

Zusammenspiel bei Markilux

## Markenbild: Wenn alles ineinander greift

**EMSDETTEN.** Markisenhersteller Markilux hat in den vergangenen Jahren national wie international ein Netz aus eigenen Ausstellungs- und Schulungszentren sowie Kundenschauplätzen beim Fachhandel geschaffen. Beide Konzepte greifen ineinander. Denn sie setzen am sogenannten „Point of Sale“ auf ein durchgängiges Markenbild, wie es in einer Presseinfo heißt.

Eine Marke aufzubauen, erfordert Strategie und langfristige Investitionen. Laut Christiane Berning, die die Abteilung Marketing und Business Development bei Markilux leitet, ist dabei vor allem ein einheitlicher und repräsentativer Auftreten wichtig. „Deshalb sind wir heute mit vielen eigenen Ausstellungs- und Schulungszentren sowie mit Kundenschauplätzen beim Fachhandel in ganz Europa

**„Deshalb sind wir heute mit vielen eigenen Ausstellungs- und Schulungszentren sowie mit Kundenschauplätzen beim Fachhandel in ganz Europa und darüber hinaus vertreten.“**

Christiane Berning, Marketing-Leiterin von Markilux über den einheitlichen Auftreten

und darüber hinaus vertreten“, erklärt die Marketingexpertin. So sind die Stores in Emsdetten, Hamburg, Köln, Berlin, Lörach und Salzburg wichtige Kontaktpunkte zum Endkunden im deutschsprachigen Raum. Hier kann man das gesamte Markensortiment live erleben. Außerdem ergänzen in einigen Flagship-Stores hochwertige Outdoormöbel einer Handelskooperation das Produktportfolio. Es soll zeigen, wie sich Terrasse und Balkon in einheitlichem Stil gestalten lassen. Die Schauplätze haben aber nicht nur Präsentationsfunktion. Sie dienen auch als Schulungsorte für den Fachhandel und dazu, Endkunden persönlich zu beraten. Die eigenen Stores sind damit gemäß Christiane Berning wichtig für den Verkaufserfolg. Zumal sie Kunden zum Fachhandel weitervermitteln würden. Dies gelte gleichermaßen

für das internationale Schauplätzen, das in den vergangenen Jahren stetig gewachsen ist. „Wir haben uns dafür am positiven Beispiel des ersten internationalen Schauplatzes in Salzburg orientiert, der 2007 eröffnet wurde“, erklärt Peer Cornelsen, Abteilungsleiter für International Sales. Präsent ist Markilux als Marke mittlerweile in London (seit 2015), Dänemark, Madrid, New York, Sydney und West Hollywood. Neben den eigenen Ausstellungsplätzen würden außerdem die vielen Schauplätze des Fachhandels eine zentrale Rolle im globalen Vertrieb spielen. Das Einhalten des Markenbildes am „Point of Sale“ (POS) sei hierfür entscheidend. Zu diesem Zweck unterstützt der Markisenexperte seine Fachpartner mit dem „Marketing Customer Service“ dabei, deren Schauplätze zu planen. „Wir helfen beim Aufbau, beraten beim Gestalten, erstellen Entwurfspläne und begleiten beim Bau sowie der Eröffnung“, beschreibt Christiane Berning das Serviceangebot. Endkunden würden sich dadurch in einer ihnen durch Werbung und die Markilux-Stores vertrauten Welt wiederfinden. Beide POS-Konzepte griffen auf diese Weise ideal ineinander. Die Flagshipstores machten auf die Marke und die Produkte aufmerksam. Der Fachhandel würde von den vermittelten Endkunden profitieren und mit seinem Schauplätzenangebot sowie einem guten Service das positive Erleben der Kunden verstärken. Das sei eine Win-Win-Situation und schaffe beste Voraussetzungen für zukünftiges Wachstum auf den nationalen wie internationalen Märkten, heißt es abschließend.



Mit seinen eigenen Ausstellungs- und Schulungszentren sowie den im gleichen Stil gestalteten Schauplätzen des Fachhandels hat der Markisenhersteller Markilux seine Marke im Inland wie im Ausland bekannt gemacht. Beide Konzepte profitieren voneinander und sind Bausteine des Unternehmenswachstums, so das Unternehmen. Foto: Markilux



