

REGIO-TICKER

Bundesehrenpreis

Die Naturkornmühle Karl-Otto Werz aus Heidenheim-Mergelstetten ist in Berlin vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) mit dem Bundesehrenpreis geehrt worden.



Das ist die höchste Auszeichnung, die ein Unternehmen der Backwarenbranche für seine Qualitätsleistungen erhalten kann. Gemeinsam mit dem Parlamentarischen Staatssekretär im BMELV, Dr. Gerd Müller, übergab der Präsident der DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft), Carl-Albrecht Bartmer, Urkunde und Medaille an das Inhaberehepaar Karl-Otto und Else Werz (siehe Bild). Die Bundesehrenpreise werden einmal jährlich vom BMELV an zwölf Unternehmen der Backwarenbranche für herausragende Testergebnisse bei den DLG-Qualitätsprüfungen vergeben. An diesem bedeutendsten deutschen Leistungsvergleich haben sich 350 Betriebe mit insgesamt rund 3100 Produkten beteiligt. Ein besonderes Lob gab es auch von Staatssekretär Dr. Gerd Müller für die Naturkornmühle Karl-Otto Werz, die in ihrer Qualitätsorientierung auch stark auf Nachhaltigkeit setzt, was vorbildlich und zukunftsweisend sei. „Denn Verbraucher wollen heute auf der Basis eines Grundvertrauens mit gutem Gewissen und Genuss konsumieren.“

Auf Wachstumskurs

Die Firma des Personalberaters und Bestsellerautors Jörg Knoblauch, Tempus, hat binnen zwei Jahren 100 Unternehmer als Lizenznehmer für die Temp-Methode gewonnen. Zehn Berater, Trainer und Unternehmer ließen sich in Giengen methodisch schulen und anschließend lizenzieren. Im vergangenen Monat konnte Knoblauch Pia Alexandra Tischer, Chefin der Javeco GmbH, als 100. Lizenznehmerin begrüßen. Das aus Friedberg in Hessen stammende Unternehmen ist in der Personalvermittlung tätig und wurde auf der diesjährigen Cebit mit dem Best-Practice-IT-Preis ausgezeichnet. Insgesamt arbeiten mittlerweile mehr als 1000 Firmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Knob-



lauchs Werkzeugkasten zur Selbsthilfe. Die Temp-Methode wird in einem mehr als 5000 Mal verkauften Handbuch, das Chefs Hilfe zur Selbsthilfe bietet, beschrieben. Grundlagen der Methode vermitteln die Lizenzgeber in einem Starterseminar. Alle Temp-Lizenznehmer sind selbstständige Firmeninhaber oder Freiberufler, die im Netzwerk arbeiten und nach dem Motto „Unternehmer beraten Unternehmer“ Wissen und Erfahrung weitergeben. Dass die Temp-Methode funktioniert, zeigen Auszeichnungen, die Knoblauchs Firma bereits eingehemst hat.

Wyker Reederei setzt auf Voith-Antriebstechnik

Vier Voith Schneider Propeller sollen ab 2010 neue Fähre im Wattenmeer antreiben – Weitere Fähre in Planung

Keine zeitaufwändigen Wendemanöver, wirtschaftlicherer Schiffsbetrieb durch geringeren Treibstoffverbrauch und geringere Emissionen sowie hohe Ausfallsicherheit – das waren für die Wyker Dampfschiffs-Reederei (W.D.R.) die Hauptgründe, den Voith Schneider Propeller (VSP) als Antriebskonzept zu wählen. Damit hat sich die Reederei erstmals für eine Doppelendfähre entschieden. Vier VSP werden sie antreiben. Aufgrund der Tiefgangsbeschränkungen im Wattenmeer wurde der Antrieb auf



So soll die neue Fähre der Wyker Reederei aussehen.

vier Propeller vom Typ 16R5 EC/120-1 mit je 540 kW Eingangsleistung aufgeteilt. Je zwei Propeller arbeiten im Heck und im Bug der Doppelendfähre. Das neue W.D.R.-

Fährschiff wird derzeit auf der Sietas-Werft in Hamburg gebaut. Voith liefert die VSP im Frühjahr 2010. Schon im Sommer 2010 soll die Fähre in Dienst gestellt werden. Mit

1200 Passagieren und 75 Pkw, die künftig von und zu den nordfriesischen Inseln Amrum und Föhr transportiert werden, liegt die Kapazität nach Reederei-Angaben deutlich höher als

die momentan größten Fähren „Nordfriesland“ und „Rungholt“. Der NB 28 hat konstruktionsbedingt mit 1,75 m einen geringeren Tiefgang als die anderen Schiffe der Reederei. Das Doppelendfährenkonzept zeigt sich hinsichtlich der Wendigkeit als überlegen. Die 75 Meter lange und 15,8 Meter breite Fähre macht zwölf Knoten und bringt damit eine Zeitersparnis von bis zu zehn Minuten. Ein Salon- und ein Sonnendeck mit Schiffsrestauration sind vorhanden. Die Reederei plant eine weitere Doppelendfähre in Dienst zu stellen.

