

# „Chancen, sich zu profilieren“

**INTERVIEW:** Die pfälzischen Friseur-Innungen wollen mit einer Imagekampagne werben. Friseurmeister Reinhard Schneider aus Neustadt, Vorsitzender des Landesinnsungsverbandes, spricht über das „Erlebnis“ Friseurbesuch und den Markt der Zukunft.



Für die Friseurinnung engagiert: Reinhard Schneider.

Herr Schneider, Sie wollen künftig mithilfe eines Banners auf die Werte hinweisen, die die Qualität Ihrer Interessengemeinschaft sichern. Sind das nicht Selbstverständlichkeiten? Nicht unbedingt. Und das meine ich nicht nur mit dem Blick auf die Billigfriseur. Es geht um ein Bewusstsein dessen, was unser Handwerk ausmacht. Das wichtige Ziel, unser Image aufzuwerten, wird nur durch einen Schulterschluss mit den Kollegen erreicht und fängt mit einer guten Ausbildung junger Friseure an. Hier wollen wir verstärkt fördern.

Was haben Sie vor, wie wollen Sie fördern? Denkbar sind etwa sogenannte Elerklassen. Die Innungsbesten können sich kostenlos über Seminare weiterbilden, die im gesamten Bundesgebiet angeboten werden.

Wer investiert schon Ehrgeiz, der weiß, dass sein Job später trotzdem schlecht bezahlt ist?

Wer gut ausgebildet ist, kann sich doch gerade mit seinem Können abheben. Einem guten Friseur geht es nicht nur um das Ergebnis, also den gelungenen Haarschnitt, sondern insbesondere darum, den Besuch für den Kunden zu einem Erlebnis zu machen. Wer diesem Anspruch gerecht wird, wer also Leistung zeigt, der ist für das Geschäft rentabel und wird entsprechend bezahlt. Sich dabei an die Tariflöhne zu halten, auch dazu verpflichten sich Innungsmitglieder.

Wie viele Betriebe stehen zu Ihnen? Etwa die Hälfte der Salons. Das ist zu wenig. Natürlich soll unsere Kampagne mehr Betriebe zu einer Mitgliedschaft bewegen, die natürlich nicht umsonst ist. Leider spüren auch wir den allgemeinen Spardruck, die Scheu vor Kosten. Nur wer weiß, was er mit uns gewinnt, macht mit.

Und, was bieten Sie an? Unsere klassischen Angebote, wie Rechtsberatung oder betriebswirtschaftliche Lehrgänge, Informationen zu Trends, sollen erweitert werden. Zum Beispiel durch die erwähnten Fortbildungen für Auszubildende.

Ihre Imagekampagne steuert auch gegen die Entwicklungen des Marktes?



Das Friseurhandwerk folgt schnell aktuellen Trends: Das Foto zeigt die Präsentation auf einer Messe. Nicht alle Salons stellen sich aber hohen Qualitätszielen, hieß es bei einem Treffen in Neustadt.

Wie in anderen Branchen besteht unser größtes Problem darin, qualifizierten Nachwuchs zu finden.

Es sind nicht die großen Ketten, die Franchise-Unternehmen, die Ihnen den Rang ablaufen? Den Markt der Zukunft werden zum einen Ketten bestimmen, weil diese mit klaren Konzepten einheitliche Standards und damit Qualität sichern. Andererseits hat auch der Salon eine gute Chance, der sich mit einer überschaubaren Zahl an guten Mitarbeitern zu profilieren vermag. Wer

es richtig anstellt, sichert sich seinen Teil und wird sich auf dem Markt behaupten können.

Ihre Branche lebt von immer neuen Trends. Sie auf die guten alten Werte des Handwerks zu besinnen, passt das zu einem modernen Friseur? Warum sollte sich das widersprechen? Im Grunde formulieren wir ähnliche Ziele, wie diese auch auf Ebene der Kreishandwerkerschaft forciert werden, nämlich die Betonung der Qualität, die Menschen in Betrieben vor Ort finden. Mit dem Banner kom-

munizieren wir verbindliche Werte, gewissermaßen einen Ehrenkodex, über den wir ins Gespräch kommen wollen. Wir wollen einen Prozess in Gang setzen, der auf eine neue Wertigkeit unseres Handwerks zielt.

