

03_LLUD

INTERVIEW

WAS BIETET MESSE?

► Mehrere tausend Jugendliche erwartet die Ludwigshafener Kongress- und Marketing-Gesellschaft (Lukom) zur Aus- und Weiterbildungsmesse „Sprungbrett“, die am Freitag und Samstag im Pfalzbau eröffnet hat. Mit 86 Ausstellern verzeichnet die Lukom im dritten Jahr eine Rekordteilnahme.



Hartwig Stark

Über Angebote und die Zukunft der Messe sprachen wir mit Hartwig Stark, stellvertretender Lukom-Geschäftsführer.

Herr Stark, welches sind die thematischen Schwerpunkte der Messe? Die Messe umfasst das gesamte Spektrum der beruflichen Ausbildung – von der klassischen dualen Ausbildung bis zum Hochschulstudium. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Weiterbildungsangebote. Besonders hervorheben möchte ich die Präsenz des Handwerks in diesem Jahr. Die Bäcker- und Gebäudereiniger-Innung sind vertreten und werden ihre Tätigkeiten praktisch demonstrieren. Interessant sind sicher auch die Schnuppervorlesungen, die wir anbieten. Sie geben einen praktischen Einblick in den Vorlesungsbetrieb.

Wie groß ist bisher die Resonanz von Schulen auf das Angebot? Wir haben im Vorfeld schon mit den Schulen Kontakt aufgenommen und sind auf großes Interesse an unserer Messe gestoßen. Wir erhalten zahlreiche Anfragen zu den Messeangeboten und zum Rahmenprogramm. Die Vorbereitungsveranstaltungen, die wir angeboten haben, wurden rege genutzt. Wir haben zudem an 400 Schulen in der Region Informationsmaterial verschickt.

Wünschten Sie sich mehr Zuspruch von Schulen? Wir wollen die Kommunikation mit Schulen noch intensivieren. Wir denken, dass dies ausbaufähig ist. Wir setzen auf einen weiteren Ausbau der Ausbildungsmesse. Wir denken auch, dass es möglich ist, die Zahl der Aussteller weiter zu steigern.

Was passiert ab 2007, wenn der Pfalzbau wegen Sanierung geschlossen sein wird? Der Pfalzbau wird in den beiden nächsten Jahren nicht zur Verfügung stehen. Wir werden in dieser Zeit mit der Messe in die Eberthalle ausweichen. Danach wollen wir aber wieder in den Pfalzbau zurückkehren.

Bietet der Pfalzbau für die Messe das besser geeignete Umfeld? Alleine wegen der Innenstadtlage und der guten Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr ist der Pfalzbau für unsere Zielgruppe – die Schule – ideal. (kh/Foto: Kunz)

Die Messe „Sprungbrett“ ist am Freitag und Samstag von 9 bis 17 Uhr geöffnet. Informationen zu Assessment-Center, Diskussionen sowie Ausstellern gibt es im Internet unter www.sprungbrett-lu.de. Anmeldungen für die Diskussionen und zum Assessment-Center-Seminar sind unter 0621/69095-44 möglich.

Mit Chipkarte auf Wachstumskurs

LUDWIGSHAFEN: Pincar AG entwickelt Gerät für Fahrzeug-Management – „Wollen wachsen“

VON UNSERER MITARBEITERIN CARMEN TROMMLER

► Seinen Fuhrpark am PC zu steuern und zu verwalten – das ist die Idee mit der die Firma „Pincar“ 2004 im Technologiezentrum gestartet ist. Inzwischen ist das Produkt vom Kraftfahrzeugbundesamt zugelassen und auf dem Markt. Klares Ziel der AG: „Wir wollen wachsen und für die Region Arbeitsplätze schaffen“.

