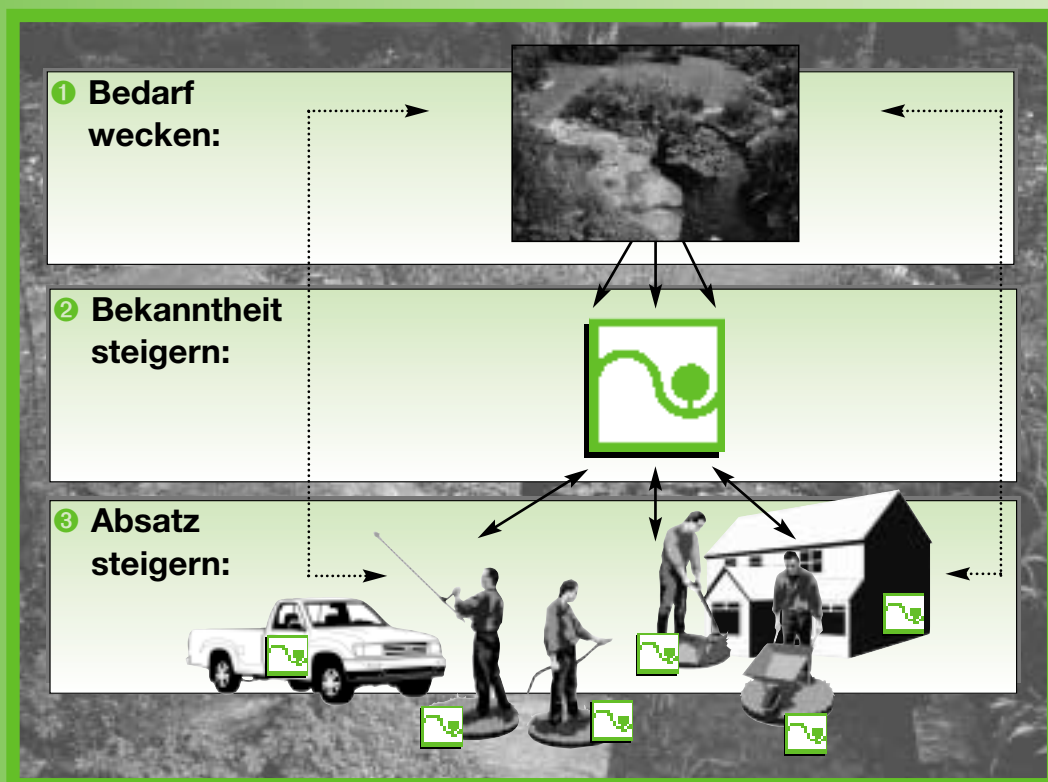


LANDSCHAFT BAUEN & GESTALTEN



Zeitschrift des
Bundesverbandes
Garten-, Landschafts-
und Sportplatzbau e. V.



Wege in die Zukunft

Marktstudie zeigt
Chancen im GaLaBau

Aktuell

Grüne Politik für
den Mittelstand?

Aktuell

Werner Küsters
feierte 60. Geburtstag

GaLaBau intern

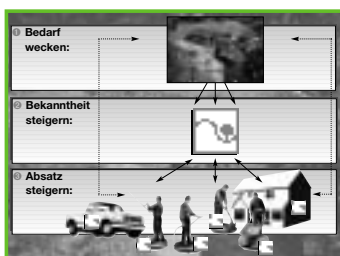
Lehrbaustelle auf der
BUGA Potsdam

BGL

09. 2001

34. Jahrgang
September 2001

Einzelpreis 6 DM
ISSN 1432-7953
Z 8422 E



Titelfoto

Ergebnisse der Marktanalyse

Voraussetzung für die geplante Kommunikationskampagne für den GaLaBau war eine Marktanalyse. Ergebnisse und Bewertungen finden Sie im Thema des Monats und im Kommentar ab Seite 8.



S. 4

Parlamentarischer Abend mit Bündnis 90/Die Grünen

Themen wie Steuerrecht, Kündigungsschutz und der flexible Arbeitsmarkt waren Diskussionspunkte.

S. 6

Voller Tatendrang in die 60er
Offizieller Empfang für BGL-Präsident Werner Küsters zu dessen 60. Geburtstag.



S. 18

Besuchermagnet Lehrbaustelle

Auf der BUGA Potsdam zeigen junge Landschaftsgärtner ihr Können.



