

Studie zur Arbeit der Zukunft: Selbstmanagement der Beschäftigten wird wichtiger

Wie werden wir in Zukunft arbeiten?
Welche Eigenschaften müssen Arbeitnehmer mitbringen, um im Job gesund und erfolgreich zu sein? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt der bis ins Jahr 2015 angelegten Prognosestudie „Zukunft der Arbeitswelt 2030“.

Demographischer Wandel, Arbeitsverdichtung, permanente Erreichbarkeit und die fortschreitende Überlappung von Job und Privatsphäre – so lauten nur einige Trends, die in der Arbeitswelt künftig eine Rolle spielen werden. Wissenschaftler von der Technischen Universität Darmstadt und der Universität Mainz haben die Herausforderungen an die Arbeitnehmer von morgen genauer unter die Lupe genommen.

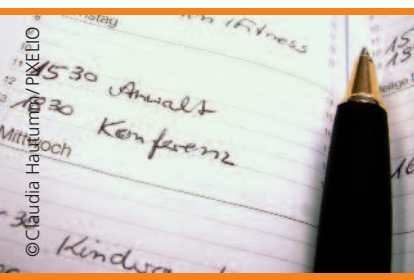
Mitarbeiter sind künftig stärker gefordert, erhalten mehr Entscheidungs- und Handlungsspielraum und müssen daher höhere Fähigkeiten zum Selbstmanagement entwickeln.

Da die Aufgaben in den Unternehmen immer komplexer werden, „wird es weniger Vorgesetzte klassischer Art geben, die Aufgaben vorgeben und

deren Einhaltung kontrollieren“, berichtet Prof. Christian Dormann von der Universität Mainz. Nicht jeder Arbeitnehmer wird das spielend schaffen.

Neben den erfolgreichen Selbstmanagern, die mit diesen Anforderungen gut klarkommen, gibt es die zweite Gruppe der weniger Glücklichen. „Diese wird sehr viel mehr Schwierigkeiten haben als heute“, kommentiert Dormann. Eine weitere Belastung, die sich in Zukunft noch verstärken dürfte, ist die Anforderung der ständigen Erreichbarkeit. Viele Beschäftigte arbeiten auch zu Hause oder auf Reisen. Das kann mehr Flexibilität schaffen, kann sich aber auch ins Gegenteil wenden. Schließlich dringt die Sphäre der Arbeit immer weiter ins Private vor.

„Neigt der Arbeitnehmer oder Chef zum Perfektionisten, so wird die fehlende Trennung zwischen Beruf und Privatleben zum Hindernis, wenn sie



© Claudia Heilmann/PIXELIO



nicht mehr abschalten können“, erläutert Ruth Stock-Homburg von der TU Darmstadt. Die Darmstädter Forscherin appelliert daher an die Unternehmen, „gewisse Grenzen von Führungskräften und Mitarbeitern im Hinblick auf deren Erreichbarkeit zu akzeptieren.“

Ferner soll ein gutes Personalmanagement die Arbeitnehmer darin unterstützen, besser mit flexiblen Arbeitszeiten und -orten umgehen zu lernen.

Doch nicht alles wird sich in der Arbeitswelt verändern, das belegt ein weiteres Zwischenergebnis der Studie. So bleibt das papierlose Büro auch in den nächsten Jahren ein Mythos. Noch immer schickt der Computeruser Dokumente über zwanzig Seiten für eine intensivere Lektüre lieber über den Drucker.

Denn Papier hat seine Vorteile: „Es lässt sich beliebig ausbreiten, ist preiswert, kann einfach durch Zerknüllen und Zerschneiden manipuliert werden und ist überarbeitungsfähig an jedem Ort“, erklärt Max Mühlhäuser von der TU Darmstadt.

Bleibt also festzuhalten: Während Papier beständig bleibt, müssen sich Mitarbeiter in Zukunft auf einige Veränderungen im Arbeitsleben einstellen.

Quelle: idw-online.de



Gedächtnistraining für Manager

„Wie war doch noch mal Ihr Name, Herr ...?“
Fehlendes Erinnerungsvermögen macht keinen guten Eindruck – weder im Job noch bei privaten Anlässen. Durch das richtige Training des „Gedächtnismuskels“ bleibt unser Hirn jedoch in Hochform.

Wie prägt man sich Zahlen, To-do-Listen und einstündige Vorträge am schnellsten ein?

Alles eine Frage der Technik und Motivation. Das jedenfalls behauptet Markus Hofmann, Gedächtnistrainer und Lehrbeauftragter an der Management-Universität St. Gallen.

Mit Humor und System beschreibt er Wege, wie man anders lernen und sich Dinge anders als gewohnt merken kann. Ob Gesichter von Gesprächspartnern oder die Geheimzahl der eigenen Kreditkarte, der Hirnforscher zeigt die verblüffenden Möglichkeiten unseres Hochleistungs-

prozessors und verknüpft die neuesten Erkenntnisse der Forschung mit vielen praktischen Übungen.