## Ausbildungsstart bei Jürgens

**EMSDETTEN.** Nach einem ersten Kennenlernen Ende Juni starten ab August fünf neue Auszubildende ihre Ausbildung bei der Firma Jürgens. Als wichtiger und zukunftsweisender Teil der „Jürgens“-Familie werden Jan Schulte Austum, Levin Karcisky, Lukas Korfant, Jan Becker und Marlon Meiners in den kommenden Jahren unter Anleitung zu wertvollen Fachkräften im technischen und kaufmännischen Bereich ausgebildet und machen somit einen soliden und abwechslungsreichen Schritt ins Berufsleben, heißt es in einer Presseinfo. Jost Jürgens, das Ausbildungsteam, Jugend- und Ausbildungsververtretung und die gesamte Firma Jürgens wünscht allen einen guten und erfolgreichen Start in ihre Ausbildung, heißt es abschließend in der Pressemitteilung des Unternehmens. Foto: Jürgens

Europa-Abgeordneter Markus Pieper und Landtagsabgeordnete Andrea Stullich zu Gast bei Tece

## „Rahmenbedingungen verbessern“

**EMSDETTEN.** Der Europaabgeordnete Markus Pieper und die Landtagsabgeordnete Andrea Stullich (beide CDU) besuchten kürzlich, begleitet von der Frauenunionsvorsitzenden im Kreis Steinfurt, Ruth Siermann, und ihrer Kollegin Monika Schmidt, das weltweit tätige Familienunternehmen Tece GmbH in Emsdetten. Die Firma ist spezialisiert auf Sanitärprodukte und Installationssysteme, die sowohl vor als auch hinter der Wand verbaut werden, heißt es in einer gemeinsamen Pressemitteilung des Unternehmens und der CDU. Während ihres Besuchs erhielten Markus Pieper und Andrea Stullich einen Einblick in die konkreten Herausforderungen, mit denen der Mittelstand am Industriestandort Deutschland konfrontiert ist.

„Unsere mittelständischen Unternehmen bilden den Motor für die Wirtschaft und sind wichtige Arbeitgeber in der Region“, wird Markus Pieper in der Pressemitteilung zitiert. Er hob die Bedeutung von regionalen Unternehmen wie Tece hervor, die maßgeblich zur wirtschaftlichen Entwicklung beitragen. „Deshalb ist es notwendig, die Rahmenbedingungen für mittelständische Unternehmen zu verbessern und die Belastungen zu reduzieren, um den Industriestandort Deutschland wettbewerbsfähig zu halten.“

Darum sei die enge Zusammenarbeit von Europa- und Landespolitikern wichtig, ergänzte Andrea Stullich: „Unsere Unternehmen brauchen schnellere Planungs- und Genehmigungsverfahren, weniger Bürokratie und mehr steuerliche Anreize.“ Gerade das Münsterland habe einen leistungsfähigen Mittelstand mit einem ausgeprägten Bewusstsein für soziale Verantwortung und hervorragend qualifizierten Facharbeitern.



Besuchten Tece: Markus Pieper (2.v.l.) und Andrea Stullich (M.).

„Wir wollen, dass das so bleibt“, bekräftigten die beiden CDU-Politiker. Im Gespräch wurden auch weitere relevante Themen diskutiert, wie die allgemeine Geschäftsentwicklung und die aktuell herausfordernde Situation in der Bauwirtschaft vor dem Hintergrund gestiegener Zinsen und Baukosten sowie deutlich strengerer Regulierungs- und Compliance-Anforderungen durch die EU. Eine weltweite Verfolgung der Lieferketten und der Herkunft der in der Produktion eingesetzten Grundstoffe ist für kleinere Firmen schlicht unmöglich. Auch Tece will hier mehr Transparenz, es braucht dazu aber eine unbürokratischere Gesetzgebung und staatliche Unterstützung, heißt es in der Presseinfo.

Auch der Fachkräfte- und Auszubildendenmangel bremsen die betriebliche Entwicklung. Hier bedürfe es einer gezielten Anwerbung qualifizierter Arbeitskräfte aus dem Ausland und einer höheren Wertschätzung der technischen Ausbildungsberufe und Studiengänge, heißt es weiter.

Geschäftsführer André Welle bedankte sich im Namen des Teams herzlich bei Markus Pieper und Andrea Stullich für ihren Besuch und ihr Engagement für den Mittelstand. Das Unternehmen sieht in der politischen Unterstützung eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Zukunft des Mittelstands und des Industriestandorts Deutschland.

**Über Tece**

- Seit über 30 Jahren arbeitet Tece als unabhängiges Familienunternehmen nah an Menschen und Märkten. Im direkten Dialog mit Kunden und Partnern entwickelt das Unternehmen innovative Lösungen rund um die Bereiche Architektur, Planung und Installation.
- Vorwand-, Spül- und WC-Technik gehören heute ebenso zu den Kompetenzfeldern wie Entwässerungstechnik und Rohrsysteme.
- Tece ist weltweit tätig und beschäftigt fast 1700 Mitarbeiter. Für den internationalen Vertrieb sorgen 22 Tochtergesellschaften und weitere Vertriebspartner.

