberflächlichen Amerikaner, die faulen Osteuropäer, die arroganten Deutschen. Wer in interkulturellen Zusammenhängen arbeitet, wird die entsprechenden Stereotypen kennen. Keiner bleibt davon verschont.

Das Problem von Stereotypen ist nicht nur, dass sie abwertend sind. Sie führen häufig geradewegs in eine negative Kommunikationsspirale, die oft unbemerkt hinter dem Rücken der Akteure abläuft. Den Versuch eines deutschen Managers, ein Zukunftskonzept zu entwickeln, wird der im Sozialismus geprägte osteuropäische Kollegen als Ideologie abtun. Das Verständnis des osteuropäischen Kollegen vom Management als das pragmatische, situative Lösen praktischer Probleme wird vom deutschen Kollegen als Unfähigkeit, konzeptuell zu denken, interpretiert. Gerade dort, wo verschiedene Kulturen in der alltäglichen Zusammenarbeit aufeinander treffen, ist eine Eskalation wahrscheinlich. Ein als unangemessen harsch empfundener Ton wird dem deutschen Überlegenheitsgefühl zugeschrieben und ruft eine Verweigerungshaltung hervor. Diese wird als Faulheit interpretiert und mit schärferen Disziplinierungsmaßnahmen begegnet. Und schon bildet sich eine negative Kommunikationsspirale.

Ohne Typisierungen kommt man aber weder dies- noch jenseits kultureller Grenzen weit. Unsere ganze Welt ist auf Typisierungen aufgebaut. Der Briefträger bringt die Post, der Mechaniker repariert das Auto. „Könntest Du bitte" ist eine höfliche Formulierung für eine Anweisung. Typisierungen sind, wenn man so will, eine Art Knigge. Es bringt uns aber nicht nur bei, wie wir uns zu verhalten haben, sondern auch wie unsere Umwelt zu verstehen und zu bewerten ist. Von der frühesten Kindheit an sind wir damit beschäftigt, dieses Buch zu lesen. Wie aber kann Kommunikation gelingen, wenn die Kinder einer fremden Kultur ein anderes Buch lesen?

Kommunikation scheint nur gelingen zu können, wenn wir einander auf der Grundlage ähnlicher Erwartungen und ähnlicher Ziele begegnen. Und genau deswegen gelten Managementmaßnahmen, über die eine starke corporate identity etabliert werden soll, als immens wichtig für den Erfolg eines Unternehmens. In interkulturellen Kontexten können sie aber fatal sein. Gerade in Kooperationen zwischen westlichen und nicht-westlichen Ländern haben die ökonomische Ungleichmäßig-



keiten und Machtasymmetrien in den Unternehmen oft historische Wurzeln. Der Versuch von oben herab westliche Arbeitspraktiken zu etablieren, erhält in einem solchen Kontext tief verankerte Animositäten am Leben, Animositäten die durch die gegenseitig abwertenden Stereotypisierungen weiter stabilisiert werden. Wie stark sich diese auf die Kooperationsbereitschaft im Arbeitsalltag auswirken, bemerkt der Expatriat in der Regel nicht.

Interkulturelle Kommunikation ist wie eine Mienenlandschaft. Die Gefahren lauern nicht nur überall. Wie die Bomben, tief unter der Erde vergraben, nicht zu sehen sind, bestehen die Gefahren nicht in dem, was explizit kommuniziert wird, sondern in den Bedeutungen, die implizit und unbemerkt mittransportiert werden. So merken wir nicht einmal, wann eine Bombe gerade explodiert.

Unsere Forschung zu internationalen Fusionen hat gezeigt, dass eine offene Verwendung von Stereotypen diese Landschaft verändern kann – vorausgesetzt zwei Bedingungen werden erfüllt. Stereotypen werden nicht nur benutzt, um den „Anderen“ zu beschreiben, sondern auch zur Selbstbeschreibungen. Es gelingt eine positive Bewertung der Differenzen zu etablieren. Der unpünktliche Fremde hat die Fähigkeit, mit unvorhergesehenen Situationen spontan und flexibel umzugehen. Sofern er davon weiß, dass der Deutsche zwar von Unpünktlichkeit genervt ist, seine Flexibilität aber schätzt, ist auch er in der Lage, das Bedürfnis des Deutschen, alles planen zu wollen, anzuerkennen – und zwar auch dann, wenn er glaubt, dass dieses Bedürfnis ein Ausdruck deutscher Steifheit und Unsicherheit ist. Was angestrebt wird, ist also nicht ein Angleichen der Kulturen, sondern eine Anpassung auf der operativen Ebene.

Anstelle einer einheitlichen Unternehmenskultur reicht es in interkulturellen Kontexten, einen working-consensus zu finden, eine hybride Kultur zu etablieren, in der das Differente toleriert und anerkannt wird – und zwar selbst wenn die Betroffenen meistens dazu tendieren, das „Eigene“ in einem besseren Licht zu sehen als das „Fremde“.

DR. ARLENA JUNG
WISSENSCHAFTLICHE MITARBEITERIN DER ABTEILUNG KULTURELLE QUELLEN VON NEUHEIT, WIRTSCHAFTSZENTRUM BERLIN FÜR SOZIALFORSCHUNG
(FOTO: WZB)





WERNER WESSEL
INHABER
A&O VERANSTALTUNGS-SERVICE
(FOTO: A&O)



MICHAEL WENNEMANN
GESCHÄFTSFÜHRER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER LIPPE ZU DETMOLD
GESCHÄFTSBEREICH: AUS- UND WEITERBILDUNG
(FOTO: IHK LIPPE)



VOLKER KLEIN-AVINK
TRAINER UND BERATER
GILDENHAUS GMBH
(FOTO: GILDENHAUS GMBH)

A&O-Veranstaltungsservice:

Für Kunden: Kaufentscheidungen sind zu 93 Prozent Bauchentscheidungen. Nur wer sich wohl fühlt, kauft gern und kommt wieder. Das Wohlfühlen entsteht erst, wenn im Umgang mit dem Menschen eine angenehme, vertraute Atmosphäre herrscht. Dies erreiche ich durch Höflichkeit, zuvorkommendes Verhalten und einer wertschätzenden Haltung gegenüber meinen Mitmenschen.

Für Mitarbeiter: Mitarbeiter, die sich wohl fühlen, arbeiten gern und werden seltener krank. Wertschätzender Umgang im Unternehmen bedeutet für Führungskräfte konsequentes Handeln, dies immer in respektvollem Umgang mit den Mitarbeitern.

Nicht sich, sondern den Anderen in den Mittelpunkt stellen und Interesse am Anderen zeigen. Daraus ergeben sich dann Höflichkeit, Rücksicht, Wertschätzung etc.

Eher ein Verhaltenskodex: Menschen mit Augenkontakt begrüßen, den Namen (eigenen und den des Kunden) nennen, eine „echte" Beziehung herstellen, Anfragen sofort beantworten, bei Unsicherheit Fragen stellen, Offenheit, Verbindlichkeit.

Das Bedürfnis nach wertschätzendem Verhalten ist größer geworden.

Die Jugendlichen sind wieder viel offener für diese Regeln geworden, sie hatten nur zu wenige Gelegenheiten, diese zu erlernen. Die Tabubrüche in den Privatsendern erschweren es den jungen Menschen, herauszufinden, was für sie richtig ist.

Zum Thema Wertschätzung haben wir ein Projekt, zu finden unter:
www.knigge-dinner.de

IHK Lippe:

Das Thema „Benehmen im Unternehmen" ist sehr wichtig. Dies gilt sowohl für den Umgang mit Kolleginnen und Kollegen als auch gegenüber Kunden von außerhalb.

Die wichtigsten Umgangsregeln sind Tageszeit sagen, Externe ebenso höflich begrüßen wie Mitarbeiter, Hilfe anbieten, wenn ein Besucher sich im Betrieb nicht auskennt, freundlich auftreten unabhängig von der Stellung des Gegenüber im Betrieb.

Auch ohne feste „Knigge-Regeln" funktionieren das freundliche Miteinander und die oben genannten Punkte.

Die Hierarchien heute, im Vergleich zu damals, sind flacher geworden. Es fallen kaum noch „einsame" Entscheidungen. Aufgaben werden gemeinschaftlich in Angriff genommen und gelöst. Dabei wird auch Wert auf die Meinung z. B. der Auszubildenden gelegt. Die Wertschätzung erfolgt nicht nur von „unten nach oben" sondern auch andersherum.

Ob und wie weit Jugendliche heute den nötigen Respekt besitzen kommt darauf an, wie es ihnen zu Hause vorgelebt wurde. Am Auftreten des Jugendlichen merkt man sehr schnell, wie der Umgang im Elternhaus war. Und das sowohl positiv als auch negativ!

DER BUSINESS-KNIGGE IST DER KODEX FÜR WERTSCHÄTZEN-

gildenhaus GmbH:

Die gildenhaus GmbH Training und Beratung beschäftigt sich seit einigen Jahren mit dem Thema „Business Knigge“. Im Rahmen unserer Beratungs- und Trainingsprojekte wird häufig auch gefragt, wie man sich im Umgang mit Kunden und Kollegen richtig verhält. Es geht um Umgangsformen, Begrüßung, Kleiderordnung oder das richtige Verhalten beim Geschäftsessen. Dazu wird in Business Knigge Seminaren z. B. angeboten, das die Teilnehmer / innen ihr zunächst theoretisch erworbenes Wissen zum Abschluss beim eleganten Abendessen praktisch anwenden können.

Wir stellen fest, dass Unternehmen viel Wert auf zeitgemäße Umgangsformen legen, ohne dass die Beteiligten in Konventionen erstarren. Höflichkeit, Großzügigkeit gegenüber anderem Verhalten und interessierte Zuwendung sind wichtige Umgangsregeln.

Wir selber orientieren uns beim Verhalten gegenüber unseren Kunden an deren Erwartungen. Das betrifft die Kleidung, die Form der Kommunikation und auch die Umgangsformen.

In den Unternehmen, mit denen wir zusammenarbeiten, ist das Thema „Business Knigge“ eher in den Vordergrund gerückt. Mitarbeiter / innen im Vertrieb, in Personalabteilungen, im Marketing, in den Vorstandsetagen legen Wert auf zeitgemäße Umgangsformen. Bewerber / innen auf gehobene Positionen hinterlassen einen besseren Eindruck, wenn sie sich in sozialen Situationen angemessen verhalten können. Schlechte Manieren werden negativ wahrgenommen.

Bei Jugendlichen / Auszubildenden nehmen wir eine gewisse „Polarisierung“ wahr. Einige haben in der Familie oder in der Schule gelernt, wie man sich in sozialer Umgebung benimmt. Sie kennen wichtige Umgangsformen und können sich angemessen verhalten. Andere Jugendliche erleben häufig Unsicherheiten beim Umgang mit Kollegen, Vorgesetzten und Kunden, wenn sie ins Arbeitsleben eintreten. Wir spüren allerdings ein sehr starkes Interesse daran, zeitgemäße Umgangsformen zu erlernen, um dieses Defizit auszugleichen.



DIE ALTEN SCHUHE WERDEN AN DEN NAGEL GEHÄNGT.



DES VERHALTEN. DIESES GEWINNT AN BEDEUTUNG, BESONDERS BEI JUGENDLICHEN.



Phoenix Testlab:

Das Benehmen ist uns im Dienstleistungsunternehmen Phoenix Testlab sehr wichtig. Wir leben davon, dass unsere Kunden mit unserem Service zufrieden sind und dass sie sich bei uns wohl fühlen. Dabei ist gutes Benehmen am Telefon, im Schriftverkehr oder von Angesicht zu Angesicht oberstes Gebot. In unseren Leitsätzen haben wir definiert, dass wir für partnerschaftliches Handeln stehen wollen. Dies gilt sowohl extern als auch intern. Mitarbeiter, die in alltäglichen Situationen mit ihren Kollegen einen respektvollen Umgang pflegen können, treten auch verbindlich und respektvoll gegenüber Kunden auf. Aus dieser Sicht heraus verstehen wir gutes Benehmen nicht nur als Grundlage einer angenehmen und anregenden Arbeitsatmosphäre, sondern auch als Basis für lang anhaltende Kundenbeziehungen.

Schon bei der Auswahl unserer Mitarbeiter achten wir auf Verbindlichkeit, Freundlichkeit und gute Umgangsformen. Durch zahlreiche Weiterbildungsangebote können diese und andere Eigenschaften weiter ausgebildet und vertieft werden.

PARTNERSCHAFTLICHES HANDELN IST GRUNDLEGEND FÜR ZUFRIEDENE KUNDEN. OHNE



DIETMAR FREI
HEAD OF COSTUMER COMMUNICATIONS DEPARTMENT
PHOENIX TESTLAB
(FOTO: PHOENIX TESTLAB)

Freundliches und verbindliches Auftreten gegenüber Kunden und Mitarbeitern und ein respektvoller Umgang miteinander ungeachtet des Geschlechts, der Religion, des Bildungsgrads oder der sozialen Herkunft sind für uns die wichtigsten Umgangsregeln.

In unserem Unternehmen haben wir Leitsätze, aus denen sich Regeln ableiten lassen. Diese sind in unserer Corporate Mission definiert:

Die Phoenix Testlab GmbH versteht sich als kompetenter und zuverlässiger Dienstleistungspartner seiner Kunden. Grundlage der Leistungsfähigkeit ist

ein fachkundiges und erfahrenes Team. Alle Mitarbeiter gewährleisten durch Engagement und Schnelligkeit optimalen Kundenservice. Die erbrachten Dienstleistungen orientieren sich immer an Bedürfnissen und Nutzen der Kunden; die Mitarbeiter entwickeln die Qualität der Dienstleistungen kontinuierlich weiter.

