



Redaktion

Magazine. Newsletter. Geschäftsberichte.
Redaktionsprojekte aus 25 Jahren
Business, Werbung, PR



www.3text.de



Holger Liebert

Redakteur für Print & Online

Abgesehen von eigenen Shortstories, habe ich mit Produktbroschüren und Fachpresseartikeln meine ersten Spuren als Autor verdient. Zunächst als Werbeleiter und Texter eines traditionsreichen Handelshauses in meiner Heimatstadt Bremen, später als Redaktionsleiter im Berliner Kompaß Verlag, dessen gleichnamiges Wassersportmagazin ich von Grund auf konzipiert und in der Einführungsphase betreut habe.

Seit 2000 arbeite ich als Freier Texter für Werbeagenturen, Grafiker und Webdesigner in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die redaktionelle Betreuung von Print- und Online-Medien ist bis heute ein Schwerpunkt meiner Arbeit geblieben:

- das Verfassen von Artikeln, Reportagen, Blogbeiträgen etc.
- das Entwickeln und Optimieren von Headlines, Teaser, LeseEinstiegshilfen, Bildunterschriften, Fußnoten etc.
- das Überarbeiten von Manuskripten für Fachmedien
- die Schlussredaktion und Qualitätssicherung für Geschäftsberichte
- das Erstellen von Pressemitteilungen im professionellen Layout
- das Versenden von Pressemitteilungen über Online-Presseportale
- und dergleichen mehr.

Auf den folgenden Seiten habe ich meine bislang wichtigsten Redaktionsprojekte skizziert und ein paar Leseproben zusammengestellt. Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre!

Holger Liebert

3text

Holger Liebert

Telefon 04502 30 78 24

info@3text.de

Advantage

Kundenmagazin (2011–2013)

Infomagazin für die Kunststoff verarbeitende Industrie, übersetzt in mehrere Sprachen. Herausgeber: Haitian International, Ebermannsdorf. Umfang 16 Seiten. Agentur: Longo Communications, Lauf.

Themen: Spritzgießmaschinen, Technologien, Effizienz, Kundenstories, Märkte, Trends, Haitian Gruppe, Forschung & Entwicklung, Interviews, u.a.
Meine Leistungen: Textbearbeitung, Textentwicklung, Recherche.

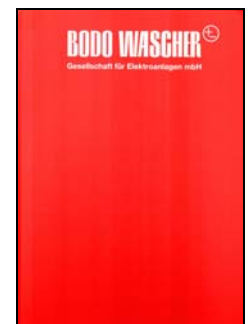


BODO WASCHER

Jubiläumsschrift (2012)

Firmensporträt in Buchform, anlässlich des 50-jährigen Jubiläums. Herausgeber: Bodo Wascher Gesellschaft für Elektroanlagen mbH, Lübeck. Umfang 72 Seiten. Artwork: Bodo Wascher Gruppe, Lübeck.

Themen: Historie, Kompetenz, Verbindlichkeit, Fachbereiche (Gewerbe, Handelsketten, Kliniken/Medizinische Einrichtungen, Großprojekte), Arbeitsschutz, Verantwortung, Verlässlichkeit, Ausbildung, u.a.
Meine Leistungen: Konzeption, Interviews, Text.



Volksfest

Pressekampagne (2009, 2010)

Texte für Pressekonferenz und flankierende Presseberichte zum Deutsch-Französischen Volksfest in Berlin. Auftraggeber: Schaustellerverband Berlin. Dauer ca. 6 Wochen. Agentur: brando Werbe- und Eventagentur, Potsdam.

Themen: Neue Fahrgeschäfte, Show-Highlights im Französischen Dorf, Sonderschauen, Preisaktionstage für Familien, etc.
Meine Leistungen: Texte für PK und Pressemappe, Pressemitteilungen.



VDE Tätigkeitsbericht

Geschäftsbericht (2008–2010)

Jahresrückschau des VDE, die dessen ganze Wirkungsbreite auf deutscher und europäischer Ebene widerspiegelt. Herausgeber: Verband der Elektronik Elektrotechnik Informationstechnik e.V. Umfang ca. 72 Seiten. Artwork: VDE Public Affairs, Frankfurt.

Themen: Technik und Politik, Ausbildung, Innovationsfelder, Wissenschaft, Normung, Prüfung, Bezirksvereine, Veranstaltungen, Auszeichnungen, u.a. Meine Leistungen: Redigieren eingehender Beiträge, Textentwicklung für Einleitungen, Zusammenfassungen, Headlines u.a.; Schlussredaktion.



60 JAHRE HÜBNER

Firmenchronik (2006)

Chronik in Buchform, anlässlich des 60-jährigen Bestehens. Herausgeber: HÜBNER GmbH, Kassel. Umfang 68 Seiten. Agentur: Machbar, Kassel.

Themenspektrum: Die Vision der Unternehmensgruppe Hübner, die Unternehmensgeschichte, Tochtergesellschaften weltweit, Menschen bei Hübner (Erzählungen, Porträts, Interviews), Innovation mit Tradition. Meine Leistungen: Textbearbeitung, Textentwicklung.



eCOMMANDER

Publikationsreihe (2005–2006)

IT-Trendmagazin für kleine und mittelständische Unternehmen. Herausgeber: eCOMM Brandenburg in Kooperation mit WeMake IT, IHK Potsdam und ZAB ZukunftsAgentur Brandenburg. Umfang 24–28 Seiten. Agentur: brando, Werbe- und Eventagentur, Potsdam.

Themen: Mobile Business-Anwendungen über Datenfunk, Breitbandnetze, Voice over IP, neue Informations- und Kommunikationstechnologien, Fallstudien, Interviews zu Trends und Perspektiven, Firmenporträts, u.v.m. Meine Leistungen: Redigieren der Beiträge, Textentwicklung für Einleitungen und Headlines, Teaser für die Titelseite, Schlussredaktion.



Das Programm – Die volle Dosis Spaß

Programmheft (2003, 2006)

Das Teltower Stadtfest (nahe Berlin) ist ein Großereignis im gemütlichen Rahmen, auf dem jedes Jahr ein buntes Showprogramm präsentiert wird. „Das Programm“ sorgt dabei für die nötige Übersicht. Umfang 32–36 Seiten. Agentur: brando, Werbe- und Eventagentur, Potsdam.