Themen dieser Ausgabe

5 Aktuell

50jähriges Jubiläum der Bundesgartenschauen

BGL-Präsident Werner Küsters hält Rückschau

6 Aktuell

So würdigte der BGL seinen Präsidenten

Werner Küsters vollendete sein 60. Lebensjahr

8 Thema des Monats

Mehr Bauen mit Grün

Marktforschung zeigt den Weg in die Zukunft

11 Kommentar

Eine Kommunikationskampagne ist notwendig

Manfred Junicke zu den geplanten Maßnahmen

12 Service

Änderung des Betriebsverfassungsgesetzes

Die Neuerungen sind für GaLaBau-Unternehmer von Bedeutung

18 GaLaBau intern

Ständige Bewegung auf der Lehrbaustelle

Landschaftsgärtner zeigen ihr Leistungsspektrum

18 GaLaBau intern

Verantwortung für Wasser

Informationen über Siedlungsentwässerung

19 GaLaBau intern

BGL stiftet zweiten Ginkgo am Nürburgring

Im Rahmen des ADAC-Truck-Grand-Prix Baum gestiftet

22 Aus Industrie und Wirtschaft

Auf diese Steine können Sie schauen

Tipps- und Infos für Wege- und Platzbau

BEILAGENHINWEIS: Dieser Ausgabe liegen Beilagen der Firmen Steinwerk und Zeppelin sowie der GaLaBau-Service GmbH bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V.

Verantwortlich: Dr. Hermann Kurth

Redaktion: Eva Herrmann (BGL), Jörg Hengster, Andreas Tackenberg, Markus Berger (signum|kom)

Anschrift für Herausgeber und Redaktion:

Haus der Landschaft
Alexander-von-Humboldt-Str. 4
53604 Bad Honnef
Telefon 0 22 24 / 77 07 - 0
Telefax 0 22 24 / 77 07 77

Email: BGL@galabau.de
Internet: <http://www.galabau.de>

Verlag und Anzeigen:

signum|kom
Richard-Wagner-Str. 18, 50674 Köln
Telefon 02 21 / 9 25 55 12
Telefax 02 21 / 9 25 55 13
Email: kontakt@signum-kom.de

Anzeigenleitung: Jörg Hengster

Layout: Angelika Schädle

Druck: SZ-Offsetdruck Verlag,
Martin-Luther-Str. 2-6, 53757 Sankt Augustin

Ab 1. Oktober 2000 gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 21. Die Zeitschrift erscheint monatlich. Bezugspreis 60,- DM inkl. Versandkosten und MwSt. jährlich. Für Mitglieder ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten. Keine Haftungen für unverlangte Sendungen aller Art. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers wieder. Gedruckt auf umweltfreundlichem Papier. ISSN 1432-7953

Grüne Politik für den Mittelstand?

Parlamentarischer Abend mit Bündnis 90/Die Grünen



Die Gäste des Parlamentarischen Abends der AWM im Gespräch unter freiem Himmel

Am 26. Juni führte die Aktionsgemeinschaft Wirtschaftlicher Mittelstand (AWM) einen parlamentarischen Abend unter dem Motto „Grüne Politik für den Mittelstand?“ mit Politikern der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen durch. Im Vordergrund standen u.a. Themen wie das Steuerrecht, der Kündigungsschutz, Potenziale eines flexibilisierten Arbeitsmarktes, die Konkurrenzsituation von privater und staatlicher wirtschaftlicher Betätigung,




Christine Scheel, Vorsitzende des Finanzausschusses des Bundestages, steht den Anliegen des Mittelstandes aufgeschlossen gegenüber

sowie die Arbeitsmarktpolitik. Dabei ging es nicht um eine abstrakte theoretische Diskussion der angesprochenen Themen. Vielmehr wurde deutlich, wie sehr gerade der Mittelstand von den gegebenen politischen Rahmenbedingungen beeinflusst wird. Dies verdeutlichten verschiedenste Fallbeispiele.

Es wurde deutlich, dass sich einige Repräsentanten von Bündnis 90/Die Grünen der wirtschaftlichen Bedeutung des Mittelstandes bewusst sind und deshalb seinen Anliegen aufgeschlossen gegenüber stehen. So bezeichnete die Vorsitzende

des Finanzausschusses des Bundestages, Christine Scheel, die vom Finanzministerium geplante Verschlechterung der AfA-Tabellen als wenig hilfreich vor allem für kleine und mittlere Unternehmen. Der haushaltspolitische Sprecher der Bundes-

tagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen, Oswald Metzger, sprach sich entschieden für eine Absenkung der Beiträge zur Arbeitslosenversicherung aus. Der Abbau der Arbeitslosigkeit müsse sich in den Beiträgen widerspiegeln. 

AWM-Arbeitskreis Europa

Stärkeres Engagement in Brüssel und Straßburg

Im Juli 2001 trafen unter Beteiligung des BGL verschiedene Mitgliedsverbände der AWM in Berlin zusammen, um wichtige europapolitische Themen zu beraten. Als Gesprächspartner standen der wirtschaftspolitische Sprecher der CSU im Europäischen Parlament und stellvertretende Vorsitzende der europäischen Mittelstandsvereinigung (SME Intergroup), Alexander Radwan (MdEP) und die Leiterin des Referats „Europäische Mittelstandspolitik“ im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Helga Manneck, zur Verfügung.


