



# Mutmacher Magazin

www.mutmacher-der-nation.de

Nr. 7 September 2005

## Jetzt aber schnell!

„Mutmacher der Nation“ biegt auf die Zielgerade

Schluss mit Zögern – jetzt noch schnell als „Mutmacher der Nation 2005“ kandidieren und der Öffentlichkeit zeigen, wie viel Power in deutschen Unternehmern steckt! Die bundesweite Mittelstands-Initiative von DasÖrtliche, den Bürgschaftsbanken und impulse hat bereits mehr als 1.200 Firmenchefs mobilisiert. Wer jetzt noch teilnimmt, mischt mit im Pool der mutigsten Mittelständler Deutschlands. Bewerbungsschluss ist der 20. September. Danach entscheidet die Jury unter der Schirmherrschaft von Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff und Prof. Dr. Lothar Späth, wem der Titel des „Mutmachers der Nation“ gebührt.

„Wir sind überwältigt von der enormen Resonanz“, sagt Dirk Schulte, Leiter Werbung und Kommunikation beim Initiator DasÖrtliche. „Vom kleinen Handwerksbetrieb über Dienstleister aller Sparten bis zum gestandenen Unternehmen mit einigen hundert

11  
10  
9  
8  
7  
6  
5  
4  
3  
2  
1

Mitarbeitern beteiligen sich Menschen aus allen Ecken der Republik an unserem Wettbewerb.“ Er freut sich, dass es gelungen ist, viele der Unternehmer, die meist viel zu wenig gewürdigt werden, an die Öffentlichkeit zu bringen.

Am 27. Oktober kürt eine prominente Mutmacher-Jury in Berlin die drei „Mutmacher der Nation 2005“. Unter den Augen hochrangiger Politik- und Wirtschaftsexperten werden die Sieger feierlich geehrt und der Öffentlichkeit vorgestellt. „Auch wer auf den letzten Metern noch auf den Mutmacher-Zug aufspringt, hat Chancen auf einen Finalisten-Platz“, sagt Dirk Schulte. „Seien Sie mutig und bewerben Sie sich!“

Anmeldeformulare unter [www.mutmacher-der-nation.de](http://www.mutmacher-der-nation.de) oder direkt bei DasÖrtliche, Fax: Postfach 100836, 45008 Essen, Fax 0201-439-48-14, E-Mail [info@mutmacher-der-nation.de](mailto:info@mutmacher-der-nation.de)



Seit 1969 ist Wolfgang Grupp Geschäftsführer von trigema

## „Ausland?“

## Niemals!“

trigema-Chef Grupp über die Vorzüge des Standorts Deutschland

Herr Grupp, hat Made in Germany heute überhaupt noch einen Wert?

Auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten legen Kunden Wert auf Qualität. Dafür steht Made in Germany nach wie vor. Natürlich gibt es solche, die nur auf den Preis schauen. Diese unmögliche Geiz-ist-Geil-Mentalität ist meiner Meinung nach aber nur eine kurzzeitige Erscheinung.

Aber zahlreiche andere Textilhersteller wandern ab nach Fernost ...

Viele sind dadurch auch ärmer geworden. Es entsteht ein Wasserkopf an Verwaltung: die Logistik, alles muss koordiniert werden. »

**Nachgefragt**

„Kleine und mittlere Unternehmer haben keine Lobby, weil sie viel zu sehr im Tagesgeschäft verhaftet sind“, sagt Axel Winkelkemper, Chefredakteur des GründerMagazins. Was Firmenchefs ändern sollten, lesen Sie auf » Seite 3

**Auf dem Weg nach oben**

Wer seit über 100 Jahren in Deutschland produziert, wandert nicht ab – das ist die Maxime von Ferdinand Munk. Der Geschäftsführer der Günzburger Steigtechnik setzt auf kurze Wege und effektive Qualitätskontrollen. » Seite 5

» Eine zweite Organisationsstruktur im Ausland muss aufgebaut werden. Auch das kostet.