Top-Ergebnis trotz Krise

BAG Ellwangen steigert den Umsatz

Ellwangen. Bei der Generalversammlung erklärte Karl-Heinz Schöller, Geschäftsführer der BAG Ellwangen, dass erstmals in der 90-jährigen Geschichte der Genossenschaft über 60 Mio. Euro Umsatz erzielt wurden. Trotz Wirtschaftskrise machte die BAG Ellwangen einen Umsatz von 60,14 Mio. Euro. Unter dem Strich blieb ein Jahresüberschuss von 138 600 Euro, das sind über 50 000 Euro mehr als 2007. Der Bilanzgewinn wird überwiegend der Betriebsrücklage zugeführt. Auf die Geschäftsguthaben der Mitglieder wird eine dreiprozentige Dividende ausbezahlt. Ein Drittel des Umsatzes machte die

Genossenschaft mit den beiden Autohäusern Ellwangen und Gaildorf, die gleichermaßen von der Beliebtheit der Marke VW profitierten. Ein starkes Plus von 16 Prozent gab es auch beim Agrargeschäft. Auch die Preissprünge auf dem Heizmittelmarkt konnte die BAG schadlos überstehen. Sowohl der Heizöl- wie auch der Kohleabsatz wurden deutlich gesteigert. Auch Diesel wurde weit mehr verkauft als 2007. Insgesamt lag der wertbezogene Umsatz der Sparte Energie fast zwei Drittel über dem Vorjahr. Schöller sah die strategische Ausrichtung der BAG Ellwangen mit diesem Ergebnis bestätigt. gek

Zeiss und Arri vergeben Filmpreis

Argentinischer Film „Una Semana Solos“ ausgezeichnet

Oberkochen/München. 7. Juli 2009. Der Film „Una Semana Solos“ der argentinischen Regisseurin Celina Murga hat den Arri-Zeiss-Preis 2009 erhalten. Die Auszeichnung nahm Marcelo Lavintman, Kameramann des Films, entgegen. „Mit dem Arri-Zeiss-Preis unterstützen wir junge, internationale Filmemacher, die mit ihren Filmen interessante und spannende Geschichten aus ihrer Heimat erzählen. Für die Gewinner stellen wir Equipment zur Verfügung und ermöglichen so weitere hervorragende Filmprojekte“, sagte Dr. Winfried Scherle, Leiter des Geschäftsbereichs Photoobjektive von Carl Zeiss. Der



Kameramann Marcelo Lavintman (Dritter von links) nahm den Arri-Zeiss-Preis 2009 für den argentinischen Film „Una Semana Solos“ entgegen.

Preis wird an den besten ausländischen Film des Filmfestivals verliehen. Der Film „Una Semana Solos“ (Eine Woche allein) zeigt das Leben in einem geschützten, luxuriösen argentinischen Wohnviertel – aus

der Sicht der dort lebenden Kinder. Regisseurin Murga thematisiert damit eine soziale Problematik Argentiniers – die Trennung von Arm und Reich – aus einem ungewöhnlichen Blickwinkel.

Zukunftsthemen wurden begeistert angenommen

Sechster Infotag von SDZeCOM und DigitalDruck Deutschland in Stuttgart war ein voller Erfolg – Beilage „Medien-Report“ vorgestellt

Aalen. Beim sechsten Infotag für innovative Produktkommunikation und Dialogmarketing von SDZeCOM und DigitalDruck Deutschland in Stuttgart konnten sich Besucher in Vorträgen und an Infopoints über die Zukunft informieren. Über 100 Gäste besuchten den Infotag am Freitag, 10. Juli im Wöllhaf Konferenzcenter im Flughafen Stuttgart. Der Kongress stand unter dem Motto Zukunft. Alle Vorträge waren in unterschiedlichen Ausprägungen auf dieses Thema ausgerichtet und an den Infopoints konnten sich die Besucher über zukunftsweisende Projekte informieren.