Neben Basel II wurde die Daseinsvorsorge und die Entwicklung der Vergaberichtlinien behandelt. Unter Daseinsvorsorge sind Dienstleistungen zu verstehen, die im Interesse der Allgemeinheit erbracht werden. Privaten Unternehmen muss es möglich sein, mit kommunalen Unternehmen um die Erbringung dieser Dienstleistungen zu konkurrieren. Unfairer Wettbewerb ist nicht zulässig, aber bei vielen öffentlichen oder scheinprivatisierten Unternehmen an der Tagesordnung. Daher setzt sich die AWM dafür ein, die Position der privaten Unternehmen über Brüssel zu stärken. Bezüglich der Vergaberichtlinien ist eine verstärkte Berücksichtigung von sozialen Bedingungen und



Helga Manneck, Leiterin des Referats „Europäische Mittelstandspolitik“ im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)



Alexander Radwan (MdEP), wirtschafts-, energie- und außenpolitischer Sprecher der CSU Europagruppe im Europäischen Parlament

Umweltaspekten geplant. Darum ist zu befürchten, dass auch die Frauenförderung als Kriterium bei der öffentlichen Auftragsvergabe berücksichtigt werden kann. Zunehmend findet die Rahmengesetzgebung für die deutsche Wirtschaft auf europäischer Ebene statt. Der Arbeitskreis Europa der AWM ist von seinen Mitgliedern zu stärkerer Beteiligung vor Ort aufgefordert worden. 

BGL-Präsident Werner Küsters hält Rückschau

50-jähriges Jubiläum der Bundesgartenschauen

In diesem Jahr können die Gartenschauen auf eine exakt 50-jährige Geschichte zurückschauen. BGL-Präsident Werner Küsters fasst in dem nachfolgenden Beitrag seine Eindrücke über die Entwicklung der Gartenschauen zusammen.

„Gartenschauen sind nicht nur ein Vergnügen für ihre zahlreichen Besucher. Sie sind vor allem von erheblicher grünpolitischer und ideeller aber auch wirtschaftlicher Bedeutung für die jeweilige Gartenschau-Stadt und die ganze Region.

Aus gärtnerischer Sicht bildet insbesondere der „Schauteil“ mit den vielfältigen Hallen- und Freiland-Schauen im Gartenschaujahr einen Höhepunkt. Für uns Landschaftsgärtner hat jedoch der Bau neuer Grünanlagen als Investition in die Zukunft und wesentliches Element der Stadtentwicklung vorrangige Bedeutung. Unsere Ziele bestehen deshalb insbesondere in der Verbesserung des Wohn-, Arbeits- und Freizeitwertes. Dadurch wird die Lebensqualität für die Einwohner der Gartenschau-Stadt auf Dauer spürbar gesteigert. Durchgrünte Wohngebiete, Gewerbeparks und Messelandschaften, Entsiegelung von Flächen, Verbesserung, Sicherung und Einbindung ökologisch wertvoller Flächen, Umwandlung von innerstädtischen oder stadtnahen Industrie-, Agrar- oder Militärbrachen schaffen dauerhaft nutzbare Freizeitanlagen. Diese neu erschlossenen grünen Gebiete werden sowohl von den Besuchern als auch von der Bevölkerung dankbar angenommen und erfreuen sich großer Beliebtheit.

Es sind die Landschaftsgärtner, die Gartenschauen bauen und pflegen. Ausgenommen sind hier nur die reinen Hoch-



Werner Küsters

und Tiefbauarbeiten. Die Bau- und Pflegeleistungen werden – über den wirtschaftlichen Wettbewerb bei der Vergabe hinaus – weitgehend im Rahmen von Leistungswettbewerben durchgeführt. Hier offenbaren sich der Öffentlichkeit die Fachkunde, Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit des modernen Garten-, Landschafts- und Sportplatzbaus. Die Leistungswettbewerbe motivieren die GaLaBau-Betriebe und ihre Mitarbeiter in hohem Maße und führen regelmäßig zu hervorragenden Leistungen. Diese kommen letztendlich der Gartenschau selbst, der jeweiligen Stadt, vor allem aber den Bewohnern und Besuchern zu Gute.