Geistiger Schöpfer der Firma ist Robert Riegler, heutiger Vorstand. Fünf Mitarbeiter stehen bislang im Dienst des Unternehmens. Mit 400.000 Euro Grundkapital wurde Pincar am 27. Mai 2004 in Ludwigshafen gegründet. Gründungs-Aktionäre sind neben mehreren Unternehmen aus der Rhein-Neckar-Region die VcV GmbH, die Wagnis-Kapitalgesellschaft des Landes Rheinland-Pfalz. Heute beträgt das Grundkapital 810.000 Euro, sagt Prokurist Markus Jaeger.

Gut ein halbes Jahr nach Gründung stieg die Firma ins operative Geschäft ein. Im Technologiezentrum Ludwigshafen befindet sich mit Vertrieb, Kundenbetreuung, Software-Entwicklung und Verwaltung das Herzstück der Firma. Über ein Jahr tüftelte die Pincar AG an ihrem Produkt: Der „Pincar Suite“, einem Fahrzeug-Management-System. Die Entwicklungskosten dafür liegen im siebenstelligen Bereich. Externe Firmen produzieren im Auftrag von Pincar die notwendigen Bausteine, die extra angefertigt werden.

„Gerade im Fahrzeugmanagement mangelt es bei Unternehmen vielfach an Transparenz und so belasten anfallende Unterhalts-, Betriebs- und War-



In solchen kleinen schwarzen Boxen steckt das Pincar-Geheimnis. —FOTO: FIRMA

tungskosten für Pkw das Unternehmensergebnis. Aus diesen Überlegungen ist die Idee zu Pincar entstanden“, sagt Jaeger. Mit Hilfe einer Chip-Karte und einen im Auto angebrachten Datenschreibers (Blackbox) können Fir-

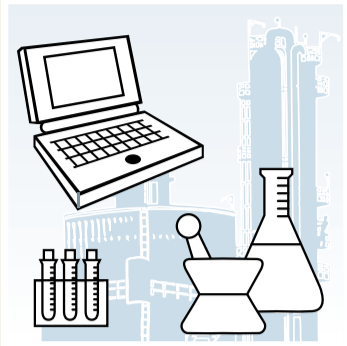
menflotten, Leasinggesellschaften oder Car-Sharing-Unternehmen ihren Fahrzeug-Pool online verwalten. „Alles funktioniert Web basiert“, erklärt Jaeger und sieht in der Komplexität Ähnlichkeit mit „Toll Collect“. „Wir

haben mit der Fachhochschule Ludwigshafen eine Marketingstudie umgesetzt und festgestellt, dass es nicht ein Gerät mit solch umfassender Infrastruktur auf dem Markt gibt, wie unseres“, sagt Robert Riegler.

Seine Idee: Im Fahrzeug bestimmte Daten ermitteln und diese dann übers Internet zur Verfügung stellen. Realisiert werde das mit einer im Fahrzeug angebrachten Blackbox, die via Globalem Positionssystem (GPS) die Daten des Autos (Fahrer, gefahrene Kilometer, Route, Benzinverbrauch, Wartungstermine etc.) an einen Server übermittelt, der von der Maspirt AG, eine Tochter der MVV Energie, vorgehalten wird. Über einen persönlichen Zugang mit Pinnummer kann jeder Fahrzeugführer, der Chef oder die Autovermietung überprüfen, in welchem Zustand das Auto ist, ob es ausgelastet oder etwa unrentabel ist. Sogar ein elektronisches Fahrtenbuch könne geführt werden, so Riegler. Dabei kann der Fahrer vorab selbst entscheiden, ob er privat oder geschäftlich unterwegs ist. Je nachdem aktiviert er die Karte im Datenschreiber. Sensible, private Daten bleiben dem Arbeitgeber bei Privatfahrten verwehrt.

Bislang sind in Deutschland 50 Fahrzeuge mit dem rund 650 Euro teuren Pincar-System ausgestattet. Rund 60 fest gebuchte Aufträge mit teils namhaften Firmen zählt die Geschäftsführung bislang. Das Pincar-Modul könne zudem gemietet oder geleast werden. Die Kosten variieren je nach Größe der Autoflotte. Bis 2008 soll eine fünfstelligen Anzahl an Autos ausgerüstet sein, hat sich Jaeger vorgenommen. Mittelfristig suche das Unternehmen den Weg ins internationale Geschäft.

