

Titelstory

## Nachwuchsmarketing: Den richtigen Azubi finden

Offene Lehrstellen, wenige Bewerber, unqualifizierte Auszubildende – Nachrichten, die in letzter Zeit öfter zu hören sind. Dabei ist die demografische Entwicklung seit Jahren bekannt. Auch im Rollladen- und Sonnenschutzgewerbe wird es deshalb immer wichtiger, geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um in Zukunft gute Auszubildende zu gewinnen.

Betriebe, große und kleine, müssen an ihrer eigenen „Arbeitgebermarke“ arbeiten und sich auf den Fachkräftemangel vorbereiten. Wie kann ein Unternehmen seine Arbeitgebermarke positionieren und sein eigenes Profil schärfen? Welche Möglichkeiten und Wege gibt es, um von



### Inhaltsverzeichnis

<b>Titelstory</b> Nachwuchsmarketing: Den richtigen Azubi finden	1
<b>Nachruf</b> Zum Tod von Erich Walter	2
<b>Unternehmen</b> Ausbildung bei elero: Mehr als nur Fachwissen	2
<b>Produkte</b> Neuer Wechselstromantrieb für Rollläden und schwere Rollläden	2
<b>Marktbeobachtung Europa</b> Sonnenschutz in Europa: Studie weist auf zunehmende Motorisierung hin	3
<b>Impuls</b> Mitarbeiterbindung im Handwerk	3
<b>Kurznachrichten</b> R+T Asia 2007	3
<b>Marketing</b> Sicherheit als Verkaufsargument	4
<b>Linearantriebstechnik</b> Schimpansen sicher untergebracht	4
<b>Produkte</b> Funktechnik für Terrassenheizung und Markise	4
<b>Kurznachrichten</b> Neuer Area-Sales-Manager für Österreich	4
<b>Impressum</b>	4

Schülern, Eltern und Lehrern als attraktiver Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb wahrgenommen zu werden?

Im Zentrum sämtlicher Marketingmaßnahmen stehen die potenziellen Bewerber, sie gilt es in erster Linie zu gewinnen. Ergänzend haben Studien ergeben, dass auch Eltern und Lehrer bei der Berufswahl entscheidend mitwirken. Daher muss auch an sie gedacht werden. Arbeitgeber müssen aktiv auf sich als Ausbildungsbetrieb aufmerksam machen. Dafür gibt es viele kostengünstige Möglichkeiten.

Was spricht dagegen, eine Schule aus der Umgebung einzuladen, den

Werkunterricht einmal in Ihrem Unternehmen durchzuführen? Das Ganze kann von bisherigen Auszubildenden organisiert und durchgeführt werden. Wissensvermittlung vom Azubi zum Schüler kommt sehr gut an, sind doch die Altersunterschiede nicht zu gravierend. Berufserkundung gehört außerdem zu den vielfältigen Möglichkeiten für eine Zusammenarbeit mit Schulen.

Kooperieren Sie mit Lehrern. Sie können zum Beispiel über den Lehrer ein Schnupperpraktikum anbieten – denn sie sind es, die einen großen Einfluss hinsichtlich der Berufswahl der Schüler haben. Wenn die Lehrer wissen, was in den Unternehmen und Betrieben gefordert wird und welche Inhalte während der Ausbildung vermittelt werden, können sie ihre Schüler sehr gut beraten und einzelne Betriebe entsprechend anpreisen. Eine Alternative ist auch die Teilnahme am Girls' Day – so erschließen Sie eine weitere Zielgruppe. Stellen Sie das Thema Ausbildung zum Rollladen- und

Sonnenschutzmechatroniker auf Ihre Internetseite. Die meisten Jugendlichen besitzen einen Computer und haben einen Internetzugang. Ebenso kann sich ein Eintrag auf speziellen Internetseiten lohnen. Eine hervorragende Plattform sind zum Beispiel die Webseiten der Handwerkskammer unter [www.handwerks-power.de](http://www.handwerks-power.de).

