

Engagierte Fachbetriebe gesucht



© BVRS

Ausgezeichnet werden Personen und Betriebe, die sich in besonderer Weise für die Ausbildung junger Menschen engagieren.

Eine Ausbildung zum Rollladen- und Sonnenschutzmechatroniker (R+S-Mechatroniker) ist nicht nur zukunftssträftig, sondern auch eine anspruchsvolle Mischung aus High-Tech und Handwerk. Auch deshalb wurde für das R+S-Handwerk Anfang dieses Jahres die Meisterpflicht wieder eingeführt. Die Fachbetriebe suchen Nachwuchs und engagieren sich deshalb für ihre Auszubildenden. Seit 2014 zeichnet der Bundesverband Rollladen + Sonnenschutz e.V. (BVRS) jährlich die besten Ausbildungsbetriebe aus. Bis zum 31. August 2020 können sich die BVRS-Mitgliedsbetriebe um den siebten BVRS-Ausbildungspreis bewerben.

„Es geht uns um die Auszeichnung von Personen und Betrieben, die sich in besonderer Weise für die

Ausbildung junger Menschen engagieren“, sagt Ingo Plück, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Rollladen + Sonnenschutz e. V. (BVRS). Im Vordergrund stehen zum einen messbare Kriterien, etwa eine hohe Ausbildungs- und Übernahmequote, die Vergabe zahlreicher Praktika oder über das übliche Maß hinausgehende Vergütungsbestandteile. Aber auch weitgehendes Engagement, wie kreative Nachwuchswerbemaßnahmen sowie neue Konzepte und Ideen zur Förderung begabter oder auch benachteiligter Jugendlicher, fließen in die Entscheidung ein.

Die Jury setzt sich wieder aus Vertretern des BVRS-Präsidiums, des Berufsbildungsausschusses, der Handwerksorganisation sowie der Fachpresse zusammen. Ihr zufolge hatten die Preisträger der vergangenen Jahre „auf eindrucksvolle Weise“ gezeigt, was die R+S-Branche in Sachen Ausbildung zu bieten hat. Dabei kommt es nicht auf die Betriebsgröße oder die finanzielle Ausstattung an. Ob im Kleinen oder Großen – die Fachjury beurteilt jede Ausbildungsleistung verhältnismäßig. Den Jurymitgliedern geht es vor allem um das mit der Auszeichnung verbundene Signal: „Wir wissen, dass sich viele die Betriebe sehr um die Ausbildung von jungen Menschen kümmern. Deshalb wollen wir gerne positive Beispiele präsentieren, die zeigen, dass sich der Einsatz um die Ausbildung lohnt“, sagt Verbandspräsident Heinrich Abletshauser.

Neben der Auszeichnung erhält der Gewinner des BVRS-Ausbildungspreises 2020 ein Preisgeld in Höhe von 500 Euro. Teilnehmen können die Mitgliedsbetriebe des BVRS entweder durch eigene Bewerbung oder auf Vorschlag. Den Bewerbungsbogen und die Teilnahmebedingungen gibt es auf der BVRS-Website oder direkt über die Geschäftsstelle.

www.rs-fachverband.de

Synergien sollen Kommunikation im Markt weiter stärken

Seit 1. Juni hat Sven Mauthe die Leitung der Marketingabteilung bei Lakal übernommen. Der studierte Betriebswirt absolvierte bereits den Praxisteil seines kooperativen Studiums in der Marketingabteilung des Unternehmens und hat in den letzten Jahren in unterschiedlichen Bereichen Verantwortung übernommen.

Nachdem Sven Mauthe gemeinsam mit dem Vertrieb die Lakal-Academy aufgebaut hat und seit 2015 als Projektmanager und -koordinator tätig ist, verantwortet er seit 2018 zusätzlich die Prozess- und Produktentwicklung bei Lakal. „Mit der Personalentscheidung werden wir in Zukunft noch schneller kommunizieren können“, ist Yannick Gross, Geschäftsführer bei Lakal, sicher. „Sven Mauthe wird die wesentlichen Be-

reiche Entwicklung und Marketing bestens miteinander verknüpfen.“

Dieser hat bereits konkrete Ideen, wie in den nächsten Jahren die Marketingkommunikation weiter verbessert werden soll: „Unsere Kunden erwarten von uns als Hersteller auf der einen Seite hochwertige Lösungen und auf der anderen Seite Unterstützung in der Kommunikation gegenüber den Bauherren. Erst die Kombination macht uns erfolgreich. Daran werden wir weiter arbeiten. Durch die Kombination meiner Verantwortungsbereiche können wir schnell mit allen Beteiligten kommunizieren.“

www.lakal.de



© Lakal

Sven Mauthe leitet seit Juni die Marketingabteilung des Unternehmens.

