

Die Zukunft liegt bei Timken im M μ

Das Werk Künsebeck wurde in den vergangenen Jahren konsequent umgebaut

VON DETLEF HANS SEROWY

■ **Halle-Künsebeck (HK).** „Die Zukunft liegt im M μ “, sagt Alexander Dolipski und lächelt. „Massenware können wir am Standort Deutschland nicht mehr zu wettbewerbsfähigen Preisen anbieten“, fügt der Werksleiter von Timken in Künsebeck hinzu und auch diese Feststellung verdirbt dem 39-Jährigen nicht die gute Laune, denn seine Mannschaft und er haben ihre Hausaufgaben gemacht. Es gebe natürlich keine Garantie, aber die Ausgangsbasis für das Werk Künsebeck sei nicht schlecht, formuliert Dolipski vorsichtig und betont, „harte Arbeit ist weiter nötig, um den Standort zu sichern“.

Präzision wird heute in Tausendstelmillimetern gemessen, aber das reicht beim Lagerbau längst nicht mehr, um profitabel arbeiten zu können. „Nur bei Hochtechnologie und Umformtechnik können wir gegen die internationale Konkurrenz bestehen“, weiß der Maschinenbauingenieur und deshalb wurde das Künsebecker Werk in den vergangenen Jahren konsequent »umgebaut«. Wo früher hauptsächlich gedreht und geschliffen wurde, wird heute hart um die Verkürzung der Durchlaufzeiten von Spezialprodukten durch optimal gestaltete Maschinenstraßen gerungen.

Schlagworte wie »Verringerung der Kapitalbindung durch Verringerung der Lagerhaltung« stehen in den 80er Jahren noch nicht so hoch auf der Agenda von deutschen Unternehmen. Bereits 1962 übernimmt FAG Kugelfischer die Bielefelder Dürkopp-Werke AG und konzentriert 1976 in Künsebeck die Nadellageraktivitäten des Konzerns. „Vorher war das Werk ein Gemischtwarenladen mit Kugellagern, Kegelrollenlagern bis hin zu Groß- und Schwerlagern von 4,10 Metern Durchmesser“, weiß Alexander Dolipski.

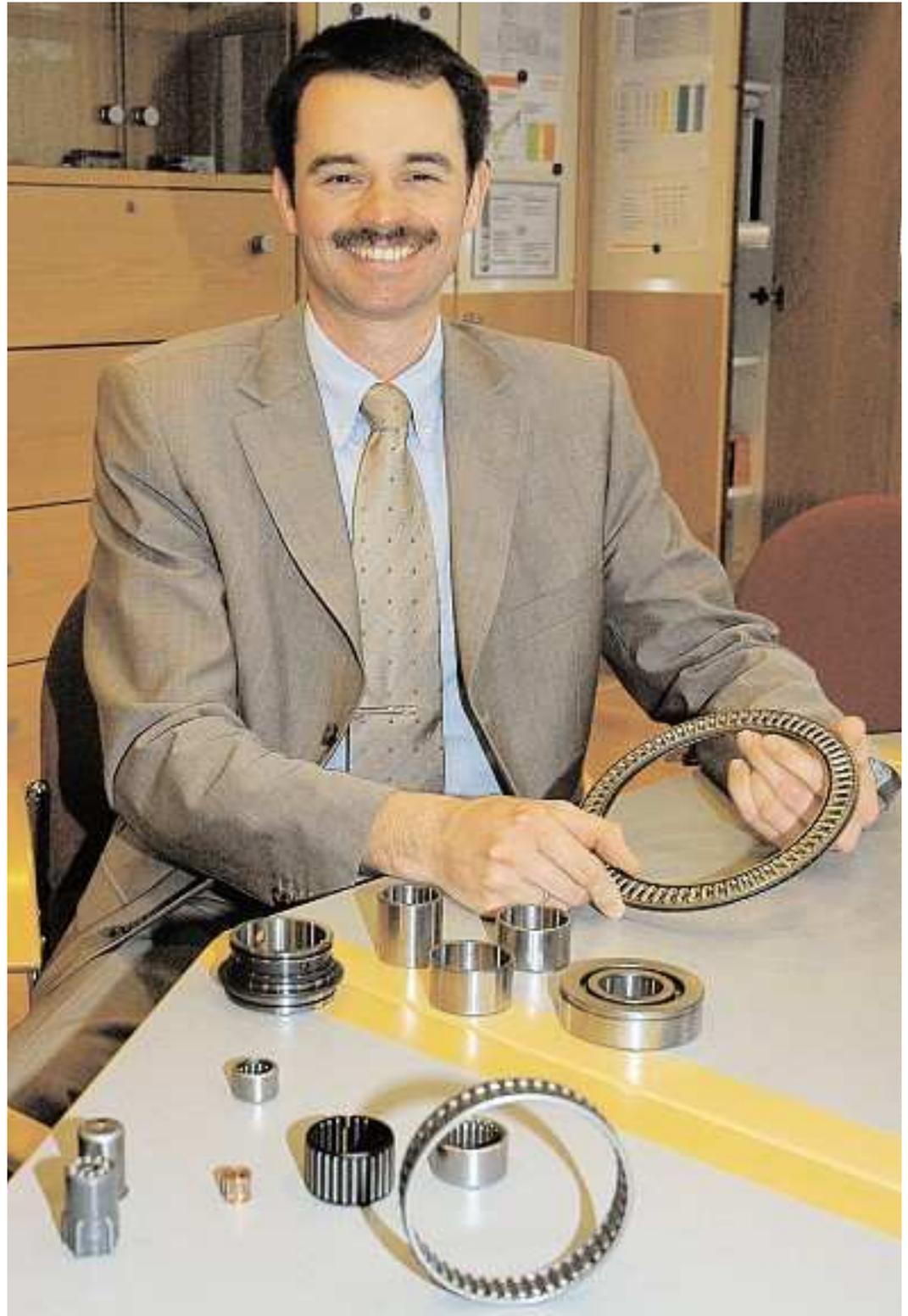
Für das Künsebecker Werk sind das goldene Jahre. Es gibt zeitweise über 2000 Mitarbeiter(innen), die Konjunktur ist gut, die Nachfrage stimmt. „Deutsche Hersteller kauften bei deutschen Zulieferern“, beschreibt der Werksleiter eine der ungeschriebenen Regeln der so

genannten Deutschland AG. Das lief so lange gut, bis „FAG in schweres Wetter kam“. Die Inhaberfamilie übernimmt ehemalige Werke in der früheren DDR, notwendige Investitionen und der Abbau von Personal werden nicht rechtzeitig durchgeführt. „Und dann war das Geld weg.“

Der Unternehmenssanierer Hajo Neukirchen macht „den Laden wieder flott“, dafür ist Geld erforderlich und das Werk Künsebeck kommt auf den Markt. „Die Fertigung von Nadellagern hier war profitabel, deshalb fand sich 1993 mit Torrington aus dem Konzern Ingersoll Rand

auch ein Käufer“, erläutert Alexander Dolipski. Für Künsebeck erweist sich die Übernahme als Glücksfall, denn das Werk wird schrittweise vom reinen Produktionsstandort zur autonomen Einheit aufgewertet.

„Torrington konzentrierte verschiedene Standorte aus Europa



Vielseitig: Werksleiter Alexander Dolipski präsentiert einige der Produkte, die im Künsebecker Timken-Werk hergestellt werden. Hochtechnologie und Umformtechnik sichern den Standort.

FOTO: SEROWY

Möbel Brammeyer

Alles in Sassenberg!

Wir präsentieren:
die internationale Kollektion
von



Musterring

Aktuelle Wohnideen
für Sie!



1260,-
ZENIT Vision 4172

ZENIT in Buche massiv, geweißt.
Aggregiertes Buchen-Span.
Stillebilde-Programm-
per Touchscreen (siehe Seite 21)

1. ZENIT Vision 4172
ca. B 126, H 135, T 80 (20)
1260,-
(ohne Montage!)

2. ZENIT Vorschlag 34
ca. B 315, H 220, T 80 (80) ca.
3972,- (ohne Beleuchtung
und Funkuhr!)

3972,-
ZENIT Vorschlag 34

698,-
ZENIT
Couchflisch 0500

3. Corvita ME 2210
Soft-Touch, ca. B 179 cm,
Sitz 2,5-0,210, ca. B 158 cm,
H Leder ab 2098,-

Drehstuhl, ca. B 80 cm,
in Leder ab 999,-
(Küchleuchte und Kissen
nicht im Preis!)



... so macht
Wohnen Spaß!

2698,-
ME 2210
Gambur in Leder



Effektiver
Jahreszins **0,0 %**

Finanzkauf

- Keine Anzahlung
- Keine Gebühren
- 12 Monatsraten
- Erste Rate nach Lieferung
- Über nähere Einzelheiten informieren wir Sie gerne.

Vermittlung durch unsere Hausbank.
Bei unserem Finanzkauf: Bitte Personalausweis und letzte Lohn- oder Gehaltsabrechnung mitbringen.

Möbel Brammeyer

Alles in Sassenberg!

www.brammeyer.de
info@moebel-brammeyer.de

Drostenstraße 36 · 48336 Sassenberg · Telefon (0 25 83) 9 30 80
An der B 475, Gewerbegebiet Poggenbrook

Öffnungszeiten:
Mo.-Fr. 9.30-19.00 Uhr
Sa. 9.30-18.00 Uhr

hier, ein Vertrieb wurde aufgebaut, eine Entwicklungsabteilung, die Logistik, das Versuchslabor und der Musterbau kamen dazu“, so Dolipski. Immerhin noch 1 700 Menschen arbeiten danach im Werk Künsebeck, die Entwicklung verläuft zunächst gut. Dann folgt Ende der 90er Jahre ein Einbruch. „Viele deutsche Kunden kamen mit der US-Mentalität nicht klar und kauften nicht mehr bei uns.“

Dazu kommt die Globalisierung. „Die Märkte wurden Ende der 90er offener, die Wettbewerber kamen nicht mehr nur noch aus Deutschland“, blickt der 39-Jährige zurück. Die folgende Rationalisierung fordert viele Opfer. Auf 1 100 sinkt die Zahl der Beschäftigten. Künsebeck läuft durch eine „Lernkurve“. Der Blick richtet sich „weg von der Maschine, hin zum Markt“. Torrington analysiert das Geschäft in Europa und dabei kommt heraus, dass das Werk in Künsebeck nicht optimal aufgestellt ist.

„Das lag am Produktportfolio und an der Struktur des Werkes“, so die Analyse von Alexander Dolipski. Über 50 Prozent beträgt der Lohnanteil bei den Massivteilen, die gedreht und geschliffen werden. „Natürlich waren Standorte in Osteuropa bei diesen Produkten profitabler.“ Torrington folgt dem Beispiel vieler Wettbe-

werber und errichtet 2001 ein neues Werk in Tschechien. In Künsebeck nimmt Werksleiter Dolipski im Januar 2001 seine Arbeit auf. „Ich wäre nicht gekommen, wenn es die Perspektive auf Umstrukturierung nicht gegeben hätte“, sagt er mit großer Bestimmtheit.

»Müssen uns in Zukunft schlanker ausrichten«

Der Verlust von 300 Arbeitsplätzen durch die Verlagerung von Teilen der Produktion ist zwar sehr schmerzhaft, aber immerhin behalten 800 Menschen ihren Arbeitsplatz. Und der ist anschließend sehr viel sicherer als vorher. „Das Werk war voll“, beschreibt Dolipski die Situation vor der Verlagerung. Die „gewachsenen Produktionsstrukturen“ führen zu absurd langen Materialtransportwegen von 1,6 Kilometern bei der Produktion von Axiallagern. „Heute sind es keine 100 Meter mehr“, sagt der Werksleiter voller Stolz.

Nach dem Abtransport der Maschinen Richtung Tschechien ist Anfang 2002 ein Drittel der Produktionsfläche frei. Die verbliebenen Maschinen können in Linie aufgestellt und die Produktionsprozesse entscheidend opti-

miert werden. 2003 ist die Restrukturierung abgeschlossen und genau zu dem Zeitpunkt kauft Timken das Werk Künsebeck. Dolipski: „Ingersoll Rand hat 50 000 Werke der unterschiedlichsten Branchen weltweit.“ Beim US-Lagerhersteller Timken sei Künsebeck viel besser aufgehoben. „Hier wird leichter verstanden, dass die Lagerherstellung sehr kapitalintensiv ist.“

Der Preis dafür ist allerdings, dass Künsebeck Schritt für Schritt wieder zum reinen Produktionsstandort wird. 720 Menschen arbeiten heute hier. Sie fertigen unter anderem verkupferte Lager für Motorsägen, die bis zu 30 000 Umdrehungen pro Minute bei dürrtlicher Schmierung aushalten müssen. Es gibt Lager mit Kunststoffkäfigen („wenn kein Druck auf den Käfig ausgeübt wird“), Druckspeicher für ABS-Systeme oder Komponenten für Lkw-Bremsanlagen.

Auch nach der Restrukturierung ist Künsebeck nicht über den Berg. „Wir müssen uns in den kommenden drei Jahren noch schlanker ausrichten“, weiß Alexander Dolipski um die Konsequenzen des scharfen internationalen Wettbewerbs. »Durchlaufzeit« heißt dabei das Schlagwort. Wie lange dauert es, bis aus dem Material an der Maschine das fertige Teil geworden ist?

„2001 brauchten wir sechs Wochen, heute drei und 2009 wollen wir mit einer Woche auskommen“, legt Dolipski die Latte hoch.

Der Vorteil einer höheren Durchlaufgeschwindigkeit liegt nicht nur in der größeren Flexibilität und Reaktionsgeschwindigkeit auf Kundenwünsche. „Wir hätten weniger Lagerhaltung und weniger gebundenes Kapital“, sucht Dolipski nach Wegen, die Rentabilität zu steigern. „Das ist aus Sicht der Börse der richtige Weg.“ Nur so und durch eine höhere Automatisierung ist angesichts der Konkurrenz aus China und Indien der Standort Künsebeck langfristig zu sichern. „Heute ersetzt ein Facharbeiter mit drei Maschinen 15 angelernte Mitarbeiter“, rechnet Dolipski vor.