Auch Veranstaltungen bieten gute Kontaktmöglichkeiten zum Nachwuchs. Viele Betriebe sind auf Messen vertreten und haben einen Tag der offenen Tür. Nicht nur Produkt oder Dienstleistung sollten im Vordergrund stehen: Lassen Sie einen Azubi dort live auftreten. Informationen, die von Auszubildenden vermittelt werden, sind wesentlich authentischer und damit wirkungsvoller als klassische Berufsbrochüren. So können Sie qualifizierte Jugendliche für den Beruf des Sonnenschutzmechatronikers interessieren.

Josef A. Buschbacher, Trainer und Berater



## Nachruf

### Zum Tod von Erich Walter

**Erich Walter, langjähriger Geschäftsführer von elero, ist am 24. April wenige Tage vor seinem 77. Geburtstag verstorben.**

Damit müssen wir Abschied nehmen von einem Pionier, der sowohl für die Motorisierung und Automatisierung von Rollläden als auch für unser Unternehmen eine große Rolle spielte. Bereits 1965 war Erich Walter in der Rollladenbranche tätig, zunächst als Betriebsleiter später auch als Geschäftsführer der Firma Pradler. Nach der Übernahme durch die Günther-Gruppe 1979 wurde er Geschäftsführer von elero. Von 1983 bis zu seinem Ruhestand 1997 leitete er zudem die Stumpp + Schüle GmbH. Auf seinen unermüdlichen Einsatz und seine unternehmerische Weitsicht gründet der Erfolg beider Unternehmen.

Wir werden Erich Walter als geschätzten Ratgeber, engagierten Geschäftsführer und prägende Persönlichkeit in ehrender Erinnerung behalten.

Die Geschäftsleitung mit allen elero-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

## Unternehmen

### Ausbildung bei elero: Mehr als nur Fachwissen

**elero bildet derzeit 13 junge Frauen und Männer aus: Industriekaufleute, Mechatroniker, Zerspanungsmechaniker und Elektroniker. Eine möglichst breite fachliche Entwicklung gewährleistet die Kooperation mit der Firma Heller, einem Maschinenbau-Unternehmen aus Nürtingen. Dort arbeiten die gewerblichen Azubis ein Jahr lang in einer Lehrwerkstatt und können spezielle Kurse belegen, wie zum Beispiel einen SPS-Lehrgang.**

Ziel der Ausbildung ist es, neben der beruflichen Kompetenz Verantwortungsbewusstsein und Eigeninitiative zu fördern. Hierzu gehört es auch, die eigene Arbeit Fachfremden zu erklären.

So informierten die Auszubildenden Ende April ihre Eltern über den Betrieb. Nach der Besichtigung stellten sie die Unternehmen der Günter-Gruppe und Produkte, die elero herstellt, vor. „Die Vorbereitung und Organisation des Projektes ‚Elternnachmittag‘ wurde den Auszubildenden übertragen“, so Gisela Bartl, Sekretärin der Geschäftsführung. „Alle haben gemeinsam durch großen Einsatz, mit viel Fleiß und guten Ideen zum Erfolg beigetragen.“ Genauso engagiert zeigen sich die Azubis in sozialen Projekten: Im vergangenen Jahr halfen sie beispielsweise in einer Behindertenwerkstatt.

Armin Feichtinger, Leiter Ausbildung



## Ausbildung Sonnenschutzmechatroniker

Immer mehr Jugendliche werden Sonnenschutzmechatroniker. Seit Inkrafttreten der neuen Ausbildungsverordnung im Januar 2004 stieg die Zahl der Azubis um rund 14 Prozent (Quelle: Bundesverband Rolläden + Sonnenschutz).

## Produkte

### Neuer Wechselstromantrieb für Rolltore und schwere Rollläden



Für die Motorisierung von Rolltoren oder übergroßen Rollläden reichen Standard-Antriebe oft nicht aus. elero hat deshalb ein Kraftpaket für Wellen ab 100 mm entwickelt, mit dem auch schwere Behänge bewegt werden können: Der Wechselstromantrieb vom Typ 15/30 verfügt über ein Drehmoment von 300 Nm und schafft damit – je nach Größe des Behangs – bis zu 400 kg schwere Rolltore oder Rollläden.