Wir streben langfristige Beziehungen an, die von gegenseitigem Vertrauen getragen sind. Dieses Wertesystem wird von allen gelebt und zeigt sich in Achtung, Freundlichkeit und Zuverlässigkeit. Die Unternehmensleitung von Phoenix Testlab achtet darauf, dass alle Mitarbeiter gemäß ihren Neigungen und Begabungen eingesetzt und gefördert werden. Sie gibt Entscheidungsfreiräume, die unternehmerisches Denken ermöglichen und verlangen. Die Mitarbeiter machen die effiziente und rasche Lösung von Kundenproblemen zu ihrem persönlichen Anliegen – ohne den Teamgedanken außer Acht zu lassen.

Wir sehen unsere gesellschaftspolitische Verpflichtung auch im Bereich des praktizierten Umweltschutzes. Darum haben wir uns für das weltweit anerkannte Integrierte Management System DIN EN ISO 14001 entschieden. So können wir unser Qualitätsbewusstsein auch zum Wohle der Umwelt zielgerecht steuern.

Wir stellen uns tagtäglich der Verantwortung, Umweltbelastungen - über geltende Vorschriften hinaus - zu vermeiden und auf ein Minimum zu reduzieren.

Seit unserer Gründung vor rund 18 Jahren verfolgt Phoenix Testlab oben beschriebenen Leitgedanken und wird darin durch konstante, lang andauernde Kundenbeziehungen belohnt. Sicherlich hat sich der Umfang der Benimm-Regeln im Rückblick auf die letzten Jahrzehnte auf neue Bereiche ausgedehnt, wie z. B. der Kommunikation per Handy und E-Mail. Wir legen z. B. darauf wert, dass während Meetings das Handy ausgeschaltet wird und dass in Mails keine saloppen Formulierungen oder Abkürzungen wie „MFG“ verwendet werden. Dennoch ändern sich die Zeiten und damit auch die üblichen Regeln. Als international tätiges Unternehmen nehmen wir z. B. Rücksicht auf die Bedürfnisse ausländischer Kunden (z. B. werden keine politischen Diskussionen geführt, oder es wird auf Essensgewohnheiten Rücksicht genommen).

Haben Jugendliche/Auszubildende keinen Respekt mehr oder fehlt es ihnen an Benimm-Regeln?

Pauschal lässt sich das nicht beantworten, ob Jugendliche / Auszubildende keinen Respekt mehr haben, es ihnen an Benimm-Regeln fehlt. Generell gilt aber, dass gutes Benehmen besser wahrgenommen wird und somit die beruflichen Erfolgschancen steigert. Je früher dafür die Weichen gestellt werden und dies durch entsprechende Erziehung gefördert wird, desto besser.



GUTES BENEHMEN IST DAS NICHT ZU MACHEN.

RÜCKSICHT WAR FRÜHER EIN BESTANDTEIL DER ERZIEHUNG

Poslednik GmbH:

Das Benehmen im Unternehmen ist für jeden Betrieb auf allen Ebenen (alle Mitarbeiter einschl. Auszubildende, Gesellen, Meister, Geschäftsführung) von existenzieller Bedeutung.

Wer nicht in der Lage ist, Grundregeln des Zusammenlebens zu praktizieren, kann nicht zu einem ausgeglichenen Betriebsklima beitragen. Ohne ein gesundes Betriebsklima geht die Freude an der Arbeit verloren, die Ausführung aller Tätigkeiten leidet und damit die Qualität der Produkte. Außerdem drohen gesundheitliche Probleme durch Stress und Unlust an der Arbeit, die dann wiederum zu Fehltagen und geringer Produktivität führen.

Zu den in unserem Unternehmen wichtigsten Umgangsregeln gehören:

1. Jeder Mitarbeiter begrüßt bei Arbeitsantritt die übrigen Kollegen mit der Tageszeit, ebenso bei der Verabschiedung zum Arbeitsende.
2. Jeder Mitarbeiter spricht sich mit Namen an (egal ob Vorname oder Nachname)
3. In unserem Unternehmen wird Deutsch gesprochen. Das ist gerade in Hinblick auf die Vielzahl von Mitarbeitern aus anderssprachigen Ländern wichtig, damit nicht der Eindruck entstehen kann, dass „hinter dem Rücken“ abfällige Bemerkungen über Kollegen gemacht werden.

Offizielle „Knigge-Regeln“ :
Jedem Mitarbeiter wird bei Arbeitsantritt die Richtlinie „Partnerschaftliches Verhalten am Arbeitsplatz“ ausgehändigt. Sie wird sowohl vom Arbeitnehmer als auch vom Arbeitgeber unterschrieben und gehört zu den Personalunterlagen. Außerdem sind diese Richtlinien in jedem Aufenthaltsraum ausgehängt.

Perspektive …
Entwicklungen zwischen „damals und heute“ sind in einem größeren zeitlichen Zusammenhang sicherlich deutlich auszumachen.

Bis Ende der 60er Jahre lebten Familien oft in Wohngemeinschaften, in denen sich Großeltern, Eltern und Kinder eine gemeinsame Wohnung/Haus teilten.



MEHR FREIHEITEN FÜHRTEN ZU STARKEN EIGENINTERESSEN.

Hierdurch waren Rücksichten notwendig und die Hierarchie war von Natur aus gegeben. Diese Rücksichten erlebten die Kinder von klein auf und sie waren Bestandteil ihrer Erziehung.

Ab den 70er Jahren wurden dann andere Wohnformen angestrebt und die Verantwortung / Rücksichtnahme über mehrere Generationen war nicht mehr automatisch vorhanden.
Mit jedem neuen Jahrzehnt haben sich die „klassischen" Familien von dem Standard der 60er Jahre entfernt.

Viele jüngere Menschen sind in Familienformen aufgewachsen, die sich nicht mehr durch Zuneigung, Beständigkeit, Disziplin und Rücksichtnahme auszeichneten. Diese gelebte Freiheit hat dazu geführt, dass Eigeninteressen stärker gelebt und eingefordert werden.

Um diese Entwicklung im Betriebsinteresse in maßvolle Strukturen zu leiten, sind „heute" Richtlinien für die partnerschaftliche Zusammenarbeit am Arbeitsplatz nötig; diese wurden „damals" nicht gebraucht.

Benimm-Regeln:
Jugendliche / Auszubildende können an diese Regeln und den Respekt gegenüber anderen herangeführt werden. Hierzu bedarf es allerdings einer ständigen erklärenden Ansprache. Selbstverständlich soll niemand „verbogen" werden, jeder hat das Recht auf eine eigene Meinung. Diese muss jedoch von jedem Mitarbeiter (ob jung oder alt) von sozialverträglichem Verhalten begleitet werden.

Mitarbeiter, die sich nicht in diese Formen der Zusammenarbeit einfügen lassen, haben in keinem Unternehmen eine Zukunft – denn: „Jede Kette (Betrieb) ist nur so stark wie das schwächste Glied".



CHRISTEL BÜKER
GESCHÄFTSFÜHRERIN
POSLEDNIK GMBH
(FOTO: POSLEDNIK GMBH)

ES GIBT EINE RÜCKBESINNUNG AUF WERTE WIE GUTES BENEHMEN, HÖFLICHKEIT UND STIL.



ray facility management group:

Bei der ray facility management group, ein Komplettdienstleister im Segment des Facility Managements, wird das – im Dienstleistungsbereich essentielle – Benehmen und Verhalten, also eine Kultur mit hohen Werten, als eines der wichtigsten Elemente zum Erfolg gesehen denn: „Structure follows Strategy follows Culture“ (Lattmann/Mazumder). Aus diesem Grund gibt es für alle Ebenen im Unternehmen definierte Umgangsregeln. Für den handwerklich ausgerichteten Mitarbeiterbereich wurde sogar ein „ray-KNIGGE-Handbuch“ entwickelt, welches mit bebilderten Standards den internen und externen Umgang unterstützend vorgibt. Damit begegnet ray pro-aktiv den gestiegenen und sich veränderten Ansprüchen im Bereich eines bewussten Umgangs miteinander. Die daraus erwachsende Kultur macht sich im gesamten Unternehmen positiv für Mitarbeiter und Kunden bemerkbar und unterstützt erheblich die Entfaltung der jeweiligen Ressourcen.

Zu den wichtigsten Umgangsregeln in unserem Unternehmen gehören Ehrlichkeit, Loyalität und Respekt, gutes Auftreten, respektvolles Miteinander auch oder besonders im Umgang mit Kunden, Authentizität und korrektes Outfit.

Offizielle Knigge-Regeln im Sinne von einem festgeschriebenen Regelwerk gibt es bei uns nicht. Allerdings verweisen wir in Vorstellungs-/Einstellungsgesprächen sowie in der Einarbeitungsphase stets darauf, welche Umgangsregeln uns wichtig sind und welche Fehler man vermeiden kann, wenn man Etiketteregeln beherrscht und sie anzuwenden weiß.

Zwischen damals und heute hat sich einiges verändert. Denn die Betonung liegt aktuell nicht mehr darauf, Anstandsregeln strikt zu befolgen, sondern vielmehr geht es darum, auf der Klaviatur der Umgangsformen spielen zu können: im Small Talk, in E-Mails, in Meetings, auf internationalem Parkett. Es gilt vieles zu beachten und immer wieder Neues zu lernen. Mit dem zunehmenden Social Media-Engagement vieler Firmen müssen Social Media Guidelines entwickelt und in die Praxis umgesetzt werden. Wie für das Telefonieren und die Korrespondenz gelten selbstverständlich auch für sämtliche E-Mails eines Unternehmens Etiketteregeln. Und in Meetings sollte es Tabu sein, mit dem Smartphone zu spielen.

Meiner Meinung nach zeigen Jugendliche durchaus gutes Benehmen. Wenn es auf diesem Gebiet ein Manko gibt, liegt das an fehlenden Vorbildern. Dann heißt es, die Jugendlichen an die Hand zu nehmen und zu führen. Sie sollten begreifen, dass gutes Benehmen eine Kommunikationsstrategie ist, die im Geschäftsleben Erfolg verspricht.

Wilfried Wadsack GmbH:

Gutes Benehmen ist eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg des Einzelnen wie auch des gesamten Unternehmens. Neben der fachlichen Kompetenz zählen gute Manieren. Deswegen sollten Mitarbeiter berufliche und private Umgangsformen beherrschen sowie nationale und interkulturelle Verhaltenserwartungen erfüllen können. Der Ton macht die Musik heißt ein Sprichwort. Und wer weiß, welcher Ton angemessen ist, beherrscht die Situation.

Geschäftspartnern oder Kollegen die Tür aufhalten, zuvorkommend sein, sich ganz schnell den Namen merken und nicht nur Hallo sagen gehört zum guten Benehmen

Unseren Mitarbeitern lege ich immer wieder ans Herz: Begegnen Sie den Menschen mit Offenheit, schauen Sie dem Gegenüber in die Augen. Wir sollten uns bemühen, allen zu helfen. Unsere Unternehmensdevise lautet: Jeder Mensch muss glücklicher den Brauereihof verlassen, als er gekommen ist.

Es war früher so, dass die Mitarbeiter drei Liter Haustrunk bekamen und den verzehrten sie über den Tag. Wenn die Arbeit erledigt war, haben sie sich nachmittags hingesetzt und über Ihre Familien oder den Betrieb gesprochen. Das entfällt heute durch die kürzeren Arbeitszeiten und es fehlt manchmal die zwischenmenschliche Kommunikation.

Die Stechuhr hat alles verändert. In den Pausen wird durchgearbeitet, Essen und Trinken zwischendurch erledigt, da man eher nach Hause gehen möchte. Flaschen und Kaffeetassen stehen dann auf dem Schreibtisch, wo sie nichts zu suchen haben. Eigentlich sollte man sich die Zeit für Pausen nehmen. Sie sind ja dazu da, um sich zu erholen, damit der Kopf mal wieder frei wird.

Worauf wir hier viel Wert legen ist die Bier- und Glaskultur. Es geht ja um die Präsentation der Produkte. Wenn jemand ein Bier in unserem Haus gezapft bekommt, dann darf nichts überlaufen. Es soll ein schönes Glas sein und mit dem Firmenemblem zum Gast gerichtet serviert werden. Ein guter Standard ist wichtig, ob unsere Mitarbeiter das Bier nun hier in der Brauerei oder anderswo präsentieren.

Mit den neueren Knigge-Regeln, die besagen, dass im Berufsleben Alter und Geschlecht keine Rolle mehr spielen und nur die Rangfolge entscheidet, wer wem zuerst die Hand gibt und wie man sich begrüßt, können wir uns hier im Hause nicht anfreunden. Wenn z. B. ein älterer Kunde oder Lieferant zu uns kommt, dann erwarten wir doch, dass er von unseren Mitarbeitern zuvorkommend begrüßt wird und man ihm die Tür aufhält.

Diese Meinung über Jugendliche wird ja immer leicht generalisiert. In unserem Hause haben wir jedes Jahr zwei Auszubildende und sind immer wieder überrascht, wie hilfsbereit und zuvorkommend sie sind. Sie achten auf sich und machen sich Gedanken über ihr Auftreten. Oft werde ich gefragt: „Frau Strate, was soll ich anziehen – Krawatte oder nicht?“

Es gibt eine Rückbesinnung auf Werte wie gutes Benehmen, Höflichkeit und Stil.