Themen: Konzerte, Shows und Entertainment, Kleinkünstler, Sonder-Vorführungen, Wettbewerbe, Historischer Markt, Rahmenprogramm, Sponsoren, u.a. Meine Leistungen: Recherche, Teaser und Kurzberichte über die Bühnen-Highlights – spannend und humorvoll formuliert – sowie Begleittexte zum Rahmenprogramm.



dr Schlüsselbund

Newsletter (2005)

Kundeninformation über Produkte und Anwendungen rund um die moderne Schließtechnik. Herausgeber: Bürgi Sicherheitsanlagen GmbH, Schweiz. Umfang 8 Seiten. Agentur: Creare, Schweiz.

Themenspektrum: Neue Produkte und Technologielösungen, Fallbeispiele, Kundenporträts, aktuelle Firmeninformationen, Mitarbeiterporträts. Meine Leistungen: Textbearbeitung, Textentwicklung.



sparda aktuell

Kundenjournal (2004–2005)

Kontaktmedium und Plattform für aktuelle Angebote, Imagepflege und Profilschärfung. Herausgeber: Sparda-Bank Hannover. Umfang 8 Seiten. Agentur: freitag van geigk, Hannover.

Themenspektrum: Altersvorsorge, Baufinanzierung, Filialeröffnungen, Girokonto, Investmentfonds, Jubiläen, Kreditangebote, Kultursponsoring, Online Banking, Rentenversicherung, Sparen, Zinskonditionen, u.a. Meine Leistungen: Die Aufbereitung teils komplexer Sachthemen in locker geschriebene und leicht verständliche Artikel, punktgenau auf Zeile.



Ski- & Snowboard-Reisen

Katalog (2001)

Katalog für Wintersportreisen in die Alpen. Herausgeber: no limits! sports travel & more, Berlin. Umfang 46 Seiten. Artwork: Etienne Girardet.

Themen: Gastgeber & Gäste, Skigebiete, Hotels & Chalets, Verpflegung & Service, Sportkurse, Aktivitäten; Single-Reisen, Partner-Reisen, Familienangebote, Jugendcamps, u.a.

Meine Leistungen: Optimierung der Katalogstruktur, Ordnungskonzept für Typografie, Entwicklung des Leser-Leitsystems mit Faktenübersicht zum schnellen Preis-Leistungs-Vergleich; Textberatung und Textentwicklung.



Grüne Seite

Newsletter (1998–1999)

Kundeninformation für Großhändler und Einzelhandelskunden. Herausgeber: Blumengroßmarkt Berlin. Umfang 8–12 Seiten. Agentur: D&M, Berlin.

Themen: Sortimente, Qualität, Veranstaltungen, Firmenporträts, Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen auf dem Areal des Blumengroßmarktes.

Meine Leistungen: Themenplanung, Textentwicklung für Beiträge und Teaser, Interviews, Projektmanagement.



Sicherheitstanks

Pressekampagne (1997–1998)

Produktinformationen und Messeberichte an deutsche Fachzeitschriften für die Sanitär/Heizung/Klima-Branche. Auftraggeber: BKP Berolina Polyester. Dauer ca. 12 Monate. Agentur: D&M, Berlin.

Themen: Doppelwand-Batterietanks mit Leckschutzsystem, Funktionsprinzip der Vakuum-Sicherheitstechnik, Tankvolumen und Aufbausystematik, Haltbarkeit des GfK, Umweltfaktoren, Infos zum Unternehmen, u.a.

Meine Leistungen: Kampagnenplanung, Textentwicklung, Koordination.



Kompaß

Wassersportmagazin (1995–1996)

Wassersportmagazin für Berlin und Brandenburg. Herausgeber: Kompaß Verlag Berlin. Umfang 60–68 Seiten. Artwork: Kompaß Verlag, Berlin.

Themen: Skipper & Crew, Revier & Törn, Boote & Ausrüstung, Sport & Wettbewerb, Natur & Umwelt, Wasserstraßen & Verkehr, u.a.
Meine Leistungen: Konzeption (Markt- und Konkurrenzanalyse, Produktionsplanung, Heftkonzeption und Themenprofil), Aufbau der Bild- und Textredaktion, Redaktionsleitung während der Markteinführung; Textbearbeitung, Textentwicklung, Schlussredaktion.



KV-Blatt

Verbandsmagazin (1994)

Amtliches Mitteilungsblatt. Herausgeber: Kassenärztliche Vereinigung Berlin. Umfang 68 Seiten. Agentur: CCW, Berlin.

Themen: Amtliche Mitteilungen, Infos über den Einsatz neuer Technologien in der Medizin, Veranstaltungen, Änderungen in der Gebührenabrechnung oder technische Grundausstattungen.
Meine Leistungen: Relaunch-Konzept für Inhaltsstruktur und Layout, Re-Organisation der Abläufe zwischen Textredaktion, Grafik und Druckerei.



Tafelporzellan

Pressearbeit (1990–1993)

Produktinformationen und Pressemitteilungen für deutsche Fachzeitschriften der Glas/Porzellan- und Geschenkartikel-Branchen. Auftraggeber: ROM Import Export, Bremen.

Themen: Chinesische Porzellan- und Haushaltswaren, japanische Tee-Service, Qualitätsmerkmale, Einkaufsreisen, Neue Kollektionen, Messevorschauen, Infos zum Unternehmen, Interviews, u.a.
Meine Leistungen: Themenplanung, Textentwicklung, Koordination.



Die Venus ist das „Herz der Produktion“

Neue Ideen sind nur etwas wert, wenn man sie gewinnbringend umsetzen kann. Das Unternehmen Alcopack aus Weißrussland setzt konsequent auf Qualität, eine hohe Kundenorientierung und auf Spritzgießmaschinen von Haitian und Zhafir. Mit nachhaltigem Erfolg.