Qualifizierung ist ein weiterer wichtiger Baustein im Zukunftsbau des Werkes Künsebeck. „Wir haben heute etwa 30 Prozent Facharbeiter und 70 Prozent angelernte Mitarbeiter, in zehn Jahren wird sich dieses Verhältnis umgekehrt haben“, sagt der Werksleiter voraus. Spezialprodukte und anspruchsvolle Maschinen erfordern eben hohe Sachkenntnis – damit die Zukunft im Timken-Werk Künsebeck weiter im M μ -Bereich liegen kann.



Diske GmbH

- Dachdeckerei
- Bauklempnerei
- Dachisolierung
- Fassadenverkleidung
- Überstandsverbreiterung

Bedachungen aller Art

Luisenstraße 36 Telefon 05204/37 19
33803 Steinhagen Telefax 05204/8 96 58

**WÄRME
PUMPEN**

die Alternative zu Öl und Gas!

Informationen beim
Service-Center-Schneider
Ihr Meisterbetrieb für Wärme, Kälte, Klima u. Elektro
33790 Halle, Sandweg 1, 05201/668570



AUTSCH, mein Rücken!

Wer kennt das nicht:
Verspannung, Verkrampfung,
ständiges Sitzen, wenig
Bewegung.

**Jetzt ist SCHLUSS
damit! Ich fange an!**



FAIR PAY

FAIR PAY-Garantie
Diese Garantie bedeutet, wir binden Sie nicht mit langfristigen Verträgen an uns, sondern Sie entscheiden, wie lange unsere Zusammenarbeit dauern soll.

**RÜCKEN VITAL
ZENTRUM BAD LAER**

GESUNDHEITZENTRUM
BAD LAER

Grüner Weg 5 · 49195 Bad Laer · Info-Tel. 0 54 24 / 22 59 22 · www.rueckenvital.de



Timken: Von oben betrachtet sieht das Künsebecker Timken-Werk noch so aus wie vor einigen Jahren. Die gravierenden Veränderungen haben sich innerhalb der Werksmauern vollzogen, wo heute hart um die Verkürzung von Durchlaufzeiten gerungen wird.

FOTO: H. GONTEK

Jetzt ist es höchste Zeit für Geschenke

Das Bundesverfassungsgericht hat entschieden, dass die unterschiedliche Bewertung von Vermögen bei der Erbschaft- und Schenkungsteuer verfassungswidrig ist. Der Gesetzgeber muss daher das Erbschaft- und Schenkungsteuergesetz ändern. Hohe steuerliche Vergünstigungen für vermögensverwaltende Personengesellschaften sollen entfallen und Betriebs- und Grundvermögen werden zukünftig zum Teil deutlich höher bewertet werden. Spätestens jetzt ist zu überlegen, Gesellschaftsanteile und Grundvermögen auf die nächste Generation zu übertragen.

Dies ist nur eine der Herausforderungen, die Sie mit HLB Dr. Stückmann und Partner gemeinsam bewältigen können. Seit 1932 ist unser Büro bekannt für eine individuelle Mandantenbetreuung, geprägt durch Kompetenz, personelle Kontinuität und Engagement. Ingesamt beraten und betreuen heute über 80 hoch qualifizierte Mitarbeiter/-innen vor allem mittelständische Unternehmen. Kompetenzen verbinden sich bei HLB Dr. Stückmann und Partner auch über Grenzen hinweg. Als langjähriges unabhängiges Mitglied von HLB International nutzen wir das Wissen unserer Partnerbüros in über 100 Ländern weltweit.

Was können wir für Sie tun?

Elsa-Brändström-Str. 7
33602 Bielefeld
Telefon: (05 21) 29 93 00
Telefax: (05 21) 29 93 05



Dr. Stückmann und Partner

info@stueckmann.de
www.stueckmann.de

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

DAS INTERVIEW

„Mir war früh klar, dass Erfolg nicht vom Himmel fällt“

Gerhard Weber im Gespräch mit dem HK

■ Halle (HK). Als Tellerwäscher hat er nicht angefangen, aber als Millionär geboren ist er gewiss auch nicht. Gerhard Weber schaffte den Aufstieg vom Einzelhändler zum Vorstandsvorsitzenden eines internationalen Fashion- und Lifestyle-Konzerns aus eigener Kraft. Über Stationen seines Weges und die Aussichten für die Zukunft sprach er mit dem *Haller Kreisblatt*. Das Gespräch führte Andreas Großpietsch.

Wie alt waren Sie, als Sie sich selbstständig gemacht haben?

GERHARD WEBER: Mein erstes Geschäft habe ich in Versmold eröffnet, da war ich 23 Jahre alt und gerade Vater von Zwillingen geworden. Um das finanzielle Risiko so gering wie möglich zu halten, habe ich bis 1970 noch weiter als kaufmännischer Angestellter eines Bielefelder Textilunternehmens gearbeitet.

Wie kann man erfolgreicher Einzelhändler im Nebenberuf sein?

WEBER: Indem man abends und am Wochenende arbeitet. Zum Schluss habe ich nebenberuflich sieben Geschäfte in fünf Städten betrieben und 1968 die erste Umsatzmillion erreicht. Mir war früh klar, dass Erfolg nicht vom Himmel fällt.

Und wann kam die legendäre Damenhose auf den Markt?

WEBER: Das war Anfang der siebziger Jahre, als Frauen anfangen, vermehrt Hosen zu tragen. Ich habe die Hose, die damals von einem Zwischenmeister gefertigt wurde, auf einer Messe mehreren Einzelhändlern gezeigt, die gleich begeistert waren. Die Auslieferung erfolgte zunächst noch aus meiner Garage an der Mönchstraße.

Und dann kam es zur Gründung des Erfolgsduos mit Udo Hardieck?

WEBER: Udo und ich waren schon lange Freunde, sein Vater besaß ein Herren-Bekleidungsunternehmen. Der Keller im Gebäude am Klingenhagen stand damals leer und wir gründeten 1973 die Firma »Hatex«. Zwei Jahre produzierten wir nur Hosen, dann haben uns die Kunden praktisch dazu aufgefordert, Röcke, Blusen und Blazer, also die ganze Damenoberbekleidung anzubieten. Das war Anfang der 80er Jahre.

Einer Ihrer frühen Verkaufsschlager war eine Damen-Tweedhose?

WEBER: Ja, das war ziemlich am Anfang. Ich bin extra nach Italien gefahren, um Tweedstoffe zu kaufen und hatte auch eine gute Qualität gefunden. Geliefert wurde dann eine ganz andere Ware und Herr Hardieck senior stellte berechtigt fest: »Da kann man ja Erbsen durchschießen«, wie man in der Textilbranche sagt. Allerdings hatten wir die Hosen bereits an Kunden verkauft und lieferten selbstverständlich pünktlich. Am Montag, nach einem verkaufsoffenen Samstag, rief mich ein Einzelhändler aus Osnabrück an und sagte: »Mensch, Herr Weber, Sie haben uns ja am Freitag freundlicherweise die Hosen geliefert. Was meinen Sie, wie viele wir verkauft haben?« Mir rutschte das Herz in die Hose, denn ich war überzeugt davon, dass er uns alle Hosen wieder zurückschicken würde. Nie werde ich vergessen, was er dann sagte: »Von den 300 Hosen, die Sie uns geliefert haben, haben wir am Samstag 220 verkauft. Wie viele Hosen haben Sie noch?«

Trotz der Erfolge des Hatex-Labells wurde es 1986 in Gerry Weber geändert. Welches Beratungsbüro hat den erfolgreichen Namen erfunden?

WEBER: Wir haben lange überlegt, viele Vorschläge von Bera-



Nachdenklich: Der persönliche Kontakt der Mitarbeiter als ein wichtiger Baustein für den Erfolg des Unternehmens. FOTO: VENTKER

terfirmen bekommen und alle verworfen. aus dem vorherigen Firmennamen »Hatex Gerhard Weber KG« haben wir schließlich »Weber« übernommen. Unter diesem Namen stellten wir uns auf der Messe vor. Ein Kunde aus der Schweiz fand den Namen nicht unverwechselbar genug, schließlich ist Weber ein sehr häufiger Familienname.

Also begann die Suche wieder von Neuem?

WEBER: Der Kunde hat sich eine Stunde lang hingesezt und schließlich in gestochener Schrift das »Gerry Weber«-Logo präsentiert, das uns allen gefallen hat.

Ist »Gerry« ein Spitzname aus Ihrer Kinder- oder Jugendzeit?

WEBER: Nein, niemand, der mich gut kennt, nennt mich Gerry. Für meine Freunde bin ich Gerd. Allerdings gibt es immer wieder Menschen, die es nicht besser wissen und Gerry zu mir sagen.

Wieso musste eigentlich ein neuer Name gefunden werden?

WEBER: Wir haben uns dadurch von einem No-Name-Produkt zu einer starken Marke entwickelt. Ein unverwechselbarer Markenname war für unseren Börsengang und auch für das Wachstum des Unternehmens sehr wichtig.

Untrennbar mit dem Erfolg der jungen Aktiengesellschaft verbunden ist der Name Steffi Graf. Wie kamen Sie ausgerechnet auf die damals erst aufstrebende Tennis-

spielerin, wo doch bei den Turnieren in Halle immer nur Herren spielen?

WEBER: Steffi Graf hat bereits als Zehnjährige in Halle gespielt und in einem Einlagespiel der damaligen deutschen Meisterin der Altersklasse 12 Jahre einen Satz abgenommen. So hatten wir schon damals Kontakt mit der Familie Graf.

War ihre Verpflichtung als Werbeträgerin ein Schnäppchen?

WEBER: Der Vertrag war hoch dotiert, aber letztlich für uns ein Glücksfall, denn nach etwa sechs Monaten war Steffi Graf die Nummer 1 der Weltrangliste im Damentennis.

Hat sich auch finanziell gelohnt, sie zu engagieren?

WEBER: In Geld ist das gar nicht auszudrücken. Bestandteil des Vertrages war die Verpflichtung, dass wir vier Mal im Jahr Modeaufnahmen von ihr machen konnten. Die Vertreter der Presse warteten jedes Mal schon auf die Bilder, um sie kostenlos in Zeitschriften zu veröffentlichen – Steffi Graf gekleidet in unserer Mode.

Oft liest man vom Druck institutioneller Anleger auf Vorstände von Aktiengesellschaften. Fühlen Sie sich unter Druck gesetzt?

WEBER: Jeder Unternehmer muss selbst wissen, wie er seine Geschäfte führt, doch ich rate einem Unternehmen, das wachsen will, zum Gang an die Börse. Allerdings wollen die Analysten eine Wachstumsstory – wer keine hat, sollte lieber wegbleiben.



Lifestyleunternehmen: Weit mehr als »nur« die Herstellung von Damenoberbekleidung gehört dazu.
FOTO: HK



Visionär: Gerhard Weber sieht noch viele Wachstumsmöglichkeiten für die Gerry Weber International AG.
FOTO: VENTKER

Welche Wachstumsstory können Sie den Analysten derzeit erzählen?

WEBER: Wir haben 1999 mit der Eröffnung des House of Gerry Weber in Bielefeld eine neue Geschichte begonnen, die noch lange nicht zu Ende ist. Mit 138 Geschäften, die zu zwei Dritteln von Franchise-Unternehmen betrieben werden, sind wir an vielen Stellen der Welt vertreten – und expandieren weiter.

An welche Gegenden denken Sie beim Thema Expansion derzeit besonders?

WEBER: In diesen Tagen eröffnet in Kairo unser erstes Geschäft in Ägypten. In Holland haben wir schon acht Houses of Gerry Weber, in Belgien ist gerade erst das erste eröffnet worden. In Skandinavien gibt es für uns noch viel zu tun und in Nordamerika fangen wir mit einem Partner gerade erst an. In Kürze eröffnen wir ein House of Gerry Weber in Ottawa, weitere Geschäfte in Kanada sind geplant. Für 2007 erwarten wir wieder ein zweistelliges Wachstum.

Die Börse honoriert nicht nur Wachstum, sondern auch Sparmaßnahmen?

WEBER: Wir haben schon sehr früh unsere Produktion aus Deutschland ausgelagert – inzwischen gibt es hier kaum noch Textilfertigung. Wir suchen permanent nach kostengünstigen Möglichkeiten zum Outsourcing.

Was bleibt dann noch für Deutschland übrig?

WEBER: Wir haben hier am Standort Halle eine so große Zahl von Mitarbeitern wie noch nie, viele mit hoher Qualifikation, die wir zum Teil selbst ausbilden und weiter schulen. Für unsere Geschäfte haben wir mittlerweile eigene Architekten eingestellt, die sich um den Ladenbau und die Gestaltung kümmern. Unsere Design-Teams sind in den letzten Jahren stark gewachsen und wir haben viel Geld in die IT-Abteilung und in neue Programme investiert.

Wofür braucht ein Modeunternehmen so viel Computertechnik?

WEBER: Weil wir nichts dem Zufall überlassen wollen. Wir sind mit 1200 Geschäften – eigenen und fremden – in aller Welt online verbunden und wissen dadurch sofort, wenn ein Kollektionsteil verkauft worden ist. Am Abend liegt der Designabteilung von jedem einzelnen Kleidungsstück die Information vor, wie stark es gefragt war.

In 5500 Geschäften und Kaufhäusern weltweit wird Weber-Mode verkauft. Ist der Geschmack eigentlich überall gleich?

WEBER: Der Geschmack wird immer ähnlicher, die regionalen Abweichungen immer geringer. Ich nehme an, dass die weltweit vertriebenen Modezeitschriften für einen einheitlichen Trend sorgen. Wir verkaufen in Dubai genauso gut wie in Wien.

Neben der Gerry-Weber-Linie gibt es noch Taifun, Samoon und einige andere so genannte Subla-

bels. Welche davon ist Ihnen persönlich eigentlich die liebste Kollektion?