NILS BOGDOL
HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER
UND INHABER
RAY FACILITY MANAGEMENT GROUP
(FOTO: RAY)



CORNELIA HACKENBRUCH M.A.
MARKETING + PR-SERVICE
WILFRIED WADSACK GMBH
(FOTO: WILFRIED WADSACK GMBH)



RENATE STRATE FÜHRT ZUSAMMEN MIT IHREN TÖCHTERN FRIEDERIKE UND SIMONE STRATE DIE PRIVATBRAUEREI STRATE IN DETMOLD
(FOTO: WIR)

STATEMENT: Susanne Schulz



SUSANNE SCHULZE
LEITUNG MARKETING
VON HAGEN GMBH, BLOMBERG
(FOTO: ALEX WALTKE)

Umgangsformen sind Spielregeln des höflichen Miteinanders! Als Leitung Marketing der von Hagen GmbH ist mir unsere interne und externe Kommunikation wichtig. Wertschätzung und Anerkennung der Mitarbeiter untereinander, im Umgang mit Kollegen, Vorgesetzten und nationalen wie internationalen Geschäftspartnern, ist ein zentraler Aspekt für eine erfolgreiche Unternehmenskultur. Im Fokus steht das gemeinsame Unternehmensziel!

Heutzutage wird es immer wichtiger, gute Fachleute an das Unternehmen zu binden. Hierbei spielt die Unternehmenskultur eine große Rolle, die nicht unterschätzt werden darf. Eine lebendige Unternehmenskultur zeichnet sich bereits durch kleine Aufmerksamkeiten aus. Um einige Beispiele aus unserem Hause zu nennen: Kaffee, Mineralwasser und Obst werden vom Unternehmen kostenfrei zur Verfügung gestellt. Um die Identifikation mit dem Unternehmen zu stärken, werden gemeinschaftliche Veranstaltungen organisiert. Große Resonanz findet nicht nur unsere alljährliche Weihnachtsfeier (hier kocht unser Geschäftsführer persönlich für seine Mitarbeiter), sondern auch der sportliche Aspekt beim Firmenlauf stößt auf Begeisterung.

„Autorität wie Vertrauen werden durch nichts mehr erschüttert, als durch das Gefühl, ungerecht behandelt zu werden“, resümierte schon der Schriftsteller Theodor Storm. Genau darum geht es – um Fairness! Bei von Hagen gibt es Unternehmensleitlinien, welche dem Mitarbeiter Verhaltensregeln empfehlen, die den Umgang miteinander erleichtern.

Die von Hagen GmbH kooperiert mit dem Detmolder Dietrich Bonhoeffer Berufskolleg. Zur Freude unserer Praktikanten wurde eine Willkommensmappe ins Leben gerufen. Alle relevanten Informationen werden in dieser Mappe hinterlegt. Ebenso Erfahrungsberichte ehemaliger Praktikanten.

Aus meiner Perspektive haben sich nicht nur die Umgangsformen im Laufe der Zeit verändert, sondern auch die betrieblichen Strukturen. Eine moderne Unternehmensführung, flache Hierarchien und eine gesunde Unternehmenskultur lassen Persönlichkeiten wachsen. Positiv fällt mir auf, dass Berufsanfänger viel selbstbewusster sind als früher. Leider zieht das manchmal auch eine Überschätzung der Persönlichkeit mit sich. Der Respekt untereinander ist ebenfalls ein wichtiger Faktor. Deshalb ist die Wertschätzung des Gegenübers eine gute Voraussetzung für eine angenehme Zusammenarbeit.

Sich über Umgangsformen im Berufsleben zu informieren, ist deshalb immer eine gute Empfehlung und eine optimale Voraussetzung für einen erfolgreichen Berufsstart!

EIN EINHALTEN DER WERTE

Engagiert, anspruchsvoll und überzeugend: So ist unser Stil, so wollen wir auftreten, nach außen und auch intern. Dazu gehört ein höflicher Umgang ebenso wie Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit sowie angemessene Kleidung für unterschiedliche Anforderungen. Daran haben wir uns immer orientiert und werden es auch weiterhin tun; dafür schulen wir unsere Mitarbeiter auf allen Ebenen mit Kompetenztrainings und Seminaren.

Traditionell arbeitet Weidmüller eng mit den Kunden zusammen. Dabei müssen wir auch mit einem vorbildlichen Benehmen, persönlicher Nähe und hoher Motivation überzeugen. Das leben wir alle – von der Entwicklung bis zum Verkauf, von der Geschäftsleitung über alle Mitarbeiterebenen.

Wir müssen in unserem Engagement für eine positive Unternehmenskultur auf verschiedene Herausforderungen der Zeit eingehen: Die Welt, die Arbeit ist internationaler und komplexer geworden, Regeln haben sich geändert. Dies erfordert ein gutes alters-, fach- und kulturübergreifendes Miteinander. Darum legen wir bereits einen hohen Anspruch in die zusätzlichen Ausbildungsinhalte zur Förderung der Persönlichkeit und der sozialen Kompetenzen der jungen Leute: Beispielsweise lernen die Auszubildenden in Teamtrainings, wie man respektvoll miteinander umgeht, Konflikte löst und gemeinsam das Ziel erreicht.

Aber auch bei allen anderen Mitarbeitern setzen wir uns ein für ein positives, überzeugendes Verhalten: zum Beispiel durch Seminare zur Förderung der Teamfähigkeit, der professionellen Kommunikation, der interkulturellen Zusammenarbeit – und des wertschätzenden Umgangs miteinander. Diese zusätzlichen Schlüsselqualifikationen sichern nicht nur den beruflichen Erfolg in einer schnelllebigen Arbeitswelt, sondern auch einen kompetenten und zielführenden Umgang miteinander.



DR. JÜRGEN OBER
DIREKTOR
HUMAN RESSOURCES
BEI WEIDMÜLLER
(FOTO: WEIDMÜLLER)



DR. EBERHARD NIGGEMANN
LEITER
WEIDMÜLLER AKADEMIE
(FOTO: WEIDMÜLLER)

VERHILFT ZU EINEM ERFOLGREICHEN START IN DEN BERUF.



Kundenbeziehungsmanagement

ERFOLGSFAKTOR FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN



DIPL.-INF. (FH) JULIUS HOYER IST DERZEIT STUDENT IM FLEXIBLEN MASTERSTUDIENGANG „VERTEILTE UND MOBILE ANWENDUNGEN“ AN DER HOCHSCHULE OSNABRÜCK (FOTO: JULIUS HOYER/ FH OSNABRÜCK)

Viele Unternehmen sind sich häufig ihrer eigenen Potentiale nicht bewusst. Besonders die Kommunikation mit dem Kunden sollte genauer unter die Lupe genommen werden, denn sie ist ein entscheidender Faktor für den Wettbewerbsvorteil. Wir wissen: Kommunikation ist die Grundlage einer guten Beziehung, das gilt auch für die Kommunikation mit dem Kunden. Erst wenn die Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden stimmt, kann ein Unternehmen Verkaufspotentiale voll ausschöpfen. Hier heißt das Zauberwort Kundenbeziehungsmanagement (engl.: Customer Relationship Management – CRM). Zum Glück hat die Einführung von Kundenbeziehungsmanagement aber nichts mit Zauberei zu tun. Doch was macht Kundenbeziehungsmanagement erfolgreich, was ist die Quintessenz?

Erster Ansatzpunkt ist häufig die Software. Diese gibt es von verschiedenen Herstellern, mal sehr allgemein gehalten und ein anderes Mal hoch spezialisiert für eine Branche. Neben den kostenpflichtigen Vertretern von kommerziellen Anbietern existieren auch frei verfügbare Angebote. Open Source Communities bieten ausgereifte Lösungen zum kostenlosen Download an. Besonders kleine Unternehmen können hiervon profitieren, da bei Open Source Software grundsätzlich keine Lizenzkosten anfallen. Aber auch für größere Unternehmen lohnt sich ein Blick auf die Angebote im Open Source Bereich. Ganz kostenneutral wird die Inbetriebnahme jedoch nur selten werden. Neben der eigentlichen Software müssen auch die benötigten Dienstleistungen in den Finanzplan aufgenommen werden. Dazu gehören Installation und Schulung genauso wie die Wartung von Soft- und Hardware. Also muss es die Auswahl der richtigen Software sein, die Kundenbeziehungsmanagement erfolgreich macht – oder doch nicht? Nein, so einfach ist es leider nicht. Denn eine erfolgreiche Einführung von Kundenbeziehungsmanagement im Unternehmen beginnt eben nicht mit der Installation einer Software. Sie beginnt nicht einmal damit, dass sich ein Unternehmen für eine bestimmte Software entscheidet. Im Vorfeld dieser Entscheidung müssen erst die notwendigen Grundlagen und Rahmenbedingungen geschaffen werden.

Sportlich zum erfolgreichen CRM – der CRM-Dreisprung

Ist die Entscheidung für Kundenbeziehungsmanagement gefallen, gilt es einen erprobten Weg für die Einführung zu finden. Als Orientierung bietet der CRM-Dreisprung eine gute Ausgangsbasis.

Wir beginnen klassisch – mit der Strategie

Den besten Absprung schafft ein Unternehmen in dem es beginnt, die Unternehmensstrategie zu optimieren. Ziel der Optimierung ist eine unternehmensweite Strategie, die den Kunden in den Mittelpunkt aller Aktivitäten im Unternehmen stellt. Die Strategie wird dabei an den Kundenbedürfnissen ausrichtet. Der erste Schritt besteht also darin, das gesamte Unternehmen auf seine Kundenorientierung hin zu prüfen. Gefundene Schwächen werden dann Schritt für Schritt beseitigt. Wichtig ist, dass die Chefetage die

Strategie für das Kundenbeziehungsmanagement unterstützt und aktiv vorlebt. Am besten funktioniert das, wenn die Verantwortlichen die Strategie durch den typischen Top-Down-Ansatz im ganzen Unternehmen etablieren.

Kundenorientiert – so sollen die Prozesse sein

Doch was bedeutet die Kundenfokussierung für das Unternehmen nun genau? Im Unternehmen gibt es viele Aktivitäten, die direkt oder indirekt mit dem Kunden in Berührung stehen. Solche Aktivitäten gilt es auf den Kunden auszurichten und zu optimieren. Nützlich ist es, wenn Aktivitäten als Prozesse benannt werden. Dann kann ein Unternehmen alle Aktivitäten in einer Prozesslandkarte darstellen. Das ermöglicht einen guten Überblick über die Bereiche, die besonders wichtig für das Kundenbeziehungsmanagement sind.

Das i-Tüpfelchen – die Software

Ist die Strategie klar und sind alle Prozesse in einer Prozesslandkarte dokumentiert, kann das Unternehmen daran gehen, die richtige Software auszusuchen. Die Software muss dabei die Anforderungen der vorherigen Schritte erfüllen. Nichts ist hemmender für die Einführung von Kundenbeziehungsmanagement als eine Software, die sich nicht in das tägliche Geschäft integriert. Die Software soll Arbeitsabläufe so gut wie möglich unterstützen, vereinfachen und effizienter machen, aber nicht bestimmen. Nur dann gelingt es, Kundenbeziehungsmanagement dauerhaft im Unternehmen zu etablieren. Ein weiterer Aspekt, der bei der Auswahl der geeigneten Software eine Rolle spielt, ist die Fähigkeit mit anderen Systemen zu interagieren. Nur in seltenen Fällen will ein Unternehmen die gesamte alte Software ersetzen. Vielmehr soll sich die neue Software in die schon vorhandene Informations- und Telekommunikationslandschaft integrieren. Besonders zu berücksichtigen sind zwei Punkte: Das neue System sollte in der Lage sein, die schon vorhandenen (Kunden-)Daten möglichst einfach zu übernehmen; darüber hinaus muss es die Kommunikationskanäle, die von den Kunden bevorzugt werden, bedienen können.

Kunden gehen ins Netz

Betrachtet ein Unternehmen die Kanäle über die seine Kunden neuerdings kommunizieren, stellt sich häufig Verblüffung ein. Nutzten Kunden vor wenigen Jahren noch ausschließlich Telefon, Fax und Briefe, so schreiben Kunden heute E-Mails, Nachrichten in sozialen Netzwerken und Microblogging-Diensten. Um dem neuen Kundenverhalten gerecht zu werden, muss Kundenbeziehungsmanagement mit diesen Kanäle umgehen können.

Wie kann Social Media mit Kundenbeziehungsmanagement verknüpft werden? Es fließen Informationen in das System, beispielsweise Kundenmeinungen aus einem sozialen Netzwerk. Darauf kann reagiert werden. Aber auch proaktives Handeln kann sinnvoll sein, zum Beispiel in Form einer Unternehmensseite in einem sozialen Netzwerk oder einem Unternehmensblog. Eine geeignete Strategie für den Umgang mit Social Media ist wichtig. Manche Unternehmen können soziale Netzwerke als Support- oder Marketingkanal nutzen. Andere Unternehmen ziehen größeren Nutzen aus Blogs oder Microblogging. Hier lautet die Devise: Seien Sie dort, wo Ihre Kunden sind.

Fazit

Damit Kundenbeziehungsmanagement einen Wettbewerbsvorteil bietet, muss es im Unternehmen gelebt werden, jeden Tag und von allen Mitarbeitern. Das gelingt, wenn die Verantwortlichen im Zuge der Einführung eine klare Strategie entwerfen; das Kundenbeziehungsmanagement wird dabei auf Unternehmen und Kunden abgestimmt. Die Software dient als Instrument der Umsetzung. Wird dieser Gedanke fortgeführt, lässt der Erfolg nicht lange auf sich warten.



Wer viel archivieren muss, benötigt nicht mehr Platz. Sondern Lösungen, die ohne Räume funktionieren.

Intelligentes Dokumenten-Management
Die elektronische Archivierung macht Daten schneller verfügbar, verkürzt Suchzeiten und spart erhebliche Raumkosten. Die Spezialisten von Janson & Even unterstützen Sie beim Einsatz von Dokumenten-Management-Systemen. Wie Sie Ihre Arbeitsabläufe wesentlich effizienter gestalten, erfahren Sie unter der **0 52 51/14 41-0** oder **www.janson-even.de**.

*Im Vergleich zu herkömmlichen Kosten für Recherchen und Archivräume. Ersparnis bis zu 50%. Abhängig von der Ausgangslage.