## Leidet darunter die Qualität?

Qualitätskontrolle ist immens wichtig. Hier habe ich kurze Wege, kann effektiver kontrollieren. Und auch schneller auf Trends und Marktbedürfnisse reagieren.

## Produzieren Sie deshalb ausschließlich in Deutschland?

Ja. Aber an erster Stelle steht auch die Verantwortung meinen Mitarbeitern gegenüber. Wer mir seit 20 oder 30 Jahren zur Seite steht, den kann ich nicht einfach auf die Straße setzen. Zudem gebe ich das große Know-how, das in der Firma ist, nicht einfach auf.

## Motivierend für Ihre 1.200 Mitarbeiter.

Sicher. Wer sich gut aufgehoben fühlt, kommt nicht frustriert zur Arbeit. Er leistet mehr auf hohem Niveau und verdient sein Geld wirklich. Ich spreche deshalb gerne von meiner „Betriebsfamilie“.

## Gab es Überlegungen, trigema-Produkte im Ausland zu produzieren?

Niemals.

### Stichwort: trigema

trigema wurde 1919 gegründet und hat seinen Stammsitz in Burladingen in Baden-Württemberg. Seit über 30 Jahren ist das Unternehmen nach eigenen Angaben Deutschlands größter T-Shirt und Tennis-Bekleidungs-Hersteller.

[www.trigema.de](http://www.trigema.de)

## Mut zu „Made in Germany“



Egal, ob Kaffee- filter, Zahnpasta oder Aspirin – Deutschland ist ein Land der Tüftler. Selbstverständlich wurden diese Er-

findungen in Deutschland produziert – „Made in Germany“ setzte sich durch. Wirtschaftsexperten wie die Initiatoren der Kampagne „Partner für Innovation“ bestätigen, dass das Gütesiegel „Made in Germany“ nach wie vor ein hohes Ansehen im Ausland genießt. Dieser Vorteil wird in den aktuellen Diskussionen um Produktionsverlagerungen nach Fernost oder Osteuropa viel zu gering geachtet. Lohnt es möglicher kurzfristiger Erfolge wegen wirklich, dort Niederlassungen aufzubauen und zu unterhalten, nur des geringeren Lohnniveaus wegen?

Unsere Mutmacher-Kandidaten haben diese Frage klar mit „Nein“ beantwortet. Sie sind überzeugt: Auch in Billiglohnländern werden die Gehälter steigen, ein Engagement dort wird unrentabel. Lesen Sie selbst!

Ihr

Reinhard Lipinski

Leiter Telefonbuchverlag der Boyens Medien GmbH & Co. KG, Heide in Holstein und Mitglied im Beirat von DasÖrtliche

## Cornflakes - aus Bremen in die Welt

*Kellogg's-Werk an der Weser stach Konkurrenz aus*

„Rund neun Jahre mussten wir uns von unserem Mutterkonzern immer wieder anhören: Die Bremer Produktion ist gefährdet. Doch wir haben durch Kostenmanagement und Flexibilisierung den Standort gesichert.“ Geschäftsführer Rainer Frerich-Sagurna und sein 470-köpfiges Team können jetzt beruhigt ihre Frühstückscerealien produzieren – eine Schließung ist nicht mehr im Gespräch. »

Vom Kellogg's-Werk im Bremer Hafen treten die Cornflakes ihre Reise in alle Welt an. Betriebsräte, Mitarbeiter und Konzernleitung zogen an einem Strang, eine Schließung ist vom Tisch.



» „Als die Nachfrage sank, wurde offen über das hohe Lohnniveau in der Bundesrepublik diskutiert. Spanien mit seinen niedrigeren Lohnnebenkosten wurde immer wieder genannt“, erklärt Frerich-Sagurna. Die Debatte stachelte den Ehrgeiz seiner Mitarbeiter an: „Das wäre doch gelacht, wenn wir uns nicht

behaupten könnten.“ Management, Belegschaft, Gewerkschaften und Betriebsrat setzten sich an einen Tisch, es wurde mit offenen Karten gespielt. „Alle Beteiligten einigten sich u.a. auf ein Modell mit Jahresarbeitszeitkonten und auf 7 Tage mal 24 Stunden Fertigung für bestimmte Produktlinien. Zudem konnten

wir den Materialeinsatz verringern.“ Insgesamt wurde dadurch auch die Produktion flexibler der Nachfrage angepasst. Heute bedient das Werk in Bremen 50 Märkte in Europa, Afrika und Asien. „Nach zehn Jahren sind endlich auch wieder Neueinstellungen möglich.“ [www.kellogg.de](http://www.kellogg.de)