Mit der Erfindung eines Hydroverschluss-Prinzips für Flaschenschraubverschlüsse legte Alcopack den Grundstein für ihren Unternehmenserfolg. Die Besonderheit: Eine integrierte Schutzvorrichtung verhindert das unbefugte Öffnen und Verdünnen des Inhalts ebenso wie das industrielle Wiederbefüllen. Sicherheitsvorteile, die nicht nur den Kunden der Wodka-Industrie zugute kommen, sondern letztlich für jedes Markengetränk einen hohen Schutzfaktor darstellen.

Heute ist Alcopack unbestrittener Marktführer in Sachen Verschlusstechnik und Hauptzulieferer für die Getränkeindustrie in den GUS-Märkten. Rund 1.500 Mitarbeiter sorgen im Produktionswerk in Gomel, Belarus, für einen Jahresumsatz in Höhe von ca. 60 Millionen Euro. Exporte gehen hauptsächlich in die Wodka-Industrie nach Russland, Kasachstan und andere Teile der ehemaligen Sowjetunion, aber auch nach Deutschland und Frankreich.

Innovationsführer für Spezialschraubverschlüsse (non-refillable)

„Ich denke schon, dass Alcopack in den Köpfen unserer Kunden die Nr. 1 ist“ sagt Nickolay Birukov, CEO und Member of Board von Alcopack. „Es gibt viele gute Wettbewerber, aber wir sind nun mal der Wichtigste. Stichwort Qualität, Zuverlässigkeit, Flexibilität in der Herstellung, und das mit hoher Effizienz.“

Schon sehr früh haben die Verschluss-Spezialisten auf Spritzgießmaschinen von Haitian und Zhafir gesetzt, auf Mars, Saturn und Jupiter, und so entwickelte sich das Produktionswerk zu einem Cosmos der besonderen Art. Insgesamt 75 Spritzgießmaschinen sind es inzwischen, die hier auf Hochtouren laufen, und nur eine davon ist kein „Planet“ der Marke Haitian oder Zhafir. Es hat sich gelohnt: „Durch den Einsatz vollelektrischer Maschinen haben wir die Zykluszeiten um ca. 10 % verkürzen können, und die Abkühlphase um 60 %. Von den Energieeinsparungen gar nicht zu reden“ sagt Birukov. Als die Venus Serie auf den Markt kam, sei es „Liebe auf den ersten Blick“ gewesen. Eine Liebe die gewachsen ist. Schon die Hälfte der 46 vollelektrischen Maschinen sind vom Typ Venus Serie. „Sie ist das Herz unserer Produktion“ schwärmt Birukov, „auch weil sie so unkompliziert ist.“

Kunde:

Haitian International Ltd.

Agentur:LONGO Communication,
Nürnberg**Projekt:**Kundenmagazin
„Advantage“, 16 Seiten**Leistung:**

Textentwicklung

3textHolger Liebert
Telefon 04502 30 78 24
info@3text.de

Durch die vielen Optionen können wir Ausrüstungszusätze oder Automationen ohne großen Kostenaufwand in die Standardmaschine integrieren, so wie wir es brauchen. Auch in diesem Punkt ist sie anderen Maschinen weit voraus.“

Permanentes Streben nach Perfektion

Jahr für Jahr werden rund 1 Milliarde Sicherheitsverschlüsse in Gornitz gefertigt. Circa 2.000 Tonnen Kunststoffe (PC, ABS, PP, PE, PS) und ca. 450 Tonnen Aluminium werden dafür jeden Monat aus Deutschland, Italien und anderen Ländern importiert. Die Produktionsabläufe sind hochgradig automatisiert, von der Entnahme und Montage der Schraubverschlüsse, die je nach Typ aus vier oder fünf Einzelteilen bestehen, bis hin zur Lackierung und Etikettierung der Alu-Verschlüsse.

Innovationskraft und Unabhängigkeit ziehen sich wie ein Roter Faden durch den gesamten Wertschöpfungsprozess, von der Idee bis zur Fertigung. 120 Patente auf Verschlüsse und rund 300 Auszeichnungen aus verschiedenen Ländern der EU belegen das eindrucksvoll. Damit nicht genug: Auch viele Montageautomaten wurden in Eigenregie entwickelt und hergestellt. »Leidenschaft für Excellence und Qualität« – das Credo des Unternehmens ist offensichtlich mehr als ein Slogan. „Qualität zeigt sich in vielen Facetten“, erläutert Birukov, „und je mehr wir intern abdecken können, desto besser können wir uns auf unsere Kunden einstellen.“

In der eigenen Qualitätsabteilung – das gesamte Werk ist ISO 9001 zertifiziert – werden alle zwei Stunden Teile zur Qualitätsprüfung entnommen und vermessen. Doch schon während der Fertigung werden die Schraubkappen mit Kameras qualitätsgeprüft, so dass Alcopack eine Null-Fehler-Produktion erreicht.

Mit der Mercury Serie in neue Märkte

In naher Zukunft will Alcopack auch die heimische Medizintechnikbranche beliefern. Verträge mit Abnehmern für Inhalatoren, Spritzenkörper, Petrischalen und Pipettenspitzen sind schon geschlossen, nun geht es an die Vorbereitung der Produktion. Auf der Fakuma 2012 hat man bereits mit Werkzeugbauern verhandelt und sieben Zhafir Mercury geordert. Auf ihnen sollen die Medizinprodukte gefertigt werden. Nickolay Birukov sieht dieser neuen Etappe stolz und erwartungsvoll entgegen: „Mit unseren Schraubverschlüssen für Wodkaflaschen haben wir indirekt dazu beigetragen, die Menschen vor gefälschter Ware zu schützen. Nun können wir einen direkten Beitrag leisten, um ihre Gesundheit auch in anderen Bereichen zu unterstützen.“

„Handwerk hat goldenen Boden.“

Handwerk hat goldenen Boden, heißt es. Schön und gut, doch klingt es fast ein wenig zu selbstgerecht; als würde jeder Handwerksbetrieb ganz automatisch wachsen und immer ein gutes Auskommen haben. Ganz so einfach ist es nicht, wie ein Blick in die Chronik der BODO WASCHER Gesellschaft für Elektroanlagen mbH offenbart.

