

Saarbrücken: Müller und Lafontaine sorgten für ein volles Haus

Wenn zwei politische Schwergewichte aufeinandertreffen, kann das schon mal den organisatorischen Rahmen sprengen. So geschehen auf einer Veranstaltung des Verbandes der Familienunternehmen ASU, in Saarbrücken. Zu der Podiumsdiskussion am Vorabend von Bundestagswahl und saarländischer Landtagswahl zwischen dem amtierenden saarländischen Ministerpräsidenten, Peter Müller (CDU), und seinem Herausforderer, Oskar Lafontaine (Die Linke), erschienen so viele Gäste, dass einige sogar abgewiesen werden mussten. Der Einladung der ASU waren am 22. Juli rund 330 Zuhörer gefolgt, darunter viele Medienvertreter.

Die Begrüßung der Gäste oblag an diesem Abend dem stellvertretenden ASU-Vorsitzenden im Saarland, Michael Becker, der auch das Streitgespräch mit initiiert hatte. (s. dnv 14/2009, S. 7)

In seiner Eröffnungsrede betonte Becker, Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Abonnentenwerbung e.V. (AGA) und Geschäftsführender Gesellschafter der Becker+Stahl GmbH in

Saarbrücken, die Bedeutung von Familienunternehmen für die Wirtschaft der Bundesrepublik. Er verwies darauf, dass die Familienunternehmen für Freiheit, Eigentum und Wettbewerb stünden und auch bereit seien, Verantwortung in Staat und Gesellschaft zu übernehmen. Becker machte deutlich: „Viele von uns sind bereits in der siebten Generation tätig. Wir behaupten uns am Markt und dies auch zum Wohl von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Familiengeführte Unternehmen, so Becker weiter, stünden für 57 Prozent der Arbeitsplätze in Deutschland. „Für sie fühlen wir uns verantwortlich und werden sie daher nicht kurzfristig, im Hinblick auf die Gewinnerwartung des nächsten Quartalsberichts, opfern.“

Becker forderte die Politik auf, in Kenntnis dieser Fakten die Rahmenbedingungen für Familienunternehmen so zu gestalten, dass erfolgreiches Wirtschaften auch für die nächsten Generationen gesichert sei.



Hatte zur lebhaften Diskussion geladen: Michael Becker



Herausforderer Oskar Lafontaine und Peter Müller im Gespräch

Kennfarbe Rot: Weltbild mit neuem Ladenbaukonzept

Die Unternehmensgruppe Weltbild hat sich für ihre Buchhandelsfilialen ein neues Ladenbaukonzept zugelegt. In der Weltbild-Filiale in Augsburg – wo sich der Stammsitz des Unternehmens befindet – wurde das vom Düsseldorfer Designbüro Schwitzke & Partner entwickelte Konzept nun erstmals umgesetzt. Zentrales Charakteristikum ist die Farbe Rot des Weltbildlogos.

In der 170 Quadratmeter große Filiale im Erdgeschoss der City-Galerie Augsburg werden die Top-Titel im Bereich Hardcover und Taschenbuch nun auf weißen Tischen präsentiert. Anhand von

Postern an den Shop-Seiten werden Produkte – Bücher ebenso wie Nonpress – thematisch nach Schlagworten wie „Lesen+ Spielen“, „Große Gefühle“ oder „Nervenkitzel“ dargebracht. Weltbild hatte in der jüngeren Vergangenheit mehrfach bekräftigt, die Vertriebswege Katalog, Filiale und Internet enger verzahnen zu wollen. Entsprechend gibt es in der umgebauten Filiale jetzt einen Internetterminal, über den Kunden im Onlineangebot von Weltbild surfen können.

Wie Weltbild gegenüber dnv mitteilte, wird das neue Ladenbaukonzept im Herbst an vier weiteren Filialstandorten getestet. Danach werde geprüft, ob und wie weitere Filialen umgestellt werden. Die Stammfiliale in Augsburg eröffnete 2001 zeitgleich mit der Citygalerie.



Rot für Regalierung und Sessel: Die Farbgebung steht im Sinne der Verzahnung aller drei Vertriebskanäle... Auch Katalog und Online-Shop von Weltbild sind in rot gehalten

Pole Position!
Ihr Sieg mit unseren Displays

Gleich heute Katalog anfordern

HANNECKE
katalog@hannecke.de • FAX: 05551-59927