Wie alle elero-Einsteckantriebe aus der Typ-15-Reihe zeichnet sich der Antrieb durch die einfache Installation aus: Er ist für Links- und Rechtseinbau

geeignet und auch die Einstellung der beiden Endlagen ist von beiden Seiten aus möglich. Da der 15/30-Antrieb nur 4 cm länger ist als seine Brüder mit geringerem Drehmoment, lässt er sich kompakt montieren, egal ob mit oder ohne Nothandbedienung. Die Wechselstromtechnik tut ihr übriges für eine unkomplizierte Installation. Um höchste Sicherheitsstandards zu gewährleisten, lässt elero alle Antriebe und Steuerungen für Rolltore regelmäßig nach den neusten EN-Normen durch unabhängige Prüfer zertifizieren.

Hermann Wolfer, Produktmanager Tore



## Marktbeobachtung Europa

### Sonnenschutz in Europa: Studie weist auf zunehmende Motorisierung hin

Im vergangenen Jahr wuchs der Markt für Rollläden und Jalousien in den größten europäischen Absatzgebieten (Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien) wertmäßig um fast 8 Prozent. Wachstumsmotor der Entwicklung war der deutsche Absatzmarkt.

Diese Ergebnisse erbrachte eine Studie von Interconnection Consulting, in der Branchenkenner der fünf Länder zu ihrer Markteinschätzung befragt wurden.

Nach dem Urteil der Experten sind Rollläden die Gewinner des Aufwärtstrends, denn sie verfügen über einen größeren Markt: Rollläden kommen

sowohl im Wohnungsbau als auch in gewerblichen und öffentlichen Gebäuden zum Einsatz. Jalousien finden dagegen stärker in Bürogebäuden Verwendung.

Der private Bausektor setzt offenbar einerseits stärker auf klassische Rollläden, andererseits auf mehr Komfort durch Motorisierung. So waren im vergangenen Jahr rund 27 Prozent aller Rollläden motorisiert, 2009 soll es bereits ein Drittel sein.

Im Segment Jalousien könnte die Steigerung nach Meinung der befragten Experten wesentlich geringer ausfallen: In zwei Jahren wird lediglich mit einem Zuwachs von einem auf insge-

samt 13 Prozent gerechnet. Insgesamt profitieren demnach besonders jene Fachbetriebe und Händler von der Entwicklung, die zum Einbau von Rollläden und Jalousien passende Antriebe anbieten.

Allerdings flacht das Wachstum in Europa laut Prognose von Interconnection Consulting in den Jahren 2008 und 2009 wieder ab. Als Hauptgrund wird die rückläufige Bautätigkeit auf dem spanischen Markt angeführt, der die Hälfte des europäischen Rollladenmarktes ausmacht.

Beate Müller, Leiterin Marketing

## Impuls

### Mitarbeiterbindung im Handwerk



Diverse Fehlentwicklungen, wie zum Beispiel die „Selbst GmbH“, haben zu einer Entsolidarisierung der Menschen mit ihren Unternehmen beigetragen. Das kann die Wirtschaft insgesamt nicht gebrauchen – und schon gar nicht das Handwerk.

Was die Handwerksbetriebe brauchen, sind kompetente und engagierte Menschen, die sich mit ihrer Firma, ihren Zielen, Produkten und Dienstleistungen in hohem Maße identifizieren. Daraus erwächst die Bereitschaft zu ständigem Lernen und zu echten Hochleistungen.