**Herr Winkelkemper, 90 Prozent aller deutschen Unternehmen sind klein oder mittelgroß. Sie stellen 70 Prozent aller Arbeitsplätze. Trotzdem hört und liest man nur selten von ihren außerordentlichen Leistungen. Warum?**

Weil der überwiegende Teil außerhalb des eigenen Betriebes nicht aktiv ist. Die wenigsten Chefs kleiner und mittlerer Unternehmen engagieren sich in Initiativen oder Verbänden. Sie nehmen nicht an Unternehmer-Stammtischen teil und mobilisieren keine Massen, um sich Gehör zu verschaffen. Sie haben keine Lobby, weil sie viel zu sehr im Tagesgeschäft verhaftet sind.

**Das erfordert ja auch ihren vollen Einsatz ...**

Sicher. Unternehmer müssen und sollen sich intensiv um die betrieblichen Abläufe kümmern. Insbesondere Jahresplanungen sind unverzichtbar. Aber zum Unternehmertum gehört doch noch viel

## „Mehr Initiative ist gefragt“

*Axel Winkelkemper: Tagesgeschäft ja, aber zum Unternehmertum gehört noch viel mehr*

mehr! Es reicht doch nicht, sich einen Gewerbeschein zu holen und einen Laden aufzumachen. Unternehmer tragen eine gesellschaftliche Verantwortung. Dazu gehört auch, dass sie die Öffentlichkeit über ihre Arbeit informieren. Welcher Mittelständler gibt denn schon regelmäßig Pressemitteilungen heraus? Wer berichtet über Firmenjubiläen oder veranstaltet Tage der offenen Tür? Das sind doch eher die Großen. Das Gebot der Stunde ist aber, dass sich auch und gerade die Kleinen mindestens einmal im Monat über öffentlichkeitswirksame Maßnahmen Gedanken machen sollten. Professionell aufgezogen, steigert das erstens ihren Erfolg. Und zweitens entsteht dadurch ein positives Unternehmerbild in der Gesellschaft, das wieder Lust auf Selbstständigkeit macht.

**Viele fühlen sich aber von der Politik allein gelassen.**

Einverstanden. Die politischen Rahmenbedingungen für KMUs müssen dringend verbessert werden. Ich denke nur an die Bürokratie – eine absolute Katastrophe! Und eine Zwangsmitgliedschaft in der IHK halte ich für längst überflüssig. Aber darauf zu warten, dass sich diese Dinge ändern, ist verlorene Zeit. Es geht um Eigeninitiative. Deutschlands Unternehmer müssen sich doch nicht verstecken. Sie leisten Großes und müssen endlich auch über ihre Stärken

reden. Sie müssen sich viel stärker vernetzen, mit kreativen Ideen die Meinung der Öffentlichkeit beeinflussen. Stellen Sie sich doch nur vor, welche Wirkung eine Sternfahrt nach Berlin hätte: Tausende Unternehmer auf dem Weg zum Kanzleramt, um gegen bürokratische Hindernisse zu demonstrieren – klasse!

### Zur Person

Axel Winkelkemper (50 Jahre) ist Chefredakteur des GründerMagazins. Er ist seit 25 Jahren als Wirtschaftsjournalist bei Unternehmertiteln tätig und seit über 10 Jahren selbstständig. Die Sorgen und Nöte der KMUs sind ihm daher bestens vertraut.

Das GründerMagazin liefert seit fünf Jahren nützliche Informationen für Unternehmer in der Startphase. Die Inhalte konzentrieren sich besonders auf Lösungsbeispiele für Gründer in den ersten drei bis fünf Unternehmensjahren. Das Magazin erscheint alle zwei Monate in einer Auflage von 50.000 Exemplaren und ist im ausgesuchten Zeitschriftenhandel erhältlich.