In einer Zeit, in der sich unser Wissen innerhalb kürzester Zeit verdoppelt, ist es unerlässlich, wichtige Informationen langfristig abzuspeichern und diese jederzeit abrufen zu können.

Ein gutes Gedächtnis hilft uns dabei, privat wie auch beruflich erfolgreich zu sein.

Wie heißt noch mal der neue Kollege aus der Buchhaltung?

Was geschieht im Supermarkt mit unserem Gehirn und was ist Neuromarketing?



Neben der verständlichen Darstellung der Funktionsweise unseres Gehirns beschreibt das Buch auch, welche Arten des Vergessens es eigentlich gibt und was man mit Gehirnjogging dagegen tun kann.

Am Ende der jeweiligen Kapitel befinden sich praktische Übungen. Durch die Kombination von Spaß und Know-how werden damit scheinbar unglaubliche Gedächtnisleistungen zu spielend einfachen Aufgaben, die für jeden erlernbar sind.

Quelle:
Hirn in Hochform.
So funktioniert Ihr Gehirn – So verbessern Sie spielend leicht Ihr Gedächtnis, Verlag Carl Ueberreuter / Wien

Hardcover, 205 Seiten,
ISBN 978-3-80000-7391-7
Januar 2009



© Johannes Höntsch / PIXELIO

Zwischenruf: Nachhaltig abgewrackt?

Was für ein politischer Coup: 800.000 fahrtüchtige Autos müssen, der Konjunktur sei es geschuldet, vorzeitig auf den Schrottplatz.

Die Bundesregierung schiebt dem Erstprojekt nun 3,5 Milliarden für entsprechende Prämienzahlungen nach. An die zu Anfang als „Umweltprämie“ bezeichnete Aktion glaubt inzwischen niemand mehr, selbst Umweltminister Gabriel räumt dieses öffentlich ein.

Mag sein, dass die Flotte der prämieninduziert vorzeitig auf den Markt

gelangten Kleinwagen niedrigere Schadstoffemissionen verursacht, als deren Vorgänger, jedoch zieht die Umwelt bekanntlich stets eine Gesamtbilanz:

Verkürzter Lebenszyklus eines Produktes heißt eben auch, mehr Energie- und Rohstoffeinsatz bei der Herstellung und bei dessen Entsorgung. Über diese Bilanz schweigt man.

Sorge bereitet dem Umweltminister übrigens auch die Tatsache, dass die Abwrackprämie ausschließlich den Markt der kleineren Fahrzeuge belebt. Vor Berliner Kaufleuten gab er jüngst zu bedenken, dass viele umweltrelevanten Spitzentechnologien, wie zum Beispiel der Katalysator und der Rußpartikelfilter, zunächst für Fahrzeuge der Oberklasse und deren zahlungskräftigere Kunden entwickelt wurden, bevor sie in Serie preisgünstig für Mittelklasse- und Kleinwagen zur Verfügung standen.

Einem vermeintlichen Volk umweltfreundlicher Kleinwagenfahrer vermochte er somit nicht das Wort zu reden.



© Oliver Heide / PIXELIO



Bleibt die Ankurbelung des Automobilabsatzes also zunächst als Konjunkturmaßnahme zu werten. Einem Irrtum sind offenkundig in der Tat all jene auf-gesessen, die hatnäckig an deren Wirk-samkeit gezweifelt hatten.

Doch greift eine eindimensionale und vor allem kurzfristige Bewertung der Maßnahme deutlich zu kurz.

Die Politik muss sich mit ihren in den zurückliegenden Jahren stets erklär-ten Grundsätzen der Nachhaltigkeit und der Haushaltsdisziplin nämlich insbeson-dere zwei vordringliche Fragen gefallen lassen.

Die erste: Wie groß und von welcher Dauer wird der Brandfleck sein, der das mit einer zweiten großzügigen Brenn-stoffgabe entfachte Strohfeuer zum Jahresbeginn 2010 hinterlassen haben wird, etwa auf dem Markt der Klein-wagen, bei Autoteilehändlern oder in Reparaturwerkstätten.

Und die zweite: Wie viel längere Zeit wird nun nach der neuerlichen Strapaze des Bundehaushalts benötigt werden, bis die – gerade auch vom ZGV stets gefor-derte – dringend anstehende Entlastung der Bürgerinnen und Bürger Deutschlands von Steuern und besonders auch Sozial-abgaben realisiert werden kann.

Denn gerade hierin stecken die wirklichen Reserven der für die Binnen-wirtschaft so nötigen Kaufkraft.

Schließlich bleibt aber auch ein bitterer Beigeschmack durch die massive einsei-tige Konsumlenkung durch den Staat, die die freiheitliche Konsumententscheidung der Menschen beeinflusst und die dadurch die übrigen Märkte behindert.

Der Nettoeffekt für die Binnenkon-junktur dürfte damit am Ende deutlich geringer ausfallen, als sich das die Politik erhofft.

Noch ein letzter Punkt, bislang noch wenig diskutiert: Die Automobil-industrie strebt aus nachvollziehbaren Gründen wie jeder andere Industriezweig nach kontinuierlicher Auslastung der Pro-duktionsanlagen. Wenn nun aber in die-sem Jahr zwei Millionen Kleinwagen auf den Markt drängen, altern diese gleich-zeitig und müssen auch in einem abseh-baren Zeitraum mehr oder weniger zur gleichen Zeit ersetzt werden.