WEBER: Mir ist jede Kollektion wichtig. Eine ganz besondere Rolle nimmt aber das Label »G.W.« ein. Es hat die kürzesten Vorlaufzeiten und ist deshalb immer sehr aktuell. G.W. wird im Moment von 300 unserer Kunden sowie in unseren eigenen Geschäften geführt. Damit die Teile schnell auf der Verkaufsfläche sind, kauft der Kunde sie ungesehen. Er gibt uns also einen Vertrauensvorschuss und wir liefern ihm die gewünschte Menge an Teilen. Dadurch haben wir natürlich eine hohe Verantwortung, dass die Kollektion sich gut verkauft.

Wie gut fahren die Einzelhändler generell mit der Weber AG?

WEBER: Sehr gut. Um erfolgreiche Geschäfte zu betreiben, muss man Gewinn machen. Die Mehrwertsteuererhöhung ist ein gutes Beispiel. Wir haben uns als Zielvorgabe gesetzt, dass die Endverbraucherpreise dadurch nicht steigen dürfen, sondern wir die Differenz ohne Qualitätseinbußen durch Optimierung von Prozessen etc. herausholen müssen – was auch gelungen ist.

Sind Sie mehr kaufmännisch tätig oder mehr im Bereich Mode?

WEBER: Die kaufmännische Leitung und das Design sind meine beiden Hauptaufgaben. Produziert wird aus Kostengründen in Osteuropa, in China und sogar Vietnam. Wie sichert man da die Qualität?

WEBER: Die Kunden schätzen die hervorragende Qualität und die guten Passformen unserer Kollektionen. Techniker begleiten die Produktion jedes Teils – egal, wo in der Welt es gefertigt wird. Wir haben einen eigenen Produktionsbetrieb mit rund 420 Mitarbeitern in Rumänien, in dem wir Produktionstechniken ausprobieren. Das gibt uns die Möglichkeit, unseren Lieferanten genaue Vorgaben zu machen und auch bei Problemen helfen zu können. Nicht zuletzt sichern wir uns damit einen Vorteil gegenüber dem Wettbewerb.

Mit Shanghai verständigt man sich aber auch bei der Gerry Weber International AG vor allem per E-Mail?

WEBER: Sie sprechen das E-Mail-Verbot an, über das bereits geschrieben wurde. Wir setzen sehr stark auf Teamarbeit und ein gutes Betriebsklima. Dazu gehört, dass die Mitarbeiter direkt und nicht nur per E-Mail miteinander kommunizieren. Der persönliche Kontakt untereinander ist wichtiger Baustein unseres Erfolges.

Und wie gut funktioniert diese Vorgehensweise?

WEBER: Wir haben viele gute Mitarbeiter, jüngere und auch ältere. Es müssen längst nicht mehr alle guten Ideen von Herrn Hardieck oder mir kommen. Ich bin sehr zuversichtlich, dass die Gerry Weber International AG sich gut weiterentwickeln wird, wenn wir beide mal nicht mehr dabei sind.



Erholung pur: In Sichtweite des Gerry Weber Stadions liegt das Sportpark Hotel.

FOTO: N. VENTKER

Am Anfang war der Schlackeplatz

Mit der Gerry Weber World erhält die Lindenstadt ein wahres »West End«

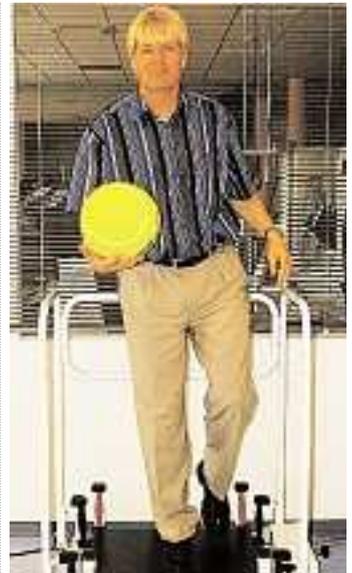
VON NICOLE VENTKER

■ **Halle.** Am Anfang war ein löchriger Schlackeplatz unter Flutlicht – fernab der Innenstadt im Haller Westen. Damals, als jeden zweiten Samstag noch eine Hand voll kichernder Mädels am Maschendrahtzaun unterhalb der »Umgehung« lehnte und der männlichen C-Jugend des SC Halle beim Fußballspielen zuschaute. Der Heimweg führte an

tausenden Quadratmetern Gestrüpp, einem auffälligen Kotten und dem alten Freibad voll Eiswasser in grün gestrichenem Beton aus Kaiser-Zeiten vorbei. Von Begriffen wie Bildung, Kultur, Attraktionen oder gar Wohlstand, die man sonst mit dem »West End« einer jeden (größeren) Stadt verbindet, mochte in diesem Viertel wahrlich niemand sprechen. Nicht zuletzt der hier produzierende Süßwa-

ren-Riese Storck oder Abgase und Lärmpegel der 1975 freigegebenen West-Umgehung schlossen eine Ansiedlung in Ruhe und Idyll aus – so bis Ende der 70er.

Nun, der Schlackeplatz wurde abgerissen, die Fußball-Jugend zog an die Masch – übrigens ohne die Mädels. Stattdessen wurde hier im Haller Westen ein ganz anderer Traum wahr. Eine Vision, über die die Menschen in



Medizinischer Part: Dr. Elmar Wienecke, Geschäftsführer von Saluto, auf der so genannten Wackelplatte. FOTO: N. VENTKER

Eine Selbstverständlichkeit

und rund um Halle zunächst einmal nur die Köpfe schüttelten, weil sie schlichtweg nicht fassen konnten, was Gerhard und Ralf Weber sowie Udo Hardieck da vorhatten: den Bau eines Tennis-Stadions, wo eines Tages Weltklasse-Spieler aufschlagen sollten. Undenkbar! Heute, 15 Jahre später, ist diese Vision nicht nur längst Realität, sondern eher schon Selbstverständlichkeit geworden – und sogar noch etwas mehr: die »Gerry Weber World«.

Während das Gerry Weber Stadion – mittlerweile ganzjährig

nutzbare Eventarena statt nur Tennis-Stadion – den Mittelpunkt bildet, wird es 15 Jahre nach seiner Errichtung vom Gerry Weber Sportpark Hotel, einem Wellness- und Beauty-Center, dem Gerry Weber Event & Convention Center, dem



Entspannung: Dem Vier-Sterne-Haus ist seit drei Jahren ein luxuriöser Wellness-Bereich angegliedert. FOTO: HK

Keine
Aktions-
preise -
immer
günstig!

VELTINS
PILSENER

20x 0,5l /
24x 0,33l € **11,39**
zzgl. Pfand

Widukind

Classic/Medium
12x 0,7l € **17,9**
zzgl. Pfand

Herforder

27x 0,33l € **10,99**
zzgl. Pfand

Werkur

Classic/Medium
6x 1,5l € **1,99**
zzgl. Pfand

TUBORG PILSENER

20x 0,5l € **8,99**
zzgl. Pfand

Krombacher

20x 0,5l /
24x 0,33l € **11,39**
zzgl. Pfand

extra

0,7l € **2,22**

Alte Ernte
0,7l € **8,79**

Mozart

Chocolate Cream
0,5l € **11,39**

Kofferraumservice für die Damen
Kundenkarte - **Gratisware**
Partyservice: Zapfanlagen,
Gläser, Stehtische, Bänke
- **Lieferservice** -

das Steinhagener
Getränke-Center

Bahnhofstr. 46
33803 Steinhagen
Telefon 0 52 04/99 59 25
Mo.-Fr. 9.00-19.30 Uhr
Sa. 8.00-16.00 Uhr

Impressum

Sonderausgabe
125 Jahre Haller Kreisblatt

Verantwortlich für Redaktion:
Herbert Gontek

Verantwortlich für Anzeigen:
Uwe Beck

Herstellung:
J.C.C. Bruns Betriebs GmbH
Obermarktstr. 26-30
D-32423 Minden

Neue Ausstellungsräume!



MELIS
Meisterbetrieb

Kachelöfen • Kamine • Kaminöfen
Luftheizungsbau • Schornsteinbau

Frank Melis

Haller Str. 48 / B 68 · 33803 Steinhagen · Tel. (0 52 04) 99 58 34
E-Mail: kachelofenmelis@web.de



Restaurant Gaststätte

SEDAN

Inh.: A. Adrian

Borgholzhausener Straße 98 · 33824 Werther
Fon: 0 52 03 / 53 09 · www.sedan-werther.de

mayer werbeservice



am kurpark 2

— 49214 bad rothenfelde

webdesign

fon 05424-213044

internet-provider

digital-druck

— www.mayer-werbung.de

grossformatdruck

mail@mayer-werbung.de

werbeagentur



Vertrauen
auch
Sie

Bestattungshaus
Wippermann



Werther ☎ 88 33 43

Sofortige Betreuung mit Hausbesuch

Erd-

Feuer-

Seebestattungen

Anno und Kerstin
Wippermann

- Bestattungsvorsorge

- Überführungen

Bestattung

von: **KLASSISCH - TRADITIONELL**
bis: **ZEITGEMÄß - INNOVATIV**





Erfrischung pur: Hier können Hotel-Gäste wie Besucher des Wellness-Bereiches Seele und Körper baumeln lassen.

FOTO: HK

Gerry Weber Sportpark, einem Zentrum für Traditionelle Chinesische Medizin (TCM), dem Golf Club Teutoburger Wald sowie Saluto, das sich als Deutschlands größter medizinischer Dienstleister bezeichnet, umgeben. Zuletzt hatte Saluto auf sich aufmerksam gemacht, als eine Kooperation mit dem Herz- und Diabeteszentrum Bad Oeynhausen sowie dem Deutschen Handballbund präsentiert wurde. Während des zunächst dreijährigen Präventionsprojektes soll das Verletzungsrisiko der Hochleistungssportler minimiert werden. Zusammenfassend eine eigene kleine Welt voller Attraktionen, Kultur, Wohlstand und auch Bildung. Eben doch ein echtes »West End«.

Über 30 Sport-Veranstaltungen von internationaler Bedeutung – darunter die Gerry Weber Open, Tennis-Daviscup-Begegnungen, WM-Boxkämpfe, WM-Tanz-Europameisterschaften, Handball-WM-Spiele oder Basketball- und Handball-Bundesliga –, außerdem TV-Live-Übertragungen, Opern-Aufführungen und Klassik-Konzerte, Rock- und Pop-Konzerte, Musicals und zahlreiche weitere Events sind mittlerweile in Stadion wie Event Center über die Bühne gegangen. Und Akteure wie Gäste sind dabei nicht mehr nur auf die Veranstaltungsorte fixiert, sondern tauchen bei ihrem Besuch

in Halle für den Moment ihres Aufenthalts umfassend in die Gerry Weber World ein.

Knapp 80 Millionen Euro haben die Investoren Gerhard Weber und sein Partner Udo Hardieck bislang in Stadion & Co. investiert. Und ein Ende ist noch nicht abzusehen. Die baulichen Kapazitäten des Sportpark Hotels sind ebenso wenig ausge-

schöpft wie die des Stadions und der Gerry Weber World überhaupt – entsprechende Pläne liegen längst in den Schubladen der Verantwortlichen. Nahezu 2,8 Millionen



Udo Hardieck

Besucherinnen und Besucher haben bislang das neue Haller »West End« besucht. Und weitere Millionen werden noch folgen. Schlackeplatz? Der war einmal... Ralf Weber



Ralf Weber



Outlet-Store Brockhagen: Mit Pkw und Bussen reisen die Kunden an, um hier zu günstigeren Konditionen Mode aus dem Hause Weber zu erstehen.

FOTO: N. VENTKER

Zum 125-jährigen Jubiläum gratulieren wir dem Haller Kreisblatt sehr herzlich und wünschen viel Erfolg für die Zukunft!



Mit Sicherheit gut wohnen -
seit über 60 Jahren



**Kreis Wohnstätten
Genossenschaft**
Halle Westfalen eG

Kättkenstraße 33 • 33790 Halle Westfalen
Tel. 05201-8157-0 • Fax 05201-8157-30
www.kwg-halle.de

Jetzt unter einem Dach
Firma Meyer, Steinhagen und Firma Kamp, Bielefeld,
fusionieren zu

Bernd Henke
HAUSTECHNIK e.K.

- Heizung
- Planung
- Altbauanierung
- Beratung
- Sanitär
- Ausführung
- Kundendienst - Öl-Gasfeuerung

Bernd Henke Haustechnik e.K.
Heizung - Sanitär - Klempnerei - Kundendienst - Solar
Am Markt 9 • 33803 Steinhagen
Tel. 05204/91 77-0 • Fax 05204/91 77-19

Liebe Eigentümer, liebe Mieter

Sie suchen einen engagierten Hausverwalter?
Sie möchten Ihre Immobilie kaufen oder verkaufen?

**Wir Sind für Sie da:
der Service "Rund um's Haus"!**



ANJA EUSKIRCHEN

Dipl. Kauffrau

Rufen Sie uns an:
Tel. (0 52 06) 99 87 94
Fax (0 52 06) 99 87 92
anja.euskirchen@gmx.net



www.Hausverwaltungen-Bi.de

**Wir haben für Sie Karfreitag und an beiden
Ostertagen mittags und abends geöffnet!**

Restaurant

Karfreitag ab 18 Uhr:

Fischbüfett nur € 15,-

Ostersonntag ab 12 Uhr:

Büfett mit Lammspezialitäten € 15,-

Ostermontag essen Sie bei uns à la carte

- Tischreservierungen erbeten -

Bitte vormerken: **Muttertagsbüfett € 15,-**

Lettow-Vorbeck-Str. 1 • 33790 Halle • ☎ 0 52 01/1 64 59



„Aphrodite“

Hotel - Restaurant
Graf
Bernhard 1344

Café • Festsaal • Biergarten

Ihre
Gastronomie
ab März in

Steinhagen



einfach eine gute Zeit

Peter Krebs Brückhof 1
33803 Steinhagen
05204/870193
krebs@grafbernhard.de

Volksbank
Gütersloh eG

Wir gratulieren dem
Haller Kreisblatt zu
seinem 125-jährigen Bestehen.