Janson & Even
Office- & IT-Lösungen

Kopf frei fürs Kerngeschäft!



NICHT WENIGE UNTERNEHMER STARTEN IHREN GESCHÄFTS-BETRIEB MIT EINEM BUNTEN SOFTWARE-FLICKENTEPPICH AUS OFFICE- UND VERWALTUNGSPROGRAMMEN, BANKSOFTWARE UND BRANCHEN-TOOLS

DIE ORGAMAX BÜROSOFTWARE BIETET ALLE ERFORDERLICHEN FUNKTIONEN FÜR DEN GESCHÄFTSALLTAG (FOTO: DELTRA BUSINESS SOFTWARE GMBH & CO. KG)

Unter dem Motto „Management by Microsoft“ werden Rechnungen mit Word geschrieben und auf eigenhändig gestalteten Briefbögen ausgedruckt, Kunden- und Lieferantenkontakte mit Outlook verwaltet und Auftragsplanung sowie Finanzmanagement auf Basis selbst erstellter Excel-Tabellen erledigt.

Grenzen von Heimwerker-Lösungen

Die Kombination aus eigenhändigen Office-Anpassungen und kaufmännischen Insellösungen birgt beträchtliche Risiken und stößt in der betrieblichen Praxis schnell an ihre Grenzen:

Durch unvollständige Angebote, Rechnungen und andere wichtige Geschäftsbriefe outen sich gerade junge Unternehmen ungewollt als Business-Greenhorns. Fehlerhafte Steuervoranmeldungen und Steuererklärungen bringen Ärger mit dem Finanzamt, sorgen für Unsicherheit und ständig drohenden Steuernachzahlungen.Dezentrale Datenhaltung erschwert die Pflege wachsender Datenbestände und den gezielten Zugriff auf Informationen. Das Umschalten zwischen nicht aufeinander abgestimmten Einzelanwendungen ist umständlich und unproduktiv.Mitarbeiter und Hilfskräfte müssen in unterschiedliche Software-Umgebungen eingearbeitet werden. Ohne durchdachte Rechteverwaltung bekommen Unbefugte eventuell Einblicke in die Interna.

Profi-Lösung statt Flickschusterei

Zum Glück gibt es einen besseren Weg: Optimierte Büro-Komplettlösungen decken nahtlos sämtliche kaufmännische Aufgabenbereiche von Kleinunternehmen und Selbstständigen ab - und sind dabei oft noch einfacher zu bedienen wie Office & Co.

Ein besonders gelungenes Beispiel ist die Bürosoftware orgaMAX der Detmolder Softwareschmiede deltra Business Software GmbH & Co. KG. Bereits die Basisversion der orgaMAX Bürolösung bietet alle erforderlichen Werkzeuge unter einem Dach - angefangen bei Angebotserstellung und finanzamtssicheren Rechnungen über das Forderungsmanagement sowie die Artikel-, Kunden-, Termin- und Aufgabenverwaltung bis hin zu aussagekräftigen betriebswirtschaftlichen Auswertungen. Durch eine abgestufte Rechteverwaltung kann der Zugriff von Mitarbeitern auf bestimmte Programm-Bereiche beschränkt werden. Laufende Online-Updates sorgen für technische und rechtliche Zukunftssicherheit.

Ein Clou der „All-in-one-Lösung“ sind die beliebig kombinierbaren Zusatzmodule: Mit deren Hilfe lässt sich das Programm nach und nach an die steigenden Ansprüche eines wachsenden Unternehmens anpassen.



„fire-liquidity“

NEUE KOMPLETTLÖSUNG FÜR HANDWERK, DIENSTLEISTUNG UND MITTELSTAND



Die Unternehmens- und Organisationsberatung fire-consult GmbH & Co. KG mit Sitz in Ahaus, spezialisiert auf die Optimierung von Geschäftsprozessen, hat mit „fire-liquidity“ eine neue Komplettlösung für ihre Kunden, die meist aus Handwerk, Dienstleistung und Mittelstand stammen, entwickelt. Die Tatsache der restriktiven Kreditvergabepolitik der Banken, unter anderem auch hervorgerufen durch Basel II, wovon insbesondere die kleineren und mittelständischen Unternehmen betroffen sind, hat die fire-consult GmbH & Co. KG veranlasst, gerade für diese Unternehmen das Instrument „Liquiditätsplanung“ zur Verfügung zu stellen, welches alle großen Unternehmungen bereits heute zur Erfüllung der Kreditvergabebedingungen der Banken nutzen.

Das Erfolgsrezept zur Verbesserung des „Rankings“ von Unternehmen lautet: „Die richtige Informationspolitik verbunden mit der notwendigen Transparenz“. Der Liquiditätsplan ist zwischenzeitlich eines der wichtigsten Instrumente des internen und externen Berichtswesens; für jeden Unternehmer unverzichtbar. Mit der neuen Lösung der fire-consult GmbH & Co. KG ist es gelungen, kleinen und mittelständischen Betrieben ein Instrument der Unternehmensplanung zur Verfügung zu stellen, welches auch ohne Steuerberater, Wirtschaftsprüfer oder Unternehmensberater einsetzbar, einfach bedienbar und vor allem bezahlbar ist. Aber auch für die Beraterbranche ist es ein hilfreiches, zeitsparendes und auch noch kostengünstiges Instrumentarium, welches nicht nur wirtschaftliche Vorteile bringt.

Bereits mit den vorhandenen und in der Praxis erprobten Eigenentwicklungen „fire-control“ und „fire-ccm“ befindet sich die Firma fire-consult auf stetigem Wachstumskurs, da zwischenzeitlich viele Unternehmen und Berater aus der hiesigen Region, aber auch überregionale Firmen die Produkte der fire-consult GmbH & Co. KG in der Praxis einsetzen.



THOMAS FINNAH
GESCHÄFTSFÜHRER
FIRE-CONSULT GMBH & CO. KG
(FOTO: FIRE-CONSULT)



Heben Sie (sich) ab...

mit gekonntem Beziehungsmanagement

Wie erfüllen Sie die Erwartungen Ihrer Interessenten, Kunden, Partner und Lieferanten? Mit professionellem CRM wird gute Beziehungspflege zum Standard.

Wie, zeigen wir Ihnen gern persönlich. Fordern Sie uns an oder schauen Sie einfach vorbei, zum Beispiel auf einer unserer Veranstaltungen.

MEiM Paderborn, 28.09.2011, HNF Museumsforum
CRM Fachtagung 20.10.2011, Flughafen Münster-Osnabrück

COBUS ConCept
AP infor COBUS ERP/3 Varial eGECKO EASY SOFTWARE CAS genesisWorld

Ihr Erfolg. Unsere Motivation.

Sparsame Kraftpakete

NEUE DRUCK- UND KOPIERTECHNIK BEI DER THIEL GRUPPE

Wer schon einmal ein Auto gekauft hat, weiß, dass vor dem Fahrvergnügen viel zu erledigen ist. Jeder kennt, was man landläufig „den Papierkram“ nennt. Egal ob Neu- oder Gebrauchtwagen, ob Leasing, Finanzierung oder Barkauf: Der Erwerb eines Fahrzeugs ist mit einigem Aufwand verbunden, der viel Papier und Dokumentenmanagement erfordert. Dass es erhebliche Einsparmöglichkeiten gibt, zeigte Janson & Even aus Paderborn bei ihrem aktuellen Projekt für die Autohäuser der Thiel Gruppe.

Für viele Händler in der Automobilbranche summiert sich die Verwaltung inzwischen zu erheblichen Kosten. So ist es trotz einer fortschreitenden Digitalisierung in vielen Bereichen immer noch aufwändig, die Daten eines Fahrzeugs mit den Angaben zum neuen Halter zu erfassen und zu verknüpfen. Um diese Anforderungen in Zukunft effizienter zu gestalten, entschloss sich die Thiel Gruppe, die gesamte Druck- und Kopiertechnik auf den Prüfstand zu stellen. An ihren vier Standorten in Paderborn, Rheda-Wiedenbrück, Schloß Neuhaus und Bad Driburg hatte sich im Laufe der Zeit eine Vielzahl von Geräten unterschiedlicher Hersteller angesammelt. Von Tintenstrahldruckern über Scanner und Faxgeräte bis hin zu analogen Kopierern war in den Filialen des Unternehmens eine heterogene und unübersichtliche Systemlandschaft anzutreffen. Nach einer Ausschreibung entschied sich Thiel für die Lösung von Janson & Even aus Paderborn. Im Vordergrund stand dabei nicht nur die räumliche Nähe, sondern vor allem das ganzheitliche Konzept der Spezialisten, das weit über die Anforderungen des Autohauses hinausging.

Technik und Service intelligent verknüpft

Die Analyse von Janson & Even ergab, dass die bisherigen Geräte nicht mehr den Anforderungen eines modernen Autohauses an die Arbeitsprozesse entsprachen. Sie verfügten lediglich über Standardfunktionen, durchschnittliche Qualität und teilweise veraltete Technik. Für Thiel stand daher die Entscheidung fest, der Empfehlung von Janson & Even zu folgen und die gesamte Druck- und Kopier-Infrastruktur auszutauschen. Dieser Weg schien zunächst radikal, wies aber rasch in die richtige Richtung.

„Mit dem neuen Konzept reduzierten wir die Hardware um fast 60 auf 156 Geräte“, beschreibt Alfons Lange, Projektleiter bei Janson & Even, die neue Lösung, bei der sogar 30 vorhandene Systeme integriert wurden. „Gleichzeitig sind mit der Einsparung viele zusätzliche Leistungen und erweiterte Funktionalitäten verbunden.“ Tatsächlich realisierten die Spezialisten aus Paderborn eine ganzheitliche





V.L.:
SVEN HEITLAND
EDV-LEITER THIEL
ELMAR MEIER
GESCHÄFTSFÜHRER JANSON & EVEN
ULRICH HOFMANN
GESCHÄFTSFÜHRER THIEL
CARSTEN LANGE
VERTRIEBSMITARBEITER
ALFONS LANGE
VERTRIEBSLEITER & PROKURIST
JANSON & EVEN
(FOTO: JANSON & EVEN)

Lösung, die die Kosten für das Drucken, Kopieren, Scannen und Faxen spürbar reduziert. Durch Geräte der neusten Generation ist Thiel nun gleichzeitig in der Lage, mit besserer Qualität und erhöhtem Funktionsumfang zu arbeiten. Das macht sich bei vielen Arbeitsabläufen bemerkbar, die mit der neuen Technik vereinfacht und beschleunigt werden. So ist es nun zum Beispiel möglich, Personalausweise und Fahrzeugscheine wesentlich bequemer zu scannen. Für die Kunden des Autohauses bedeutet das nicht zuletzt auch kürzere Wartezeiten durch eine schnellere Bearbeitung. Und auch die Mitarbeiter profitieren von den neuen Multifunktionsgeräten. Die Systeme bieten einheitliche Nutzer-Displays und erleichtern die Bedienung durch vorprogrammierte Kurzwahltasten und Einstellungen. Die automatische Überwachung der Geräte meldet den Zählerstand und Störungen direkt an das Service-Zentrum von Janson & Even. Die Mitarbeiter werden so zusätzlich von zeitaufwändigen Bagatellaufgaben entlastet.

Leistung, die mehr bewegt

Mit dem Austausch der Geräte hat sich an den Standorten der Thiel Gruppe viel verändert. Statt 214 Geräten von acht Herstellern sind nun nur noch 156 Systeme von drei Herstellern im Einsatz, die aber ein Vielfaches leisten. Das schafft Platz und spart viel Energie. Intelligent gespart wird auch beim Toner für die Druck- und Kopiersysteme. Wenn eine Nachfüllung erforderlich wird, senden die Geräte automatisch eine Bestellung an das Service-Zentrum. Die früher übliche Bevorratung entfällt. „Die ganzheitliche Lösung für die Thiel Gruppe ist ein weiteres Beispiel für die intelligente Nutzung moderner Druck- und Kopiersysteme“, erklärt Alfons Lange.

„Wir erkennen immer wieder, dass erstaunliche Einsparpotentiale mit bemerkenswerten Steigerungsraten im Hinblick auf Leistung und Effizienz einhergehen.“



Neue spezielle mobile Website

ALS MITTELSTÄNDISCHES UNTERNEHMEN IM WITTEKINDSKREIS HERFORD BESTEHEN DIE ALLIGATOR FARBWERKE SEIT NUNMEHR 50 JAHREN

Grundprinzip der Markenführung ist die innovative, umweltbewusste Marketing- und Sortimentspolitik mit der Konsequenz höchster Qualitätsstandards für Produkte und Serviceleistungen. Seit Januar 2011 präsentieren sich die Alligator Farbwerke nun mit einer speziellen mobilen Website im Internet. Nach knapp 8 Monaten gilt es, ein erstes Resümee zu ziehen. Holger Schmidt, Leiter Interactive bei der AP Design GmbH, die die mobile Website realisierte, interviewte dazu die Leiterin der Kommunikation, Manuela Beiter und den Produktmanager Uwe Gruschke.



V.L.N.R.:
UWE GRUSCHKE
PRODUKTMANAGER ALLIGATOR
MANUELA BEITER
LEITUNG KOMMUNIKATION ALLIGATOR
HOLGER SCHMIDT
LEITER INTERACTIVE AP DESIGN
(FOTO: AP DESIGN)

Frau Beiter, eine mobile Website zu realisieren ist für ein Unternehmen, das seine Produkte ausschließlich im Farbenfachhandel und über Großhändler vertreibt, auf den ersten Blick ungewöhnlich. Was war Ihre Motivation für die Umsetzung?