[www.gruendermagazin.com](http://www.gruendermagazin.com)

## Aus Spott wurde ein

## Qualitäts-Siegel

**Made in  
Germany**

„Bei der Made in Germany ist der Wurm drin“, witzelte Heinz Erhardt in den 60-er Jahren. Das Wortspiel mit dem gleichnamigen Ungeziefer konnte sich der lebenswerte Spötter einfach nicht verkneifen. Doch zu seiner Zeit gab es längst keinen Grund mehr, über „Made in Germany“ zu lästern. Die Bezeichnung war bereits – auch dank des Wirtschaftswunders – weltweit etabliert und stand für gute Qualität.

Doch ursprünglich hatte sie einen anderen Zweck: 1887 schrieb das Handelsmarkengesetz Großbritanniens das Label zwingend vor. Die mächtige Industrienation

wollte sich so gegen das aufstrebende Wirtschaftsland schützen. Verbraucher konnten nun auf einen Blick erkennen, wo die Waren produziert wurden. Natürlich sollten sie nicht zu den – aus Sicht der britischen Industrie – minderwertigen Erzeugnissen vom Festland greifen. „Made in Germany“ – eine reine Spottnummer. Doch es kam ganz anders: Nach dem Ersten Weltkrieg blieb das Label und entwickelte sich zu einem Kennzeichen solider Qualität.

## Mut macht...

... Joachim Pietschmann aus Olbersdorf in Sachsen. Der 55-Jährige ist gelernter Waagenbauer, einer der letzten seiner Art. „Mein Beruf wird heute gar nicht mehr gelehrt“, erzählt Pietschmann. Dennoch wird das traditionsreiche Handwerk in Olbersdorf nicht einfach aussterben. „In drei Jahren feiern wir 130-jähriges Bestehen.“ Wenn alles gut geht, übernimmt sein Sohn in einigen Jahren die Geschäftsleitung.

## Wenn Behörden Unternehmen vertreiben ...

*Biermann & Kröger mussten umziehen und entdeckten: Zuhause ist es am schönsten*

**Zuviel Lärm und Geruchsbelästigung bei der Gummiproduktion – nach 55 Jahren musste die Biermann & Kröger GmbH & Co. KG umziehen. „Das Umweltamt Kiel entzog uns die Betriebsgenehmigung“, erzählt Thomas Kröger, der das Rendsburger Unternehmen 1993 gekauft hatte. Der Hersteller von Gummiteilen für die Autoindustrie suchte einen neuen Standort – und stellte fest: Zuhause ist es doch am Schönsten.**

„Es gab eigentlich nur zwei Alternativen: Umziehen oder schließen. Also suchten wir einen neuen Standort“, erinnert sich Kröger. Quer durch Europa reiste der Unternehmer – von Dänemark bis Polen. „Wir wurden fündig. Ironischer Weise ist unsere neue Halle nur 3.000 Meter von der alten entfernt.“ Während dieser Zeit kam Kröger ins Grübeln, ob er nicht Teile der Produktion nach Osteuropa auslagern sollte – er entschied sich dagegen. „Das macht für uns keinen Sinn, ist viel zu aufwändig

in der Logistik. Alleine die Transportkosten sind immens. Zudem will ich als Geschäftsführer immer vor Ort sein, um Probleme schneller lösen zu können.“ Das Unternehmen und alle 70 Arbeitsplätze blieben in Schleswig-Holstein.

Vor dem Umzug waren erst einmal zwei anstrengende Wochenenden mit 24-Stunden-Schichten angesagt. „Wir produzierten vor, konnten immer im vollen



Umfang liefern.“ Nach nur fünf Tagen war der neue Standort fertig eingerichtet. Ein Kraftakt für das Team. „Eine unserer Produktionsmaschinen wiegt 20 Tonnen - und wir haben 30 Stück davon“, weiß Kröger. Doch es hat sich gelohnt, alle Auflagen sind erfüllt, die Zukunft gesichert.