Wir bedanken uns für
die gute Zusammenarbeit und
wünschen für die Zukunft
alles Gute und viel Erfolg.

www.volksbank-guetersloh.de

*Von Menschen...
...für Menschen*

Hörmann bringt in Amshausen das Tor zur Welt

Wie aus einer kleinen Firma ein großes Unternehmen wurde

■ **Steinhagen (mt).** Aus einem Betrieb namens »Bielefelder Stahltores« hat sich seit den 30er Jahren ein global agierendes Unternehmen entwickelt. Heute zählt Hörmann zu den führenden Anbietern von Toren, Türen, Zargen und Antrieben auf dem europäischen Markt. Was die Gründerjahre überdauert hat, sind die familiären Strukturen. Hörmann wird in der vierten Generation von den Enkeln und Urenkeln des Firmengründers geleitet.

„Einen guten Namen muss man sich erarbeiten“ – so lautete der Grundsatz des Baumeisters August Hörmann, der 1935 die Firma »Bielefelder Stahltores« gründete und in den 40er Jahren aus Platzgründen unter der neuen Firmierung »August Hörmann und Söhne« in den heutigen Ortsteil von Steinhagen, Amshausen, zog.

Das beherzigte auch sein Sohn Hermann, als er in den 50er Jahren mit der Produktion des ersten Garagen-Schwingtores den entscheidenden Schritt zum Industriebetrieb wagte. Waren es anfangs noch 50 Mitarbeiter, so wuchs die Zahl bis 1970 auf 780. Zehn Jahre später waren es bereits doppelt so viele.

Inzwischen ist das nach dem Namen seines amerikanischen Erfinders benannte »Berry-Tor« mehr als acht Millionen Mal verkauft worden. Kein anderer Tor-tyt wurde europaweit häufiger in



Das Berry-Schwingtor: Mit diesem Garagentor-Modell eroberte Hörmann in den 50er Jahren den deutschen und europäischen Markt.

Garagen eingebaut. Heute beschäftigt Hörmann rund 5 500 Mitarbeiter, die 2006 einen Gruppenumsatz von einer Milliarde Euro erwirtschafteten.

Obwohl Hörmann auch im europäischen Ausland (zum Beispiel in Polen, Belgien und Großbritannien) fertigt, ist das Unternehmen seinen Ursprüngen treu geblieben und betreibt in und um Steinhagen mehrere Werke. In Amshausen produziert Hörmann unter anderem das weltweit bekannte Berry-Schwingtor, in Brockhagen werden Garagen- und Industrie-Sectionaltore hergestellt. Und direkt dort gegenüber befinden sich die Gebäude der Hörmann-Antriebstechnik. Dort werden Antriebe, Steuerungen und Zubehör für den privaten und industriellen Einsatzbereich gefertigt.

Das Unternehmen investiert laufend in Maschinen und Anlagen sowie in den Ausbau der Werke und Vertriebs-Niederlassungen. Erst im vergangenen Jahr wurde im Brockhagener Werk ein

neues Hochregallager für Industrietore eingeweiht.

In Amshausen schließlich hat die Hörmann Verkaufsgesellschaft ihren Sitz. Sie ist zuständig für den Verkauf der Hörmann-Produkte in alle Welt. Dort, wo früher einmal die Villa des Gründervaters stand, lenkt nun das Dreier-Gespann der Hörmann-Familie die Geschicke des Unternehmens. Außerdem sitzen hier unter anderem die Geschäftsführung für Marketing und Vertrieb sowie die regionalen Verkaufsleiter.



Sitz der Unternehmensleitung: Die Verkaufszentrale in Amshausen.



Modernes Sectionaltor: In diesem Produktbereich ist Hörmann nach wie vor ganz groß: Garagentore mit Antrieben.



Echt geschenkt!

Eine Überraschung
der besonderen Art.
Verschenken Sie ein
HK-Abonnement.
Ein tolles Geschenk –
jeden Tag neu.

Geschenkgutscheine
gibt es in Ihrer
HK-Geschäftsstelle.



Bis zu 10 Pfund in 10 Tagen – da lacht die Leber!

Millionen Bundesbürger sind schon beim Aufstehen müde und werden die bleierne Abgeschlagenheit den ganzen Tag nicht los. Die meisten kämpfen mit vielen Tassen Kaffee dagegen an, und nachts können sie dann nicht schlafen. Chronische Müdigkeit, ein verhängnisvoller Kreislauf.

Meiden Sie aufputschende Mittel. Essen Sie sich statt dessen munter. „Chronisch müde“ machen Süßigkeiten, fettes Fleisch, fette Wurst, schwere Braten, zuviel Hülsenfrüchte, in fett gebackene Pommes frites beispielsweise, Mayonnaisen und Schlagsahne, Räucherwaren, Weißmehlprodukte.

„Muntermacher“ sind dagegen: mageres Fleisch (möglichst nur gekocht), Milch, Sauermilchprodukte (z. B. Kefir, Joghurt), Vollkorn, Fisch (bevorzugt gedünstet), Obst, Salate, Gemüse, Honig.

Scheinbar grundlose Müdigkeit kann fast immer der Anfang schwerer Krankheiten sein. Leber-

leiden kündigen sich z. B. so an oder Herzbeschwerden, Kreislaufstörungen, Depressionen. Diese Blitzdiät ist ein hervorragendes Mittel, alldem vorzubeugen. Sie macht nicht nur schlank (bis zu 10 Pfund in 10 Tagen), sie hilft auch Adernverkalkung zu bremsen und abzubauen. Die Durchblutung wird verbessert. Eine schlechte Durchblutung ist u. a. Ursache für Gedächtnisschwäche. Auch das Herz wird entlastet, erhöhter Blutdruck wird auf natürliche Weise gesenkt. Auch das beugt späteren Erkrankungen vor.

Die Leber regeneriert sich, die „Fettleber“, Vorstufe schwerer Leberschäden, bildet sich zurück. 15 Millionen Bundesbürger haben eine Fettleber, meist ohne es zu ahnen.

Auch die Nieren erholen sich, ebenso der Magen.

Einen positiven Einfluss hat diese Ernährung ferner auf die Haut. Sie wird besser durchblutet, wirkt dadurch frischer, jugendlicher. Wer zu Kopfschmerzen oder Migräne

neigt, wird bald feststellen, dass die Anfälle schwächer und seltener werden. Und nicht zuletzt: Stress macht Ihnen nicht mehr soviel aus. Alles in allem: Mit dieser Diät werden Sie schlanker, kräftiger, belastbarer.

Um Sie noch rascher in Schwung zu bringen, haben wir extra für diese Diät einen Spezialcocktail gemixt.

Sie sollten ihn täglich vor dem Frühstück und nach dem Abendessen trinken. Sie können ihn selber mixen, die Zutaten bekommen Sie im BIOLADEN KORNBLOME.

6 EL FasToFit (Tomate) oder wahlweise TOP-Vital-Drink (fruchtig),

4 EL Karottensaft,

2 EL Brennnesselsaft,

2 EL Artischockensaft.

Diese Mischung kurbelt den Stoffwechsel an und schemmt Wasser aus. Außerdem unterstützt sie die Leber bei der Entgiftungsarbeit, wirkt blutbildend, und ist auch gut für die Haut.

10-Tage-Kur mit Kurglas (mit Eichstrichen) und Kurzanleitung.



ÖFFNUNGSZEITEN

Montag bis Freitag 9-13 Uhr und 14.30-18 Uhr

Samstag 8-13 Uhr

Breslauer Straße 2 · 33775 Versmold · Tel. 054 23/42427 · Fax 4 24 23



Wir gratulieren dem Haller-Kreisblatt zum 125-jährigen Jubiläum.

HÖRMANN
Tore • Türen • Zargen • Antriebe





S&M
Holzbau GmbH

Am Walde 4 · 33775 Versmold
mobil: 0170.80 80 580
0170.44 79 669
ISDN: 05423.4 73 09 81
Fax: 05423.4 73 09 82

Zimmerei · Dachdeckerei · Carports
Solaranlagen · Holzrahmenbau

e-mail: SuM Die Holzbauer@aol.com



Eine klare Linie. Das neue Audi TT Coupé.

Schon auf den ersten Blick vermittelt die Neuinterpretation der Designikone Audi TT Kraft und Dynamik. Und auch während der Fahrt bleibt das neue Audi TT Coupé seiner klaren Linie treu. Das neue Audi TT Coupé mit:

- Audi Space Frame ASF®
- leistungsstarkem 2,0-l-TFSI- oder 3,2-l-V6-Aggregat*
- sportlichem 6-Gang-Doppelkupplungsgetriebe S tronic (optional)
- adaptivem Dämpfersystem Audi magnetic ride (optional)
- permanentem Allradantrieb quattro® beim Audi TT Coupé 3.2*

Entdecken Sie die Faszination des neuen Audi TT Coupé - am besten bei einer Probefahrt! Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Alle Angaben basieren auf den Merkmalen des deutschen Marktes.

* Kraftstoffverbrauch in l/100 km:
kombiniert 9,1;
CO₂-Emission in g/km: kombiniert 217

**Vorsprung live erleben!
Jetzt bei einer Probefahrt!**

Autohaus Pietsch GmbH

Herrenteich 89, 49324 Melle
Tel.: 0 54 22 / 94 85-0, Fax: 0 54 22 / 94 85-30
www.autohaus-pietsch.de
info@autohaus-pietsch.de

Globales Engagement

Ein fein gesponnenes Netz von mehr als 50 eigenen Niederlassungen und zahlreichen Vertrags-händlern in mehr als 30 Ländern garantiert dem Hörmann-Kunden kurze Wege. Seit 1998 sind die Steinhagener mit einer Niederlassung und seit 2000 mit einem Werk in Peking sowie weiteren Niederlassungen in Shanghai und Wuhan, China präsent. Für den chinesischen Markt produziert die Hörmann-Gruppe Garagen- und Industrietore, Verladetechnik sowie Haus-, Sicherheits- und Feuerschutztüren.

Auch am nordamerikanischen Markt hat sich das Familienunternehmen aus Westfalen etabliert: Im Jahr 2002 nahm Hörmann Inc. in den USA den Vertrieb von Garagentoren und Antrieben auf. Im Februar 2006 hat Hörmann den amerikanischen Garagentorhersteller GADCO übernommen.

Ausgesprochen erfolgreich entwickeln sich die osteuropäischen Standorte. Inzwischen gibt es Vertretungen in Russland, der Ukraine, in Ungarn, Bulgarien, Litauen, Tschechien, der Slowakei Rumänien, Estland und in Polen. Dort eröffnete Hörmann im Mai 2006 in Legnica ein neues Werk zur Produktion von Feuer- und Rauchschutztüren sowie Ladebrücken. Mit der Übernahme des österreichischen Feuerschutztorproduzenten TORTEC Brandschutz GmbH hat Hörmann im Mai 2006 seine Produktpalette ergänzt.

Was jedoch viele nicht wissen: Auch wenn Hörmann mit Garagentoren groß und bekannt geworden ist, ist das Produktprogramm des Unternehmens wesentlich vielseitiger. Es umfasst neben Garagentoren und dazu

passenden Antrieben auch Ein-fahrtstorantriebe, Sicherheits- und Edelstahltüren sowie Brand-schutzelemente für hochwertige Gestaltungslösungen im Objektbau. Großen Erfolg verzeichnet Hörmann mit seinen Aluminiumhaustüren. Über 70 unterschiedliche Motive bietet das Unternehmen an. Die Haustüren erfüllen in puncto Wärmedämmung sowie Schall-, Witterungs- und Einbruchschutz höchste Qualitätsstandards. Dazu gibt es passende Vordächer. Ein weiterer wichtiger Bereich sind Industrietore. Vom Sectionaltor über Roll- und Falttore bis zu Schnelllauf- und Feuerschutz-toren kann Hörmann hier mit einem breiten Angebot glänzen – inklusive auf die Tore abgestimmte Antriebe und Steuerungen. Für die Logistik-Branche hält Hörmann mit Ver-ladesystemen ein Komplettpaket mit Torabdichtungen, Ladebrücken und Vorsatzschleusen bereit.

Hörmann blickt mit Optimismus ins Jahr 2007. Von der Branchenmesse BAU im Januar in München, auf der alle zwei Jahre traditionell die Innovationen des Unternehmens präsentiert werden, erwartet man entscheidende Impulse. Mit seinen engagierten Mitarbeitern, einer starken Vertriebsmannschaft und zuverlässigen Handelspartnern sieht sich Hörmann gut aufgestellt und rechnet mit einem weiteren Wachstum.

Thomas J. Hörmann, gemeinsam mit seinen beiden Söhnen Martin J. und Christoph persönlich haftender Gesellschafter der Hörmann-Gruppe, fühlt sich der Region Steinhagen nach wie vor sehr verbunden: „Gerade als Familienunternehmen haben wir einen besonders engen Bezug zu unserem heimischen Standort und sehen in der lokalen Einbin-



Repräsentativ: Mit einem solchen Stand ist die Firma Hörmann regelmäßig auf großen Messen wie der BAU in München präsent.

derung einen wesentlichen Erfolgsfaktor. Das gilt auch für die Zukunft. Ich bin sicher, dass mit unseren Mitarbeitern und unternehmensfreundlicher Politik auch künftig beste Voraussetzungen für eine gute Unternehmensentwicklung gegeben sind.“



Im Gespräch: Staatssekretär Günter Kozlowski mit Martin J. Hörmann und Thomas J. Hörmann, beide Gesellschafter der Hörmann KG.



Hörmann KG Brockhagen: In diesem Werk nahe dem Firmen-Stammsitz Steinhagen produziert Hörmann Garagen- und Industrie-Sectionaltore aus Stahl, Aluminium und Holz.



Hörmann KG Amshausen: Hier stellt das Unternehmen das klassische Berry-Garagenschwinger in vielen Stahl- und Holz-Ausführungen her.



Hörmann-Antriebstechnik in Brockhagen: Hier werden Antriebe, Steuerungen und Zubehör für den privaten und industriellen Einsatzbereich hergestellt.