Manuela Beiter: In der zweistufigen Distribution sind wir kompetenter und verlässlicher Partner für unsere Kunden im Fachgroßhandel und im Handwerk. Gerade den Handwerkern wollten wir eine „praxisorientierte“ Lösung bieten, denn diese sind viel unterwegs und müssen auf der Baustelle von überall schnell Zugang zu unseren Fachinformationen erhalten. Wir sind stolz, dass wir als erstes Unternehmen der Farbenbranche Anfang 2011 mit einer mobilen Website online gehen konnten. Uwe Gruschke: Ich kann dies nur bestätigen. Wir sind mit unseren Produkten und Leistungen ein sehr innovatives Unternehmen und wollten mit speziell aufbereiteten Informationen zum Beispiel aus dem Bereich der technischen Merkblätter unseren Kunden einen besonderen Service bieten. Auch die Applikation Wärmedämmberechnung und die Händlersuche stellen einen echten Mehrwert dar.

Haben Sie von Ihren Kunden schon ein direktes Feedback erhalten?
Manuela Beiter: Ja, wir sind direkt angerufen worden. Die Fachhandwerker haben uns so unmittelbar eine positive Rückmeldung gegeben, was uns natürlich sehr gefreut hat.

Man liest viel über Smartphone Apps. Warum haben Sie sich bewusst für eine mobile Website entschieden?
Uwe Gruschke: Smartphones sind mit unterschiedlichen Betriebssystemen wie iPhone oder Android ausgestattet, da wäre die Konzentration auf ein oder wenige Betriebssysteme ineffektiv gewesen. Wir wollen und müssen alle Systeme bedienen. Zudem ist eine mobile Website deutlich günstiger zu realisieren als eine Smartphone App. Der Erfolg gibt uns zudem Recht. Die Zugriffe auf unsere „mobilen Informationen" – speziell im Produktbereich – nehmen Monat für Monat zu. Im geschützten Bereich von MyAlligator bieten wir dem Handwerker noch weiteren Zusatznutzen.

Welche Vorüberlegungen haben Sie angestellt und wie lange hat die interne Planungsphase gedauert?
Manuela Beiter: Wir haben uns speziell Gedanken zu den relevanten Inhalten gemacht. Was muss angeboten werden, welche Serviceleistung macht Sinn? Welche Information benötigt der Fachhandwerker auf der Baustelle? Das Konzept haben wir dann zusammen mit AP Design erstellt, die die Umsetzung in einer Rekordzeit von eineinhalb Monaten vorgenommen hat.

Rückblickend, würden Sie sich wieder für eine mobile Website entscheiden?
Uwe Gruschke: Stand heute würden wir das wieder machen. Zukünftigen Innovationen stehen wir immer offen gegenüber. Was unserem Kunden nutzt, das setzen wir auch um.

r@tiodata
IT-Lösungen & Services

Scan- & Dokumenten-Service | IT-Systeme & Services | Personal-Systeme & Services | Speziallösungen



PROFIS ARBEITEN AM
BESTEN MIT PROFIS.

Ratiodata - Ihr Partner
für professionelle IT-Lösungen und Services.

www.ratiodata.de





Schlanke Geschäftsprozesse

IN ZEITEN DER ZUNEHMENDEN GLOBALISIERUNG IST ES FÜR ALLE UNTERNEHMEN WICHTIG, SICH VOLL UND GANZ AUF DAS KERNGESCHÄFT KONZENTRIEREN ZU KÖNNEN

Voraussetzung hierfür ist eine qualitativ hochwertige, die Geschäftsprozesse optimal unterstützende IT-Infrastruktur. Denn der Einsatz modernster IT ist heute für den Geschäftserfolg im harten Wettbewerb unerlässlich. Die Zuverlässigkeit moderner ITK-Systeme und ihre schnelle Anpassung an neue Prozesse und Geschäftsmodelle bestimmen ganz wesentlich den Unternehmenserfolg. Die hieraus entstehenden Investitions- und Manpower-Anforderungen sowie die kontinuierliche Wartung und Pflege der gesamten Infrastruktur treiben viele, gerade auch mittelständische Unternehmen, an die Grenzen des Leistbaren.



In welcher Entwicklungsphase sich Ihr Unternehmen auch befindet, Gründung, Wachstum, Stagnation oder Krise: Stets gilt es, komplexe Veränderungsprozesse erfolgreich zu gestalten und den Bestand des Unternehmens zu sichern. Hierbei unterstützen wir Sie zielgerichtet und ergebnisorientiert. Die Kompetenz und Umsetzungserfahrung von argenus bieten Ihnen dabei maximale Sicherheit. Das Versprechen wir Ihnen!

argenus GmbH | Marktstr. 7 | 33602 Bielefeld
Tel. (0521) 55 77 15-0 | www.argenus.de

argenus
Wegweisend für unternehmerischen Erfolg

Heterogene IT-Infrastrukturen aus einer Hand betreiben

Unternehmen investieren in neue Hard- und Software primär nach deren Preis-Leistungs-Verhältnis. In der Praxis führt dies häufig zu Multivendor-Umgebungen (Produkte verschiedener Hersteller), die es auch im Service effizient zu verwaltengilt – denn sonst treten die angestrebten Vorteile bei der Wirtschaftlichkeit und Flexibilität in den Hintergrund. Effizienzverluste sind in diesem Szenario jedoch allein schon deshalb unvermeidlich, weil mehrere Hardware- und Software-Service-Anbieter koordiniert werden müssen, um den

reibungslosen Ablauf der Geschäftsprozesse in heterogenen und oft komplexen, verteilten IT-Infrastrukturen sicherzustellen. Die einzelnen Hersteller verantworten lediglich ihre eigenen Produkte und bieten unterschiedliche Service Level an. Die Gesamtverantwortung, die verschiedenen Zuständigkeiten und Service Level zu koordinieren, zu managen und zu kontrollieren liegt damit beim Kunden. Je mehr Partner und regionale Dienstleister beteiligt sind, desto aufwändiger ist diese Aufgabe. Das Dilemma ist offensichtlich: Bei genauer Betrachtung halten Investitionen in Multivendor-Umgebungen nach dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis einer langfristigen, umfassenden Kosten-Nutzen-Analyse oft nicht stand. Häufigste Schwachpunkte sind die Nichterfüllung der Verfügbarkeitsanforderungen der Geschäftsprozesse, fehlende Flexibilität bei sich änderndem Bedarf und mangelnde Wirtschaftlichkeit im Service. Es bleibt die Frage, wie ein Optimum an Wirtschaftlichkeit, Verfügbarkeit und Flexibilität in heterogenen IT-Infrastrukturen erzielt werden kann. Wenn trotz wachsender strategischer Bedeutung der Eigenbetrieb Ihrer IT-Umgebung für Sie immer schwieriger wird, ist es sinnvoll, IT-Funktionen einem kompetenten Partner anzuvertrauen. „Durch Outsourcing schafft man Möglichkeiten zur Optimierung von Unternehmensfunktionen und -prozessen durch die Beauftragung von externen Dienstleistern mit Leistungen, die vordem durch unternehmensinterne Funktionseinheiten erbracht worden sind“, so Hermann Hermeling, Bereichsleiter Finance/ DMS/IT-Infrastruktur der Cobus ConCept GmbH.

Eingebettet in ein maßgeschneidertes Maintenance-Konzept mit individuellen Service-Zeiten sowie Reaktions- und Wiederherstellzeiten bis zu vier Stunden, bieten Managed Maintenance Services eine Lösung, die exakt auf die Erfordernisse der Geschäftsprozesse zugeschnitten ist. Dies führt insgesamt zu einem deutlich verringerten Fehleraufkommen und erheblich schnellerer Entstörung infolge der Selbstheilung.

Zuverlässige Services sind die Grundlage für einen leistungsfähigen IT-Betrieb. Dabei gilt, einfach aber wahr: Vorbeugen ist besser, als im Fehlerfall zu reparieren. Um die gewünschte Verfügbarkeit besonders wirtschaftlich zu erreichen, konzentriert sich Cobus ConCept auf einen Mix aus proaktiven und reaktiven Maßnahmen. Die proaktive Maintenance für Hardware und Software-Produkte umfasst Softwarepflege, Performance-Analysen und die Systemüberwachung auf Basis definierter Kennzahlen. Somit wird frühzeitig sichergestellt, dass Fehler nicht zu Ausfällen der IT-Infrastruktur führen.

Höhere Flexibilität bei geringeren Kosten

Entlasten Sie sich von peripheren Geschäftsprozessen, bündeln Sie Ihre wettbewerbsrelevanten Kompetenzen und investieren Sie das freigesetzte Kapital für die Realisierung Ihrer Unternehmensziele. Das schont Ihre Liquidität, vermeidet Produktivitätseinbußen durch fehlende Kapazität und bietet Ihnen die Möglichkeit, über eine Abrechnung nach Applikation und Nutzer die IT-Aufwendungen kontinuierlich und flexibel an Ihren Geschäftsverlauf anzupassen.

So können Sie zeitnah, effektiv und unmittelbar kostenwirksam auf Marktveränderungen wie Wachstum oder Konsolidierungsdruck reagieren.



Microsoft TOP 2 Partner



VORSTAND DER MODUS CONSULT AG (V.L.N.R.):
MARTIN SCHILDMACHER
GERD ELBRÄCHTER
KLAUS WAGNER
(FOTO: MODUS CONSULT AG)

GLEICH MEHRERE AUSZEICHNUNGEN FÜR DEN TOP MICROSOFT PARTNER MODUS CONSULT BEI DER MICROSOFT WORLDWIDE PARTNERKONFERENZ 2011 IN LOS ANGELES

Das Softwarehaus blickt auf eine spannende und erfolgreiche Zeit. Die hohen Qualitätsstandards und die überzeugenden Kundenreferenzen haben Modus Consult nicht nur zum TOP 2 Partner in Deutschland gemacht, sondern auch eine erneute Einberufung in den Inner Circle und Microsoft Dynamics President´s Club bewirkt.

Vorstandsmitglied Gerd Elbrächter ist stolz auf die Leistung seiner Mitarbeiter. Dies sei eine herausragende Auszeichnung, die das Unternehmen als Motivation für das folgende Microsoft Geschäftsjahr nehmen würde. Die Fokussierung auf schlanke, branchenbezogene und userfreundliche ERP-Funktionalitäten für den Mittelstand habe sich als erfolgreiche Strategie bewährt.

Microsoft zeichnet Modus Consult für überragende Vertriebsleistungen und einen außergewöhnlichen Kundenservice sowie vorbildliches Engagement aus.

Das Wachstum des Unternehmens kann man unter anderem am Hauptsitz des Unternehmens in Gütersloh verfolgen. Hier erweitert sich das Unternehmen momentan mit einem weiteren Gebäude mit Platz für mehr als 80 Mitarbeiter in der James-Watt-Straße. Den aktuellen Status des Baus kann man auf der Homepage des Unternehmens verfolgen.

Die Modus Consult AG ist ein internationaler ERP-Anbieter, der die Standardsoftware Microsoft Dynamics zu eigenen Produkten weiterentwickelt. Als Branchenexperte beschäftigt das Softwarehaus Mitarbeiter aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittelindustrie, Maschinen- und Anlagenbau, Fertigungsindustrie, Holz- und Möbelindustrie, Baugewerbe und Kunststoff verarbeitende Industrie. Für diese Branchen wurden spezielle ERP- Software Lösungen entwickelt, die auf die Herausforderungen der jeweiligen Branche zugeschnitten sind und ständig aktualisiert und erweitert werden.


Das besondere Geschenk!
Jahresweiser 2012 – 2021
Exklusiver Tagebuchkalender
mit Ihrem Logo
Ledereinband, Goldschnitt
Medien-Service Wiermer
Exklusive Papier-Produkte
Gutenbergstraße 3 · D-48341 Altenberge
☎ (0 25 05) 93 08-0 · (0 25 05) 93 08-44
info@wiermer.de · www.wiermer.de

Bedrohungen durch mobile Geräte

SOFTWARE SCHÜTZT KUNDENDATEN UND FIRMENIMAGE

Mobile Geräte sind in der heutigen Computerwelt ständig präsent. Der USB-Standard hat es möglich gemacht, ein breites Spektrum von Geräten an jeden Computer anzuschließen. Wenn bei dieser Anwendung allerdings Kundendaten gestohlen oder kompromittiert werden, kann das weitreichende Folgen haben: Schadenersatzansprüche der Betroffenen und ein Vertrauensverlust bei den eigenen Kunden und in der Öffentlichkeit.

Das Diebstahlrisiko besteht zum Beispiel, wenn Angestellte Daten auf einen USB-Stick oder eine Wechselfestplatte kopieren, um sie an Geschäftspartner weiterzugeben oder zu Hause eine Ausschreibung vorzubereiten. Damit Daten nicht gestohlen werden oder verloren gehen, lassen sich mobile Geräte mittlerweile effektiv schützen. Eine spezielle Vorrichtung hilft dabei, Daten zu verschlüsseln: Kein anderer, der das Gerät findet, kann auf die Daten zugreifen. Systemhäuser, die sich auf den Bereich IT-Sicherheit spezialisiert haben, bieten Unternehmen eine umfassende Beratung und zeigen konkrete Maßnahmen und Lösungen auf, um die Sicherheit in einem angemessenen Kosten-/Nutzenverhältnis zu erhöhen. „Wir empfehlen eine mehrstufige Lösung, die kostengünstig realisiert werden kann“, erklärt Dr. Norbert Schulz, Geschäftsführer der Bremer Kommunikationstechnik GmbH. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Bremen führt seit April diesen Jahres das Systemhausgeschäft von Eggenet als eigenständige Marke mit einer Niederlassung am Standort Paderborn weiter.