Schon die Startbedingungen 1962 waren alles andere als komfortabel, beschränkten sich die Räumlichkeiten zu der Zeit doch noch auf das persönliche Umfeld einer ganz normalen Familie, also Wohnzimmer, Küche, Schlafzimmer und Kinderzimmer. Genau betrachtet, war der Keller – zur Werkstatt umfunktioniert – die Keimzelle jenes Unternehmens, das heute auf einen Verbund von gut einem Dutzend Firmen zurückgreifen kann und von Lübeck aus die unterschiedlichsten Kunden betreut. Gewerbe- und Industriekunden ebenso wie Verbrauchermärkte und Fachgeschäfte oder Universitätskliniken und Pflegeeinrichtungen.

Bis dahin war es ein langer Weg. Dass wir ihn so erfolgreich beschritten haben, verdanken wir in erster Linie dem Vertrauen unserer Kunden, insbesondere der aller ersten Kunden, die schlichtweg auf das persönliche Wort eines Mannes vertrauten. Das dürfen Sie durchaus wörtlich verstehen, denn damals, zu Beginn der 1960er Jahre, wurden Geschäfte nicht selten per Handschlag besiegelt. Wort zu halten, war und ist für Bodo Wascher nicht nur eine Frage der Ehre. Es galt ihm auch schon immer als Investition in die Zukunft. In seine eigene und die seiner Frau, aber ebenso selbstverständlich auch in die seiner Mitarbeiter. „Wir wollen durch Leistung überzeugen“, gab er die Devise aus, von Anfang an. „Wer auch immer uns beauftragt.“

Und so kam es trotz mancher Widrigkeiten und Rückschläge tatsächlich zu dem, was viele Außenstehende heute bewundern, und was auch uns Mitarbeitern rückblickend höchsten Respekt abnötigt: Die Firma ist stetig gewachsen, gesund gewachsen. Zug um Zug. Nicht jedes Jahr, und nicht um des Wachstums Willen, sondern mit Leidenschaft und Augenmaß. Wenn das Geld dafür übrig da war, wurden neue Geräte und Maschinen angeschafft, um das Leistungsspektrum und die Arbeitsqualität verbessern zu können. Lief es mal nicht so gut, wurde alles daran gesetzt, das Blatt zum Guten zu wenden. Doch wann immer möglich, wurde die Firma weiter auf- und ausgebaut. Die erste größere Lagerhalle und die Garagen in der Posener Straße zu Lübeck sind bis heute exemplarisch für das Vertrauen in die eigene Kraft – auf das eigene Handwerk im wahrsten Sinne des Wortes. Auch wenn sie jüngst einem Neubau weichen mussten, nach fast 50 Jahren.

Kunde:

BODO WASCHER Ges. für
Elektroanlagen

Agentur:

-

Projekt:

„50 Jahre BODO WASCHER“
Ein Unternehmensporträt in
Buchform, 72 Seiten

Leistung:

Interviews & Text

3text

Holger Liebert
Telefon 04502 30 78 24
info@3text.de

So hat sich Vieles geändert, behutsam und allmählich. Manche Dinge aber ändern sich nie, mithin sind es die wichtigsten: Der persönliche Kontakt untereinander und zu den Kunden. Die Überzeugung, dass Qualitätsarbeit auf Dauer mehr wert ist als der tiefste Kampfprijs. Und das Wissen darum, dass das Vertrauen unserer Kunden in uns und unsere Arbeit mit Nichts in der Welt zu aufzuwiegen ist. Nicht mal mit Gold.

„Bei BODO WASCHER arbeiten heißt Farbe bekennen.“

Anfangs war es nur das rote Logo, das die Firma BODO WASCHER schon von weitem zu erkennen gab. Heute tragen auch alle Monteure das typische WASCHER-Rot: einheitliche Overalls, einheitliche Jacken, einheitliche Pullover. Und mancher Kunde fragt sich womöglich: „Warum machen die das? Macht sie das zu einem besseren Team?“ Vielleicht. Mag sein, dass es den Teamgeist des einen oder anderen Kollegen noch verstärkt. Ganz sicher aber trägt dieses einheitliche Bild auch unseren gemeinsamen Anspruch nach außen: Sauberkeit und Ordentlichkeit, Pünktlichkeit und Beständigkeit, Geschlossenheit und ein verbindliches Auftreten insgesamt. Denn ein starkes Miteinander hat es bei BODO WASCHER schon immer gegeben, das zieht sich wie ein Roter Faden durch die Firmengeschichte, von Anfang an.

Bis heute wird dieser Leitgedanke auf allen Ebenen gelebt. Man könnte sagen, wir haben die familiäre Nähe aus den ersten Anfangsjahren seit der Firmengründung bis in die heutige Zeit hinübergerettet. Wir haben uns das Persönliche im Umgang miteinander bewahrt. Was durchaus konstruktiv zum Tragen kommt, in vielen Situationen. Sei es auf der Baustelle oder im Planungsbüro, in der Verwaltung oder im Lager. Unsere Mitarbeiter schätzen die harmonische Zusammenarbeit mit ihren Kollegen, bei allem gebotenen Respekt, versteht sich. „Wir sind wie eine große Familie“ heißt es immer wieder, und es klingt für den einen oder anderen Außenstehenden sicher etwas abgedroschen. Aber es ist tatsächlich so. Das sieht man schon daran, wie in den Büros und auf den Baustellen miteinander gesprochen und gearbeitet wird. Da wird der Dialog gepflegt, der persönliche Kontakt, auch das offene Wort. Ist man mal unterschiedlicher Meinung, stößt man nicht auf Granit, sondern kann seine Gedanken darüber in aller Sachlichkeit austauschen. Dieselbe Farbe zu tragen bedeutet ja nicht, dieselbe Meinung haben zu müssen.

Wichtig ist am Ende des Tages, dass das, was zu tun war, auch geschafft worden ist. Dass die richtigen Leute zum Kunden kommen. Nämlich die, die sich dort schon auskennen, die wissen was zu tun ist und den Auftrag

3text

Holger Liebert

Telefon 04502 30 78 24

info@3text.de

erledigen können ohne dass der Kunde ihnen alles erklären müsste. Sollte doch mal ein Kollege einspringen, ist zumindest sichergestellt, dass er über alles im Bilde ist. Weil der Informationsfluss funktioniert.