FOTOS: HÖRMANN



NIEDERWALL 65
33602 BIELEFELD
TEL.: 05 21-5201580
FAX: 05 21-5201498



ZIEGELEISTR. 45
33824 WERTHER
TEL.: 052 03-1271
FAX: 052 03-5149

KERLITE
DER NEUE
INNOVATIVE
WANDBELAG IN
3 MM STÄRKE BIS
ZUM FORMAT
1000*3000 MM!



BARTHOLOMÄUS
FLIESEN
HANDEL ♦ VERTRIEB ♦ SERVICE

Seit 50 Jahren Experten für Lampen

Marx bietet Wunschleuchten für Wohnkultur

■ **Versmold (spk).** Licht ist wichtiger Bestandteil unseres Lebens. Es schafft strahlende Helligkeit, zaubert eine freundliche Atmosphäre oder sorgt für eine behagliche Umgebung. Praktische und individuelle Lichtlösungen gibt es für alle Lebensbereiche. Mit Wunschleuchten für Wohnkultur beschäftigt sich seit Jahrzehnten das Geschäft Marx Leuchten. Am Westheider Weg bietet das Familienunternehmen eine riesige Auswahl an Lichtquellen und Beleuchtungskörpern für jeden Geschmack an.

Die Firmengeschichte beginnt 1957. Es war Paul Marx, der damals eine Glasmanufaktur in der Albert-Schweitzer-Straße gründete und sich für 50 Jahre haupt-

sächlich mit der Veredelung von Beleuchtungsglas beschäftigte. Zu seinen Kunden gehörten schon bald alle Leuchtenhersteller Deutschlands. Einige der fertigen Leuchten kamen nach Versmold zurück und so entschloss sich Paul Marx 1969, eine kleine Ausstellung zu eröffnen. Seine Söhne Volker und Karl Hermann gründeten dann 1976 die Gebrüder Marx GmbH und erweiterten die Ausstellungsfläche auf 100 Quadratmeter. Zudem gründete das Bruderpaar einen Leuchtengroßhandel, mit dem es Elektro Einzelhändler belieferten.

1992 bauten die Brüder ein neues Firmengebäude am Westheider Weg 39. Heute präsentieren Volker und seine Ehefrau Marlies Marx auf über 500 Quadratmeter eine Leuchtausstel-



Zwei Generationen: Seit dem Jahr 2000 ist Alexander Marx – hier mit Mutter Marlies Marx – im Unternehmen tätig.

FOTO: SPRICK



Lampenvielfalt: Marlies Marx hat in ihrem Geschäft Lampen für jeden Geschmack und Geldbeutel.

FOTO: SPRICK

lung mit Lichtlösungen für alle Lebensbereiche. Kleine Reparaturarbeiten sowie Montagen und Sonderanfertigungen gehören zum Service bei Marx Leuchten. Seit 2000 ist Sohn Alexander als Vertreter der dritten Generation im Unternehmen integriert.

Zu den Spezialisten für Beleuchtungsfragen in Wohnräumen und Außenbereichen kommen Kunden weit über Stadtgrenzen hinaus. Sie finden bei Marx Leuchten eine große Auswahl an Innen- und Außenleuchten von führenden deutschen, aber auch internationalen Herstellern in allen Preissegmenten und Stilrichtungen. Modern gestaltete Lampen gehören ebenso dazu wie dekorative Stimmungs-

leuchten und rustikale Landhausserien. Auf Wunsch werden Leuchten auch in Kundenwohnungen oder gewerblichen Betrieben ausprobiert. Service und gute Beratung für optimale Lichtverhältnisse gehören seit Jahrzehnten zur Geschäftsphilosophie des Unternehmens. „Aktuell sind LED-Beleuchtungen gefragt und auch die Nachfrage nach Energiesparlampen nimmt zu“, beobachtet Volker Marx das Kundenverhalten. Marx Leuchten hat montags bis freitags von 9 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.30 Uhr geöffnet sowie samstags von 9 bis 13 Uhr. Interessierte können sich auch im Internet unter www.marx-leuchten.de informieren.

MARX
LEUCHTEN

Gebr. Marx GmbH
Westheider Weg 39
33775 Versmold
Telefon (0 54 23) 50 01
Mo.–Fr. 9.00–12.30/14.30–18.30 Uhr
Sa. 9.00–18.00 Uhr
www.marx-leuchten.de

**Wir gratulieren dem Haller Kreisblatt
zum 125-jährigen Jubiläum.**

GEBR. SPECKMANN GMBH & CO. KG



Service



Service

33829 Borgholzhausen • Industriestraße 1
☎ 0 54 25/62 22 + 50 99

Ihr Malerfachbetrieb
für:

- Fassadenrenovierung
- Vollwärmeschutzsysteme
- Lackier- und Tapezierarbe
- Bodenbelagsarbeiten
- Gerüstbau



Malermeister

**W. WUNDERLICH
R. HEIDENREICH**

33775 Versmold • Brahmstraße 29
Tel. 05423/8160 • Fax 05423/6381

Tolle Angebote warten auf Sie!



Herzlich willkommen bei MJ-Mobil Versmold.

Wir vermitteln und verkaufen EU-Neuwagen,
Halbjahreswagen und Gebrauchtwagen.

Ca. 20–35 % unter deutschem Listenpreis.

Täglich über 1000 Fahrzeuge fast aller Marken sofort lieferbar.

Unser Knüller:

EU-Neuwagen Ford Focus C-Max Trend „flexifuel“
1,8 l, 92 kW (125 PS)

... preiswert tanken – mit Methanol fahren ...

Vollausstattung, unser Preis **16 790 €** Sie sparen 7 710 €.
Finanzierung möglich.

Marlies Johannsen • 33775 Versmold (Peckeloh) • Ligusterweg 5
Telefon (0 54 23) 82 06

Fenster Türen Rolläden

Vordächer Wintergärten
Überdachungen Garagenrollfore
Markisen Insektenschutz
Verglasungen Reparaturservice Rolladenantriebe
Tel. 05204/7545 im D-Plaus 33803 Steinhagen Fax: 05204/887120
Internet: www.pp-bausysteme.de email: info@pp-bausysteme.de

Haustüren Insektenschutz Rolläden Überdachungen Vordächer Markisen



... und endlich
nur genießen!

Völlig relaxen. Mit Leib und Seele. Kein Wunder, wenn
die Technik stimmt ... Wie möchten Sie warm werden?
Per Gas, Öl, Sonne, Holz oder Erdwärme?
Wir informieren Sie gerne.



Babel GmbH & Co.

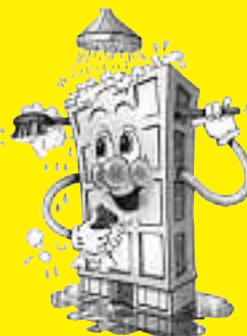
Heizung – Sanitär KG

Engerstr. 43 - 33824 Werther

Fon 0 52 03 / 8 88 89

Fax 0 52 03 / 88 42 76

Gebäudereinigung besser vom Profi!



Chr. RAKOWSKI
GEBÄUDEREINIGUNG

Ihre 1. Wahl, wenn's um Pflege und Reinigung geht:

Versmold

Bad Rothenfelde

☎ (0 54 23) 47 22 64

☎ (0 54 24) 80 85 55

www.rakoclean.de

Geschäfte mit dem guten Geschmack

Weinkontor Freund wuchs vom Garagenunternehmen zum erfolgreichen Großhändler

VON ANDREAS GROßPIETSCH

■ Borgholzhausen (HK). „Wir verkaufen Lebensgenuss“, ist eine der Maximen von Renate und Dr. Rolf Freund, die in gut 25 Jahren eine amerikanisch anmutende geschäftliche Erfolgsgeschichte vom Garagenunternehmen zum florierenden Mittelständler geschrieben haben. Bei ihrem Wein- und Delikatessengroßhandel halten sie aber bis heute auch eine zweite Maxime in Ehren: „Als Unternehmer muss man immer Wachstum im Auge haben.“ Die Verbindung zwischen diesen nur scheinbar widersprüchlichen Aussagen ist ein guter Teil des Erfolgsrezeptes von Weinkontor Freund.

Die sprichwörtliche Garage war eigentlich ein ausrangierter Hühnerstall auf dem Hof von Margarete Upmann in Barnhausen. Dort lagerten die ersten fünf Paletten Wein, die die Freunds aus Italien importiert hatten. Per telefonischer Einladung wurden zunächst Freunde und Bekannte zu samstäglichem Verkaufsveranstaltungen auf den Bauernhof gelockt – mit Erfolg.

„Mein Mann arbeitete damals als Assistent an der Bielefelder Universität“, erinnerte sich die gebürtige Berlinerin Renate Freund an die Anfänge. Rolf Freund stammt aus Trossingen in Schwaben und ist promovierter Volkswirt. Stellen an den Universitäten in Berlin und Wien ließen eher eine Karriere an der Hoch-



Erfolgreiches Unternehmer-Duo: Renate und Dr. Rolf Freund schrieben mit ihrem Weinkontor eine amerikanisch anmutende Erfolgsgeschichte.

schule erwarten, „doch mein Mann wollte sich selbstständig machen“, sagt Renate Freund.

Von der Theorie zur betrieblichen Praxis

Wein schien das passende Objekt, um die volkswirtschaftliche Theorie zur betrieblichen Praxis zu machen. Der Italien-Urlaub wurde genutzt, um Kontakte zu Weinerzeugern aufzubauen. Mit etlichen Probierflaschen trat Familie Freund die Rückfahrt an – zusätzlich zu dem Gepäck, das ein Urlaub mit drei Kindern ein-

fach erfordert. „Wir waren anfangs natürlich unsicher, ob wir das Richtige ausgesucht haben“, schildert Renate Freund.

Doch offensichtlich hatten die Freunds die richtige Nase für guten Wein – und den Wandel des Zeitgeistes richtig erkannt. Die kulinarischen Vorzüge Italiens sollten nicht mehr nur im Urlaub genossen werden. Die ersten italienischen Restaurants mit Pizza und Pasta wurden die angesagtesten Lokale und natürlich fand auch der italienische Wein zunehmend Freunde.

Als der Garagenverkauf auch logistisch an seine Grenzen stieß,

mieteten die Freunds den ersten Laden – im Wellensiek, nicht zufällig in direkter Nähe zur Uni. An drei Nachmittagen in der Woche war geöffnet – „ich weiß nicht, ob man heute ein Geschäft noch so angehen könnte“, sagt Renate Freund. Doch die Entscheidung für die qualitativ immer besser werdenden Weine Italiens erwies sich als goldrichtig – vor allem Rotwein erfreute sich steigender Beliebtheit in jenen Jahren.

Wobei die Menschen rasch lernten, zwischen gutem und schlechtem Wein zu unterscheiden. „Für die Flasche, das Etikett, Abfüllung und Transport fallen Kosten von mehr als einem Euro an“, sagt Dr. Rolf Freund. Der Rest vom Verkaufspreis bleibt für den eigentlichen Wein – wie viel Mühe und Sorgfalt dann bei Verkaufspreisen unter zwei Euro in dem Produkt stecken können, kann sich jeder selbst ausrechnen. Die großen Discounter profitieren von der weltweiten Überproduktion, kaufen Restmengen zu Preisen ein, die deutlich unter den Kosten liegen. Rund die Hälfte des in Deutschland verkauften Weins wird so vermarktet.

Allerdings sehen die Freunds gerade bei ihrem Produkt auch immer noch die Nische für engagierte Einzelhändler – die sie ebenfalls sind. Zwar ist der Laden in Bielefeld inzwischen geschlossen, doch im schmucken neuen Firmengebäude in Borgholzhausen lebt das Geschäft mit dem Namen »Vinsecco« weiter.



Schmucke Firmenzentrale: Obwohl erst im Jahr 2004 errichtet, ist das Bauwerk schon wieder deutlich zu klein. Derzeit wird wieder kräftig investiert, die Lagerkapazität soll fast verdoppelt werden. Sieben Millionen Flaschen sollen in diesem Jahr umgeschlagen werden.

FOTOS: HK



Keine Massenware: Viele Experten sagen der Schokolade eine ähnliche Entwicklung wie dem Wein voraus – soll heißen, neben dem Markt für das gebräuchliche Massenprodukt gibt es eine Nische für Anbieter hochpreisiger Spezialitäten. Erstmals waren die Borgholzhausener Weinexperten in diesem Jahr mit einem Stand auf der Internationalen Süßwaren-Messe in Köln vertreten – und zeigten sich mit dem Ergebnis sehr zufrieden. FOTO: HK

Steinböhmer gratuliert zu 125 Jahren Professionalität



Verkauf von:

- Neuwagen
- EU-Neuwagen
- Jahreswagen
- Geschäftswagen
- junge Gebrauchte
- Nutzfahrzeuge

Jetzt 2 x
in Ihrer Nähe

Service für:

- Audi und VW
- Skoda und Seat
- Nutzfahrzeuge



Autohaus
Steinböhmer



Borgholzhausener Str. 32 · Werther · Tel. (0 52 03) 97 38-0 und Jöllenbecker Str. 325 · Bielefeld · Tel. (05 21) 9 86 54-32

www.steinboehmer.de

„Dort probieren wir vieles aus, was wir unseren Einzelhändlern empfehlen. Wir testen, ob neue Dinge ankommen“, sagt Renate Freund. Informiert werden die Kunden dabei nicht mehr über das Telefon, sondern per wöchentlichem E-Mail-Newsletter. Wie zum Beispiel bei den Delikatessen, die seit zehn Jahren zum Programm gehören und immer breiteren Raum einnehmen. Das gilt auch im Wortsinne, wie der Bau der neuen Kühlzelle in der Borgholzhausener Zentrale, der in diesen Wochen abgeschlossen sein wird, unter Beweis stellt.

Vor allem eine Delikatesse braucht nicht nur beim Transport, sondern auch bei der Lagerung die passende Temperatur: Schokolade. Und wenn die Inhaber die Entwicklung bei diesem Produkt westfälisch-zurückhaltend als „sehr befriedigend“ bezeichnen, kann man davon ausgehen, dass der Maßstab sehr hoch angesetzt ist.