Ist damit nicht der Grundstein für etwas gelegt, das beispielsweise den Agrarmärkten über Jahrzehnte als soge-nannter „Schweinezyklus“ das Leben schwer gemacht hat? L. Veltmann

Quelle: www.zgv-online.de



Krise und Chance – mit guten Konzepten die Kosten senken

Kunden werden langfristig gebunden

Für viele deutsche Unternehmen hat die Welt sich seit dem vierten Quartal 2008 radikal verändert. Kunden und Märkte sind abrupt weggebrochen. Fast täglich kommen neue Hiobsbotschaften hinzu.

Führende Wirtschaftsinstitute sehen für 2009 eine schwere Rezession voraus. Die Aussichten selbst für 2010 sind eher verhalten.

„Doch auch in der Krise haben unsere Mitgliedsunternehmen Chancen“, ist Frank Düringer, E/D/E Industrieservice, überzeugt. „Sie können ihren Industriekunden mit unserer Hilfe wirkungsvolle Konzepte anbieten, um ihre Kosten zu senken. Und sie können damit ihre Kunden sogar langfristig binden.“

Von der schweren Krise in der Wirtschaft sind die Automobilhersteller und deren Zulieferer aktuell besonders schwer betroffen. Vielfach ist bereits Kurzarbeit angesagt. Die Produktion muss an die gesunkene Nachfrage angepasst werden. So ließ Volkswagen im Februar für fünf Tage die Arbeit ruhen.

Dabei haben die Automobilzulieferer in der Vergangenheit, gerade in der Boomphase, teils große, teure Bestände zur Versorgungssicherheit aufgebaut. Diese werden nun durch den Produktionsstopp und die heruntergefahrenen Kapazitäten nicht mehr abgerufen.

Diese verringerte Nachfrage hat bereits zu ersten Insolvenzen bei Zulieferern geführt. Auch produktnahe Branchen aus dem Maschinenbau und der chemischen Industrie haben inzwischen ihre Produktionen gedrosselt.

Chancen für den PVH

„Das sind zwar Botschaften, die im Industriegeschäft erhebliche Schwierigkeiten bereiten, aber sie bieten auch Chancen“, sagt Düringer. Seine Beratung ist gerade jetzt besonders stark gefragt.

„In Zeiten stagnierender Absatzmärkte sind Einkaufsabteilungen besonders gefordert“, weiß Düringer. „Sie müssen nämlich Maßnahmen ergreifen, um mit Kostensenkungen Vertriebsdefizite zu kompensieren oder sie zumindest zu entschärfen. Dies sehe ich als eine große Chance für den PVH, das heißt speziell für die E/D/E Partner, die sich intensiv im Industriekundengeschäft betätigen.“

Mit Unterstützung des E/D/E Industrieservice gilt es, langfristige Kundenbindungen auszubauen und sogar neue Kunden hinzuzugewinnen.

„Eine Reihe unserer Mitglieder kennt diese Möglichkeiten bereits. Sie nutzen die intensive Zusammenarbeit mit dem E/D/E Industrieservice schon länger. Potenzial gibt es aber noch bei weiteren Unternehmen.“



Wie senke ich meine Kosten?
Der E/D/E Fachbereich Industrieservice bietet wirkungsvolle Konzepte.
Foto: E/D/E



Industrie fordert Zusammen- arbeit mit Wertschöpfungs- partnern

In Zeiten geringerer Umsätze fordern Strategen im Einkauf mehr denn je die enge Zusammenarbeit mit Wertschöpfungspartnern.

Sie sehen im engen Dialog Chancen für weitere Einsparungen. Nach der Phase, in der die Versorgungssicherheit an erster Stelle stand, folgt nun offenbar die Zeit der Prozessoptimierung.

Dabei müssen selbst die in der Vergangenheit implementierten Lösungen neu hinterfragt werden. Gegebenenfalls müssen Systeme oder Leistungen in Anspruch genommen werden, die stärker Kosten senken oder eine kürzere Amortisation bieten.

„Hier ist es die Aufgabe unserer Mitglieder im Industriekundengeschäft, geeignete Lösungen anzubieten, die auf die speziellen Bedürfnisse zugeschnitten sind.“

Unsere Erfahrungen aus den letzten Wochen und Monaten bestätigen, dass es zurzeit wesentlich einfacher ist, mit neuen und interessanten Kunden ins Gespräch zu kommen“, sagt Dr. Christoph Grote, Geschäftsbereichsleiter Strategische Mitgliederentwicklung.