Nicht nur als Präsident des Bundesverbandes Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau, sondern vor allem als Naturliebhaber möchte ich allen Betrieben und ihren Mitarbeitern für ihr hervorragendes Engagement während der 50-jährigen Geschichte der Gartenschauen danken. Ohne diese Leistungen wären karge Landschaften nie zu ihrer heutigen Schönheit erweckt worden. Bis zum 100-jährigen Jubiläum werden wir hoffentlich eine Vielzahl weiterer grüner Oasen schaffen, die uns allen Erholung und Entspannung verschaffen.“ 

Im Haus der Landschaft gab es allen Grund zum Feiern: BGL-Präsident Werner Küsters wurde 60 Jahre alt! Der Verband ehrte ihn mit einem offiziellen Empfang und über 120 Gäste gratulierten dem Jubilar

Voller Tatendrang in die 60er

WERNER KÜSTERS FEIERTE SEINEN 60. GEBURTSTAG

BGL-Präsident Werner Küsters vollendete am 8. August 2011 sein 60stes Lebensjahr. Grund genug für den Berufsstand der Landschaftsgärtner, diesen runden Geburtstag im Rahmen eines offiziellen Empfanges zu würdigen. Im Haus der Landschaft in Bad Honnef fanden sich über 120 Gäste ein. Zu den Gratulanten gehörten zahlreiche Kolleginnen und Kollegen des Berufsstandes sowie aus befreundeten Verbänden und Unternehmen. Peter Brasel, Bürgermeister der Stadt Bad Honnef, Dr. Renate Sommer, Mitglied des Europäischen Parlaments, und Uwe Göllner, Mitglied des Bundestages, ließen es sich ebenfalls nicht nehmen, Küsters zu gratulieren.

Hanns-Jürgen Redeker, BGL-Präsidium, bedankte sich in seiner Geburtstagsrede bei Küsters für sein unermüdliches Engagement für den Berufsstand. Er habe selten einen Menschen kennen gelernt, der

so viele Aufgaben gleichzeitig wahrnehmen könnte. Schließlich stehe Küsters nicht nur seit vier Jahren als Präsident an der Spitze des Bundesverbandes in Bad Honnef. Darüber hinaus sei er Vizepräsident der Aktionsgemeinschaft Wirtschaftlicher Mittelstand e.V. und vertrete als

Vizepräsident der European Landscape Contractors Association die Interessen der Landschaftsgärtner auf europäischer Ebene. Dass er zusätzlich zu diesen Ämtern auch noch ein Unternehmen für Garten- und Landschaftsbau mit rund 80 Mitarbeitern in Neuss leite, sei

mehr als erstaunlich. Aber auch Besinnliches brachte Redeker auf den Punkt. So fragte er, ob wir unser tägliches Handeln nicht mit den Aktivitäten des fließenden Wassers nachempfinden sollten. Auf diese Weise ließen sich versteinerte Strukturen, die den Weg versperrten,



Die musikalische Abendbegleitung kam von der bekannten Bonner Jazzgruppe „Semmel's Hot Shots“, die nicht nur bei Küsters für gute Stimmung sorgte.



Küsters im Kreise seiner Familie (v.l.n.r.): Stefan Muhr, Mirjam Muhr, Peter Küsters, Werner Küsters, Benjamin Küsters und Ingrid Bahners, Lebensgefährtin des Jubilars



Uwe Göllner, Mitglied des Bundestages, Werner Küsters und Dr. Hermann Kurth (BGL-Hauptgeschäftsführer) in fröhlicher Runde



Dr. Michael Henze (BGL) beleuchtete in humoristischer Weise die einzelnen Stationen im Leben des Jubilars Küsters

untergraben und umspülen. Wir könnten uns neue Wege des Fließens suchen und 1.000 kleine Rinnsale bilden, die sich zum Fluss vereinigen, um das Geröll hinweg zu spülen. Schließlich riet er „der rheinischen Frohnatur“ Küsters, nicht die Jahre zu zählen, sondern das Leben in den Jahren.

Die Vielseitigkeit Küsters spiegelte sich dann auch in einer Karikatur des BGL-Präsidenten wider, die von dem Künstler Josef Partykiewicz angefertigt wurde. Dynamisch lenkt der Fan von Oldtimern sein Auto mit dem Signum der GaLaBau-Betriebe, während er links und rechts einen Baum und einen Blumenstrauß hält. Immer auf Tour, immer mit neuen Aufträgen und Aufgaben beschäftigt, schnellst Küsters durchs Leben.

Ein Bildvortrag von Peter Küsters und Dr. Michael Henze (BGL) beleuchtete humorvoll die verschiedenen Lebensabschnitte des Jubilaren. Er



Professor Alfred Niesel (r.) und Werner Küsters in alter Verbundenheit



Hanns-Jürgen Redeker (BGL-Präsidium) hob in seiner Geburtstagsrede vor allem den unermüdlichen Einsatz von Küsters in unterschiedlichsten Bereichen hervor

berührte und amüsierte Küsters ebenso wie seine Gäste.