Interview: Marika Schiller

### ZUR PERSON

Selbstständig seit 1976, ist der 59-jährige Reinhard Schneider seit 1987 Obermeister der Friseur-Innung Weinstraße Nord (50 Mitglieder) und seit sechs Jahren Vorsitzender des Landesinnsungsverbandes Platz. (lkx)

### KURZ NOTIERT

#### Bornheim: „Energiesparen“

#### Thema von Vorführungen

Mit der Haussanierung können Eigentümer viel Energiekosten sparen. Hornbach in Bornheim behandelt das Thema „Energiesparen“ in einer zweitägigen Veranstaltungsreihe. Bis Ende Juli, zeigen Profis immer freitags von 17 bis 18 Uhr und samstags von 11 bis 12 Uhr in speziellen Vorführungen, wie Fenster ausgetauscht werden. Jeden Samstag von 10 bis 11 Uhr und von 14 bis 15 Uhr gibt es zudem Informationen zur Fassaden- und Dachdämmung. Im August startet der Bau- und Markt eine zweite Veranstaltungsreihe, bei der es um Dachdämmung und Dachfenster geht. (sb)

#### Südpfalz: Atlas listet

#### „grüne“ Unternehmen

Die Bundesregierung legt einen neuen „Greentech-Atlas“ auf. Der Atlas verzeichnet Firmen, die sich mit dem Themenbereich der erneuerbaren Energien beschäftigen. Der südpfälzische Bundestagsabgeordnete Thomas Gebhart (CDU), Enquete-Sprecher der CDU beim Klimagipfel in Kopenhagen, ruft südpfälzische Unternehmen auf, sich zu beteiligen. Das Projekt bietet viele Vorteile, unter anderem eine bessere Vernetzung im Bereich der Umwelttechnologien sowie eine öffentlichkeitswirksame Darstellung. Infos: www.greentech-atlas.de. (red)

### ZUR PERSON

Ricardo M. López, 47, ist neuer Marketing-Chef der Nolte Möbel GmbH in Gernersheim. López zeichnete zuletzt verantwortlich für das Gesamtmarketing des renommierten Büromöbelherstellers Sedus Stoll. Mit López will sich Nolte-Möbel stärker im Markt- und Wettbewerbsumfeld positionieren sowie die Internationalisierung vorantreiben. (red)

## Touchscreen: Kunden wählen Infos nach Interesse

KIRRWELER. „Irgendwann steht jeder Unternehmer vor der Entscheidung zu wachsen, um neue Herausforderungen annehmen zu können“, sagt Sabrina Lienhart. Die 29-Jährige ist Geschäftsführerin von Raum-Schall. Das Unternehmen aus Kirrweiler zählt zu den führenden Anbietern von Digital-Signage-Lösungen (DS).

Als DS wird eine Technik bezeichnet, mit der Unternehmen fortlaufend aktualisierte Informationen auf Touchscreen-Monitoren präsentieren. Direkt am Bildschirm können dann Angebote ausgewählt werden. „Texte, Fotos, Filme, Kataloge, PDF-Bedienungsanleitungen stehen unter einer einzigen Oberfläche zur Verfügung des Kunden, der sein persönliches Informationsangebot nach eigenen Wünschen zusammenstellt“, erklärt Cornelius Bischoff, zuständig für die Öffentlichkeitsarbeit von Raum-Schall. Aus Sicht von Marketing-Fachleuten sei vor allem interessant, vorhandene Informationen per Knopfdruck anzupassen.

Zu den ersten Unternehmen die die neue Technik einsetzen, gehören die Automobilhersteller Seat und Škoda. Sowohl die gemeinsame Unternehmenszentrale im hessischen Weiterstadt als auch der „Future-Store“ der Hamburger Seat-Niederlassung setzen auf DS-Lösungen und die technische Ausstattung aus Kirrweiler. (bico)

## Blech fürs „Heiligsblechle“

HATZENBÜHL. „HGGS LaserCut“ liefert Fertigteile an die Autoindustrie

Fertigungsteile, die man europaweit kennt und einsetzt: Für die Firma „HGGS LaserCut GmbH & Co. KG“ ist dies zur Realität geworden. Seit einem Jahr liefert das Unternehmen aus Hatzenbühl sogar nach Südafrika.

Ursprünglich wurden bei HGGS in Einzelanfertigung Blechteile durch stanzen, fräsen, lasern und abkanten bearbeitet. Der Slogan „Wir bringen ihr Blech in Form“, der damals entstanden ist, wurde beibehalten, auch wenn aus dem „reinen Blechfertiger“ längst schon ein Komplettlieferant geworden ist in dessen Werkshallen nicht nur Blechform- und Frästelle sowie Umform-Werkzeuge gefertigt, sondern auch mechanische und elektromechanische Komponente montiert werden.

Die Bearbeitung der Bleche, bei der immer noch gestanzt, genibbelt, gelasert, gefräst und abgekantet wird, erfolgt heute unter Einsatz der CNC-Technik mit den modernsten Maschinen. Hydraulische Pressen mit einem Druck bis zu 315 Tonnen und Roboterschweißgeräte sind bei HGGS im Einsatz. Alle benötigten Werkzeuge und Vorrichtungen werden ebenfalls im Haus konstruiert und gefertigt.