Offensichtlich haben die Freunds auch dort wieder einen Trend rechtzeitig genug erkannt. Manche Kreation – die meisten wurden von spanischen Chocolatiers entwickelt – kostet ebenso viel wie eine gute Flasche Wein, aber eine zunehmende Zahl von

Menschen ist bereit, lieber mehr zu bezahlen, um weniger, aber dafür mit bester Qualität zu naschen.

Angefangen haben die geschäftlichen Beziehungen mit der iberischen Halbinsel beim Wein. Umsatzeinbrüche beim Stammprodukt durch einen Weinskandal in Italien veranlassten die Freunds, nach neuen Bezugsquellen Ausschau zu halten. Fündig wurden sie in Spanien, wo etliche junge Weinmacher sich das Ziel gesetzt hatten, durch bessere Qualität die Zwänge des Massenmarktes zu vermeiden.

Anfangs war der Großhandel eigentlich ein Einzelhandel

Doch trotz guter Qualität sei das Spanien-Geschäft etliche Jahre durchaus zäh gewesen. Mit Auftritten auf Fachmessen und Überzeugungsarbeit bei den Handelsvertretern, die italienische Weine von Freund in ganz Deutschland vertrieben, gelang es, die Produkte den Weinfreunden schmackhaft zu machen. Wobei die Sache mit den Handelsvertretern eine ganz spezielle Bedeutung in der Unternehmensgeschichte hat.

Denn am Anfang war der Großhandel eigentlich eine Art Einzelhandel: Renate Freund organisierte per Telefon die Termine bei Weinhändlern und Gastronomen in der Region, ihr Mann reiste zu den Kunden und leistete Überzeugungsarbeit – offensichtlich erfolgreich. Aus selbst gedruckten Zettelsammlungen wurden die ersten richtigen Kataloge und bald war es nicht mehr möglich, allein alle potenziellen Kunden zu besuchen und gleichzeitig die Kontakte auf der Beschaffungsseite zu pflegen und auszubauen. Anfangs habe man schon intensiv um Handelsvertreter werben müssen, inzwischen hat sich das Verhältnis ins Gegenteil verkehrt. Der Freund-Katalog hat heute 135 Seiten, auf denen 400 Weine und rund 500 Produkte von Accessoires rund ums Thema Wein bis hin zu Delikatessen angeboten werden.

Sichtbarer Ausdruck des anhaltenden Erfolges ist die aktuelle Bautätigkeit am erst im Jahr 2001 errichteten Stammsitz. In diesem Jahr soll die Lagerkapazität von 2000 auf 3500 Palettenplätze erhöht werden. 2007 sollen in Borgholzhausen rund drei Millionen Flaschen Wein umgeschlagen werden. Mehr Platz wird ge-

braucht, weil nach der erfolgreichen Einführung von portugiesischen Weinen in den deutschen Markt das nächste Großprojekt ansteht: Frankreich soll ins Sortiment aufgenommen werden.

»Wein ist eins der letzten verbleibenden Abenteuer«

Nicht die ganz großen Lagen, die inzwischen zum weltweiten Spekulationsobjekt verkommen sind, aber gewiss auch nicht die geringeren Qualitäten aus dem Nachbarland werden dabei ins Auge gefasst. Sondern gute Weine zu einem guten Preis – wie es die Freund-Kunden erwarten.

„Wein ist eines der letzten verbleibenden Abenteuer. Jeden Abend kann man eine andere Sorte entdecken und den Wein-genuss so zu einer Bereicherung seines Lebens machen“, schwärmt Rolf Freund in seiner Rolle als Verkäufer von Lebensgenuss. „Je anonym die Welt wird, um so mehr hat der Fachhändler die Chance, durch die persönliche Ansprache der Kunden seine Nische im Markt zu finden und sich auch gegen die Discounter zu behaupten“, lautet die nüchterne Analyse des Volkswirts.

Für alle, die bauen...



Auswahl, Qualität & Service aus einer Hand!

- Beratung vom Bau-Profi
- komplettes Sortiment in bester Qualität
- Erstklassiges Preis-Leistungsverhältnis
- Fachausstellung mit schönen Bau-Ideen
- Maßgeschneiderte Logistik mit eigenem Fuhrpark

Unser Tipp des Monats:

Ihr neues Haus

Schon ab 405,- € im Monat mit leistungsstarken Materialpaketen*



Mit 3D-Vorschau auf Ihr Traumhaus!



* Materialpaket ohne Sanitär, Heizung und Elektro. Finanzierungsbeispiel mit 100% Auszahlung, 4,65% Nominalzins, 1% Tilgung, 10 Jahre fest, effektiv 4,77%.

Besuchen Sie unsere große Ausstellung!



- Fliesen**
- Ausbau und Trockenbau**
- Fenster, Türen, Tore**
- Garten- und Landschaftsbau**
- Baustoffe für Roh- und Hochbau**

Die Linnenbecker-Leistungen finden Sie insgesamt 19 mal in 4 Bundesländern!

Baustoff-Centrum Linnenbecker



Versmold • Rothenfelder Str. 50 • Tel.: 05423 / 94 78 0 • www.linnenbecker.de



wiedemann & partner
treppen . . . und mehr
körnerstraße 5 · 33803 steinhagen
telefon 0 52 04 / 89 84-0, Fax -3
info@wiedemann-treppen.de

WIECHERT

Steuerungsbau GmbH

**SCHALTSCHRÄNKE
SERIENSTEUERUNGEN
ABWASSERTECHNIK
SOFTWARE FÜR SPS**

33803 Steinhagen (Westf.)

Westernkamp 15 · Telefon 0 52 04 / 26 04 + 9 12 60 · Fax 0 52 04 / 23 50

**Ruck
Zuck**



Küchenmodernisierung Neue Fronten – neue Arbeitsflächen

Wir schaffen neuen Stauraum, verbessern die Funktionalität, stocken die Arbeitsflächen auf und erreichen mit geringem Aufwand eine optische Gesamtverbesserung.

Stephan Priebis *Wir beraten Sie kostenlos!*

Tel. 0 52 04/92 43 19 oder 0170/218 99 99
Upheider Weg 15 · 33803 Steinhagen

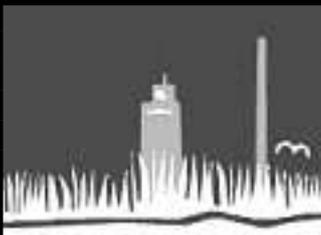
Kiebitzen



...Sie ruhig mal in den
Rieselfeldern Windel.

Vielleicht sehen Sie dort den Kiebitz. Noch viel mehr zu entdecken gibt's im **Infozentrum** an der Niederheide!

Helfen Sie beim Schutz der Natur in den Rieselfeldern! Spendenkonto 7 345 697 bei der Commerzbank Bielefeld. Mehr Informationen unter: www.rieselfelder-windel.de



STIFTUNG
RIESELFELDER
W I N D E L

Beerdigungsinstitut



FRIEDEL husemann

Berliner Straße 55 · 33775 Versmold · ☎ 0 54 23/4 90 24

„Alles in einer Hand“

Bestattungen – Überführungen – Sarglager – Seebestattungen
Unverbindliche Beratung für Bestattungsvorsorge, -verträge und Sterbegeldversicherung

Ständige Grabmal-Verkaufsausstellung in Versmold

BUDDE GRABMALE

Eine der größten Ausstellungen Deutschlands

in Warendorf direkt neben dem TÜV. Tel. 02561/3076 - www.budde-grabmale.de

Erlesene Auswahl von über 1500 Grabmalen auf 10.000 qm Ausstellungsfläche
Lieferung zu Friedhöfen im Umkreis von 100 km ohne Mehrkosten.



Hilfe im Schadensfall

**Schnell.
Professionell.
Serviceorientiert.**



steinbreder

Karosserie- und Lackierfachbetrieb

Galbrinkstraße 11
49326 Melle-Küingdorf
Tel. 0 54 28/94 24-0

www.steinbreder.de



Menü-Bring-Service, Tiefkühl-Auswahl, Kochkurs beim Edel-Küchenchef: Ein Entweder-Oder gibt es beim Essen nicht mehr. Auch der Gourmet muss manchmal mit Fast Food vorliebnehmen. Als Regel kann nur gelten: Regeln gibt's nicht mehr.

FOTOS: A. GROßPIETSCH

Guter Geschmack ist heute vor allem vielfältig

Kochen wie ein Sterne-Koch oder Warmgemachtes aus dem Drei-Sterne-Tiefkühlfach – alles im Trend

VON ANDREAS GROßPIETSCH

■ **Altkreis Halle (HK).** Wer vor 25 Jahren sein Essen nach Hause gebracht haben wollte, musste schon über ungewöhnlich gute Beziehungen oder ungewöhnlich viel Kleingeld verfügen. Als dritte Möglichkeit gab es noch das »Essen auf Rädern«, gedacht für eine ältere und nicht mehr ganz fitte Klientel. Inzwischen ist der Altkreis von Bringdiensten aller Geschmacksrichtungen für Bürger aller Altersschichten bis in den letzten Winkel erschlossen. Doch das ist beileibe nicht die einzige Neuerung in der alltäglichen Esskultur.

Wohl kaum ein Bereich der Alltagswelt war in den letzten 25 Jahren solchen Veränderungen unterworfen wie der, von dem sprichwörtlich Leib und Seele zusammengehalten werden. Essen und Trinken unterlagen schon immer Modewellen, doch die moderne Technik hat dafür gesorgt, dass heute nahezu alles, was essbar ist, auch zu jeder Jahreszeit zu bekommen ist.

Ob Supermarkt oder Tante-Emma-Laden – kein Lebensmittelgeschäft kommt mehr ohne eine große Tiefkühlabteilung aus. Dort werden nicht nur die Zutaten angeboten, sondern verstärkt fertig zubereitete Gerichte, die in Backofen oder Mikrowelle nur noch mundgerecht erhitzt werden müssen. »Tiefkühlpizza« findet sich mittlerweile als eigenständiger Begriff im Duden, doch das »bequeme Essen«, wie die Übersetzung des Fachbegriffs »Convenience Food« lautet, hat

noch viel mehr im Angebot. Auf Wunsch wird auch alles von Fleisch über Fisch und Obst bis hin zur Kohlroulade mit kleinen Tiefkühl-Lastern tiefgefroren an die Haustür geliefert.

Der allgemeine Trend zur Beschleunigung hat im Siegeszug des Fast Food seinen sprichwörtlichen Ausdruck gefunden. Doch als Beleg für Kulturpessimisten taugt diese Entwicklung nur bedingt.

Fertige Gerichte, schnell auf der Straße gekauft und gegessen, hat es in vielen Perioden der Geschichte und in fast allen Kulturen gegeben. »Richtiges Kochen« erfordert Zeit, und die war auch schon in früheren Gesellschaften ein knappes Gut.

Und wie bei fast allen gesellschaftlichen Entwicklungen gibt es auch hier eine Gegenbewegung. Ein Beleg dafür sind die Küchen. Was sich schon im normalen Durchschnittshaushalt an technischen Möglichkeiten findet, hätte manchen Gastronomen früherer Jahrzehnte vor Neid erblassen lassen. Doch gerade beim Kochen ist Technik eben nicht alles, kommt es auf das »gewusst wie« an.

Das herauszufinden, lassen sich viele Menschen heute auch Geld kosten. Kochkurse mit Spitzenköchen sind nicht immer billig, doch beliebt. Im Fernsehprogramm erfreuen sich Kochsendungen nicht nur wegen des relativ geringen Produktionsaufwandes großer Beliebtheit bei den Sendeanstalten. Und wie weit man den Aufwand treiben kann, zeigt die bundesweite Live-Über-

tragung eines sommerlichen Wettgrillens im Gerry Weber Stadion von ebenso telegenen wie geschmackssicheren Starköchen – garniert mit allerlei Stars und Sternchen.

Der Kochberuf erfreut sich in Zeiten, in denen angeblich alles immer schlechter wird, einer nie gekannten Aufmerksamkeit.

Kochbücher sind Trend im Land der Dichter und Denker

Kochbücher sind zu den heimlichen Verkaufsschlägern im Land der

Dichter und Denker geworden – auch wenn manche unken, dass die Menschen diese Werke nur beim Warten auf das Pizza-Taxi durchblättern. Ein Spitzenkoch bekannte jetzt, dass er wieder zunehmend Freude an der Lehrlingsausbildung habe. Denn heute drängt es sogar Abiturienten an den Herd.

Eine der Schattenseiten der heutigen Ernährungsgewohnheiten ist die Überversorgung mit allem, was der Mensch eigentlich zum Leben braucht. Bei manchem Mitbürger drängt sich der Gedanke auf, dass er auch mit der Hälfte des Verzehrten auskäme. Schlimm genug bei Erwachsenen, die aber zumindest selbst für sich verantwortlich sind, viel schlimmer dagegen bei Kindern, von denen im Bundesdurchschnitt mittlerweile jedes fünfte als deutlich zu dick eingestuft wird.

An Warnungen vor diesem Missstand fehlt es nicht. Aber der Teufelskreis aus zu wenig Bewegung, zu viel fettem Essen und Übergewicht sowie daraus resultierend, noch weniger Bewegung, ist schwierig aufzubrechen – vor

allem, weil Kinder eben in erster Linie bei ihren Vorbildern in den Familien positives, aber auch negatives Verhalten abschauen.

Zum Vorbild der derzeitigen Modeküche hat sich die Esskultur des Mittelmeerraums entwickelt. »Leichter« als früher, wenn unvermeidbar, dann mit gesundem Olivenöl angemacht, werden die Speisen zubereitet. Knoblauch wird zwar beim Gegenüber noch immer als störend empfunden, gilt aber schon lange nicht mehr als Zeichen von Unterprivilegiertheit.