Zugleich wird vor Hauruck-Aktionen gewarnt: „Trotz allen Drucks werden Lösungen gebraucht, die die Wertschöpfung über den gesamten Prozess abdecken.“

Kurzfristige Schnellschüsse, beispielsweise durch einzelne nicht aufeinander abgestimmte Systemlösungen oder einfaches C-Teile-Management, sind trotz der spürbaren Hektik und des ungeheuren Drucks kontraproduktiv und langfristig sogar hinderlich.“

Erst mit einer professionellen Prozessanalyse und den daraus abgeleiteten Maßnahmen zur Kostensenkung, entsteht eine echte Win-Win-Beziehung, von der schließlich beide Partner profitieren. [gabo]

Rüggeberg – Generationenwechsel

Zum 31. Dezember 2008 beendete Jan Rüggeberg nach über 43 Jahren seine Tätigkeit als kaufmännischer Geschäftsführer der Firma August Rüggeberg in Marienheide und wechselte in den Beirat des Unternehmens.

Nachfolger als kaufmännischer Geschäftsführer ist ab 1. Januar 2009 sein Sohn, Jim Rüggeberg.

Er leitet damit das Familienunternehmen in der 6. Generation gemeinsam mit Jörn Bielenberg, technischer Geschäftsführer.

Nach Studium und mehrjähriger vorbereitender Tätigkeit im Unternehmen wurden Jim Rüggeberg die Bereiche Vertrieb, Marketing, Finanzen und EDV unterstellt.

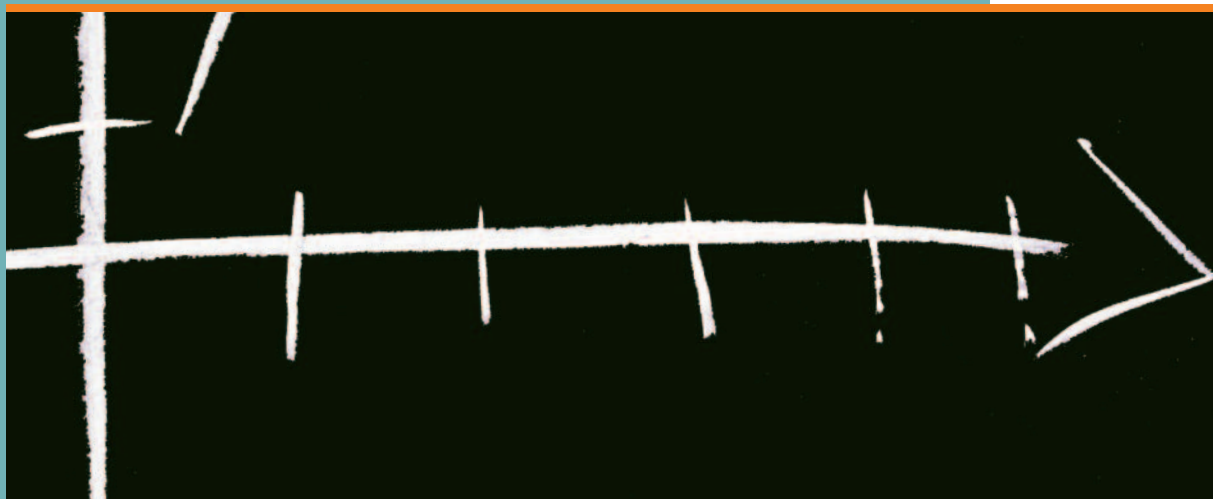


Jan Rüggeberg und Jim Rüggeberg.
Foto: Rüggeberg

E/D/E in Zahlen

Umsatzentwicklung per 30.04.2009

Warengruppe	Gesamt in T. Euro	Zuwachsrate
Walzmaterial, Stahl	153.840	- 48,6 %
Bau- & Möbelbeschläge, Sicherheitstechnik	231.648	- 8,3 %
Bauelemente, Baugeräte, Befestigungstechnik	137.766	- 6,9 %
Arbeitsschutz, Technischer Handel/ Werkstattmaterial	130.951	- 9,0 %
Werkzeuge, Maschinen, Betriebseinrichtungen	350.140	- 17,6 %
Haustechnik	256.233	+ 21,0 %
Gartentechnik, DIY, Sonstiges*	77.162	+ 4,0 %
Gesamt	1.337.741	- 13,9 %



*Teilweise Verlagerung in die Bearbeitung durch unseren Kooperationspartner hagebau.

RECHTSKURVE

zusammengestellt von
Rechtsanwältin
Dorchanaj Pohanyar LL. M.,
Syndikusanwältin im E/D/E



Dorchanaj Pohanyar
Syndikusanwältin E/D/E

Vorsteuerabzug grundsätzlich nur bei Rechnung mit Lieferdatum

Neben Rechnungen über An- und Vorauszahlungen ist die Angabe des Lieferdatums auch beim Vorsteuerabzug zwingende Voraussetzung. Dieser Grundsatz gilt selbst dann, wenn Lieferdatum und Ausstellungsdatum identisch sind.

Im entschiedenen Fall klagte die Inhaberin eines Fleischereifachhandels gegen das Finanzamt wegen nicht aus gezahlter Vorsteuer.

Dem lag zugrunde, dass die Klägerin eine Rechnung für den Vorsteuerabzug einreichte, bei der das Lieferdatum nicht ausgewiesen war.