Wichtigster HGGS-Kunde ist die Automobil-Branche. Auf sie entfallen rund 60 Prozent des Auftragsvolumens. Es sind vor allem Teile für die Abgasanlagen der Autos, die di-

rekt an alle Daimler-Standorte in Deutschland oder über große Zulieferbetriebe an Porsche, MAN und Volvo gehen, um nur die wichtigsten zu nennen, auch für die sowie an die Motorradfertigung von BMW liefert HGGS Teile. Je 20 Prozent der Aufträge kommen vom allgemeinen Maschinenbau sowie von Drucker-Herstellern, die spezielle Maschinen für die Pharma-Industrie herstellen. „Für sie fertigen wir nicht nur einzelne Blechteile, sondern montieren ganze Mechaniken“, so der Geschäftsführer Werner Schöttinger.

Weitere gleichberechtigte Geschäftsführer sind Manfred Gehrelein und Stefan Geiger. Zusammen haben die drei 1994 ihren Betrieb gegründet. Ihr Gründungskonzept war so überzeugend, dass sie 1997 vom Zentralverband des Deutschen Handwerks mit dem ersten Preis für ihre „Vorbildliche Existenzgründung im Handwerk“ ausgezeichnet wurden.

Angesiedelt war der Betrieb zunächst in Hagenbach. Der Umzug nach Hatzenbühl in die erste eigene Fertigungshalle – inzwischen sind drei weitere dazu gekommen – erfolgte im Jahr 2000.

Zurzeit beschäftigt HGGS 88 Mitarbeiter. Darunter befinden sich auch Auszubildende zum Technischen Zeichner, zum Metallbauer Fachrichtung Konstruktionstechnik und zum Feinwerkmechaniker Fachrichtung

Maschinenbau. Welch großen Stellenwert die Ausbildung von Fachkräften im Betrieb hat, zeigt sich auch darin, dass er von der IHK mit einem „Innovationspreis für Ausbildung“ ausgezeichnet wurde.

Die wirtschaftliche Lage ihres Betriebes bezeichnen die drei Geschäftsführer als gut, ging es doch außer in der Wirtschaftskrise 2009 immer aufwärts. Die Auswirkungen der Krise sind jedoch überwunden, so dass man für das Jahr 2011 einen Umsatz um die 8 Millionen Euro erwartet. Ein Grund für die stete Aufwärtsentwicklung sieht man auch darin, dass die erzielten Erlöse in der Firma bleiben und wieder investiert wurden. (wm)

1994 begann die Geschichte von HGGS, damals noch in Hagenbach. Inzwischen ist das Unternehmen deutlich gewachsen, nach Hatzenbühl umgezogen, beschäftigt 88 Mitarbeiter und liefert Blechteile vor allem für Automobilkonzerne in alle Welt.



Da ist ein Land der Lebenden und ein Land der Toten.  
Die Brücke zwischen ihnen ist die Liebe,  
das einzig Bleibende, der einzige Sinn.  
*Thornton Wilder*

## Dr. Gerd Moossen

In tiefer Liebe und unendlicher Trauer nehmen wir Abschied:  
**Rike, Hannah, Markus, Emma, Michel und Heiko**

Landau, Freiburg, Rhodt, Glasgow, den 20. Juli 2011

Eine Trauerfeier findet am Montag, dem 25. Juli 2011, um 15.15 Uhr auf dem Friedhof in Landau statt. Die Urne wird zu einem späteren Zeitpunkt im engsten Kreise der Familie beigesetzt werden.

**Nichts stirbt, was in der Erinnerung weiterlebt**

Über die Zeit hinaus möge das Andenken an einen lieben Menschen bewahren. Mit einer Jahrgedächtnis-Anzeige in der RHEINPFALZ erinnern Sie am Todestag wie sehr die oder der Verstorbene in Ihrem Herzen lebt. Rufen Sie uns an oder besuchen Sie Ihre Geschäftsstelle oder Ihren Serviceumfeld. Wir beraten Sie gerne.

**Telefon 0631 3701-6700  
Telefax 0631 3701-6701**

**Dr. Gerd Moossen**

Landau, den 16. Juli 2011

Trotz vieler Widerstände habe ich versucht, ein selbstbestimmtes Leben zu führen. So nehme ich Abschied von allen, die mich mochten, meinen Cousins und meinem Cousin mit ihren Familien, meinen Schwestern mit ihren Familien und ganz besonders von meinen geliebten Kindern, meiner geliebten Enkeltochter und meiner so sehr geliebten Lebensgefährtin.

**Dr. Gerd Moossen**

Landau, den 16. Juli 2011