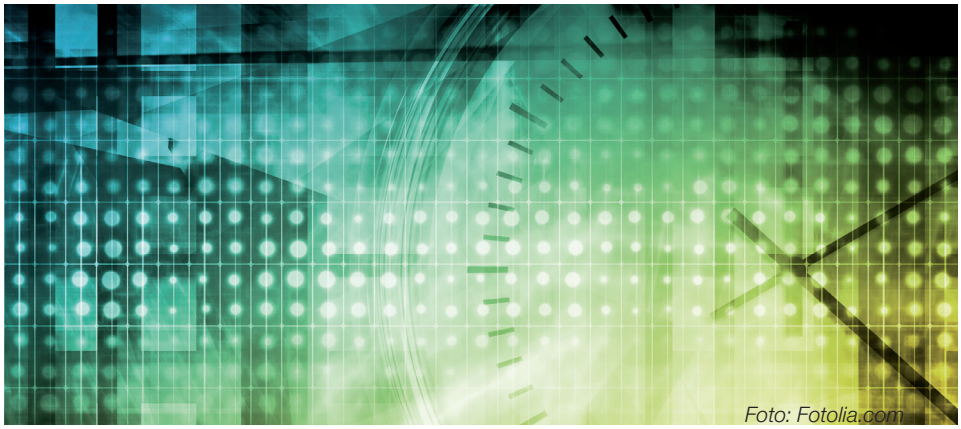
„Am Netzwerkübergang zum Internet bietet sich eine sogenannte Unified Threat Management-Lösung (UTM) an, die verschiedene Funktionen wie zum Beispiel Firewall, Antivirus, Spam- und Content-Filter in einem Gerät vereint“, so Schulz. Ziel der UTM ist es, Sicherheit für das gesamte Netzwerk zu erlangen. Um unkontrolliertes Verlassen von wichtigen Unternehmensdaten zu unterbinden, lässt sich eine sogenannte integrierte DLP-Engine (Data Leakage Prevention) einsetzen. Diese blockt mit Zeitstempel und digitalem Wasserzeichen versehene Verzeichnisse und Dokumente bei dem Versuch, das interne Netz zu verlassen. Aber auch das Endgerät ist ausreichend zu sichern. „Modernste Sicherheitslösungen für das Endgerät schützen Daten umfassend vor Diebstahl und ungewollter Verwendung“, erklärt Schulz. Es handelt sich dabei um integrierte Sicherheitslösungen unter anderem mit Verschlüsselung, Schnittstellen- und Applikationskontrolle sowie Antivirus. Die Lösung schützt proaktiv, überwacht und dokumentiert. Eine Kontrolle aller Schnittstellen wie USB oder Bluetooth verhindert absichtlichen oder unabsichtlichen Datentransfer. Dabei verspricht zum Beispiel der deutsche Hersteller Center Tools für das Produkt DriveLock, dass die rechtssichere Nachvollziehbarkeit sowie die Einhaltung aller rechtlichen Vorgaben jederzeit gewährleistet sind.



DR. NORBERT SCHULZ
GESCHÄFTSFÜHRER
BREMER KOMMUNIKATIONSTECHNIK GMBH
(FOTO: BREKOM)

AP|Design
CONCEPT. PRINT. INTERACTIVE.
Internet-Agentur
Mehr als Sie erwarten!
Werbe- & Internetagentur | FON 05226.9717-0
www.apdesign.de

Sicherheit bei Tag und Nacht


Foto: Fotolia.com

ANERKANNTER UND GEPRÜFTER SCHUTZ

Der Schutz von Haus und Gewerbeobjekten geht stets einher mit dem Schutz von Leben und Sachwerten. Demnach sollte bei der Wahl eines Gefahrenmeldesystems das zentrale Kriterium sein, ob es sich bei dem ausgewählten System um ein geprüftes und zuverlässiges Produkt handelt. Die Planung und Projektierung der gewählten Sicherheitslösung sollte grundsätzlich durch vom Verband der Schadensversicherer (VdS) anerkannte Fachbetriebe erfolgen. Diese Anforderung erscheint umso relevanter, führt man sich vor Augen, dass die Komponenten eines Gefahrenmeldesystems über Jahre hinweg, 24 Stunden täglich, in Funktion sind, um eines zu leisten: im entscheidenden Moment das Alarmsignal abzugeben und dadurch Leben und Existenzen zu retten. Deshalb muss ein solches System zu jedem Zeitpunkt höchste Anforderungen an Qualität, Betriebssicherheit und Zuverlässigkeit erfüllen können. Denn im Unterschied zu Computer und Handy kann hier ein unbemerkter Ausfall in der entscheidenden Situation wie Notruf, Einbruch oder Brand verheerende Folgen haben. Anhaltende Einbruchserien im Privat- und Gewerbebereich und die erhebliche Steigerung von Brandschäden in Privathaushalten weisen auf die Bedeutung präventiver Schutzmaßnahmen hin. Ein Einbruch oder Brandschaden bedeutet für die Opfer oft eine existentielle Notsituation, deren psychologische Nachwirkungen meist schwerwiegender sind als der Verlust materieller und ideeller Sachwerte. Sicherungssysteme der Firma MAB Meldeanlagenbau GmbH, bieten verbriefte Sicherheit für den privaten und industriellen Bereich, anerkannt durch den VdS für die verschiedenen Gefahrenklassen A, B, C und H. Darüber hinaus bieten die Sicherheitssysteme durch ihre vielseitigen Variationsmöglichkeiten Schutz vor Feuer, Einbruch, Überfall, Gas und Wasser. Gleichzeitig ermöglichen sie den Personennotruf sowie eine Zutrittskontrolle. Voraussetzung für den vielseitigen Einsatz ist der modulare Aufbau, der es möglich macht, im Baukastensystem nach dem jeweiligen, individuellen Bedarf zu planen und zu ergänzen. So gibt es die Möglichkeit, die eigenen vier Wände bei Abwesenheit durch Bewegungsmelder zu schützen. Befinden sich pflegebedürftige Angehörige oder ältere Menschen im Haus, kann das System durch eine Notruffunktion ergänzt werden. Durch einen Knopfdruck wird so schnelle Hilfe geordert. Diese Funktion macht es natürlich auch möglich, bei Einbruch oder Überfall einen stillen Alarm abzusetzen. Ein solches Gefahrenmeldesystem kann jederzeit nach den individuellen Anforderungen modifiziert werden und zieht bei Bedarf mit um. Die Installation eines solchen Gefahrenmeldesystems stellt zweifelsohne eine wichtige und sinnvolle Investition zum Schutz vor Schaden an Mensch und Sachwerten dar.

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

Katastrophenschutz setzt auf Life is simple



MÜNSTERISCHES UNTERNEHMEN GEWINNT BUNDESWEITE AUSSCHREIBUNG ÜBER HANDFUNKGERÄTE

Großauftrag für die Life is simple GmbH & Co. KG:

Die münsterischen Experten für Rettungsdienst-Ausstattung haben jetzt eine Ausschreibung des Bundesamts für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe gewonnen. In den kommenden zwei Jahren liefert das Unternehmen der Behörde mehr als 500 Handsprechfunkgeräte für den Einbau in Fahrzeuge des Katastrophenschutzes. Enthalten ist im Auftrag auch bereits eine Option über die Lieferung weiterer 660 Geräte.

„Wir freuen uns sehr, dass wir als junges und vergleichsweise kleines Unternehmen einen Auftrag von solcher Größenordnung und Bedeutung erhalten haben“, sagt Philipp R. Lührs, der die Firma gemeinsam mit Dr. Jan Rotermund seit dem Jahr 2003 führt. Seinerzeit hatten die beiden Münsteraner ihr Unternehmen in einer Studentenwohnung gegründet.

Inzwischen ist Life is simple mit einem 400 Quadratmeter großen Ladengeschäft an der Jüdefelderstraße 37–38 in Münster ansässig und beschäftigt insgesamt 14 Mitarbeiter. „Seit unserer Gründung sind wir kontinuierlich gewachsen und haben das Angebot an Produkten für Rettungsdienste, Feuerwehren und Polizei immer weiter ausgebaut“, erklärt Lührs. Zur Produktpalette zählen heute unter anderem Bekleidung, Schuhe, Taschen und Funktechnik.

Das nun im Rahmen des Großauftrags vom Bundesamt geordnete Handfunkgerät LIS2011 FuG11b ist eins von drei Modellen, für das Life is simple Anfang 2011 offiziell die Zulassung für den Einsatz in Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben (BOS) erhalten hatte. „Umso mehr waren wir begeistert, so schnell den Zuschlag für eine Großlieferung zu bekommen“, sagt Philipp R. Lührs.



FOTO OBEN:
DIE LIFE IS SIMPLE GMBH & CO. KG LIEFERT DEM BUNDESAMT FÜR BEVÖLKERUNGSSCHUTZ UND KATASTROPHENHILFE MEHR ALS 500 2M-BOS-HANDFUNKGERÄTE VOM TYP LIS2011 FUG11B

FOTO UNTEN (V.L.N.R.):
DR. JAN ROTERMUND
PHILIPP R. LÜHRS
(FOTOS: LIFE IS SIMPLE GMBH & CO. KG)



KLEIN · GREVE · DIETRICH
RECHTSANWÄLTE

Kolja Mischok
Fachanwalt für Transport- und Speditionsrechtsrecht
Fachanwalt für Versicherungsrecht
Einer von uns für Sie.

Detmolder Str. 10 | 33604 Bielefeld | Tel. (0521) 964 68-0 | www.kgd-anwalt.de

Technische Warensicherungen

ALLEIN IM LETZTEN JAHR WURDEN IN DEUTSCHLAND WAREN IM WERT VON ÜBER 4 MILLIARDEN EURO GESTOHLEN

Neben der regelmäßigen Schulung aller Mitarbeiter (mindestens einmal pro Jahr), haben sich Warensicherungsanlagen zur Abschreckung von Ladendiebstahl immer mehr durchgesetzt. Das Problem für den Händler ist, das „richtige“ und passende System zu finden und Vor- und Nachteile dieser Systeme zu kennen.

MAB
MELDEANLAGENBAU GMBH
ALARMSYSTEME
Hotline:
05402 - 98430

Einbruchmelde-systeme
Brandmelde-systeme
Zutrittskontroll-systeme
Videoüberwachungs-technik
Sicherheitsschließ-technik

MAB ist gerne auch Ihr Partner!
www.meldeanlagenbau.de

Elektronische Artikelsicherung (EAS)

Auf dem Markt haben sich unterschiedliche Systeme der EAS etabliert, die nach verschiedenen technischen Verfahren arbeiten. Das Funktionsprinzip ist im Grundsatz bei allen gleich. Die Artikel werden durch Spezialetiketten gesichert. Diese Etiketten können durch das Personal entfernt bzw. deaktiviert werden. Sobald ein Kunde versucht, mit unbezahlter Ware den Laden zu verlassen, wird ein Alarm ausgelöst. Als Sicherungsetiketten kommen je nach verwendeter Grundtechnik Hart- oder Klebeetiketten in Betracht. Diese werden mit einem speziellen Verschluss und Spezialnadeln an der Ware befestigt. Das gefahrlose und beschädigungsfreie Entfernen der Sicherungsetiketten vom Produkt ist nur mit einem speziellem Gerät, zum Beispiel mit Spezialmagneten, oder elektronischen Lösezangen möglich. Dazu gibt es verschiedenartige Möglichkeiten der Entwertung, entweder sind diese direkt in oder an der Kasse eingebaut oder man entfernt die Sicherungsetiketten mit einem Handgerät. Alle Systeme bestehen in der Regel aus Sicherungsetiketten, die an den Artikeln befestigt werden und aus Empfangseinrichtungen (Schleusen), die an Ein- und Ausgängen bzw. Abteilungsgrenzen angeordnet sind.

Radio-Frequenz-Technik

Bei der Radio-Frequenz-Technik wird durch Sende- und Empfangstechnik ein räumlich begrenztes Radiofrequenzfeld erzeugt. Für die Auslösung des Alarms kommen Ein- oder Mehrantennensysteme in Frage. Beim Einantennensystem sind Sender und Empfänger kombiniert untergebracht. Damit lassen sich bei Mittelstellung der Antenne Ausgänge in Abhängigkeit der eingesetzten Etiketten bis zu einer Durchgangsbreite von 2,40 Meter absichern. Aus technischen Gründen ist eine Aneinanderreihung des Einantennensystems nicht möglich, so das bei größeren Durchgangsbreiten getrennte Sende- und Empfangsantennen montiert werden müssen. Hier lassen sich Ausgänge von 10 und mehr Metern mit vielen Antennen überwachen. Für die Warensi-

cherung kommen alle gängigen Etikettenarten wie Hart-, Soft- und Papieretiketten in Frage. Die Detektion lässt sich weder durch Körperabschirmung noch durch dicke Taschen vermeiden. Metallische Waren lassen sich nicht absichern, da hier die Radiowellen eliminiert werden. Die RF-Technik hat eine durchschnittliche Detektionsrate, d.h. eine gute Auslösequalität und ist universell einsetzbar.

Elektromagnetische Technik (EM)

Sie basiert auf dem Metalldetektionsprinzip. Ein ausgewähltes Metall sowie eine spezielle Codierung werden von der Elektronik erkannt und lösen einen Alarm aus. Der Nachteil ist die geringe Durchgangsbreite des Antennensystems von 0,8 bis 1 Meter, da Fluchtverordnungen heute Durchgangsbreiten von zwei Metern vorschreiben. Bei einem Einsatz von drei Antennen kann die Durchgangsbreite auf max. zwei Metern ausgedehnt werden. Als Sicherungselemente kommen Hartetiketten, bevorzugt Papierklebeetiketten, in unterschiedlichsten Formen zum Einsatz. Der Vorteil der EM-Technik liegt in der guten Erkennungs- und Auslösungsqualität sowie der universellen Einsetzbarkeit. Metallische Gegenstände können bedingt mittels EM-Technik gesichert werden.