Die Rechnung wies neben der gelieferten Warenbezeichnung lediglich Auftragsdatum und Ausstellungsdatum aus. Aus diesem Grund versagte das zuständige Finanzamt den Vorsteuerabzug.

Die Klägerin vertrat jedoch die Auffassung, dass das Lieferdatum nur dann ausgewiesen werden müsse, wenn Ausstellungs- und Lieferdatum nicht identisch seien.

Der Bundesfinanzhof als höchste Instanz der deutschen Finanzgerichtsbarkeit entschied nicht im Sinne der Klägerin. Vielmehr ist der Bundesfinanzhof der Auffassung, dass der Vorsteuerabzug zu Recht versagt wurde.

Der Vorsteuerabzug setze nämlich voraus, dass eine Rechnung erstellt sein müsse, die den klaren Vorgaben des Umsatzsteuergesetzes entspreche.

Hierzu gehöre u. a., dass das Lieferdatum aus der Rechnung hervorgehen müsse. Nur dann könne das Finanzamt leicht und eindeutig feststellen, wann die Vorsteuer und der damit korrespondierende Anspruch auf den Vorsteuerabzug entstanden sei.

Würde die Angabe des Lieferdatums gänzlich fehlen, so wäre für das Finanzamt eben nicht klar und leicht feststellbar, ob das Lieferdatum schlicht vergessen wurde, anzugeben oder ob es einen Fall eines gleichen Liefer- und Ausstellungsdatums betreffe.

Anmerkung: Es ist bereits in früheren Rechtskurven auf die Problematik von ordnungsgemäß erstellten Rechnungen hingewiesen worden.

Wie eine Rechnung ordnungsgemäß zu erstellen ist und damit den Anspruch auf den Vorsteuerabzug begründet, ist in § 14 UStG präzise und unmissverständlich geregelt. Es gilt der Grundsatz, dass alle relevanten Angaben in einer Rechnung enthalten sein müssen.

Als Merkformel gilt damit: sobald das Finanzamt anfangen muss, Sachverhalte außerhalb des Rechnungsinhalts zu ermitteln, ist die Rechnung fehlerhaft.

Näheres:
BFH, Urteil vom 17.12.2008, Az.: XI R 62707



Herstellerepflichten bei Produkten mit Sicherheitsmängeln

Gefahrabwendungsspflicht des Herstellers bei Produkten mit Mängeln.

Im vorliegenden Fall war die Beklagte Herstellerin von elektrisch verstellbaren Pflegebetten, die Klägerin eine gesetzliche Pflegekasse, die ihren versicherten Pflegebedürftigen diese Betten für die häusliche ambulante Pflege zur Verfügung stellte.

Aufgrund eines Konstruktionsfehlers bestand die Gefahr, dass Feuchtigkeit in die elektronischen Antriebseinheiten eindringt und dadurch ein Brand verursacht wird. Ein tatsächlicher Schadenseintritt lag allerdings nicht vor.

Die zuständigen Landesbehörden informierten die Abnehmer dieser Betten über diesen Konstruktionsfehler. Daraufhin bot die Beklagte all ihren Kunden einen Nachrüstsatz und den hierzu erforderlichen Einbau an – allerdings nicht unentgeltlich, sondern gegen eine Kostentragung von 350 bis 400 DM.

Die Klägerin verwarfte sich jedoch gegen die Kostentragung und forderte die Beklagte mehrfach zur unentgeltlichen Übernahme der Maßnahmen auf. Hierauf folgte seitens der Beklagten keine Reaktion, so dass die Klägerin die Betten schließlich durch ein anderes Unternehmen instand setzen ließ.

Auf dem Klageweg verlangte sie nun von der Beklagten die Kosten erstattet, die sich auf rund 260.000 € beliefen. Ihr Begehren blieb allerdings durch alle Instanzen hindurch ohne Erfolg.

Damit hat der Bundesgerichtshof eine „Kehrtwende“ bei Produktmängeln eingeläutet, und zwar zum Vorteil des Herstellers.

In der vorliegenden Entscheidung stellte der Bundesgerichtshof zunächst grundsätzliche Anforderungen an Hersteller mangelbehafteter Produkte: So enden die Sicherungspflichten des Herstellers nicht in dem Moment, in dem er das Produkt in den Verkehr gebracht hat. Vielmehr ist der Hersteller auch nach dem

Inverkehrbringen verpflichtet, alles ihm zumutbare zu tun, um Gefahren, die sein Produkt erzeugen kann, abzuwenden.

So hat der Hersteller insbesondere vor etwaigen Produktgefahren zu warnen; der Grad und die zu ergreifenden Maßnahmen zur Warnung hängen hierbei im wesentlichen davon ab, wie groß die potenzielle Gefahr ist, die vom Produkt ausgeht.



Die Sicherungspflichten des Herstellers, nachdem er das Produkt in den Verkehr gebracht hat, erschöpfen sich zudem auch nicht allein in der Warnung vor etwaigen Gefahren.