[www.biermannundkroeger.de](http://www.biermannundkroeger.de)

## Aufsteigen will gelernt sein

Günzburger Steigtechnik GmbH fertigt seit 1899 nicht nur Leitern

Im Leben der Munks aus Günzburg in Bayern geht es seit über 100 Jahren ständig auf und ab – aus beruflichen Gründen. Denn seit 1899 stellt das Familienunternehmen Steigergeräte her. „Das fängt an bei Leitern, Treppen und geht über Rollgerüste bis hin zu Sonderkonstruktionen für die Industrie“, fasst Geschäftsführer Ferdinand Munk zusammen. Kein einfacher Job – der Markt ist hart umkämpft.



Ferdinand Munk führt den Familienbetrieb.

Deshalb gewährt Munk, stolz auf die hohe Qualität seiner Produkte, 15 Jahre Qualitätsgarantie. „Wir entwickeln unsere Produkte ständig weiter und bieten Lösungen, die es sonst nirgendwo gibt.“

Seit Anfang des Jahres wird nahezu jede Aluminium-Leiter ohne Aufpreis mit dem beweglichen Leiterschuh „nivello“ ausgeliefert. „Das System hat eine vierfach größere Auflagefläche als unsere herkömmlichen Schuhe und dazu ein Gelenk. Das sorgt für einen festeren Stand

und mehr Sicherheit“, betont der Unternehmer. Im Dezember 2004 wurde der Lagerbestand in zahlreichen Nachtschichten mit „nivello“ nachgerüstet. Die Mühe hat sich gelohnt – das System ist ein voller Erfolg.

Die Entscheidung, weiterhin komplett in Deutschland zu produzieren, fiel Ferdinand Munk nicht schwer. Tradition verpflichtet. „Wir haben hier hoch qualifizierte Facharbeiter und zudem sehr effektive Qualitätskontrollen eingeführt. Dieses Niveau wollen wir halten.“ Die 130 Mitarbeiter des Traditionsunternehmens danken es mit großem Engagement – mehr als 250.000 Leitern werden jährlich in Günzburg produziert.

[www.steigtechnik.de](http://www.steigtechnik.de)



Gut im Tritt:  
Die  
Günzburger  
Steigtechnik  
GmbH findet  
immer die  
richtige Leiter-  
Lösung.

## „Meine Arbeitsplätze schaffe ich lieber hier!“

Stapfers Handy-Werkstatt MTS trotz ausländischer Konkurrenz



**Michael Stapfer verdient sein Geld mit der Reparatur von Handys. Was dem Gründer der MTS AG aus Ingolstadt zu schaffen macht, sind nicht diejenigen, die Mobiltelefone als Einwegartikel ansehen. „Auch wenn man neue Geräte bei Vertragsabschluss sehr günstig bekommt, nehmen zahlreiche Kunden den Service gerne an.“ Das Problem sind vielmehr Hersteller, die im Ausland reparieren lassen.**

„Seit 2003 gibt es diesen Trend. Bei den Preisen konnten wir nicht mithalten“, erinnert sich Stapfer. Er musste sogar eine befristete Kurzarbeit ansetzen. „Die Krise brachte uns zum Umdenken. Wir

erkannten, dass man mit Reparaturen immer noch Geld verdienen konnte – wenn man sich gezielter den Kundenwünschen anpasst.“ Zeitaufwändige Reparaturen mit teuren Maschinen lohnen sich nicht. „Wir

tauschen vor allem Gehäuse, Displays und Tastaturen. Dabei sind wir nicht teurer als ausländische Wettbewerber, aber schneller.“ Zudem seien rund 80 Prozent aller Reparaturen abgedeckt. Heute ist Kurzarbeit kein Thema, 43 Jobs sind gesichert.