Akustomagnetische Technik (AM)

Bei der akustomagnetischen Technologie senden die Antennen im Ausgangsbereich Ultraschall-Schwingungen aus. Die Hart- bzw. Klebeetiketten enthalten zwei dünne Metallplättchen, die von den Antennen in Eigenschwingungen versetzt werden. Das Sicherungssystem erkennt diese Schwingungen des Etiketts innerhalb einer Erfassungsbreite und gibt Alarm. Die Durchgangsbreite beträgt bei allen (zum Beispiel von ADT) bis zu 2,40 Meter mit vertikal installierten Antennen. Eine Aneinanderreihung mehrerer Systeme für beliebig größere Durchgangsbreiten ist möglich. Mit Bodenantennensystemen können unendlich breite Ausgänge abgedeckt werden. Der geringe Installationsaufwand, die gute Auslösequalität sowie relativ kleine bzw. leichte Etiketten sind als Vorteile herauszustellen. Durch die einzigartige Beschaffenheit der Etiketten ist diese Technologie nahezu fehlerfrei bei hindurch getragenen Waren. Mit den kleinen Klebeetiketten können nahezu alle Warenbereiche gesichert werden. Selbst in metallhaltigen Verpackungen löst diese Technologie einen Alarm im EAS System aus.

Die EAS-Systeme in Vergleich

Die Entscheidung für ein bestimmtes System ist abhängig von der Sicherungsaufgabe, der Warengruppe, dem Kosten-/ Nutzenaspekt, den betrieblichen und baulichen Gegebenheiten und insbesondere von den technischen Anforderungen, die der Händler an das System stellt.



HANS-GÜNTHER LEMKE
TRAINING FÜR FÜHRUNG UND VERKAUF SEIT 1998
(FOTO: PRIVAT)



Zaun- und Torsysteme
• Gitterzäune
• Exklusivzäune
• Sichtschutzzäune
• Schiebetore
• Schranken
• Drehkreuze
Besuchen Sie unsere Muster-Ausstellung!
Öffnungszeiten Mo. - Fr. 8.00 bis 18.00 Uhr | Sa. 8.00 bis 12.00 Uhr
Wortstraße 34-36 | 33397 Rietberg-Varensell | Tel. +49 5244 9301-70 | info@growi.de | www.growi.de
Großewinkelmann GmbH & Co. KG

Surfbrett und Tapetenkleister



SURFEN AUF DER PERFEKTEN WELLE, WENN ES UM LOGISTISCHE DIENSTLEISTUNGEN GEHT:
LARS FUHRMEISTER
LEITER AIR & SEA
EDITA RADONCIC
AIR & SEA CARGO MANAGERIN
HARTMANN INTERNATIONAL
(FOTOS: HARTMANN INTERNATIONAL GMBH & CO. KG)

HARTMANN INTERNATIONAL UNTERSTÜTZT AMERIKANISCHE HANDELSGESELLSCHAFT BEI DER EINRICHTUNG VON 36 GESCHÄFTEN IN GANZ EUROPA

Wenn die in den USA verschifften Container in Paderborn ankommen, ist Edita Radoncic von der Hartmann International GmbH & Co. KG voll in ihrem Element. Die 31-jährige Kauffrau für Speditions- und Logistikdienstleistungen betreut ein außergewöhnliches Projekt, das unzählige Facetten von logistischen Aufgaben beinhaltet. Eine amerikanische Textilhandelsgesellschaft hat Hartmann International beauftragt, sich um die Anlieferung von Ladeneinrichtungen zu kümmern, um in 2011 in Europa rund 36 Geschäfte mit Mobiliar zu bestücken, davon die meisten in Deutschland. Edita Radoncic ist für das Projektmanagement verantwortlich und seit Beginn der Aufgabe im Juli 2010 ständig im Auftrag des Kunden unterwegs. Das amerikanische Konzept ist bis ins Detail ausgeklügelt und so werden alle für die Läden benötigten Materialien aus den USA zunächst nach Rotterdam verschifft. Der Logistikspezialist Unigroup UTS Planes aus den USA koordiniert diese Aufgabe. Das Unternehmen ist ein langjähriger Geschäftspartner von Hartmann. Im Bereich der Umzüge kooperieren die Unternehmen häufig miteinander.

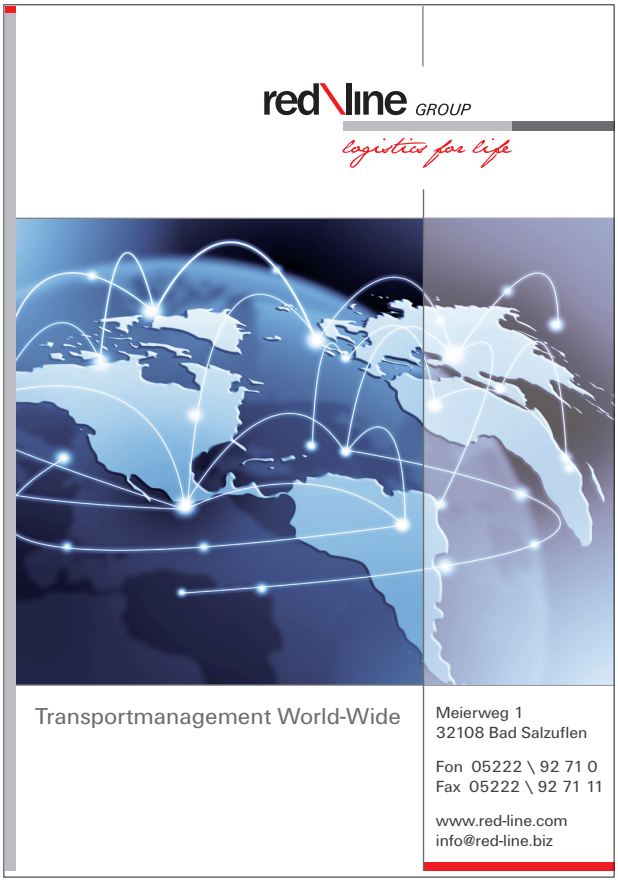
Anschließend transportiert Hartmann die Container in das Logistiklager nach Paderborn. Hier werden die Inhalte geprüft und eingelagert. Pro Geschäft sind 130 Kubikmeter Mobiliar in zwei 40-Zoll-Containern verstaut: Warenregale, Auslagetische, Lampen, Teppiche, Dekorationsgegenstände wie Surfbretter, aber auch



HARTMANN-GEBÄUDEKOMPLEX
IN DER DÄMMERUNG

Laminat, Fliesen, Tapeten bis hin zum Tapetenkleister – alles wird aus Amerika importiert, damit gewährleistet ist, dass jeder Laden später die gleich Handschrift trägt. Für Mobiliar und alle Baumaterialien stellt Hartmann International für alle Geschäfte insgesamt über 10.000 Quadratmeter Lagerfläche zur Verfügung. Von hier werden die Materialien nach und nach abgerufen.

Im Durchschnitt liegt die Verkaufsfläche der Geschäfte bei rund 100 – 150 Quadratmetern. Innerhalb von drei bis sechs Monaten verwandeln Ladenbauer und Handwerker die Räume in den so typischen Look, für das diese Bekleidungsgeschäfte bekannt sind. Der akribische Projektplan ist dabei für Edita Radoncic wie ein Fahrplan: Wann müssen die Fliesen angeliefert werden? Wann die Leuchttechnik? Und zu welchem Zeitpunkt muss das Mobiliar an Ort und Stelle sein? Diese „just-in-sequence“-Aufgabe erfordert eine kontinuierliche Abstimmung mit dem Projektbüro, das die baulichen Maßnahmen betreut. Am sogenannten „Fixturetag“ liefert das Hartmann-Team dann das Mobiliar an: und zwar nach einen vorgegebenen Plan. Alle Möbel sind etikettiert. Im Grundriss sind alle Standorte verzeichnet und da muss jeder Handgriff sitzen, damit die Einrichtungsgegenstände später nicht mühsam noch mal versetzt werden müssen. „Diese Projektlogistik erfordert ein breites Spektrum an Fähigkeiten. Bei Hartmann sind wir so aufgestellt, dass wir diese Aufgabe gut bewältigen können“, so die Spezialistin für Luft- und Seefracht. Sie genießt das volle Vertrauen des amerikanischen Unternehmens als externe Projektmanagerin. Edita Radoncic hat in Deutschland und vielen anderen Ländern Europas alles im Griff: ob Frankfurt, Leipzig oder Ludwigsburg, ob Rom oder Madrid. Sie genießt als externe Projektmanagerin das volle Vertrauen des amerikanischen Kunden. Darum darf sie nun im Herbst 2011 die Errichtung des ersten Geschäftes des Textilhändlers in Singapur betreuen.





„Weiterbildung ist eine wichtige Investition in die Zukunft“

ENGAGIERTE LOGISTIK-UNTERNEHMEN BILDEN DAS QUALIFIZIERUNGS-NETZWERK LOGISTIQ

Trotz des drohenden Fachkräftemangels bleibt das Thema „Weiterbildung“ in vielen Betrieben ein Lippenbekenntnis. Positive Zeichen setzen jetzt vier engagierte Logistik-Unternehmen:

Sie haben sich zu einem branchenspezifischen Qualifizierungs-Netzwerk zusammengeschlossen. Im Verbund wird man sich langfristig und kontinuierlich der Weiterbildung widmen und dabei Synergie-Effekte nutzen.

Qualifizierung und Erfahrungsaustausch: die Nutzen-Aspekte des Verbundes

Die eigenen Mitarbeiter konsequent weiterzubilden und intern qualifizierten Nachwuchs aufzubauen: Darin sehen die Unternehmen zentrale Herausforderungen angesichts des zukünftig drohenden Fachkräftemangels. Thomas Hoffmann, Geschäftsleiter bei Drost Logistics, Karsten Hollenhorst, Inhaber der Hollenhorst Speditionsgesellschaft, Christian Moll,

Geschäftsführender Gesellschafter der Spedition Moll und Hendrik Ose, Leiter Personal und Marketing bei Nellen & Quack – THE GREEN LINE sind sich einig: Im Verbund ist die betriebliche Weiterbildung bedarfsgerechter und wirtschaftlicher zu realisieren. So nutzen sie gemeinsam die Leistungen eines externen Personalentwicklers und tauschen sich bei regelmäßigen Verbund-Treffen über branchenspezifischen Qualifizierungsbedarf und verschiedene Personalentwicklungsinstrumente aus. Die Erfolge der Initiative sind bereits heute spürbar: Die Zufriedenheit der Mitarbeiter steigt – und damit auch die Attraktivität der engagierten Unternehmen als Arbeitgeber.

Start des Qualifizierungsverbundes als Modellprojekt

Die Qualifizierungsoffensive der Logistiker startete als Modellprojekt der Arbeitsagentur Coesfeld in den Kreisen Coesfeld und Borken: Von November 2009 bis Februar 2011 nahmen 17 Unternehmen an einem Qualifizierungsverbund teil. „Ein Qualifizierungsverbund ist ein regionaler Zusammenschluss von Unternehmen einer Branche mit dem Ziel, gemeinsam bedarfsgerechte Schulungen zu planen und durchzuführen“, erläutert Christian Beckhelling vom Institut für Unternehmensentwicklung bei der Akademie Überlingen, die mit der Weiterbildungsberatung und dem Verbundmanagement betraut war. Die Akademie trat dabei als Mittler zwischen den teilnehmenden Betrieben und den Bildungsträgern auf. „Zuerst haben wir bei allen Teilnehmern den Weiterbildungsbedarf analysiert“, beschreibt Beckhelling den Prozess. „Auf dieser Basis haben wir Anbieter ausgesucht und maßgeschneiderte Qualifizierungsangebote zusammengestellt.“

Als das Modellprojekt im Frühjahr auslief, entschlossen sich vier der beteiligten Logistik-Unternehmen gemeinsame Qualifizierungsmaßnahmen weiter zu realisieren und sich über branchenspezifischen Anforderungen an Personalentwicklungen regelmäßig auszutauschen. Christian Beckhelling freut sich darauf, diese Unternehmen auch zukünftig zu beraten und auch bei der Umsetzung von Qualifizierungs- und Personalentwicklungsmaßnahmen im Unternehmen direkt zu unterstützen. „Natürlich kostet Weiterbildung erst einmal Zeit und Geld“, kommentiert Christian Moll von der Spedition Moll mit Sitz in Dülmen, die Beteiligung seines Unternehmens, „aber dieser Aufwand lohnt sich: Weiterbildung ist eine wichtige Investition in die Zukunft.“

V.L.N.R.:
CHRISTIAN MOLL
TIM SCHILD
CHRISTIAN BECKHELLING
THOMAS HOFFMANN
HENRIK OSE
(FOTO: SPEDITION MOLL GMBH)



Jakowatz auf Erfolgskurs

PERFEKT ZUM ZIEL. ZUVERLÄSSIG, SICHER, EUROPAWEIT. UNTER DIESEM MOTTO IST DIE JAKOWATZ TRANSPORTE GMBH & CO. KG SEIT 25 JAHREN EIN BELIEBTER PARTNER DES SPEDITIONSGEWERBES

Im Jahr 1986 wurde das Unternehmen gegründet. Seitdem hat sich Jakowatz stetig vergrößert und sich dabei konsequent nach den Bedürfnissen seiner Kunden gerichtet. So kann das Unternehmen heute auf eine 25-jährige Erfolgsgeschichte zurückblicken. Der Allrounder mit einem umfangreichen Leistungsangebot agiert bislang überwiegend als Lieferant für namhafte Speditionen. Die Kunden schätzen den hohen Qualitätsanspruch und die Zuverlässigkeit des Bünder Unternehmens, das mit knapp 40 Mitarbeitern vor allem im Fern-, aber auch im Nahverkehr für verschiedene Branchen unterwegs ist.