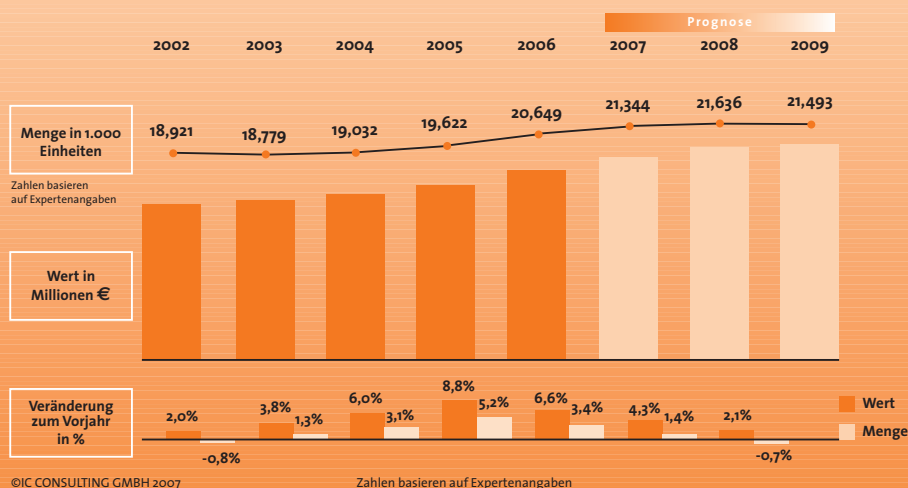
Die besten Voraussetzungen für eine solche Art von Mitarbeiterbindung erfüllen jene Handwerksbetriebe, in denen der Chef über ausgeprägte Führungskompetenz und menschliche Nähe zu seinen Mitarbeitern verfügt. Klare Ziele, offene direkte und wertschätzende Kommunikation sowie die ausdrückliche Anerkennung guter Leistungen sind dabei von großer Bedeutung.

Familienunternehmen und Handwerksbetriebe bieten und fordern in hohem Maße zwischenmenschliche Solidarität, das ist eine ihrer großen Stärken. Die direkte Vorbildfunktion des Chefs ist im Handwerk noch sehr viel stärker ausgeprägt als in anderen Wirtschaftsunternehmen. Gerade bei Auszubildenden ein Aspekt, der eine enge Bindung an den Ausbildungsbetrieb schafft.

Dr. Hans Böhm, Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für Personalführung e.V.

## Marktentwicklung Rollläden

Europa Top 5: Markt für Rollläden 2002-2009; Menge in 1.000 Einheiten, Wert in Millionen €



## Kurznachrichten

### R+T Asia 2007

Mehr als 200 Aussteller – davon 11 aus Deutschland – waren auf der R+T Asia vertreten. elero stellte im Schwerpunkt die Antriebsreihe Revoline vor, die Rollläden und Markisen besonders leise und schonend bewegt. Das

Feedback der deutschen Vertreter: Qualität „Made in Germany“ ist auch im Wachstumsmarkt Asien zunehmend gefragt.

Thomas Klaus, Leiter Export







## Marketing

### Sicherheit als Verkaufsargument

Aktuelle Studien zeigen: Der Markt für Sicherheitstechnik floriert. Auch automatisierte Rollläden und Jalousien bieten in diesem Umfeld interessante Sicherheitsfunktionen – und liefern Argumente für das Beratungsgespräch mit dem Kunden.

Dazu zählt zum Beispiel die Simulation von Anwesenheit in der Urlaubszeit. Die AstroTec etwa bewegt Rollläden und Jalousien zu den Dämmerungszeiten. Auf diese Weise entsteht glaubhaft der Eindruck eines belebten Hauses. Doch die Sicherheitsfunktionen enden nicht bei der Abschreckung: Die Automatisierung lässt sich auch mit einem Alarmsystem kombinieren. Der Funkempfänger Revio-868 P eignet sich für die Steuerung einer Alarmanlage. Damit kann der Nutzer einen Kanal des Handsenders an die Alarmanlage vergeben und sie per Knopfdruck scharf oder unscharfschalten.

Barbara Kochendörffer, Marketingassistentin



## Linearantriebstechnik

### Schimpansen sicher untergebracht

Die Linearantriebe von elero kommen meist an der Fassade oder in industriellen Anwendungen zum Einsatz. Aber die platzsparenden Antriebe können noch mehr. Zum Beispiel verriegelt der Lockmaster bei Bedarf Schachtöffnungen – so bei Kanaldeckeln in Städten, in denen wichtige Staatsbesuche anstehen.