Selbst wollte der Ingolstädter nie ins Ausland ziehen. „Die Qualität ist im Osten immer noch schlechter, entspricht nicht den Standards in unserem Unternehmen. Ich schaffe lieber hier Arbeitsplätze.“

[www.mts-ag.com](http://www.mts-ag.com)

## „Produzieren in Osteuropa ist Blödsinn“

*Aloysius Staub sichert Arbeitsplätze in Brandenburg*

Aloysius Staub bezeichnet sich selbst als „Verkaufs-Maniac“. „Ich muss immer an mehreren Neukunden „in spe“ arbeiten, sonst bin ich nicht zufrieden“, sagt der gebürtige Saarländer, den es vor sieben Jahren ins brandenburgische Trebbin verschlug. „Dort kaufte ich die Unternehmensgruppe Augusta-Heckenrose Werkzeugfabriken GmbH und Co. KG, Trebbin und Wuppertal.“ Wie schlecht es damals wirklich um die Unternehmensgruppe stand, konnte er da noch nicht ahnen.



Schafft Arbeitsplätze lieber im strukturschwachen Brandenburg: Aloysius Staub.

Staub's Bestandsaufnahme fiel verheerend aus. Verfehlte Produktpolitik der Alteigentümer, schrumpfende Märkte mit deckungsbeitragsschwachen Kunden und demotivierte Mitarbeiter. Der Unternehmer erlebte „zwei fürchterliche Jahre, in denen die Firmen ständig nahe am Abgrund standen“. Doch sein Sanierungskonzept trug im Jahr 2000 erste Früchte.

„Heute sind wir Marktführer in Deutschland und Europa und beliefern praktisch alle großen Baumarketten. Staub kurbelte auch den Export an, der bei über 55 Prozent des Gesamtumsatzes liegt. Vor der Übernahme machte er unter 10 Prozent aus. Konzentration auf das Kerngeschäft, die Herstellung aller Arten von Fuchsschwänzen, Bügelsägen und Bügelsägeblättern sowie eine extreme Kundenorientierung haben zu einer Verdopplung des Umsatzes geführt.“

Die Mitarbeiterzahl stieg in Brandenburg von damals 12 auf heute 35. Produziert wird ausschließlich in Brandenburg/Trebbin auf 2.000 Quadratmeter. Von einer Auslagerung der Produktion nach Osteuropa hält Staub nichts. „Das ist Blödsinn und nur eine kurzfristige Lösung. Längst steigen auch in Osteuropa die Löhne, vom Produktivitätsrückstand in diesen Ländern ganz zu schweigen.“

[www.augusta-heckenrose.de](http://www.augusta-heckenrose.de)

### Umfrage

## Ist „Made in Germany“ noch etwas wert?

**Dr. Christoph Metzger-Boddien, AnDiaTec GmbH & Co. KG, Kornwestheim:** In der Biotechnologie ist Made in Germany nicht nur ein Label. Wir exportieren bis Südkorea. Dort schätzt man Qualität aus Deutschland. Auch in Nachbarländern wie beispielsweise Österreich ist das hoch angesehen.

**Beatrix Strobl, Martha Schreiner Cosmetic, Breisbach:** Ja, in der Kosmetikindustrie steht es vor allem für hohe Qualitätskontrollen der Produkte und der Rohstoffe.



**Barbara Braun-Metz, ColorLogic, Rheine:** Wir arbeiten im Software-Bereich. Da ist es im Prinzip egal, wo sie arbeiten. Wichtiger sind gute Kontakte und beste Qualität.

**Thomas Barnstorf, Tom-Toys GmbH, Lichtentanne:** Unsere Holzspielzeuge Made in Sachsen werden von den Kunden hoch geschätzt. Leider hören wir sehr oft: Oh, das ist aber teuer.

## Der Mutmacher mit der längsten Familientradition ist...



... Hut- und Brautmoden Mette. Inhaberin Barbara Mette führt den Familienbetrieb im sächsischen Freiberg bereits in der fünften Generation. Sogar die DDR-Zeit hat das 1825 gegründete Geschäft überstanden. Barbara Melle weiß: Elegante Kopfbekleidung ist kein alter Hut. „Viele jüngere Frauen fragen nach Hüten. Die sind derzeit schwer in Mode.“

## Feedback

### Mehr an uns selbst glauben!

Als Mutmacher der Nation können Sie jedem, der sich mit Freude mit Kreativität und gegebenenfalls Erfindungen beschäftigt, nur aus dem Herzen sprechen, vorausgesetzt Sie schalten vorher die Unfähigkeit der Politik in dieser Frage aus.