Und ein entscheidender Schritt zur »Mediterranisierung« der Alltagswelt ist auch im Altkreis schon lange getan worden: Kaum ein Gastronom kann es sich noch leisten, auf Plätze unter freiem Himmel zu verzichten. Da nützen keine Hinweise auf Regenwahrscheinlichkeiten, störende Wespen oder überwiegend zu kühle Witterung – wer immer es kann, verlagert Teile seines Betriebs nach draußen. Die Kundschaft verlangt es einfach.

Ob schmale Bürgersteige direkt neben dem Strom der Autos oder idyllische Plätze unter hohen Bäumen mit Blick auf die Natur – wenn irgendmöglich, zieht es die Menschen zum Essen vor die Tür der Restaurants und Cafés und sogar der Bäckereien und Imbissbuden. Auch an der Wohnkultur lässt sich der Trend ablesen: Ohne Terrasse oder Balkon sind Wohnungen immer schwerer zu vermieten. Denn man braucht schließlich einen Platz, um das für jederman erschwingliche »Essen auf Rädern« angemessen verzehren zu können.



Urlaub in Sicht?

Schöne Ferien! Einfach abschalten und doch wissen, was zu Hause passiert. Denn Ihre Zeitung reist mit. Die praktische Urlaubsnachsendung macht's möglich.



Für ein Alter in Würde und Selbstbestimmung

Altenpflegeheime

Altenzentrum Eggeblick

Tiefer Weg 1 · 33790 Halle
T 05201.8129-0 · F 05201.8129-99
michael-weitzel@johanneswerk.de

Matthias-Claudius-Haus

Apfelstr. 36 · 33803 Steinhagen
T 05204.9125-0 · F 05204.9125-10
nicole-zantopp@johanneswerk.de

www.johanneswerk.de



Evangelisches Johanneswerk e.V.

Einrichtungen der Diakonie

Wenn Ihre Werbung
gut ankommen soll ...

Krützkamp

Grafik · Electronic Publishing · Druck

Osnabrücker Straße 12

49219 Glandorf

Telefon (0 54 26) 94 95 14

Fax (0 54 26) 94 95 30

e-Mail: kruetzkamp@osnanet.de

MALERARBEITEN ALLER ART FUSSBODENVERLEGUNG H W H

Heinz-Werner Hoppe GmbH

Jahnstraße 26 · 33803 Steinhagen
Tel. 05204/4689 · Fax 800485

Renovieren von Innenräumen mit:

Dispersionsfarben · mineralischen Farben · Lackfarben
verschiedenen Lasurtechniken

Fassaden:

Anstriche mit sämtlichen modernen Fassaden-Beschichtungen
Vollwärmeschutz-Dämmarbeiten
Lasurtechniken für Außenbereiche

Holzwerk:

Renovierungsanstriche aller Art

Bodenbelagsarbeiten:

Textile Böden/Kunststoffböden · Treppenbelagsarbeiten
Problem-Lösungen aller Art



Aktionsfahrzeuge zu Top Konditionen

Das Sondermodell SEAT Altea Avila ab 16.990,- EURO - mit 3.375,00 EURO* Preisvorteil.

Der hat wahre Größe: Unser Sondermodell Altea Avila besticht nicht nur mit einem überraschenden Innenraumvolumen von 3,5 m³, sondern setzt vor allem auch in Punkte Sportlichkeit, High Tech und Wirtschaftlichkeit beeindruckende Akzente. Und das Schönste: wahre Größe kann man besitzen.

- Audiosystem inkl. CD-/MP3-Player Kombination
- Climatic mit automatischer Temperaturregelung
- Getönte Seitenscheiben (hinten) und Heckscheibe
- Front- und Seitenairbags, Kopfairbagsystem

SEAT Altea Avila 1.6 MJ 07,
75 kW/102 PS, 5-Gang:
Kraftstoffverbrauch
innerorts: von 10,4 bis 10,5 l/100
km,
außerorts: von 6 bis 6,1 l/100 km,
kombiniert: von 7,6 bis 7,7 l/100 km,
CO₂-Emissionen
kombiniert: von 182 bis 185 g/km

*Fahrzeugpreis: 16.990,00 EURO,
Anzahlung: 3.990,00 EURO,
Laufleistung: 10000 km p.a.,
Laufzeit: 48 Monate,
Schlussrate: 8.633,44 EURO.
47 Raten á 129,00 EURO.
2,9 % effektiver Jahreszins.
Ein Angebot der SEAT-Bank.

* im Vergleich der unverbindlichen Preisempfehlung für das Sondermodell SEAT Altea Avila mit derjenigen für ein entsprechend ausgestattetes Serienmodell.

AFP 562

TUTO Automobile GmbH & Co. KG

Im Industriegelände 2, 33775 Versmold
Telefon (0 54 23) 40 14, Fax (0 54 23) 77 14
Tuto@Tuto.de, <http://www.tuto.de>



Wie ein klarer Schnaps einen kleinen Ort weltberühmt machte

Steinhagens »Steinhäger«: Aufstieg und Niedergang einer Industrieepoche, die ein ganzes Dorf prägte

VON JUERGEN WOHLGEMUTH

■ **Steinhagen.** Steinhagen, das »Schnapsdorf«. So spricht man heute noch von der Gemeinde am Fuße des Teutoburger Waldes. Doch nicht etwa sind die Bürger als kräftige Säuer verschrien, vielmehr ist die Gemeinde untrennbar mit der Entstehung des »Steinhägers«, dem bekömmlichen Wacholderschnaps, verbunden.

20 kleine und größere Brennereien hat es in der Blütezeit des »Steinhägers« gegeben. Sie haben den Namen des kleinen Ortes in alle Welt getragen und mehrere tausend Bürger in Lohn und Brot gebracht. Der Korn ließ es den Menschen in Steinhagen fast 100 Jahre gut gehen. In den vergangenen 25 Jahren verlor dieser einst größte Industriezweig im Ort immer mehr an Bedeutung. Es sind fast nur Erinnerungen geblieben.

Der »Steinhäger« ist einer der ältesten Branntweine Deutschlands. Schon vor mehr als 500



Damals, 1970: Von dem ehemaligen Betriebsgelände von H. C. König, später König & Schlichte, steht heute nur noch die Fassade. Der dahinter liegende Bereich ist jetzt das »Wohnquartier am Pulverbach«.

Jahren würzten die Bauern ihren Kornbranntwein mit Wacholderbeeren, die in der Gegend zur Geringe wuchsen. Bereits um 1770 wurde die erste gewerbliche Brennerei gegründet: H. C. König. Weitere folgten in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und dann noch einmal während der Blütezeit in den 50er Jahren.

Denn nach der Währungsreform 1948 boomte das Steinhagener Heimatwasser bis in die 70er Jahre. Die Jahre von 1963 bis 1971 gelten heute als die Jahre der »scharfen und harten Welle« auf dem Getränkemarkt, vor allem auch als Glanzzeit für den »Steinhäger« und seine Produzenten.

Es wurden neue Prozeduren entwickelt und die großen Firmen gründeten Tochtergesellschaften im Ausland. Die Deutschen überholten mit durchschnittlich 2,73 Liter reinem Alkohol pro Kopf die Russen, Amerikaner, Schweden und Polen tranken einen neuen internationalen »Schnaps-Rekord«. Die »Klaren« eroberten den Spirituosenmarkt zu 46 Prozent. In den besten Zeiten beschäftigte allein H. C. König, eine der größten Brennereien, 1370 Mitarbeiter.

Einige Jahre später sah das Bild indes anders aus: Die »weiße Welle« verlief sich wieder, Long-

drinks kamen mehr und mehr in Mode. Die schwachprozentigen Mischungen aus wenig Schnaps und viel Obstsaft gefielen vor allem den motorisierten Zeitgenossen. Die Bundesbürger im Alter zwischen 16 und 30 Jahren seien besonders »mixwillig«, ermittelte das Emnid-Institut damals. »Lage katastrophal« – meldeten die Spirituosenhersteller.

Die schwierigen Marktverhältnisse brachten schließlich fertig, was Generationen lange nicht möglich erschien: die Fusion der beiden großen »Steinhäger«-Brennereien H. C. König und H. W. Schlichte. Am 1. April 1985 ging die König & Schlichte GmbH & Co. KG an den Markt. Damit vereinigten sich 90 Prozent des gesamten »Steinhäger«-Marktes und machten einen adierten Umsatz von 180 Millionen Mark. Von den anfangs rund 450 Mitarbeitern mussten nach und nach 250 gehen. Schließlich war das Hauptziel, die Kosten zu minimieren. Die Produktion wurde am König-Standort an der Brockhagener Straße konzentriert. Die neue Firma reduzierte das Sortiment von knapp 480 Produkten auf die Hälfte.

Doch wie sagte man einst: »Wenn zwei Kranke zusammen gehen, wird noch kein Gesunder

d'raus.« Auch diese Fusion war nur eine Übergangslösung. Denn erst später stellte sich heraus, dass die Gebäude nicht mehr den Anforderungen der modernen Entwicklung entsprachen.

Zu Jahresbeginn 1990 stieg die Spirituosenfirma Berentzen aus Haselünne bei König & Schlichte ein, kaufte 75 Prozent der Firmenanteile. Nebenher lief die Schlichte Markenvertrieb GmbH. Die wiederum verbündete sich mit der Firma Friedrich Schwarze aus Oelde, die weiterhin in den Gebäuden der Firma König & Schlichte brennen durfte. Weil König & Schlichte die an diesen Gebäuden notwendigen Brandschutzauflagen finanziell nicht stemmen konnte, ging die Traditionsfirma Ende 2002 pleite.

In den 80er Jahren verschwanden die meisten der ehemaligen Brennereien aus dem Steinhagener Ortsbild. 2005 wurden die letzten Produktionsstätten von H. C. König, zuletzt König & Schlichte, an der Brockhagener Straße abgerissen. Nur noch die denkmalgeschützte Fassade steht. Hier brennt weiterhin die H. W. Schlichte Steinhäger- und Kronbrennerei für die Firmen Schwarze in Rinteln und Heydt in Haselünne. Ein wenig lebt der »Steinhäger« also weiter.

DER HINTERGRUND

Steinhagens Brennereien

1. H. C. König (im Dorfe Nr. 68/ gegründet um 1770)
2. H. W. Schlichte (gegr. 1840)
3. H. C. König (Haus Nr. 37/ gegr. 1873)
4. C. W. Tasche (1888)
5. W. Jückemöller (1897)
6. H. Upmann (1908)
7. Landwirth-Brennerei (1906)
8. Friedrich Niederstadt (1908)
9. Robert H. Günther (1908)
10. Fr. Schwarze (1911)
11. H. Wittenborg (1922)
12. Strothmann (1922)
13. Otto Tasche (Matthieu Crumbach, 1923)
14. Klaus & Hafersiek (1953)
15. A. Slodowski (1956)
16. Hasse (1958)
17. Amberg (1959)
18. Oskar Schulte (1959)
19. Hasenburg (1959)
20. Max Dautzenberg (Mönchthal, 1963).

Alles unter einem Dach

- Gesundheitsmaßnahmen der BKK und IKK
- Ambulante kardiologische Rehabilitation
- Ambulanter Herzsport in Klein- u. Großgruppen
- Präventives Herz-Kreislauf-Training
- Kurse Nordic Walking/Rückentraining m. Herz
- Ernährungsberatung (auch spez. f. Übergewicht)
- Einführung in Entspannungstechniken
- Trainingssteuerung durch Lakantanalysen
- Physiotherapie ...

Zentrum für ambulante Herz-Kreislauf-Rehabilitation und Gesundheitsförderung
 Ärztl. Leitung: Dr. W. Kaufhold u. Dr. H. Flügel

Brinkstraße 1 · 33803 Steinhagen
 Tel. (0 52 04) 92 95 55 · Fax (0 52 04) 9 24 92 11
 E-Mail: Kaufhold-Fluegel@telemed.de
 www.Herzgesund-Steinhagen.de

Seit über 100 Jahren in Brockhagen

Tischlerei Hagemeier

Ralf Hagemeier · Tischlermeister

Bau- und Möbeltischlerei Bestattungen – Überführungen

- Fenstertechnik
- Haustüren, Innentüren
- Insektenschutz nach Maß
- Sarglager
- Erledigung sämtlicher Formalitäten
- Bestattungsvorsorge

33803 Steinhagen-Brockhagen · Brockhagener Straße 212
 Telefon 0 52 04 / 38 64 · Telefax 0 52 04 / 37 50
 Internet: www.hagemeier.tischler.de · E-mail: hagemeier@tischler.de

Demnächst Jubiläum?

Ehren Sie den Jubilar durch einen öffentlichen Glückwunsch im Haller Kreisblatt. Dadurch werden gleichzeitig viele Bekannte und Freunde auf das festliche Ereignis aufmerksam.



Sicherheit für Menschen

★★★★★



Grundvorsorge: Berufsunfähigkeitsschutz.

Ich informiere Sie gern.

Junge Leute, Selbstständige, Freiberufler haben häufig **keine gesetzlichen Ansprüche**. Sie brauchen Ihr sicheres Netto aber auch bei Berufsunfähigkeit.

Service-Büro Hartmut Loew

Wiesenstraße 11 a · 33775 Versmold
 Tel. 0 54 23 / 74 07 u. 0 54 23 / 74 74
 Fax 0 54 23 / 4 32 26



CONCORDIA
 Versicherungsgruppe



Gutschein für 2 Wochen Probeflieferung

Bestellen Sie das Haller Kreisblatt ganz unverbindlich 2 Wochen zur Probe.

Name und Vorname _____

Straße und Hausnummer _____

PLZ und Wohnort _____

Telefon _____

Datum Unterschrift _____




Gutschein bitte einsenden an:
 Haller Kreisblatt Verlags-GmbH, Gutenbergstraße 2, 33790 Halle.
 Oder einfach Ihre Leseprobe per Telefon unter (0 52 01) 15-115 oder als Email unter vertrieb@haller-kreisblatt.de anfordern.

Chance genutzt oder Chance verpasst?