Ist für den Hersteller erkennbar, dass trotz der Warnung die Möglichkeit besteht, dass Verwender dieses Produkts die Gefahren nicht hinreichend einschätzen und ihr Verhalten nicht der Gefahr entsprechend anpassen, so trifft ihn auch die Pflicht, Rückrufaktionen zu starten, um das mangelhafte Produkt aus dem Verkehr zu ziehen.

Ob aber der Hersteller darüber hinaus verpflichtet ist, das Produkt in geeigneter Weise nachzurüsten, damit hiervon keine Gefahr mehr ausgeht, kann nicht ohne weiteres angenommen werden.

Denn nur dann, wenn Warnungen und Rückrufaktionen nicht mehr effektiv genug erscheinen, um konkrete Gefahren abzuwehren, kann eine Nachrüstung oder Reparatur überhaupt als geeignetes Mittel in Betracht kommen.

Es ist stets zu berücksichtigen, dass der deliktische Schutz bzw. der Schutz nach dem Produkthaftungsgesetz nicht das Äquivalenzinteresse, d. h. das Interesse am Erhalt einer mangelfreien Ware, sondern nur rechtspersonliche Güter wie Leib, Leben und Gesundheit umfasst.

Wie weit die konkrete Gefahrabwendungspflicht geht, ist deshalb eine Frage des Einzelfalles.

Zur Abwendung von Gefahren, die Dritten (gewerbliche Kunden oder Verbraucher) durch die Nutzung des Produkts drohen, kann es nämlich vielfach schon genügen, dass der Hersteller die Abnehmer über die Notwendigkeit einer Reparatur oder Nachrüstung informiert und ihnen Hilfe anbietet, den Mangel beheben zu lassen; dies muss jedoch nicht als eine kostenlose Leistung des Herstellers erfolgen.

Zwar muss der Kunde nicht warten, bis sich eine konkrete Gefahr tatsächlich realisiert hat, sondern er kann auch bei konkreten Verdachtsmomenten bereits ein berechtigtes Interesse an der Beseitigung der Gefahrenquelle haben.

Dennoch ist klarstellend festzuhalten, dass betreffend die deliktische Haftung eine mangelfreie Ware nicht geschuldet ist und produkthaftungsrechtlich der Hersteller lediglich Sorge dafür zu tragen hat, dass die von seinem Produkt ausgehenden Gefahren effektiv beseitigt werden; dies stellt eine Prognoseentscheidung dar, die der Hersteller gewissenhaft treffen muss.

Anmerkung:

Das Urteil muss jeder Unternehmer, aber auch jeder Verbraucher, kennen.

Denn es ist lange her, dass der Bundesgerichtshof eine für die Praxis derart weitreichende und wichtige Grundsatzentscheidung getroffen hat.

Die Entscheidung korrigiert eine in Verbraucherkreisen weit verbreitete Fehlvorstellung, dass bei einem Produktfehler mit Sicherheitsrelevanz stets auch ein Produktrückruf, verbunden mit einer für den Verbraucher kostenlosen Reparatur erfolgen muss.

Nichts desto trotz darf diese Entscheidung Hersteller jedoch nicht dazu verleiten, präventive Kontrollmechanismen zu verändern oder gar „herunterzuschrauben“.

Denn schlägt einmal eine konkrete Gefahr in einen Schaden um, ist die Haftung des Herstellers wieder gegeben.

Näheres:

BGH Urteil vom 16.12.2008, Az.: VI ZR 170/07

NEUHEITEN- SERVICE

Leitern ergonomisch tragen

Günzburger Steigtechnik GmbH:
Das neue „ergo-pad“ erhöht den Komfort.



Das geschickt angebrachte „ergo-pad“ der Günzburger Steigtechnik ermöglicht ein komfortables und rückschonendes Tragen der Leitern im optimalen Tragepunkt. Foto: Günzburger Steigtechnik.

Das Tragen von Leitern wird so komfortabel wie nie zuvor. Möglich macht es der neue ergonomische Tragegriff „ergo-pad“, den die Günzburger Steigtechnik GmbH entwickelt hat.

Der Steigtechnikspezialist aus Bayern stattet seine Stufenleitern serienmäßig ohne Aufpreis mit der innovativen Griffzone aus, die aus einem Zweikomponenten-Kunststoff besteht.

Das ergo-pad verfügt nicht nur über eine ergonomische und elegante Form, sondern auch über eine integrierte Holmsicherung.

„Mit dem ‚ergo-pad‘ ist es praktisch unmöglich, die Leiter falsch zu tragen. Denn der Anwender nimmt seine Steighilfe stets am bestmöglichen Tragepunkt in die Hand. Das erhöht den Komfort und ist zudem rückschonend“, erklärt Ferdinand Munk, Geschäftsführer der Günzburger Steigtechnik GmbH.

Egal, welches Leitermodell:

Das „ergo-pad“ ist jeweils so angebracht, dass der Anwender die Leiter automatisch im Schwerpunkt trägt. Das optimiert nicht nur die Stabilität, sondern auch den Tragekomfort.

Die innovative Griffzone besteht aus weichem, abrutschsicherem Kunststoff.

Durch die ergonomische Ausformung schmiegt sich das „ergo-pad“ perfekt in die Hand des Trägers – egal, ob Links- oder Rechtshänder.