Natürlich läuft im Handwerk nicht immer alles perfekt nach Plan und es gibt auch mal Reklamationen – wo gehobelt wird, da fallen Späne. Doch auch dann bleiben wir unserem Anspruch treu, eine zu 100 Prozent ordentliche handwerkliche Leistung abzuliefern. Etwa im Projektgeschäft, wenn wir als Generalunternehmer die Gesamtverantwortung tragen und es in die heiße Endphase geht. Sollte etwas zu korrigieren sein – auch wenn wir uns „den Schuh gar nicht anziehen“ müssen, dann wird das von uns gemacht. Selbst wenn mal fehlerhafte Materialien geliefert worden sind, ziehen wir uns nicht zurück sondern bleiben vor Ort und kümmern uns so lange darum, bis das Problem beseitigt oder behoben ist. Erst dann sind wir fertig, und nicht vorher. Das ist unser Versprechen, unser Selbstverständnis. Das ist BODO WASCHER.

Schlussendlich erkennt der Kunde eben doch, was es mit der roten Farbe auf sich hat: Der Monteur trägt die WASCHER-Kleidung, also ist er kompetent und informiert; der weiß was zu tun ist und er sorgt dafür, dass die Dinge funktionieren.

„Wachsen, wenn es Sinn macht.“

Unternehmen zu gestalten, ist eine spannende Aufgabe. Besonders dann, wenn es sich entfalten kann, aber nicht muss. Denn planbar ist längst nicht alles, wie wir heute wissen. Vieles ergibt sich erst im Laufe der Zeit. Und manches verwundert noch heute.

Es waren die „wilden 70er“, als die Entwicklung der Bodo Wascher Gruppe ihren Anfang nahm. Schlaghosen bestimmten die Mode, grelle Kostüme das Showgeschäft, und der gute alte VW-Käfer das Straßenbild. Eine aufregende Zeit, voller Umbrüche – die Bundesrepublik wurde erwachsen. „Love & Peace“ war in aller Munde, und die meisten Menschen hatten viel Wichtigeres zu tun, als sich der Elektrotechnik zu widmen. Bodo Wascher weiß bis heute ein Lied davon zu singen, denn gute Leute zu bekommen war eine haarige Sache. Er behalf sich mit einem Trick und übernahm kleine Handwerksbetriebe, die aus verschiedensten Gründen aufgeben wollten. So bekam er gute Monteure – meist mehrere auf einen Streich, der ehemalige Inhaber wusste seine Leute versorgt, und den Kunden blieben die vertrauten Gesichter erhalten.

(...)

Leben auf der Achterbahn

Hinter den Kulissen des größten Volksfestes in Berlin

Für die Einen ist es ein riesiger Abenteuerspielplatz, für die Anderen ist das Deutsch-Französische Volksfest ein Zuhause auf Zeit. Der Alltag Berliner Schaustellerfamilien ist mehr als ungewöhnlich. Sie leben den Spagat zwischen Tradition und Moderne, setzen beharrlich auf Sicherheit – und wagen sich doch immer wieder auf neues, unbekanntes Terrain.

Berlin-Reinickendorf, 6.15 Uhr. Zwanzig kräftige Männer stehen bereit, als die vierzehn Schwertransporter und Lkw-Gespanne vorfahren und rangieren, jeder an seinem vorher bestimmten Platz. Von nun an muss jeder Handgriff sitzen, die Zeit läuft. Von früh bis spät werden sie schleppen, montieren, sichern, prüfen. Eine Woche Stahl und Schrauben. Dann sind die 980 Schienenmeter verlegt und verbunden, in bis zu 25 m Höhe. Das ist die Stunde X, die Achterbahn steht, fertig zur Abnahme durch die Inspektoren des TÜV.

Mehr als 100 Fahrgeschäfte und Schaustellerbetriebe reihen sich auf dem Deutsch-Französische Volksfest aneinander, verdichten sich zu einer schillernden Erlebnisfront von über 1,2 km Länge. Walzerbahn. Flugkarussell. Riesenrad. Nur eines haben sie gemeinsam: Sie gehören zu den Sichersten der Welt. Deutsche Fahrgeschäfte unterliegen den schärfsten Sicherheitsnormen weltweit; DIN- und EN-Normen, nach denen auch amerikanische Versicherungen die Fahrgeschäfte in US-Vergnügungsparks überprüfen lassen – vom deutschen TÜV. Mit Strenge und Akribie gewährleisten sie, dass das Erlebnis Nervenkitzel sicher zu haben ist.

Pioniere der Neuzeit

Visionären Schaustellern und findigen Ingenieuren ist es zu verdanken, dass Kirmes & Co bis heute mit neuen Ideen begeistern, wieder und wieder. Schon das Neue an sich übt auf den Menschen starke Anziehungskräfte aus, fast magisch. Sei es durch technische Innovationen oder einfach nur durch neue, noch größere Dimensionen. Beispiel Wasserrutsche: 240.000 Liter rauschen hierfür mit Hochdruck durch das Kreislaufsystem und sorgen für eine feucht-fröhliche Rutschpartie. Das technisch Machbare ist allenfalls eine Frage der Zeit. Beispiel Eclipse: Schon heute erreichen Fahrgäste mit 4-facher Erdbeschleunigung in 48 Metern Höhe eine Geschwindigkeit von 90 km/h. Und spüren die volle Bedeutung des Wortes „Fliehkraft“ am und im eigenen Leibe. Ein Temporausch der besonderen Art; Genuss mit Haut und – wehenden – Haaren. Dennoch: Das Gesamtbild der Kirmes wandelt sich

Kunde:

Schaustellerverband Berlin

Agentur:

brando, Potsdam

Projekt:

8 flankierende Presseartikel zum Deutsch-Französischen Volksfest

Leistung:

Recherche & Texte

3text

Holger Liebert

Telefon 04502 30 78 24

info@3text.de

nur langsam. Auch wenn immer mehr Schausteller ihre Beleuchtung auf energiesparende LED umgerüstet haben. Die Fahrgeschäfte selbst, der Hunger nach Erlebnissen, sind weitestgehend zeitlos. Ob Autoscooter oder Melodystar, Losbude oder Schießstand, Kettenflieger oder Kinderkarussell. Was gut ankommt, das bleibt. Was gestern hochmodern war, avanciert entweder selbst zum Klassiker (Beispiel Break Dance) oder wird sich kaum länger halten als eine Generation. „Abstimmung mit den Füßen“ nennt man das in Fachkreisen, und auch das hat sich, wie das Streben nach Sicherheit, in all den Jahren nicht verändert.