Zwei Polemiken zum Ende der »Steinhäger«-Industrie

Die Feste von heute sind auch nicht mehr das, was sie einst waren. Statt zum »Original Schlichte« greift die feiernde Jugend lieber zu Alcopops und den 50:50-Versionen aus sauerländischen Brauereien. Dort, von wo früher die Seele der Wacholderbeere den Namen Steinhagen in die Welt trug, residieren heute Kleinfamilien oder zeugen nur noch Fotos und alte Tonkrüge von der ruhmreichen Brennerei-Geschichte. Immerhin dient der blaue Wacholder im Wappen noch als Reminiszenz an eine glorreiche Vergangenheit. Straßennamen in Neubaugebieten erinnern zudem an die hochgeistige Vergangenheit des Ortes. Dabei ist es noch gar nicht lange her, dass Herbert Wehner Walter Scheel daheim in Bonn einen »Steinhäger« zur politischen Fädenspinnerei kredenzte – so zumindest zu sehen und zu hören im Fernsehfilm »Im Schatten der Macht«. Scheel nahm – im Film – übrigens dankend an.

Der Verbraucher habe dem klassischen »Steinhäger« den Todesstoß versetzt – ein Argument, das man oft hört. Doch wie steht es mit dem Kräuterlikör aus Wolfenbüttel, dessen Flasche ein Hirsch mit Kreuz ziert? Warum hält sich die Symbolfigur des berühmten Scotch Whiskeys, den einst Marius Müller-Westernhagen als seinen besten Freund besang, trotz der Nähe zum 40-Prozentigen auch noch nach Jahrzehnten so gerade auf den Beinen? Und wie steht es um den Wodka mit der reinen Seele? Klassische Spirituosen, die ihren Platz in deutschen Supermarktregalen behauptet oder – siehe Wolfenbüttel – in den vergangenen Jahren eine überraschende Wiedergeburt gefeiert haben. Weit und breit nichts von einem Todesstoß zu sehen.

Nicht so beim Urbrannt aus dem (einstigen) Schnapsdorf am Teuto. Klar dienen die braunen Krüge aus »Steinhagen in Westfalen« heute noch als locker verpackte Aufmerksamkeit zum Jahresende. Selbstverständlich tut das Heimatwasser nach fettreichem Mittagsschmaus weiterhin mäßig, aber regelmäßig seinen Aufräumdienst im Magen. Die hohe Zeit des »Steinhägers« jedoch ist vorbei – wohl unwiderruflich.

Warum eigentlich sollten Gin Tonic oder Wodka Limone aber trendiger sein als Cola-Schinkenhäger oder ein Schwarzer Häger gemischt mit Orangensaft? Warum sollte das, was in den 50er, 60er und 70er Jahren noch zum Teil reißen den Absatz in den Kneipen fand, heute nicht mehr schmecken? Da haben die Marktstrategen in der Gemeinde in den 70ern die Entwicklung wohl verpasst. Wenigstens weht heute noch ein sachter Hauch von Geistigem made in Steinhagen. Die Besucher des Historischen Museums im – wie passend – Schlichte-Carree bekommen ihn geliefert. Walnussig, beerig und als »Torjäger« passend zu Fußball-Weltmeisterschaften in Deutschland kommt der Schnaps an der Verkaufstheke daher. Es gilt also: Flasche ziemlich, aber noch nicht ganz leer.

Claus Meyer

Es ist eine beliebte Legende, dass der von Steinhagens Ureinwohnern schwarz gebrannte Schnaps der Gesundheit so förderlich war, dass sie eine Sondererlaubnis erhielten, die Menschen in weitem Umkreis mit dieser »Medizin« zu versorgen. Wenn die Geschichte nicht überhaupt nur von pfiffigen Werbestrategen bei ein paar Runden »Kurzen« zusammenfabuliert worden ist, so galt in der fraglichen Zeit ein alkoholisches Getränk vermutlich schon als gesund, wenn die Trinker nicht unmittelbar erblindeten. Kein Arzt der Welt könnte ein Getränk mit einer derart hochprozentigen Beimischung der grundsätzlich giftigen Substanz Ethanol ernsthaft als gesund bezeichnen. Immerhin verzeichnet das Lexikon als gesundheitsfördernde Wirkung des Alkohols dessen Nutzen als Desinfektionsmittel durch rasches Abtöten von Bakterien – allerdings nur bei äußerlicher Anwendung und nicht in der Blutbahn.

Inzwischen hat die Wissenschaft festgestellt, dass Alkoholgenuss auch recht zuverlässig zur Abtötung von Gehirnzellen führt. Gut für Steinhagen, dass die Zeit zu Ende ist, in der man mit seinen Produkten zur massenhaften Schädigung von Menschen nicht nur in der Region, sondern auch in Deutschland und darüber hinaus beitrug. Und gut auch, dass man offenbar nicht so viel von seinem Produkt selbst genossen hatte, um nicht einen Strukturwandel hinzubekommen, der seinesgleichen sucht.

Wo im Ruhrgebiet als Folge des allmählichen Absterbens eines kompletten Industriezweigs auch heute der Ruf nach Subventionen nicht verstummt ist, nahm man in Steinhagen die Sache selbst in die Hand. Man besann sich auf seine Stärken: viel plattes, aber unfruchtbares und damit relativ preiswertes Land. Das stellte man wiederum relativ preiswert entweder Menschen zur Verfügung, die darauf Fabriken errichten wollten, oder deutlich weniger preiswert Menschen, die darauf ihre Wohnhäuser errichteten. Das taten die Letztgenannten zum einen wegen der Nähe zu Bielefeld, zum anderen wegen der schönen Aussicht auf den baumbestandenen Teutoburger Wald. Hätte man es ernst gemeint mit der Produktion von Wacholderschnaps aus eigenem Anbau, müssten dort oben bis heute krüppelige Wacholderbüsche auf öden Heiden vor sich hinvegetieren, um die Rohstoffe zu liefern.

Und da schlechte Voraussetzungen für die Landwirtschaft manchmal auch dazu führen, dass die Einwohner besonders fleißig und einfallreich werden, florierten nach dem Ende der nicht unbedingt himmlisch duftenden Brennerei die neuen Firmen und füllten mit ihren Steuern das Gemeindefiskus, dass den Kämmerern der Nachbarstädte die Augen tränten. Das Geld wurde genutzt, um die Spuren der Vergangenheit zu tilgen und Platz für neue Steuerzahler zu schaffen. Für die nötige Nostalgie ums »Heimatwasser« hat man ein Museum und das Gemeindefiskus. Das zeigt blaue Wacholderbeeren auf goldenem Grund – irgendwie ein passendes Symbol für ein Ex-Schnapsdorf.

Andreas Großpietsch





Liebe Grüße!

Anzeigenannahme:
05201/15111 und 15112

Feiertage, Familienfeste
oder ein Grund, „Hallo“
oder „Danke“ zu sagen.

Liebe Grüße
kommen immer an.



Zum
Geburtstag
und zum
Jubiläum

Zur
bestandenen
Prüfung



Zum
Schulanfang
und
-abschluss

Zu Ostern
und
Pfingsten



Zum
Valentinstag,
Muttertag und
Vatertag

Zur
Konfirmation
oder
Kommunion



Zu Weihnachten
und zum
neuen Jahr

oder vieles mehr.

Unsere Anzeigenabteilung
bietet Ihnen eine Auswahl
zahlreicher Motive für Ihre
persönliche Anzeigengestaltung.

Für Fragen stehen
Ihnen unsere Mitarbeiter
in den HK-Geschäftsstellen
gern zu Verfügung.



**PERFEKTE
PLANUNG
IST EIN
MUSS...**

**Einrichtungshaus
WOLFF**

33790 Halle
Lange Str. 27
Tel. 32 34
4 Etagen

4 % p.a. Super-Sparzins
für 12 Monate.



Nur bis zum 30.03.2007!

Für Ihren erfolgreichen Start ins neue Jahr.

- 4 % p.a. Zinsen fest für ein Jahr
- Anlagebeträge von 2.500 bis 100.000 Euro
- Sichere Sparanlage ohne Kursrisiko
- Nur für Neuanlagen bei der Deutschen Bank

Sprechen Sie jetzt mit Ihrem Berater.

**Finanzberater-Büro der Deutsche Bank
Privat- und Geschäftskunden AG
Lange Straße 43, 33790 Halle**

**Klaus-Herbert Schafberg
Selbstständiger Finanzberater
Telefon (0 52 01) 6 61 78-0**





Die Heimatzeitung für den Altkreis

Altkreis News - das Online-Abo vom Haller Kreisblatt

Die Nachrichten des Haller Kreisblatt jetzt online lesen – und das zu einem äußerst günstigen Preis! Einfach anmelden und Sie können täglich Ihre aktuelle Ausgabe des HK's bereits ab 01.00 Uhr im Internet lesen – wählen Sie welche Informationen Sie zuerst lesen wollen! Einfach anmelden und nach der Bestätigung können Sie Ihr HK online abrufen.



Sie beziehen das Haller Kreisblatt noch nicht täglich im Abo?

Für nur 9,90 € können Sie das HK jetzt online abonnieren.

Oder möchten Sie nur bestimmte Seiten lesen? Dann können Sie auswählen, auf welche Berichte Sie zugreifen möchten! Für 2,80 € monatlich bekommen Sie den Zugriff auf Ihre gewünschten Nachrichten. Natürlich können Sie auch mehrere Bereiche kombinieren. Den überregionalen Teil gibt es gratis dazu!

Email-Abo

Gerne können Sie das Email-Abo in Anspruch nehmen. Wir liefern Ihnen jeden Tag Ihre gewünschten Lokalseiten an Ihre Email-Adresse.

Nähere Infos bekommen Sie im Internet unter: www.haller-kreisblatt.de
oder telefonisch unter: (052 01) 15-115 oder 15-114



Haller Kreisblatt Verlags-GmbH, Gutenbergstr. 2, 33790 Halle,
Tel.: (05201) 15-115, Fax: (05201) 15-166,
E-Mail: vertrieb@haller-kreisblatt.de,
Internet: <http://www.haller-kreisblatt.de>

Wir machen weit mehr als Gebäudereinigung...

Stoll Gebäude-Service bietet alle Dienstleistungen rund ums Gebäude - von der Bauendreinigung bis zur Unterhaltsreinigung und Gebäudeverwaltung.

Geschulte Mitarbeiter arbeiten in 7 Niederlassungen und 17 Vertretungen deutschlandweit an 80 Orten dafür, dass Gebäude nicht nur sauber bleiben, sondern auch ihren Wert behalten.



Bergstr. 24-26
33803 Steinhagen
Tel. 05204 - 91 47 0
Fax 05204 - 91 47 48

www.stoll-gebaeudeservice.de
info@stoll-gebaeudeservice.de

Wir bilden aus:
- im Gebäudereinigerhandwerk
- zu Bürokaufleuten



BESTATTUNGEN • ÜBERFÜHRUNGEN • SARGLAGER

Ernst-W. Weber

Erledigung sämtlicher Formalitäten
33775 Versmold-Bockhorst · Tel. 05423/6264

*Wir gratulieren
zum 125-jährigen Jubiläum und
wünschen weiterhin viel Erfolg.*

Carotta GmbH

Autolackiererei • Abschleppdienst • Rep. v. Unfallschäden

Ugo Carotta
Autovermietung

CAMMDESIGN Walter Carotta

Elsa-Brandström-Str. 34 (B 68) · Halle · Tel. (0 52 01) 45 97



Die Zeitung

mit den meisten Familienanzeigen
aus dem Altkreis Halle!



drei e reisen gratuliert herzlich zum
125-jährigen Jubiläum...

...und empfiehlt Ihnen für dieses Jahr:

SCHOTTLAND

WILDE ROMANTIK IM LAND DER KELTEN

vom **23.05. - 30.05.2007**

- Direktflug ab/an Paderborn
- 7 x Übernachtung in einem guten Mittelklassehotel
- Halbpension
- komplettes Ausflugspaket



WEITERE INFORMATIONEN ERHALTEN SIE BEIM HALLER KREISBLATT!

Zeitungs- und Zeitschriftengrossvertrieb
A. VICTOR WEHLING GmbH + Co. KG

Pressevielfalt das sind wir

Der zuverlässige und kompetente Partner in
der täglichen Belieferung und Service-Betreuung
von über 3600 Presse-Einzelhändlern

gratuliert seinem langjährigen
Geschäftspartner und sagt



DANKE

für die erfolgreiche
Zusammenarbeit!



33719 Bielefeld
Fr.-Hagemann-Str. 58-60
Tel.: 0521 / 92 06-0
Fax: 0521 / 92 06-229
www.avwehling.de/presse
Pressekatalog: www.zzol.de



... zuverlässig und diskret

KOBUSCH

- Aktenlagerung
- Aktenvernichtung
- Digitale Archivierung
- Dokumentenmanagement



KOBUSCH Archiv

- Zeit-, Kosten-, und Raumeinsparung
- kostenlose Bedarfs- u. Nutzenanalyse
- externe oder digitale Archivierung
- Aktenrecherche - Tag und Nacht
- Sicherheit für Ihre Akten durch Video- und Alarmüberwachung

KOBUSCH Storage

- für Gewerbe & Privathaushalte
- wohin mit Überproduktionen, Lagerbeständen, Werkzeugen, Saisonartikeln, Möbeln, Sportgeräten, Winterreifen etc.
- wir vermieten individuelle Lagerabteile ab 1 qm ohne langfristige Mietverträge
- mieten Sie nur genau die Lagerfläche, die Sie gerade benötigen.
- Kein Warten: heute Buchen – morgen lagern
- bequeme Logistik durch Stapler/ Lkw etc. zu Festpreisen.
- Videoüberwacht und alarmgesichert



KOBUSCH Aktenvernichtung

- Vernichtung vor Ort
- Stationäre Vernichtung - Abholung in Sicherheitsrollbehältern
- Großcontainerentsorgung
- Vernichtung gemäß BDSG § 5 + 9 und DIN 32 757 Sicherheitsstufe 3-5
- kostenloses Vernichtungsprotokoll

www.aktenschredder.de

KOBUSCH Dokumentenlogistik & Archiv, Dammstr. 24-26, 33824 Werther, Telefon: 05203/ 6001