Aufgrund der hohen Temperaturbeständigkeit des Kunststoffs liegt die Griffzone auch im Hochsommer und selbst bei Minusgraden im Winter noch angenehm in der Hand, also auch dann, wenn man normalerweise lieber die Finger vom Metall weg lässt.

Ein weiterer Pluspunkt der Neuentwicklung aus Günzburg ist der integrierte Klemmmechanismus, der die Holme der Leiter zusammen hält.

„Das macht das Zusammenklappen der Leitern sicherer als bisher. Außerdem bleiben die Holme beim Tragen fest zusammen und können nicht mehr auseinanderklappen“, freut sich Munk.

Die Leiterholme werden beim Zusammenklappen ohne zusätzlichen Handgriff arretiert und können leicht wieder gelöst werden. So wird das Handling der Steighilfen deutlich leichter.

Die integrierte Holmsicherung sorgt für einen absolut stabilen Transportzustand der Leiter, was nicht nur beim Transport im mobilen Werkstattfahrzeug oder auf dem Autodach ein weiterer großer Vorteil ist.

„Wir haben wieder einmal Grips bewiesen. Mit dem ‚ergo-pad‘ ist es uns erneut gelungen, unser Produktprogramm im Detail zu verbessern.“



Durch die ergonomische Ausformung schmiegt sich das „ergo-pad“ perfekt in die Hand des Trägers – egal, ob Links- oder Rechtshänder. Foto: Günzburger Steigtechnik.



Dank des integrierten Klemmmechanismus können die Leiterholme beim Tragen der Leiter nicht mehr auseinanderklappen. Foto: Günzburger Steigtechnik.



Das entspricht voll und ganz unserem Anspruch, uns mit innovativen Ideen von der Masse abzuheben. Im Vordergrund steht dabei immer der Anwender, dem wir mit cleveren Ideen die Arbeit einfacher und sicherer machen möchten“, so Munk.

Das Thema „Ergonomie am Arbeitsplatz“ ist für die Günzburger Steigtechnik GmbH eine der größten Herausforderungen für die nächsten Jahre.

„Wir wollen unser Unternehmen ganz klar als Ergonomie-Vorreiter im Bereich Steigtechnik positionieren und machen uns deshalb laufend Gedanken darüber, wie wir den Anwendern in

Bezug auf Arbeitssicherheit und Komfort etwas Gutes tun können“, ergänzt Ferdinand Munk.

Im vergangenen Jahr hatte die Günzburger Steigtechnik die erste Mehrzweckleiter mit Rollentraverse vorgestellt, mit der sich die Steighilfe bequem rollen lässt und nicht mehr geschleppt werden muss.

Stufenleitern mit ergo-pad der Günzburger Steigtechnik GmbH sind „Made in Germany“ und verfügen – wie alle Produkte – über 15 Jahre Qualitätsgarantie.

Über die Günzburger Steigtechnik GmbH

Die Günzburger Steigtechnik GmbH zählt zu den bedeutendsten Anbietern von Steigtechnik aller Art.

Produkte der Günzburger Steigtechnik sind zum einen Leitern für den gewerblichen und privaten Gebrauch, aber auch alle Arten von Roll- oder Klappgerüsten sowie Podeste und Sonderkonstruktionen für industrielle Anwendungen.

Auf alle Produkte, die ausnahmslos im Werk in Günzburg gefertigt werden, gibt die Günzburger Steigtechnik eine Qualitätsgarantie von 15 Jahren.

Das Unternehmen wurde in der Vergangenheit bereits mehrfach für seine Innovationen ausgezeichnet, zuletzt im Herbst 2006 als einziges Unternehmen aus Deutschland mit dem „International Star Award for Quality“.

Die Günzburger Steigtechnik GmbH realisierte zuletzt (2008) einen Jahresumsatz von mehr als 28 Millionen Euro, was einen neuen Rekord in der 110-jährigen Firmengeschichte darstellte.

Das Unternehmen beschäftigt am Firmensitz in Günzburg mehr als 200 Mitarbeiter und befindet sich weiter auf Wachstumskurs.

Es investierte zuletzt insgesamt 4,8 Millionen Euro in den Standort Günzburg, unter anderem in den Neubau einer 4000 Quadratmeter großen neuen Produktionshalle.



Die Günzburger Steigtechnik GmbH stattet ihre Stufenleitern serienmäßig ohne Aufpreis mit der praktischen Griffzone „ergo-pad“ aus.
Foto: Günzburger Steigtechnik.

Ihre Rückfragen beantwortet gern:

Bettina Sauter
Günzburger Steigtechnik GmbH

Rudolf-Diesel-Str. 23
89312 Günzburg

Tel.: 0 82 21/36 16-01
Fax: 0 82 21/36 16-83

sauter@steigtechnik.de

Heizkosten sparen, Umwelt schonen

LEBO bringt THERMOTÜR auf den Markt.

Eine revolutionäre Neuerung bot LEBO bereits im Januar auf der größten Baufachmesse Europas.