Der BGL-Präsident zeigte sich in seiner Dankesrede dann auch sichtlich ergriffen und dankte seinen Gästen für die vielen guten Wünsche und die zahlreichen Überraschungen. Wir alle wünschen ihm noch lange Jahre Schaffenskraft, Gesundheit und gute Laune. 📺



Peter Brassel, Bürgermeister der Stadt Bad Honnef, amüsierte sich über die gelungene Karikatur des Künstlers Josef Partykiewicz, die einen immer beschäftigten Küsters zeigt



Dr. Renate Sommer, MdEP, überbrachte Küsters die Glückwünsche des Europäischen Parlamentes

Um sich erfolgreich im Markt der Zukunft zu positionieren, muss man seinen Markt kennen. Hier die Ergebnisse der GaLaBau-Marktanalyse

Mehr Bauen mit Grün

MARKTFORSCHUNG ZEIGT DEN WEG IN DIE ZUKUNFT

pagne eine Marktforschung durchzuführen. Nur so könne eine zielgerichtete Kampagne ohne große Streuverluste konzipiert werden. Da der Berufsstand nicht über eine umfassende, aktuelle Marktforschung mit Ergebnissen aus dem gesamten Bundesgebiet verfügt, stimmten die BGL-Gremien zu und gaben die Marktforschung für die Landschaftsgärtner in Auftrag. Die Studie wurde von Februar bis Juni dieses Jahres

Wer kennt nicht das rote unverwechselbare Zeichen?



In Krankheitsfällen weist uns dieses Zeichen in leuchtendem Rot den Weg zur Apotheke.

Oder aber das Zeichen am Straßenrand:



Ganz gleich, in welcher Stadt Sie sich befinden, es signalisiert Ihnen eine Bushaltestelle! Alle diese Zeichen haben eine Gemeinsamkeit: Sie lösen im Kopf des Betrachters eine „Geschichte“ aus und bieten ihnen im Bedarfsfalle, wie z.B. bei einer Erkrankung, eine Lösung des Problems.

Wie lässt sich aber erklären, dass in einem Blindtest von coffeinhaltigen Erfrischungsgetränken die beiden Hauptwettbewerber gleich gut abschneiden, sich aber neun von zehn Käufern für die eine Marke entscheiden und die andere sogar kategorisch ablehnen? Wie ist es zu verstehen, dass baugleiche Autos unter verschiedenen Markennamen (wie z.B. VW Sharan, Seat Alhambra oder Ford Galaxy) in unterschiedlichen Vertriebskanälen zu differenzierten Preisen angeboten werden und das teurere Produkt gleich doppelt so erfolgreich ist?

Was macht Marken so besonders?

Der Erfolg der Marken macht

es deutlich: So weckt beispielsweise Coca Cola auf einzigartige Weise das Bedürfnis nach einer kühlen Erfrischung (Werbung „Genießen bei 3 Grad Celsius“). Der VW Sharan weckt beim potenziellen Kunden das Bedürfnis, an einem besonderen Fahrerlebnis teilzunehmen. Auch hier erzählen die Marken eine eigene Geschichte, über die man spricht und nach der es zu streben gilt. Dabei genießen sie ein hohes Vertrauenspotenzial.

Wonach entscheiden Sie beim täglichen Einkauf? Nach dem Preis? Nach der Qualität? Oder nach Image und Vertrauen? Sind Sie nicht auch unter Umständen bereit, für ein Markenprodukt ein paar Mark mehr zu bezahlen? Vertrauen

Sie bei einem Markenzeichen nicht auch auf Kompetenz und Qualität?

Dieses Gefühl gilt es auch im Bereich „Grün“ zu vermitteln. Deshalb hat 1999 der Landesverband Rheinland den Antrag gestellt, ein Konzept zur Durchführung einer bundesweiten PR-Kampagne zu entwickeln. Mit dieser Kampagne soll ein Bedürfnis nach „mehr Bauen mit Grün“ geweckt, die Bekanntheit des Signums sowie die Nachfrage nach GaLaBau-Leistungen gesteigert werden.

Mehrere Agenturen stellten dem BGL und einer eigens eingerichteten PR-Arbeitsgruppe ihre Ideen für ein solches Kommunikations-Konzept vor. Eine Agentur empfahl, vor der Planung der eigentlichen Kam-

von der Unternehmensberatung Simon Kucher & Partners durchgeführt. Neben einer umfangreichen Marktanalyse wurden sowohl GaLaBau-Betriebe als auch Kunden und Unternehmen persönlich und telefonisch befragt sowie in Gruppengesprächen um ihre Einschätzung der Branche gebeten. Die Ergebnisse der Analyse und Befragungen liegen inzwischen vor.