Quelle: Tece

## Kontakt zwischen Unternehmen und Auszubildenden herstellen Lockerer Blick hinter die Kulissen

**EMSDETTEN.** Auch wenn das neue Ausbildungsjahr in wenigen Wochen startet, gibt es noch viele spannende Ausbildungsstellen. Davon können sich Jugendliche jetzt überzeugen. Jeden Donnerstag in den Sommerferien bietet die Agentur für Arbeit Rheine einen exklusiven Blick hinter die Kulissen von Betrieben, lockeren Kontakt zu Arbeitgebern und Azubis sowie die Möglichkeit, jetzt einen Ausbildungsplatz für dieses oder das kommende Jahr klarzumachen, schreibt die Agentur für Arbeit in einer eigenen Presseinfo. Den Anfang machte ein Besuch beim Baufachzentrum Kamp in Ibbenbüren.

Sieben junge Leute nahmen die Einladung der Arbeitsagentur Rheine an und besuchten das Baufachzentrum und verschafften sich gleichzeitig einen Überblick über die Berufe, die man hier erlernen kann. Unter dem Motto „Du hast uns gerade noch gefehlt“ geht das Unternehmen auf Suche nach passenden Auszubildenden. Die



Einen Blick hinter die Kulissen von Ausbildungsbetrieben ermöglicht die Arbeitsagentur Rheine jeden Donnerstag in den Sommerferien. Im ersten Termin ging es zum Baufachzentrum Kamp nach Ibbenbüren. Foto: prf

Agentur für Arbeit Rheine unterstützt dabei und hat für jeden Donnerstag in den Sommerferien weitere Betriebe gewinnen können, die einen exklusiven Einblick in ihr Unternehmen und ihre Ausbildungsangebote bieten, heißt es weiter.

So geht es noch ins Dental-Labor Volkmer GmbH & Co. KG in Rheine, zur Schmitz Cargobull AG in Altenberge, zur Feldhaus Fenster + Fassaden GmbH & Co. KG in Emsdetten, zur W. Gröning GmbH & Co. KG in Rheine-Mesum sowie zur Windhoff Bahn- und Anlagentechnik GmbH. Jugendliche, die an einem der nächsten Termine dabei sein möchten, finden alle Infos im Internet. Die Teilnahme an der Sommeraktion der Arbeitsagentur Rheine ist kostenlos. | www.sommer.arbeitsagentur-rheine.de

## Ratgeber zum Thema Photovoltaik Von der Planung bis zum Sonnenstrom

**EMSDETTEN.** Schon drei Millionen Solarstromanlagen zapfen hierzulande bereits die Kraft der Sonne an und wandeln diese in elektrische Energie um. Etwa 62 Terawattstunden Solarstrom frei Haus – für den eigenen Verbrauch oder um ins Netz eingespeist zu werden. Das macht nicht nur unabhängig von der Preisentwicklung am Strommarkt, sondern sorgt auch für eine Ersparnis von rund 42 Millionen Tonnen an klimaschädlichem CO<sub>2</sub>. Auch dass beim Kauf einer Photovoltaik-Anlage und für dazugehörige Batteriespeicher seit Januar 2023 keine Mehrwertsteuer zu zahlen ist, lässt aktuell viele darüber nachdenken, ebenfalls mit der Sonne ins Geschäft zu kommen, schreibt die Verbraucherzentrale in einer Presseinfo.

Der neue „Ratgeber Photovoltaik“ der Verbraucherzentrale zeigt, wie das ganz praktisch von der Planung über

den Kauf bis zum Anschluss geht. Zum Einstieg gibt es „Technik verständlich“: Wie funktionieren Solarzellen und Module? Was können Batteriespeicher? Was ist bei Netzanschluss und Einspeisung zu beachten? Dann lotst der Ratgeber zur systematischen Analyse.

Von der Planung über das Einholen von Angeboten bis hin zur Installation und Inbetriebnahme begleitet das Buch dann Schritt für Schritt, damit das Hausdach zum soliden Stromlieferanten wird. Der „Ratgeber Photovoltaik. Solarstrom und Batteriespeicher für mein Haus“ hat 240 Seiten und kostet 24 Euro. Er ist erhältlich in der Verbraucherzentrale in Rheine, Auf dem Thie 34.

Bestellung sind möglich im Online-Shop unter [www.ratgeber-verbraucherzentrale.de](http://www.ratgeber-verbraucherzentrale.de) oder unter Tel. (02 11) / 3 80 95 55. Der Ratgeber ist auch als E-Book bestellbar für 19,99 Euro.