NAMEN, FAKTEN & FIRMEN-INFOS



Ausbildung auch bei Abbott wieder gestartet

Für die Berufsbilder Kaufmann für Bürokommunikation, BA Wirtschaftsinformatik, Industriekaufmann, Chemie- und Biologielaborant sowie Pharmakant hat das Pharmaunternehmen Abbott GmbH & Co. KG wieder 15 Ausbildungsplätze zur Verfügung gestellt. Insgesamt betreut Abbott nach eigenen Angaben 45 Auszubildende in diesen Berufen. Neu im Programm sei ein gemeinsames Seminarpaket als Zusatzqualifikation für alle kaufmännischen Auszubildenden, das standortübergreifend veranstaltet werde. (red)

Koenig & Bauer bietet Blick in Ausbildungsabteilungen an

Die Koenig & Bauer AG, Frankenthal bietet am Samstag, 16. September, von 9 bis 14 Uhr einen Blick in die Ausbildungsabteilungen. Auszubildende und Ausbilder stehen an diesem Tag Rede und Antwort. Besucher haben Gelegenheit, sich über die Berufe Elektroniker/-in, Mechatroniker/-in, Industriemechaniker/-in, Zerspanungsmechaniker/-in, Technische/-r Zeichner/-in, sowie über das Studium zum Diplom-Ingenieur Maschinenbau an der Berufsakademie zu informieren. Weitere Informationen unter der Telefonnummer 06233/873-3253. (red)

Angehende Bankkaufleute bei Sparkasse gestartet

Zum 1. September haben zehn Berufsanfänger ihre Ausbildung zum Bankkaufmann (-frau) bei der Sparkasse Vorderpfalz Ludwigshafen – Schifferstadt begonnen. Die Ausbildung beginnt mit einer Kommunikationswoche, in der sich die neuen Auszubildenden näher kennen lernen und sich mit Aufbau, Aufgabenstellungen und Unternehmensphilosophie der Sparkasse Vorderpfalz auseinandersetzen, so das Institut. Mitte September wechselten die Berufseinsteiger in die Geschäftsstellen der Sparkasse. (red)

Mit Turbolöcher und Blick in Kesselhaus

LUDWIGSHAFEN: Tag der Chemie am 23. September – Programm bei BASF AG und Raschig GmbH

► Wer sich schon immer mal ein Bild von einem chemischen Betrieb machen wollte, kann am Samstag, 23. September, beim sechsten bundesweiten Tag der Chemie einen Blick hinter die Kulissen werfen. Bundesweit öffnen rund 250 Betriebe der chemischen Industrie ihre Tore, in Ludwigshafen die BASF AG und die Raschig GmbH.

In Rheinland-Pfalz beteiligen sich zehn Unternehmen und Hochschulen am Tag der offenen Tür. Werkführungen und Informationen zu Umweltschutz und Berufsausbildung werden neben einem Rahmenprogramm in al-

len Betrieben angeboten. Mit dabei sind unter anderem die Firma Degussa in Worms und der Fachbereich Chemie der Technischen Universität in Kaiserslautern.

Bei der BASF erwarten die Besucher zwischen 9 bis 16 Uhr viele Aktions- und Informationsstände, die zum Mitmachen und Experimentieren einladen. So gibt es unter anderem eine große Zeltstadt mit über 20 Ständen an Tor 11, wo die Besucher etwa DNA aus Gemüse und Obst extrahieren oder Papier schöpfen können. Auch zum Bestaunen: der Turbolöcher der Werksfeuerwehr. Auch eine Showbüh-

ne und ein Kinderland, in dem die Kleinen etwa Haargel mischen können, sollen für Unterhaltung sorgen. Neben weiteren Aktionen wie etwa Werksrundfahrten, prüft die Ausbildungsabteilung auf Wunsch Bewerbungsunterlagen und bietet Jugendlichen gegebenenfalls direkt Termine für Eignungstests an.