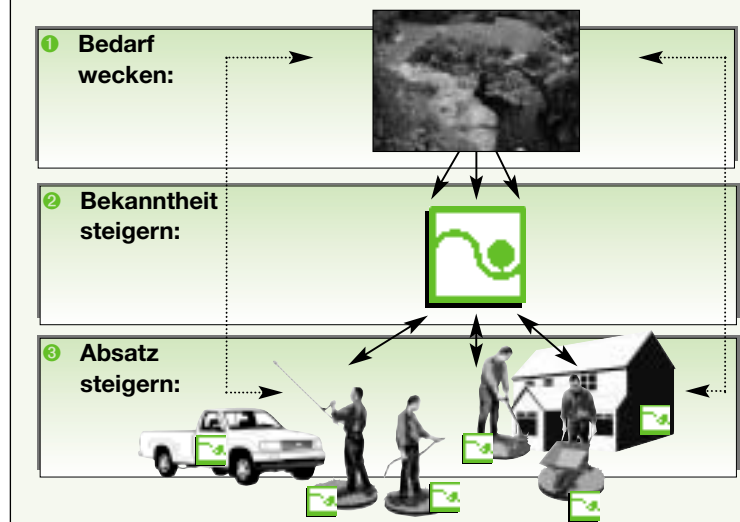
Was denken die Kunden?

Ist Ihnen bewusst, dass

- mehr als die Hälfte der von Simon, Kucher & Partners befragten privaten Gartenbesitzer und Unternehmen Ihr Signum überhaupt nicht kennen,
- mehr als 40% derer, die das Signum zu kennen glauben, mit

Ziele der Kampagne

Das 3-Stufen-Modell zur erfolgreichen Konzeption der Kampagne aller GaLaBau-Betriebe:



diesem Zeichen aber Bäume verbinden,
 • zwar mehr als 80% der befragten privaten Gartenbesitzer und Unternehmen angeben, den Landschaftsgärtner zu kennen, damit aber häufig einerseits die falschen Aufgabengebiete, wie z.B. Blumenzucht und -verkauf verbinden und andererseits Tätigkeiten, wie z.B. die Beratung, Gestaltung oder Pflasterarbeiten erst gar nicht zu den Aufgaben des Landschaftsgärtners zählen?

Wie ist diesem Nichtwissen zu begegnen?

Ausgehend von dieser Situation Ihrer Branche ist eine Kampagne zu entwickeln, die bundesweit folgende Ziele verfolgt:

Ziel 1. ist, das Bedürfnis nach „mehr Bauen mit Grün“ in den Köpfen der Kunden zu verankern. Dazu muss „Grün“ als wertvoller Lebensraum profiliert werden. Damit der entstehende Bedarf aber nicht bei irgendeinem Anbieter von Gartenleis-

Wie wirkt Werbung?

In der Regel steht für Werbezwecke ein mehr oder minder großes Budget zur Verfügung, das es optimal auszunutzen gilt. Mit diesem könnten auf der einen Seite z.B. alle Kundengruppen des GaLaBau mit der Kampagne direkt angesprochen werden. Damit wird zwar garantiert jeder GaLaBau-Betrieb zu 100 Prozent durch die Kampagne vertreten, die Intensität der Wirkung beim einzelnen Kunden ist jedoch aufgrund der begrenzten Mittel sehr gering. Auf der anderen Seite könnte aber auch nur eine wichtige Leistung bzw. Kundengruppe beworben werden, so dass die Durchschlagkraft der Kampagne bei dieser begrenzten Kundenklientel sehr hoch ist.

„Ich weiß, dass die Hälfte der Werbung rausgeschmissenes Geld ist. Ich weiß nur nicht, welche Hälfte es ist.“ John Wanamaker (1838 – 1922).

Sie alle kennen das Zitat. Aufgabe der Kampagne ist es somit, den wirksamen Teil der

Die drei wichtigsten Zielgruppen für den GaLaBau

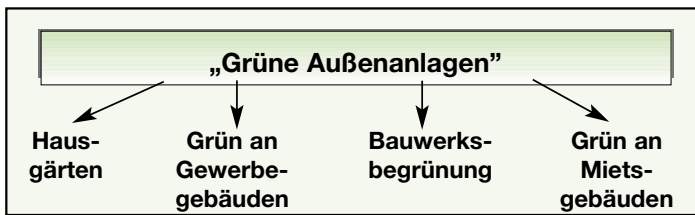
- 1 **Private Auftraggeber**
 → Große Bedeutung und hohes Wachstum durch zweifache Hebelwirkung
 - als Vorbild für Nachbarn
 - als Entscheider in Unternehmen
- 2 **Gewerbe/Industrieunternehmen**
 → Geringe Bedeutung, aber hohes Wachstum infolge des steigenden Wettbewerbsdrucks und der damit zunehmenden Bedeutung von Image und Repräsentation
- 3 **Wohnungsbauunternehmen**
 → Hohe Bedeutung und mittleres Wachstum insbesondere in Phasen des Mietermarktes

tungen nachgefragt wird, sondern bei einem anerkannten GaLaBau-Betrieb, ist als 2. Ziel das Signum bekannter zu machen. Dazu ist es so zu platzieren, dass es von den potenziellen Kunden bei ihrer Informationssuche nach „Grün“ wahrgenommen wird. Durch die Steigerung der Bekanntheit und des Images der Branche soll drittens der Absatz der GaLaBau-Betriebe mittelfristig steigen.