Auf besonderes Interesse stießen bei den Besuchern die Infopoints, an denen Vertreter von Firmen, bei denen die SDZeCOM GmbH & Co. KG und DigitalDruck Deutschland Projekte realisiert haben, Rede und Antwort standen. „Durch wollten wir den Besuchern die Möglichkeit bieten, in lockerer Atmosphäre und aus neutraler Warte Informationen über unsere Lösungen und Dienstleistungen zu bekommen“, sagt Franz Schwarz, Geschäftsführer der beiden Aalener Unternehmen.

Einzig für tiefer gehende, technische Fragen stand jeweils ein Mitarbeiter der Veranstalter bereit. „Uns war es wichtig, dass Kunden mit Kunden sprechen und Erfahrungen austauschen können“, fügt Mi-



An Infopoints konnten sich die Besucher bei Firmen informieren und Erfahrungen austauschen.

chael Uhl, Geschäftsführer von DigitalDruck Deutschland hinzu.

Insbesondere in den Pausen zwischen den Vorträgen waren die Infopoints gut besucht. Das lag auch daran, dass namhafte Unternehmen, wie die Winterlogistik GmbH, die Leitz GmbH & Co. KG, die DEHA Elektrohandels-gesellschaft mbH & Co. KG, die MICE AG, die Dentaurum J. P. Winkelstroeter KG und der Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, mit Unternehmensvertretern präsent waren.

Gerhard Märtter, Geschäftsführer der AlphaPicture i-clue Maertterer GmbH, stand zudem für Fragen zu Projekten bei der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG und der DHL Vertriebs GmbH & Co. OHG, die in Kooperation mit DigitalDruck Deutschland realisiert wurden, zur Verfügung. „Ich habe viel Neues an den Info-

points erfahren und viele interessante Gespräche geführt. Und dabei hatte ich nie den Eindruck, dass es ums Verkaufen geht“, lobte Besucher Markus Siehr vom Verband der Region Stuttgart das neue Fachtag-Konzept.

Aber auch die Vorträge rund um das Thema Zukunft stießen auf reges Interesse und beinhalteten die ein oder andere Überraschung für die Besucher.

Das Ende der Reklame

So prognostizierte der Münchner Zukunftsforscher Joachim Graf in seinem Vortrag „Kommunikationstrends und ihre Bedeutung für den Mittelstand“ das Ende der Reklame. In Zukunft sei es für Unternehmen vielmehr das Wichtigste, das Vertrauen der

Kunden zu gewinnen. Während er ansonsten eher die globalen Zukunftstrends darstellte, konzentrierte sich Dieter Weng in seinem Vortrag auf die zukünftigen Marketingtrends und welche Folgen sich daraus für die mittelständischen Unternehmen ergeben. Dabei kam der Präsident des Deutschen Dialogmarketing Verbandes zu dem Schluss, dass für ein erfolgreiches Marketing zukünftig weniger „Produkt-Strategien“ als vielmehr „Nutzer-Strategien“ gefragt sein werden.

Die zukünftigen Technik-trends standen bei dem Vortrag von Klaus Kurz, Business Development Manager der Adobe Systems GmbH, im Mittelpunkt. „In Zukunft wird ‚Software as a service‘, also Software als Dienstleistung basierend auf Internettechno-

logien bereitzustellen, zu betreiben und zu betreiben, eine immer wichtigere Rolle spielen“, so sein Fazit an die Besucher.

Gabriele Schulze, Vorstand der Mice AG, wies in ihrem Vortrag „Kataloge-to-go und B-to-B-Portale zum Verlieben“ auf die rasanten Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt hin. „Die zehn Berufe, die in 2010 am meisten nachgefragt sein werden, hat es in 2004 noch nicht gegeben“, so ihre These. Deshalb forderte sie die Besucher auf, an den bevorstehenden Veränderungen aktiv mitzuarbeiten. „Ansonsten werden sie verändert.“

Mehr Informationen zu den beiden Tochterfirmen des Verlagshauses SDZ. Druck und Medien lesen Sie in unserer Beilage „Medien-Report“.



Vertreter namhafter Firmen standen Besuchern auf dem Infotag Rede und Antwort. Am Rednerpult Franz Schwarz (Geschäftsführer SDZeCOM GmbH & Co. KG und DigitalDruck Deutschland).