Bei der Raschig GmbH dürfen die Besucher zwischen 10 und 16 Uhr Labor, Kesselhaus, Be- und Entladestation oder die Feuerwehr besichtigen. Auch hier ist sowohl für die Kinderunterhaltung als auch für das leibliche Wohl gesorgt. In unmittelbarer Nach-

barschaft zur Stadt der Chemie öffnet in Mannheim die Rhein Chemie Rheinau GmbH von 11 bis 17 Uhr ihre Tore. Hier werden die Gäste unter anderem über verschiedene Bereiche des Unternehmens informiert und durchs Werk geführt. In der Fakultät für Chemie und Geowissenschaften der Universität Heidelberg gibt es ebenfalls Vorträge, Führungen und Informationen zwischen 10 und 17 Uhr. (tük)

INFO

— Nähere Informationen im Internet unter www.schautag-chemie.de

ORTSTERMIN

Ein „Brand-Champion“ gewinnt den Sprachkrieg nicht

Verein Deutsche Sprache diskutiert in der BASF über den Kampf „gegen Denglisch und Bürokratendeutsch“ in der Wirtschaft

VON UNSEREM REDAKTEUR STEFAN KELLER

► In dem Meeting nachher werden Key Documents reportet, Best-Practice-Beispiele validiert, die entsprechenden Results gebenmarkt. Dann muss sich die Gruppe auf den Sieger committien. Für die Abteilung Human Resources kann der Facility Manager damit nämlich in konsequenter Strategie die Targets umsetzen, die gemointort sind.

Alles klar? Sie haben verstanden? Wir auch nicht. Irgendwie ist die Rede von einem Treffen, in dem praktische Beispiele bewertet und Ergebnisse verglichen werden. Die Gruppe muss den Sieger ermitteln. Der Hausmeister kann die vorgegebenen Ziele danach im Personalbereich umsetzen.

So könnte das nämlich auch gesagt werden. Ohne Kauderwelsch aus Deutsch und Englisch scheint aber in der globalisierten (Wirtschafts-)Welt Verständigung unmöglich zu sein. Der Manager ohne Grenzen produziert denglischen Sprachquark ohne Ende. Muss das so sein? Das fragten Mitglieder des Vereins Deutsche Sprache am Dienstag Vertreter der BASF. Der Chefredakteur der Unternehmenszeitung „BASF information“, Reinhard Staudacher, und Pressesprecher Gareth Rees sind zwei von insgesamt 90 Mitarbeitern der Kommunikationsabteilung des Unternehmens, die täglich heldenhaft gegen Denglisch, unverständliches Deutsch und englische Ausdrücke (!) in den Veröffentlichungen ihres Hauses kämpfen, das sich als Marke ausgerechnet

„BASF. The chemical company (Die Chemiefirma)“ nennt.

Ausgerüstet sind sie mit acht Grundsätzen für die Sprache, verabschiedet in der Zentralabteilung Öffentlichkeitsarbeit und vom Vorstandsvorsitzenden Jürgen Hambrecht zur Kenntnis genommen. Letztlich banale Selbstverständlichkeiten, die aber schwer einzuhalten sind. So darf etwa kein BASF-Jargon raus, es müssen einfache Sätze formuliert werden. Es soll nicht gebenmarkt, sondern verglichen, nichts „unter Zuhilfenahme von“, sondern „mit“ dem Thermometer gemessen werden. „Der Stil muss der Sache folgen.“ „Anne Lin“ greift als Autorin von Glossen in der Werkzeugzeitung schlimme Verfehlungen auf. Die BASF-Öffentlichkeitsarbeiter lassen sich an ih-

ren eigenen Regeln messen. Sie stehen im Intranet.