Der Klimawandel und das Energiesparen sind momentan in aller Munde; ein wichtiges Thema unserer Zeit.

LEBO präsentierte mit der „LEBO Thermotür“ eine ganz besondere Konstruktion: Eine Wohnungsabschluss-tür mit einer Einlage aus Polyurethan-Hartschaum im Verbund mit einer Hartfaser/Alu-Decklage.

Weißlack und Strukturlack) an und in den meisten CPL und Furniersorten sogar mit der bewährten Postformingkante.

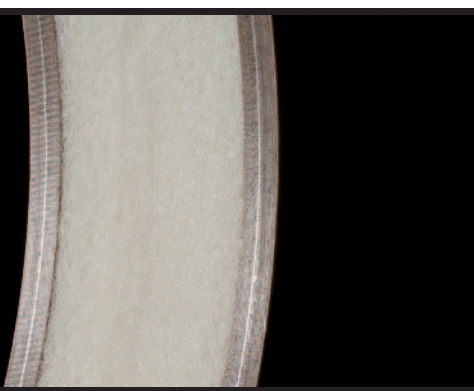
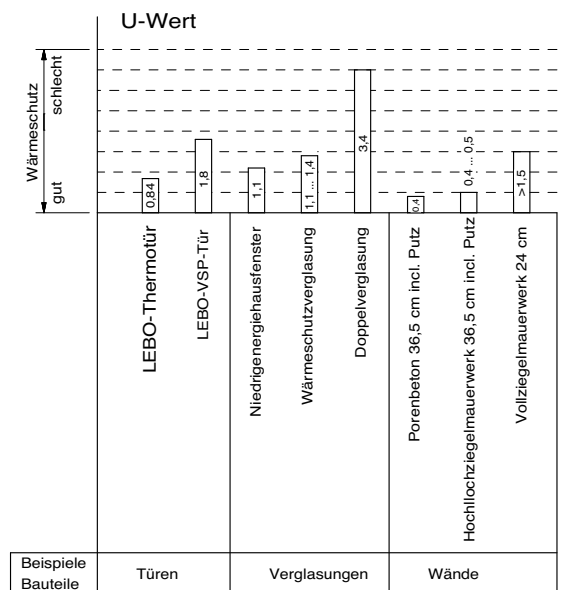
Weitere neue Modelle werden in Kürze in einem Neuheitenkatalog präsentiert und in dem Hauptkatalog ergänzt.

Kostenlose und unverbindliche Informationen können per eMail an info@lebo.de angefordert werden oder stehen im Internet auf den Webseiten www.lebo.de zum Download zur Verfügung.



Diese Kombination wurde bei dem Forschungsinstitut für Wärmeschutz in München auf den Wärmedurchgangskoeffizient U geprüft und erreichte den erstaunlichen U-Wert von 0,84. (Zum Vergleich: Ein Niedrigenergiehausfenster erreicht einen Wert von 1,1 – je kleiner der Wert, desto besser.) Besonders in Kellerabgängen oder Räumen zu unbeheizten Nachbarräumen (beispielsweise Wohnzimmer zu Flur oder Flur zu Garage) lässt sich so Energie (und Geld) sparen und die Umwelt schonen.

Die LEBO THERMOTÜR bietet Lebo als Vollsortimenter in allen Oberflächenvariationen (Furnier, CPL/Dekor,



WIR
GRATULIEREN
:-)

Geburtstage im Juni

6. Juni Hendrik Kiesling, Hans Kiesling GmbH & Co. KG, Bremerhaven
hendrik.kiesling@gmx.de
8. Juni Frank Döring, Eisen-Doering in Berlin
info@eisen-doering.de
12. Juni Wilhelm Hahn, Wiha Werkzeuge GmbH, Schonach
w_hahn@gmx.de
15. Juni Ina Leicher, J.H. Lerch + Co. GmbH, Hannover
i.leicher@lerch-co.de
17. Juni Danika Mönch, SSV-Technik GmbH, Wutha
danika.moench@gmx.de
28. Juni Hanjo Postels, Horstschaefer, Gnarrenburg
Horstschaefer@t-online.de



Doch nicht nur Jungs ...

Nach vier Versuchen haben Stephan Lichtenstein und seine Frau Doreen am 29. März 2009 nun doch ein Mädchen zustande gebracht. Mit 54 cm und 3850 g Kampfgewicht dürfte die kleine Emma der Männerüberzahl jedoch mehr als gewachsen sein.

Wir gratulieren den beiden ganz herzlich und wünschen ganz viel Freude mit der Kleinen.



TERMINE 2009

- 18.–21. Juni 2009 Stanley, Sheffield, England:
• Knigge mit Michael Hasenkamp
- 20.–22. November 2009 Roller, Waiblingen:
• Alea

Spruch des Monats

Eine Investition in Wissen bringt noch immer die besten Zinsen.

Benjamin Franklin (1706 – 1790),
amerikanischer Staatsmann, Mitbegründer der Vereinigten Staaten

Der nächste Newsletter
erscheint im **Juni 2009**.
Eure Beiträge, Anregungen und
Kritik erwarten wir gerne.