Werbung möglichst treffsicher anzugehen und das Risiko der Fehlinvestition zu minimieren. Dazu sind zunächst die relevanten Kundengruppen der Kampagne und die wesentlichen Inhalte der Kampagne zu identifizieren.

Bei wem soll Bedarf nach mehr „Grün“ geweckt werden?

Die GaLaBau-Betriebe wenden sich in ihrer Gesamtheit an



eine Vielzahl von Kundengruppen, wie z.B. Private Auftraggeber, Öffentliche Hand, Vereine etc., von denen jedoch nur die werblich angesprochen werden sollten, bei denen das größte Nachfragepotenzial besteht. Die Umfrage durch Simon, Kucher und Partners von GaLaBau-Betrieben zur heutigen Bedeutung der einzelnen Auftraggebergruppen sowie zu zukünftigen Nachfragepotenzialen (Wachstum) hatte folgendes Ergebnis:

Private Auftraggeber, Gewerbe- und Industrieunternehmen sowie Wohnungsbaugesellschaften sind aufgrund ihrer großen Bedeutung oder des hohen erwarteten Wachstums aus Expertensicht die relevanten Zielgruppen der Kampagne.

Begründet wird dies damit, dass die Gärten privater Auftraggeber häufig Vorbild und Ansporn für Nachbarn sind. Gleichzeitig finden sich unter den privaten Gartenbesitzern auch häufig Führungskräfte in Unternehmen oder öffentlichen Verwaltungen. Sie sind somit die Multiplikatoren für „Grün“ im Bereich Gewerbe/Industrie. Gerade hier werden Image- und Repräsentation aufgrund des steigenden Wettbewerbsdrucks künftig immer wichtiger. Daneben gewinnen insbesondere zu Zeiten des Mietermarktes, in denen Mieter die Wohnung wählen können und einer Wohnlage im Grünen gerne den Vorzug geben, die Wohnungsgesellschaften an Bedeutung.

Nach welcher Art von „Grün“ soll Bedarf geweckt werden?

Landschaftsgärtner bieten eine Vielzahl von GaLaBau-Leistungen an, die nicht allesamt

explizit in der Kampagne berücksichtigt werden können, weil dies zur Verwirrung führen würde. Bei welchen Leistungen besteht somit das größte Nachfragepotenzial? Nach in- wie externer Meinung besitzen „Grüne Außenanlagen am und um das Gebäude“ das größte Potenzial und sollten damit Hauptgegenstand der Kampagne sein. Neben dem „Grün“ sind darüber hinaus Materialien wie z.B. Holz, Steine und Licht bekannt zu machen.

Wussten Sie, dass die Marken Rolex und Cartier nicht zuletzt deshalb so erfolgreich sind, weil es beim Tragen einer Uhr nicht allein auf die korrekte Zeitmessung, sondern vielmehr auf das gewisse Lebensgefühl und Prestige ankommt? Ähnliches wurde in der Befragung auch im Bereich Grün ersichtlich: Die privaten Kunden begreifen „Grün“ als Erlebnis bzw. als Lebensgefühl, das es somit verstärkt im Verkaufsgespräch, aber auch in der Kampagne zu kommunizieren gilt. Gewerbe- und Industrieunternehmen hingegen wünschen Grün als Visitenkarte ihres Unternehmens zur Imagesteigerung und für Repräsentationszwecke.

Was ist an wen zu kommunizieren?

Für den Erfolg der Kampagne ist es notwendig, bei privaten Gartenbesitzern mit Emotionen und Lebensgefühl sowie bei Gewerbe-, Industrie- und Wohnungsbauunternehmen mit Image- und Repräsentationsargumenten das Bedürfnis nach „grünen Außenanlagen um und am Gebäude“ zu wecken.

Dabei ist im Rahmen der Privatgärten verstärkt die Frau

anzusprechen, denn sie ist diejenige, die das Thema „Garten“ ins Gespräch und zur Entscheidung bringt. Informationen hierzu erhält die Frau vor allem von Nachbarn und Freunden. Im Bereich der Unternehmen ist der Geschäftsführer wichtigster Einflussnehmer auf die Entscheidung für grüne Außenanlagen. Diese trifft er aufgrund von Budget- und inhaltlichen Vorgaben und informiert sich verstärkt über die gelben Seiten und das Internet.

Wie ist zu kommunizieren?

Um erfolgreich zu sein, muss die Kampagne emotional, aber kompetent und überraschend sein. Private Gartenbesitzer erwägen häufig als Alternativinvestition zum Garten die Investition in teure Fernreisen bzw. in die Hausrenovierung. Die Kampagne muss den „Urlaub“ und die Erholung im eigenen Garten“ sowie den „Garten als Teil des Hauses“ thematisieren, denn zum „Schöneren Wohnen“ gehört ebenso der schöne Blick in den Garten – zu jeder Jahres- und Tageszeit!