„Gut“, so lobten der VDS und diskutierte munter darüber, ob das wirklich ausreicht, Sprachmüll zu entsorgen. Die BASF-Experten räumten ein, sich oft blutige Nasen auf ihrem alltäglichen Sprachfeldzug zu holen. Mit Denglisch werde Eindruck geschunden, aus Unsicherheit oder Faulheit rutschten solche Ausdrücke durch, oder weil sich der Nutzer nicht festlegen könne. Wer sollte das verhindern? Die Lehrer in der Schule, die Vorgesetzten in der Abteilung, ja sogar der Staat wie in Frankreich oder der Schweiz sei gefordert.

Beim Blick in die BASF-Vergangenheit schwärmte ein Teilnehmer von der Germanistin, die einst in der Anilin alle Texte verständlich „übersetzt“

hatte, bevor sie veröffentlicht wurden. Die ist längst im Ruhestand, und die Erinnerung neigt zur Verklärung. Es wurde sogar gemutmaßt, dass das Überwachen der Unternehmenssprache das Überleben und den Erfolg der BASF erst möglich gemacht habe.

Stichhaltiger dürfte der Vorschlag eines Schülers und eines Chemikers sein, „Sprachquatscher“ einfach fragen „Was heißt das?“ Zum Beispiel die BASF, warum sie auf ein Flugblatt zum „Girl's Day (Mädchentag)“ am Werkstor einen Intelligenztest mit „Help yourself“ (Hilf dir selbst) überschreibt oder die Wächter über verständliche Sprache in Unternehmensbereichen ausgerechnet „Brand-Champions“ (Marken-Sieger) nennt. „Anne Lin“ sollte sich solch einen Erfolgstypen mal vorknöpfen!

ANZEIGE

ANZEIGE

Günstige UMTS-Handys, über die man spricht!

9,99 €¹

mit O₂ Genion + Genion-Flatrate 349,99 € ohne Vertrag

Nokia 6233 UMTS Mit 2,0 Megapixel Digitalkamera und MP3-Player



19,99 €¹

mit O₂ Genion + Genion-Flatrate 449,99 € ohne Vertrag

Samsung SGH-Z400 UMTS Mit 2,0 Megapixel Digitalkamera und Videotelefonie-Funktion



O₂Shops

Bismarckstraße 85, 67059 Ludwigshafen Rathausplatz 20 (Rathaus-Center), 67059 Ludwigshafen

Dieses Angebot erhalten Sie in allen angegebenen O₂Shops, unter 01805. 50 01 01² oder unter www.o2online.de.

1. Gilt bei Abschluss eines Mobilfunkvertrages von O₂ Germany im Tarif O₂ Genion und gleichz. Buchung der Genion-Flatrate mit je 24-monatiger Mindestlaufzeit. Die für O₂ Genion und die Genion-Flatrate notwendige Homezone ist nicht überall verfügbar. Wo Sie sie nutzen können, erfahren Sie bei uns oder unter www.o2online.de. Folgekosten O₂ Genion-Tarif: Anschlusspreis 24,99 €, mtl. Grundgebühr 9,99 €, Standard-Inlandsverbindungen von 0 Cent/Min. (gilt für Gespräche aus der Homezone ins dt. Festnetz mit der Genion-Flatrate; ohne: 0,03 €/Min.) bis 0,09 €/Min., Taktung aus der Homezone 60/60, unterwegs 60/10. Folgekosten Genion-Flatrate: zusätzl. mtl. Festpreis 9,99 €, damit führen Sie Gespräche aus der Homezone für 0 Cent/Min. ins dt. Festnetz und ins Netz von O₂ Germany (außer Sonderrufnum., Rufumleitungen, Mailboxverbindungen und Videotelefonie). Beidseitige Kündigungsfrist der Genion-Flatrate 30 Tage. Angebot befristet bis zum 29.9.2006. 2. Aus dem dt. Festnetz 0,12 €/Min. (powered by 8T).