Wir müssen mehr als bisher selbst an uns glauben nach dem Motto:



„Wer da fährt nach hohen Zielen mag am Steuer ruhig sitzen unverdrossen ob am Kiel Lob und Tadel hoch aufspritzen.“

### Verfolgen Sie Ihre Ziele so weiter!

Prof. Dr. Artur Fischer  
Fischerwerke, Waldachtal

### Unternehmer und Mitarbeiter sind Partner

Ich verfolge mit Spannung den Wettbewerb und bin fasziniert von der regen Teilnahme, vor allem in Sachsen. Gerade in der heutigen Zeit des Umbruchs ist es wichtig, Mut zu geben für Veränderungen. Veränderungen eröffnen neue Gelegenheiten und bringen Chancen etwas anders zu gestalten. Zwischen verantwortlichem unternehmerischem Verhalten und gewinnorientierten Wirtschaften besteht keine „Entweder-oder“-Beziehung. Unternehmer und Mitarbeiter sind Partner. Für nachhaltigen Erfolg ist beides erforderlich.

Andrea Kaminski  
Landestrainerin der Qualitätsoffensive Sachsen,  
Grambach  
Teilnehmerin „Mutmacher der Nation 2005“

### Sagen auch Sie uns Ihre Meinung!

Mail genügt:

[redaktion@mutmacher-der-nation.de](mailto:redaktion@mutmacher-der-nation.de)

### Wow: mutige Sachsen!

Finde ich ja stark, dass es inzwischen 1000 Bewerber gibt!!! Und Sachsen auch noch „vorn“, wow! Das zeigt doch wirklich, dass die „kleinen“ Unternehmer gar nicht so „klein“ in Optimismus und Selbstbewusstsein sind.

Dr. paed. Angela Häußler,  
Therapeutische Förderereinrichtung, Chemnitz  
Teilnehmerin „Mutmacher der Nation 2005“

### Ein dickes dickes Kompliment

Marco Ripanti,  
Die Bildungsgruppe, Weinheim  
Teilnehmer „Mutmacher der Nation 2005“

### Super - weiter so!

Ich möchte Ihnen ein großes Dankeschön für Ihre „Mutmacher“-Aktion ausrichten! Super - weiter so!

Daniel Kruse, Hempro International, Düsseldorf  
Teilnehmer „Mutmacher der Nation 2005“

### Meine persönlichen Mutmacher sind...

...die Selbstständigen in Deutschland. Nur mit mutigen Gedanken können wir die Zukunft meistern. Alle klagen, dem Handwerk, dem Handel, dem Mittelstand geht's nicht gut – unbestritten. Doch immer wieder gelingt es Handwerkern, Handwerksbetrieben, mit ihren Ehefrauen, Familien und nicht zuletzt mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit neuen Ideen, Methoden und Produkten nicht nur zu bestehen, sondern sich auch weiter zu entwickeln.



Dipl.-Kfm. Heinz Hoffmann,  
Geschäftsführer der  
Kredit-Garantiegemeinschaft  
des rheinland-pfälzischen  
Handwerks GmbH

### Impressum

#### Herausgeber:

DasÖrtliche Service- und Marketinggesellschaft mbH, Bamlerstraße 1a, 45141 Essen

#### ViSDP:

Dirk Schulte,  
Leiter Kommunikation,  
DasÖrtliche Service-  
und Marketinggesellschaft mbH

#### Layout und Redaktion:

BlueChip - Agentur für  
Public Relations & Strategie GmbH,  
Bullmannau 11, 45327 Essen

#### Kontakt:

D. Schulte, Tel.: 0201 - 439 48 - 0  
S. Ucar, Tel.: 0201 - 830 12 503  
[info@mutmacher-der-nation.de](mailto:info@mutmacher-der-nation.de)  
[www.mutmacher-der-nation.de](http://www.mutmacher-der-nation.de)