Rund 60 Schaustellerfamilien, überwiegend aus dem Berliner Raum, stehen hinter den mehr als 100 Fahrattraktionen, Spielbuden und Verkaufswagen auf dem Deutsch-Französischen Volksfest. Von Anfang an und mithin am längsten dabei ist Familie Barthel. Ihre Walzerbahn, durchgehend in Familienbesitz, wird mittlerweile in der dritten Generation von Robert Barthel geführt, mit 34 Jahren der jüngste Schausteller vor Ort. Zu den älteren Semestern zählt Gisela Fischer, Jahrgang 1926, und immer noch im Süßwarenverkauf oder Schießwagen an Bord. Helfende Hände sind immer gefragt, denn zu tun gibt es allerhand im Alltag eines Schaustellerlebens.

In der Regel beginnen die Arbeitstage mit Reinigungs- oder Wartungsarbeiten, Wareneinkauf und Bürotätigkeiten. Auch ganz normale Hausarbeiten wie Wäschewaschen und Kochen sind noch zu erledigen, bevor man zum Mittagessen zusammen kommt. Um 15 Uhr, am Wochenende um 14 Uhr, öffnet das Volksfest seine Pforten – die Kernarbeitszeit der Schausteller beginnt. Nach Veranstaltungsschluss ist noch lang nicht Schluss. Dann heißt es Geschäfte schließen, Aufräumen, Säubern, Abrechnen – noch ein letzter Blick, ob alles in Ordnung ist.

Der Feierabend beginnt für viele erst gegen 1 Uhr morgens. Die Zeit, in der Privates Platz hat, auch wenn es nur ein paar Quadratmeter pro Person sind, im Caravan oder Campinganhänger. Oder ein Quartier im Mannschaftswagen. Nicht jeder kann sich einen ausgebauten Wohnwagen leisten, manche wollen es auch nicht. „Es gibt Wichtigeres im Leben, als Bequemlichkeit“ sagt einer, und das seien in erster Linie die Kinder. Gerade für Schaustellerkinder ist es schwierig, mit den wachsenden Anforderungen der Gesellschaft und Berufswelt Schritt zu halten. Soweit sie nicht bei Familienangehörigen in Berlin wohnen und geregelt zur Schule gehen können, erfolgt die schulische Bildung an den wechselnden Gastspielorten. Dabei arbeitet der Deutsche Schaustellerbund eng mit den Kultusministern zusammen.

(...)

Michael Holm

Schöpfer der schönsten Schlager-Hits

Sie denken, Sie kennen Michael Holm? Sie irren sich. Michael Holm ist mehr als ein beliebter Schlagersänger, dieser Mann ist ein Multitalent. Seinen aller ersten Erfolg feierte er als Komponist des Instrumentaltitels „Desert Island“, der 1964 die japanischen (!) Charts anführte. Giorgio Moroder ist es zu verdanken, dass er dennoch ein letztes Mal zum Mikro griff. So wurde „Mendocino“ ein Riesenhit und Michael Holm auch als Interpret eine Institution. Inzwischen hat er über 850 Songs geschrieben und ist einer der erfolgreichsten Texter Deutschlands. Viele Top-Hits der 70er Jahre stammen aus seiner Feder: „Fiesta Mexicana“ für Rex Gildo, „Irgend jemand liebt auch Dich“ für Roy Black, „Pedro“ für Peter Alexander, „Arizona Man“ für Mary Roos und – bis heute kult – „Tränen lügen nicht“ für sich selbst. Michael Holm findet ihn immer, den Weg in die Herzen der Hörer.

Dienstag, 3.10., ab 19 Uhr, TTT-Showbühne

Kunde:

Stadt Teltow

Agentur:

brando, Potsdam

Projekt:

Programmheft zum
Stadtfest

Leistung:

Textentwicklung

Cool Cats

Rock'n'Roll-Combo mit Biss

Die sechs Berliner Rockabillys präsentieren seit 1990 markante Rock'n'Roll-Hits aus den 50er und 60ern. Mal harmonisch vierstimmig, mal mit rasantem Instrumental-Solo, immer rund und druckvoll im Sound, der sich stets an den Originalen bzw. am Charakter der Songs orientiert.

Authentisch und pur. Äußeres Markenzeichen: Coole Bühnensakkos im Stile der 50er Jahre, mit knallroten Schottenkaros – wie es sich für echte Vollblutprofis gehört.

Dienstag, 3.10., ab 15 Uhr, TTT-Showbühne

3text

Holger Liebert

Telefon 04502 30 78 24

info@3text.de

Roof Garden

Deutschlands coolste Partyband macht Dampf

Aufquellende Nebelwolken fressen sich über die Bühne ins Publikum. Schillernde Lichter wirbeln wie irre, sprühende Funken schießen aufwärts. Das Gemurmel der Leute ergießt sich in aufbrausenden Jubel, bis der Rhythmus aus den Boxen tausende Hände zum Klatschen in die Höhe reißt. – So ungefähr kann man sich den Konzertauftritt von Roof Garden vorstellen. Auch wenn es doch ganz anders kommt. Die aktionsgeladene Bühnenshow der gefragten Coverband ist jedes Mal neu, immer eindrucksvoll, gern spektakulär. Roof Garden spielen nicht einfach ihre Songs auf der Bühne, sie zelebrieren sie. Exzessiv. Als stünden sie allesamt unter Strom. Zum Repertoire gehören aktuelle Hits und Party-Klassiker aus mehreren Jahrzehnten Rock- und Popgeschichte. Viele Jahre haben sie hart an sich gearbeitet, um Sound und Show zu einem unverwechselbaren Rock-Event zu verschmelzen. Heute begeistern sie ihr Publikum durch Qualität und Vielfalt, verwandeln Zuhörer in Partylöwen. Das wird ein heißer Tanz!
Freitag, 3.10., ab 21 Uhr, Spreeradio 105,5-Bühne