Eine ähnliche Funktion übernimmt der Antrieb auch in einem völlig anderen Umfeld: in der Zoom Erlebniswelt Gelsenkirchen sichern fünf Lockmaster die Käfigtüren des Schimpansengeheges. Dass der Lockmaster sowohl am Kanaldeckel als auch im Zoo die passende Lösung ist, hängt mit seinen robusten Produkteigenschaften zusammen. Er ist unempfindlich gegenüber Hitze, Kälte, Feuchtigkeit und Schmutz. Zudem arbeitet er auch unter Wasser zuverlässig, da Kabeleinführung, Gehäuse und bewegliche Elemente speziell abgedichtet sind. Bei 168 Millimeter Länge und 61,5 Millimeter Durchmesser wird ein Hub

der Kolbenstange von 50 Millimeter realisiert. „Wir haben nach einer sauberen, präzisen Antriebslösung gesucht, die sich über Funk steuern lässt und den feuchten Umweltbedingungen in einer Afrikahalle standhält“, erklärt Rainer Vossenkaul, Projektleiter bei der Thomas GmbH und zuständig für die Installation der Antriebe in Gelsenkirchen. „Dafür kam nur der Lockmaster in Frage.“

Hartmut Blum,

Niederlassungsleiter elero Linearantriebstechnik



## Gastautoren:

Josef A. Buschbacher  
Geschäftsführer  
Training und Consulting  
Bergstraße 152  
73733 Esslingen  
Tel. +49 (0)711 – 370 47 40  
info@josef-buschbacher.com  
www.josef-buschbacher.com

Dr. Hans Böhm  
Geschäftsführer  
Deutsche Gesellschaft  
für Personalführung e.V.  
Niederlasser Lohweg 16  
40547 Düsseldorf  
Tel. +49 (0)211 – 5978 100  
boehm@dgfp.de  
www.dgfp.de

## Impressum

Verantwortlich für den Inhalt: Tanya Dettling  
Redaktion: Tanya Dettling  
Konzept und Realisation: A&B ONE  
Grafik und Gestaltung: J-G & Partner

Auflage: 5.100  
Herausgeber: elero GmbH  
Antriebstechnik  
Linsenhofer Str. 59–63  
72660 Beuren

Tel. +49 (0)70 25 13-01  
Fax +49 (0)70 25 13-212  
info@elero.de  
www.elero.com

## Produkte

### Funktechnik für Terrassenheizung und Markise

Wenn es abends auf der Terrasse kühl wird, sind Markisen mit kombinierter Terrassenheizung die ideale Lösung, um den Aufenthalt im Freien zu verlängern. Damit sich neben der Markise auch die Heizung per Handsender bedienen lässt, hat elero einen speziellen Funkempfänger entwickelt. Der Combio-868 HE wird direkt an das Heizgerät angeschlossen und empfängt die Signale einer Steuerung. So lässt



sich die Terrassenheizung zum Beispiel mit dem VarioTel Plus per Tastendruck auf 100 oder 66 Prozent Leistung zuschalten. Der Combio-868 HE ist für Heizungen mit einer Leistung bis zu 1,5 Kilowatt geeignet. Als Zubehör kann ein Montageset, bestehend aus Netzkabel sowie Hirschmann-Kupplungen und -Stecker, geordert werden. Verfügt auch die Markise über einen Funkempfänger, lassen sich beide Geräte mit einem Mehrkanal-Handsender steuern. Der Nutzer fährt zunächst die Markise aus und stellt nach dem Kanalwechsel den Heizstrahler ein. So wird verhindert, dass die Wärme nach oben entweicht.

Heinz Klett, Produktmanager

## Kurznachrichten

### Neuer Area-Sales-Manager

Seit Anfang Mai ist Werner Schatzl neuer Area-Sales-Manager für elero Österreich. Der 43-jährige ist bereits seit über 15 Jahren in der Branche tätig und verfügt über ein breites Fachwissen. Mit seiner fachlichen Kompetenz wird Werner Schatzl zukünftig vor Ort fundiert informieren und beraten.

Thomas Klaus, Leiter Export



Werner Schatzl