LKW mit neuem Look

Der eigene Fuhrpark spielt in der Strategie von Laka! als Spezialist für Rollladen- und Tortechnik, Sonnen- und Insektenschutz eine wesentliche Rolle. Er ermöglicht dem Unternehmen eine flexible und schnelle Auslieferung der Waren an seine Kunden.

„Dabei sind unsere LKW immer auch die Visitenkarte unseres Unternehmens“, weiß Yannick Gross, Geschäftsführer von Laka!. Nachdem das Unternehmen im letzten Jahr die Internetseite modernisiert hat, fahren nun auch die LKW im neuen Look. „Ein weiterer Schritt in unserer Außerdarstellung. Die neuen Planen veranschaulichen unsere Produkte: moderne Lösungen in den Bereichen Rollladen, Tore, Insekten- und Sonnenschutz“, so Yannick Gross.

Die Laka!-LKW beliefern die Kunden in Deutschland, Frankreich und ganz Europa. Der unternehmens-eigene Fuhrpark ist die Basis für eine regelmäßige Belieferung der Kunden innerhalb von zehn Arbeitstagen. Yannick Gross: „Ein Service, den unsere Kunden sehr zu schätzen wissen, da die schnelle und zuverlässige Belieferung den Handwerksbetrieben Sicherheit gibt für die Terminabsprache mit den Bauherren.“



© Laka!

Laka! nutzt den eigenen Fuhrpark für regelmäßige Touren zu Stammkunden, einzelne Routen werden dabei mehrmals wöchentlich bedient. Zusätzlich geben die eigenen LKW der Versandlogistik eine hohe Flexibilität, um bei einzelnen Bestellungen schnell zu reagieren.

Die neuen Planen veranschaulichen die Produkte des Herstellers.

www.laka!.de

Jubiläums-Aktion



© Parà

Das Unternehmen hat sich anlässlich seines Jubiläums eine besondere Aktion ausgedacht.

Im Jahr 1921 folgte Mario Parravicini seiner Berufung und legte den Grundstein für Parà und eine durch und durch italienische Erfolgsgeschichte. Seitdem fertigt das Familienunternehmen in dritter Generation qualitativ hochwertige technische Gewebe in modischen

Farben und Dessins, die für Sonnenschutz, Innen- und Außenausstattung sowie für den Bootsbau verwendet werden.

Die Tempotest- Gewebe werden in mehr als 130 Ländern vermarktet. Auch nach fast 100 Jahren zeigt Parà weiterhin die Fähigkeit zu konstanter Innovation unter voller Berücksichtigung der Umwelt – alles 100 Prozent made in Italy und alles im Einklang mit der Natur.

In Vorfreude auf das 100-jährige Firmenjubiläum möchte das Unternehmen nun alle Tempotest-Freunde zu einer besonderen Aktion im Internet einladen, an der sie bis zum Jahresende teilnehmen können. Mit „Share your Tempotest“ lässt Parà die Geschichten der Menschen durch die Tempotest-Gewebe aufleben, um gemeinsam den verbleibenden Weg zu 100 Jahre Firmengeschichte zu gehen.

Die Teilnahme an der Aktion ist einfach: Jeder kann bis zu drei Fotos von sich und/oder Familienmitgliedern unter einer Markise oder einem Sonnenschirm mit Tempotest by Parà-Gewebe auf der Website www.tempotest-roadto100.it in wenigen Schritten hochladen. Dann den Link zu den Fotos in den sozialen Medien teilen und Freunde abstimmen lassen. Die drei Fotos mit den meisten Stimmen gewinnen ein 100-Jahre Parà-Geschenk. Die Parà Tempotest-Familie wünscht viel Spaß beim Mitmachen!

www.para.it