Die Kusinen

Schrillste Schlager-Show seit letztem Sonntag

Seit acht Jahren schon touren Die Kusinen durch die Lande, und noch heute streiten sie darüber, wer denn eigentlich die geniale Idee zu der Familien-Combo hatte – Doris, Uschi, Tina, Susi? Ist auch egal. Inzwischen sind schon drei CDs besungen und ihre Fangemeinde wächst von Nord bis Süd ins Unermessliche. So schrieb die Berliner Zeitung einst: "Ihre Musik ist so schräg wie ihr Image: bis zum Anschlag gefüllt mit Glitter, Kitsch und viel Spaß an der Gratwanderung zwischen Parodie und echter Begeisterung". "Blondes Schlager-Gift aus Berlin, das süchtig macht, wovon man – Zugabe! – immer mehr haben will", schwärmten die Kieler Nachrichten. Und die Darmstädter Rundschau resümierte kurz: "Die Kusinen machen glücklich." Fazit: Wer nicht kommt ist selber Schuld.
Samstag, 4.10., ab 19 Uhr, Spreeradio 105,5-Bühne,

Mechatronik in der Schließtechnik

Mehr Sicherheit, mehr Optionen, mehr Zukunft

Mechatronik ist immer noch ein relativ junger Begriff, entstanden aus der Verschmelzung von Mechanik und Elektronik zu einem neuen, gefragten Technologiebereich. Ein Bereich, dem Experten allenthalben eine große Zukunft bescheinigen, und auch in der Schließ- und Sicherheitstechnik wirkt sich das Zusammenwachsen von mechanischen und elektronischen Komponenten schon jetzt positiv aus – durch ein großes Plus an mehr Sicherheit und Möglichkeiten. Während klassische Schließanlagen mit mechanischen Sicherungselementen wie Schlösser, Zylinder, Beschläge usw. allein auf die Steuerung bzw. Kontrolle von Zutrittserlaubnissen beschränkt sind, bieten Mechatronikanlagen durch elektronische Schlüssel, Karten, Codeträger, Leseeinheiten, Stellglieder usw. vielfältige Funktionen zusätzlich. Das Aufzeichnen täglicher Schließvorgänge, das unkomplizierte Freigeben, Steuern und Sperren von Zugangsberechtigungen – jederzeit wieder änderbar, integrierte Zeiterfassungssysteme oder Schnittstellen zu Einbruchmeldeanlagen sind dafür nur einige Beispiele.

Kompatibel mit der Zukunft

Das größte Plus der Mechatronik-Schließsysteme liegt in ihrer zeitlosen, technischen Flexibilität gegenüber neuen Anforderungen. Rein mechanische Schließsysteme bauen in ihrer Grundstruktur immer auf der Analyse zu einem festen Zeitpunkt auf, in der Regel der Tag an dem der Schließplan oder das Schließorganigramm erstellt wurde. verändert sich diese Struktur im Laufe der Zeit wesentlich, etwa durch eine räumliche oder personelle Expansion des Unternehmens, bedingt dies in der Regel eine neue Schließanlage, da Zylinder und Schlüssel in ihren Funktionen fest definiert sind. Auch ein Schlüsselverlust zwingt nicht selten zur Neuinstallation bestimmter Teilbereiche oder gar der ganzen Anlage. Probleme und Einschränkungen dieser Art können mit Mechatronik-Systemen spielend einfach ausgeschaltet werden. Und oft genügt es schon, eine rein mechanische Schließanlage gezielt um elektronische bzw. mechatronische Komponenten zu ergänzen, wie die folgenden Beispiele zeigen.

(...)

Kunde:

Bürgi Sicherheitsanlagen
AG

Agentur:

Creare, Schweiz

Projekt:

Hauszeitung
„Schlüsselbund“

Leistung:

Textentwicklung

ALTERSVORSORGE

„Die Früchte der Arbeit ernten“

Hans und Liselotte J. aus Minden (beide 62) haben geschafft, wovon viele ein Leben lang träumen. Eine kleine, feine Finca mit Sonnenterrasse, Whirlpool und urwüchsiger Obstplantage auf Mallorca ist ihr zweites Zuhause geworden, ihr ganz privates Paradies. „Viele reden ja nur vom sonnigen Lebensabend und was sie dann alles unternehmen wollen. Wir haben konkret etwas dafür getan.“ erklärt der ehemalige Bautechniker nicht ohne Stolz. „Die Berater der Sparda-Bank haben uns dabei unterstützt. Jetzt können wir die Früchte unseres Arbeitslebens in aller Ruhe genießen.“

Was dem Seniorenpaar aus Minden gelang, wird in Zukunft leider ungleich schwieriger, denn mit dem Alterseinkünftegesetz vom 29. April hat der Deutsche Bundestag die Rahmenbedingungen für finanzielle Altersvorsorge drastisch verschlechtert. Demnach werden Kapitalerträge aus Lebens- und Rentenversicherungen, die ab dem 1. Januar 2005 abgeschlossen werden, zu 50 % besteuert. Aber auch nur dann, wenn die Versicherungspolice eine Laufzeit von 12 oder mehr Jahren vorsieht und Ihr Vorsorgekapital erst nach dem 60. Lebensjahr ausgezahlt wird. Verträge, die diese Voraussetzungen nicht erfüllen, werden sogar zu 100 % besteuert.

**Rechtzeitig vorsorgen zahlt sich aus
Jetzt handeln – und sehr viel Geld sparen**

Nutzen Sie die bislang gültige Rechtslage und sichern Sie sich enorme steuerliche Vorteile: Mit dem Altersvorsorgeprodukt „basisVERMÖGEN“ der DEVK schließen Sie die gesetzliche Rentenlücke und sichern sich gleichzeitig eine solide finanzielle Grundlage für Ihre Zukunft im Alter. Jetzt aktiv werden lohnt sich ohnehin: Je früher Sie anfangen, desto höher wird im Rentenalter Ihr Vermögen sein. Es gibt also keinen Grund, noch länger zu warten! Die Vorsorge-Spezialisten der Sparda-Bank sind bestens mit attraktiven Kapital-, Lebens- und Rentenversicherungen vertraut. Mit kühlem Kopf und qualifiziertem Rat helfen Sie Ihnen auch in allen Steuerfragen und entwickeln für Sie eine maßgeschneiderte persönliche Altersvorsorge.