Herzstück des Unternehmens sind der moderne Fuhrpark und das kompetente Team aus hervorragend ausgebildeten Fahrern, die sich durch kontinuierliche Weiterbildungen stets auf dem neuesten Stand halten. Regelmäßige Verkehrssicherheitstrainings und die strikte Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben sorgen für ein hohes Maß an Sicherheit – eine Selbstverständlichkeit für das Bünder Unternehmen, in dem Professionalität großgeschrieben wird. Jakowatz' Fahrer punkten darüber hinaus mit ADR-Bescheinigungen für Gefahrguttransporte aller Klassen, sie dürfen also auch explosive und radioaktive Stoffe transportieren. Eine herausragende Besonderheit ist die hauseigene Gefahrgutbeauftragte; mit ihrem speziellen Know-how unterstützt sie nicht nur die Mitarbeiter, sondern berät auch die Kunden.

Der leistungsfähige Fuhrpark mit über 25 Zugmaschinen besteht aus modernen, sicheren Fahrzeugen, die maximal drei Jahre alt sind. Vom Koffer- und Planenauflieger über 7,5 t Kofferfahrzeuge mit Hebebühne bis hin zum 3,5 t Sprinter gibt es für jede Anforderung das passende Fahrzeug. Außerdem verfügt Jakowatz über Kühlauflieger, um Transporte für die Lebensmittelindustrie durchführen zu können. Alle Fahrzeuge sind mit GPS-System ausgestattet. So sind Kunde und Transportunternehmen jederzeit informiert, wo sich die Ware gerade befindet und wann sie an ihrem Bestimmungsort ankommt. Dieser verlässliche und komfortable Informationsservice ist für Jakowatz selbstverständlich. Gut ausgebildete Fahrer, moderner Fuhrpark, ADR-Scheine und jahrelanges Know-how – die Kombination dieser Pluspunkte ist es, die Jakowatz Transporte so besonders macht.

Durch seine Professionalität und den hohen Qualitätsanspruch ist das Bünder Unternehmen im Markt gut aufgestellt. Trotz des enormen Preisdrucks in der



BLICKEN AUF DIE ERFOLGSGESCHICHTE ZURÜCK: DAS HEUTIGE JAKOWATZ-TEAM (FOTO: JAKOWATZ TRANSPORTE GMBH & CO. KG)

Branche sind Qualität und Zuverlässigkeit gefragter denn je. Für Jakowatz eine gute Ausgangsbasis, künftig stärker als Spedition mit eigenen Kunden, insbesondere aus der Lebensmittelindustrie, aufzutreten. Ob in Deutschland oder Europa – mit optimal geschultem Personal und technisch bestens ausgerüsteten Fahrzeugen bringt Jakowatz die ihm anvertrauten Güter sicher und zuverlässig ans Ziel.



Mit Kollegen und Freunden feiern



BETRIEBS- UND WEIHNACHTSFESTE IM DORF MÜNSTERLAND

Immer mehr Firmen nutzen das vielseitige Angebot im Legdener Dorf Münsterland auch für ihre Betriebs- und Weihnachtsfeiern. Beliebte Termine dafür sind zum Beispiel der jährliche „Winterschmaus“, die saisonalen Drei-Gänge-Menüs oder die seit fünf Jahren stattfindende Lichtblicke Gala.

Beim „Winterschmaus“ gibt es jeden Freitag neben wechselnden Stargästen ein All-Inclusive-Schlemmerbuffet. 2011 startet das Programm am 21. Oktober und geht bis zum 16. Dezember. In der Festscheune können sich die Gäste ab 19 Uhr mit warmen und kalten Köstlichkeiten verwöhnen lassen. Eine vielfältige Getränkeauswahl ist bis 1 Uhr im Preis von 39,50 Euro für Damen und 44 Euro für Herren inbegriffen. In diesem Jahr begleiten neben weiteren bekannten Künstlern auch Olaf Henning, Bo Shannon, Sascha Klaar und de Nüggele die „All-In-Saison“. An sechs Terminen im Oktober (7./8./9. und 14./15./16. Oktober) wird die JASS-Concert-Band ihr Publikum im Audimaxx begeistern. Eingebettet in eine Show aus Bühne, Musik, Choreographie und moderner Showtechnik präsentiert das 60-köpfige Unterhaltungsorchester die bekanntesten Rock Legenden der letzten Jahrzehnte. Elf brillante Sängerinnen und Sänger wurden hierfür in einem professionellen Casting ausgewählt und in das Ensemble der JASS-Concert-Band aufgenommen. Kombiniert mit dem saisonalen Drei-Gänge-Menü oder einem Buffet sind auch diese Termine für ein Betriebsfest bestens geeignet. Interessenten sollten bald buchen, da der Vorverkauf bereits läuft.

Am 3. Dezember findet zum fünften Mal die große Gala zugunsten der Aktion Lichtblicke e.V. statt. Die Veranstaltungshalle Audimaxx präsentiert sich hierfür wieder im glamourösen Gewand. Neben dem Gala-Buffet gibt es ein hochkarätiges Showprogramm. Künstler präsentieren Akrobatik, Comedy, Showtanz und





FOTOS: HOTEL UND FREIZEITPARK DORF MÜNSTERLAND BETRIEBS-GMBH

Entertainment auf hohem Niveau. Durch den Abend führen die bekannten Moderatoren von Radio WMW. Die Ticketnachfrage ist bereits sehr groß. Der Arrangementpreis beträgt inklusive Galabuffet 39,00 Euro. Zehn Euro davon fließen direkt in die Spendenaktion. Im Dorf Münsterland können auf insgesamt 137.000 qm bis zu 6.000 Personen gleichzeitig bewirtet werden. Dennoch bleibt auf dem ganzen Dorfgelände, ob Festscheune, Diskothek oder Hotelrestaurant der individuelle Charakter gewahrt. Besucher, die ein niveauvolles gemütliches Ambiente bevorzugen, finden in „Plückers Sofakneipe“ ihren Platz. Gesellige Zeitgenossen treffen im Kornkasten auf Gleichgesinnte und Gäste, die sich erst beim Feiern in großer Runde geborgen fühlen, sind in der rustikalen Festscheune bestens aufgehoben. Wer höchste Ansprüche an moderne Veranstaltungstechnik stellt, nutzt hingegen die Multifunktionshalle Audimaxx, die dem Besucher erst beim genaueren Hinsehen seine wahren Qualitäten offenbart. Denn von außen fügt sich die moderne Veranstaltungslocation nahtlos in das dörfliche Ambiente ein.



Zentraler Businesspark im Münsterland

VIS-À-VIS DEM INTERNATIONALEN FLUGHAFEN MÜNSTER/OSNABRÜCK ENTSTEHT MIT DEM AIRPORTPARK FMO EIN NEUER ZENTRALER BUSINESSPARK IM MÜNSTERLAND



FOTO: AIRPORTPARK FMO

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



Die Standortbedingungen des neuen Businessparks sind hervorragend. Im Zuge der Eröffnung des direkten Autobahnanschlusses an die A 1 Hamburg-Ruhrgebiet-Köln im November 2010 erfolgte im AirportPark FMO der Brückenschlag zwischen dem Luft- und Straßenverkehr.

So verfügt der neue Gewerbestandort 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. Die Grundstücksgrößen und -zuschnitte können variabel nach den Anforderungen des Unternehmens gestaltet

werden. Dabei sind zusammenhängende Flächen von 2.000 bis zu 100.000 Quadrameter realisierbar. Optionale Expansionsflächen werden selbstverständlich mit angeboten.

Zunehmend wird der AirportPark FMO 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 wünscht man sich selbstverständlich Individualität gepaart mit innovativen und anspruchsvollen Konzepten. So wird ein repräsentativer Unternehmensauftritt und nachhaltiges Wachstum ermöglicht.



* seit 61 Jahren, kompetent, schnell, wirtschaftlich und energieeffizient.

Hubert Nabbe GmbH
Hoch- und Tiefbau

Hubert Nabbe GmbH Hoch- und Tiefbau | Hünenburg 16 | 48165 Münster
T. 02501.27 900 | nabbe@nabbe.de | **www.nabbe.de**

Nachhaltig – Effizient – Bauen

NEBEN DEN BAUKOSTEN INTERESSIEREN SICH IMMER MEHR GEWERBLICHE BAUHERREN FÜR DIE NACHHALTIGKEIT IHRER ENTSCHEIDUNGEN. SO AUCH DER SPEZIALIST FÜR MESSANLAGEN DER HOLZWERKSTOFFINDUSTRIE, DIE ELECTRONIC WOOD SYSTEMS GMBH (EWS)

Die Firma Meisterstück-HAUS aus Hameln will mit der Erstellung des neuen Betriebsgebäudes für die EWS einen Meilenstein für die Nachhaltigkeit und Energieeffizienz setzen, wobei die Umwelt geschont, der soziale Anspruch erfüllt und das wirtschaftlich Machbare umgesetzt werden soll. Die Manager von EWS wissen über die Vorteile des Holzbaus und haben sich bewusst dafür entschieden.



Nachhaltigkeit beim Bauen beginnt mit der Auswahl der Baustoffe. Damit kommt dem Baustoff Holz wieder die Bedeutung zu, die dieser nachwachsende Baustoff verdient. Holz ist dank seiner Struktur überaus stabil, kann flexibel eingesetzt werden und verfügt über ausgezeichnete Wärmedämmeigenschaften. Zudem ist Holz als nachwachsender und heimischer Rohstoff, CO2-neutral und schafft ein gesundes Raumklima – alles Gründe, die für die Entscheidung wichtig waren. Um kurze Bauzeiten und höchste Qualitäten zu garantieren, werden die Holztafelelemente im Werk der Firma Meisterstück-HAUS mit automatischen Fertigungsanlagen präzise vorgefertigt. Die Erdarbeiten wurden Mitte Juni diesen Jahres begonnen und parallel werden die Wand -, Decken- und Dachelemente werkseitig vorgefertigt, so dass der Umzug in die neuen Produktions- und Büroräume noch im Dezember dieses Jahres erfolgen kann. Mit keiner anderen Bauweise lassen sich solche Vorteile für den Bauherrn erzielen.

Die Firma Meisterstück-HAUS aus Hameln setzt seit Jahren auf die Vorteile des Holztafelbaus und hat umfangreiche Erfahrung in der Realisierung von nachhaltigen Gebäuden. Zunächst ist es wichtig ein schlüssiges Gesamtkonzept für das Bauprojekt zu erstellen und alle Gewerke in diese Betrachtung mit einzubeziehen. Zusammen mit den Managern der EWS wurde so ein Konzept gewählt, dass die gesetzlichen Anforderungen weit übertrifft.

Eine gut gedämmte Gebäudehülle ist die wichtigste Voraussetzung für ein gutes Gesamtkonzept, denn im Gegensatz zur Gebäudetechnik hält die „Hülle“ ein Gebäudeleben lang. Außerdem muss etwas, was gut gedämmt ist, weniger gekühlt oder geheizt werden, was dauerhaft die Betriebskosten senkt. Die gewählte Konstruktion für die Gebäudehülle des neuen Betriebsgebäudes der EWS ist so gut, dass die Anforderungen der aktuellen Energieeinsparverordnung um mehr als 52 % übertroffen werden. Damit wird diese Konstruktion auch künftigen Anforderungen gerecht. Diese fortschrittliche Denkweise wurde konsequent auf die Büroräume und die Produktion angewendet. Damit konnte auf eine Klimatisierung der einzelnen Büros verzichtet und dennoch ein angenehm kühles und gesundes Raumklima für den Sommer sichergestellt werden.

Die Beheizung des Gebäudes erfolgt, passend zum Gesamtkonzept, mit einer Pelletanlage, die jährlich nur sehr kurze Zeit in Betrieb sein wird. Daneben sorgt eine kontrollierte Be- und Entlüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung für einen hygienischen Luftaustausch. Bewusst wurde hier aufgrund der Anforderungen an die Nutzung und durch die verwendeten Baustoffe ein geringer Luftwechsel von 0,5 /h gewählt. Die komplett auf einen KNX Bus basierende Gebäudeautomation wird die künftigen Verbrauchs- und Komfortwerte steuern und transparent zur Verfügung stellen. Auch die gesamte Beleuchtung wurde nachhaltig mit LED-Leuchten, die tageslicht- und bedarfsgerecht gesteuert werden, geplant. Die nach Süden ausgerichteten Oberlichter der Produktionshalle werden mit Photovoltaikmodulen beschattet. Damit wird mit der Erzeugung von Solarstrom, der größtenteils selbst genutzt wird, zusätzlich die notwendige Beschattung gewährleistet.

Die Firma Meisterstück-HAUS bietet für den Kunden eine ganzheitliche Beratung von Anfang an. Danach realisiert das Unternehmen die Baumaßnahme nach Wunsch des Kunden komplett mit allen Gewerken zu einem vorab fest vereinbarten Preis. Diese ganzheitliche Betrachtung der jeweiligen Baumaßnahme ist eine Voraussetzung für nachhaltiges Bauen zu überschaubaren Kosten. Die Holzbauweise ist dafür hervorragend geeignet und setzt Maßstäbe für nachhaltige Zweckbauten.



DIPL.-ING. PETER BRENDEL
VON DER
MEISTERSTÜCK-HAUS VERKAUFS-GMBH
(FOTO: MEISTERSTÜCK-HAUS)



Foto: © NatUlrich - Fotolia.com

Für Unternehmen, die *wachsen* wollen.

Gewerbeflächen mit Perspektive

Unternehmen, die wachsen wollen, bieten Gewerbeflächen in Badbergen, Fürstenau und Ostercappeln im nördlichen Landkreis Osnabrück eine hervorragende Perspektive. Günstig, attraktiv, zukunftssicher. Machen Sie sich ein Bild unter **www.oleg.de**.

Osnabrücker Land-Entwicklungsgesellschaft mbH oleg

BODENBELÄGE

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

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
Komponenten für die Fördertechnik
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 1977
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