Solide Grundlage schon ab 1 Euro monatlich

Schon mit Beiträgen von 1 EUR pro Tag baut sich im Laufe der Jahre ein ansehnliches Rentenpolster auf – zur einmaligen Auszahlung oder als monatliche Extra-Rente auf Lebenszeit. Vereinbaren Sie am besten noch heute einen Beratungstermin in Ihrer Sparda-Bank-Filiale.

Kunde:

Sparda-Bank

Agentur:Freitag van geijk,
Hannover**Projekt:**Kundenjournal
„sparda aktuell“**Leistung:**

Textredaktion

3textHolger Liebert
Telefon 04502 30 78 24
info@3text.de

Sozialarbeit mit Nachwuchspokal

Wer ein Rennspektakel erwartet, wenn die Wassersportfreunde Berlin am 19.8. zum WSF Nachwuchspokal einladen, wird überrascht sein. Keine Rennstrecke, keine Siegerehrungen – der soziale Gedanke steht klar im Vordergrund. Um den Pokal geht es erst in zweiter Linie, und das auch nur, damit der Verband etwas Geld dazulegen kann, ohne gleich gegen die Statuten zu verstoßen.

Es sind aber auch ganz besondere Gäste, die sich über die Eigeninitiative der Veranstalter freuen können: zwei Kinderheimfamilien der Kindertagesstätte Dr. C. Sonnenschein aus Berlin-Frohnau, mit nicht weniger als insgesamt 22 Kindern und Jugendlichen. Gemeinsam mit dem Nachwuchs der Vereinsmitglieder werden sie auf dem eigens dafür geschmückten Privatgelände in Konradshöhe einen schönen Nachmittag verbringen, viel Spaß haben und sich einfach rundherum wohlfühlen. Das jedenfalls ist der Sinn und Zweck dieser Veranstaltung. „Jugendarbeit ist eine wichtige Sache, wichtiger als der sportliche Aspekt“ betont Hans-Joachim Gleffe, Vorsitzender des WSF. Und so ist das Programm dieses Samstagnachmittags auch ganz entspannt angelegt. „Wir machen erst mal eine Bootsrundfahrt auf der Havel oder auf dem Tegeler See, und vielleicht noch einen Schlauchboot-Slalom. Anschließend können sich die 4- bis 13-jährigen beim Baden und Spielen so richtig austoben.“ Abends will man dann gemütlich zusammen essen und trinken, wobei die verschiedenen Vorlieben bis hin zur vegetarischen Kost berücksichtigt werden.

Ganz so einfach, wie es sich anhört, scheint ein soziales Engagement allerdings nicht immer zu sein. Seit 1998 waren die Kinder des „Kinderheim Buntspechte“ aus Reinickendorf jährlich zu Gast beim WSF Berlin, doch zeitweilig mussten sie ihre Veranstaltung um den Nachwuchspokal „gegen die Grüne Liste verteidigen“. Diese war zu der Auffassung gekommen, dass soziales Engagement und Motorbootfahren nicht zu vereinbaren seien. Als das Sozialwaisenhaus später aus finanziellen Gründen aufgelöst und die Kinder „in alle Winde verstreut“ worden waren, mussten sich die Wassersportfreunde neu orientieren.

Den Kindern aus Frohnau dürfte es am Ende gleich sein, wie Politiker über den Nachwuchspokal denken. Für sie zählt einzig und allein der schöne Nachmittag mit Bootsfahrt, Spielen und Grillen. Und weil es der WSF genauso sieht, bekommt jede der beiden Familien einen Pokal zur Erinnerung.

Kunde:

Kompaß Verlag

Agentur:

–

Projekt:

„Kompaß“

Leistung:

Textredaktion

3text

Holger Liebert

Telefon 04502 30 78 24

info@3text.de

“Big Brother” is watching you?

Aufklärung über Ortungssysteme schafft Vertrauen

Zugegeben: Das ständige Erfassen von Positionsdaten erinnert unweigerlich an die totale Überwachung im Bestseller „1984“ von George Orwell. Dessen Visionen, die vor rund 20 Jahren noch eher fremdartig als bedrohlich anmutende Science Fiction daher kam, ist – soviel ist sicher – technisch inzwischen längst machbar. Auch der Mensch scheint sich im Alltag seiner medial geprägten Umwelt längst an das Großaufgebot von Bildschirmen und Kameras, Lasern, Scannern & Co. gewöhnt zu haben.

Satelliten erkunden die Wirren des Wetters, Mikrokameras unterstützen Ärzte im OP, Videoobjektive in U-Bahnhöfen geben uns ein sicheres Gefühl. Ein Gefühl, das leicht in Unbehagen, Misstrauen oder gar Wut kippen mag, wenn der Mensch sich persönlich und gezielt unter die Lupe genommen wähnt. So weit muss es nicht kommen. Wir empfehlen Unternehmen, die sich für eine Positionsverfolgung ihrer Fahrzeuge und Mitarbeiter entscheiden, ihre Grundüberlegungen, Ziele und Maßnahmen innerbetrieblich offensiv zu kommunizieren. Gesprächspartner könnten dabei Betriebsräte oder ähnliche Vertrauensleute sein, in kleineren Betrieben die Mitarbeiter selbst. Solche Gespräche signalisieren neben einer persönlichen Wertschätzung auch einen bewussten und verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Datenschutz und Datensicherheit insgesamt.

Anhand einer schriftlichen „Überwachungs-Policy“ könnte verbindlich fixiert werden, wann welche Daten zu welchem Zweck erhoben werden. Auch sollten überwachungsfreie Zeiten vereinbart werden, so dass sich Mitarbeiter in Pausenzeiten abmelden können und während dessen keine Daten mehr senden müssen.

Kunde:eCOMM Brandenburg,
IHK Potsdam**Agentur:**

Brando, Potsdam

Projekt:

„eCOMMANDER“

Leistung:

Textredaktion

3textHolger Liebert
Telefon 04502 30 78 24
info@3text.de