In der Kommunikation an Unternehmen muss insbesondere an das Image und die Repräsentation der Unternehmen appelliert werden, das durch Grün eine wesentliche Steigerung erfährt. Voraussetzung hierfür ist eine überzeugende Argumentation gegenüber den alternativen Instandhaltungsmaßnahmen am Unternehmensgebäude.

Wie kann der entstehende Bedarf auf die GaLaBau-Betriebe gelenkt werden?

Damit der Bedarf nach Grün die Nachfrage nach GaLaBau-Leistungen Ihrer Betriebe und nicht die der Nicht-Mitgliedsbetriebe erhöht, ist die Bekanntheit des Signums als gemeinsames Merkmal aller Mitgliedsbetriebe zu steigern. Dazu ist das Zeichen als wichtiges Wiedererkennungsmerkmal in die Kampagne zu integrieren. Um der Verwechslung mit einer

Baumschule zuvorzukommen, ist das Signum darüber hinaus mit einem galabauweisenden Zusatz zu versehen, der Kompetenz und Fachwissen ausstrahlt. Für den Erfolg der Kampagne ist es notwendig, das Signum zur Lenkung der Nachfrage – „Wegweiser“ – auf die Mitgliedsbetriebe als wesentlichen Bestandteil in die Kampagne zu integrieren. Damit das Signum jedoch Wirkung zeigen kann, sind analog zu den bekannten Markenbeispielen (Coca Cola, Apotheken etc.) konkrete GaLaBau-Leistungen notwendig. Diese erzählen eine „Geschichte“ von Kompetenz, Emotionen und „mehr als Grün“. Sie machen „Lust auf Grün“ und animieren den Betrachter erst, das Signum wahrzunehmen und zu lernen.

Umsetzung der Kampagne?

Die Gestaltungsansätze zur Umsetzung der Kampagne werden Ihnen von der Kölner Kommunikationsagentur Barten & Barten am 29. September 2001 auf dem Verbandskongress in Potsdam präsentiert. Die Agentur wird Ihnen auf Basis der Marktforschungsergebnisse umfassende Maßnahmen vorstellen: von der Anzeige über die Pressearbeit, bis hin zu zahlreichen Angeboten und Maßnahmen, die Sie individuell für Ihren Betrieb einsetzen können. Denn eins ist klar: Um eine optimale Wirkung der Kampagne zu erzielen, ist es notwendig, dass alle Betriebe die Kampagne durch das Tragen des Signums sowie durch individuelle Werbemaßnahmen vor Ort unterstützen. Wir freuen uns auf Ihr zahlreiches Erscheinen und hoffen, Sie von dem einzigartigen bundesweiten Kommunikationsvorhaben aller anerkannten GaLa-Bau-Betriebe überzeugen zu können. 

Dr. Karl-Heinz Sebastian, Senior Partner, und Birgit Meyer, Consultant, bei Simon, Kucher & Partners, Bonn

Manfred Junicke,
Vorsitzender des
BGL-Koordinie-
rungsausschusses,
über die Markt-
studie und die
geplante
Kampagne



andschaftsgärtner, in die Öffentlichkeit!

ARGUMENTE FÜR EINE KOMMUNIKATIONS-KAMPAGNE DES BERUFSSTANDES

„Wir brauchen keine Marktforschung! Wir kennen unsere Kunden und wissen genau, welche Dienstleistungen wir verkaufen müssen.“ Dies sind einige der Kommentare, die zunächst fielen, als es darum ging, eine umfangreiche Marktforschung für den Berufsstand der Landschaftsgärtner in Auftrag zu geben. Ich muss sagen, dass ich der Marktforschung anfangs auch eher skeptisch gegenüber stand. Aber ich wollte auch, dass sich die Maßnahmen, die wir im Rahmen einer Kommunikations-Kampagne durchführen wollen, an die richtige Zielgruppe wenden und die richtigen Produkte und Dienstleistungen vermarktet werden. In Anbetracht der jetzt vorliegenden Ergebnisse bin ich froh, dass wir den Planungen zu einer Kommunikations-Kampagne diese Marktforschung vorgeschaltet haben.

Was für ein schönes Ergebnis: 80% der befragten privaten Gartenbesitzer und Unternehmen kennen den Landschaftsgärtner. Eigentlich könnten wir stolz auf diesen Bekanntheitsgrad sein. Nur leider sind es die falschen Dienstleistungen, die von den Befragten mit der Berufsbezeichnung Landschaftsgärtner in Verbindung gebracht werden. Fast drängt sich der Eindruck auf, dass Gärtner und




Manfred Junicke

Landschaftsgärtner in der breiten Öffentlichkeit schlichtweg gleichbedeutend sind. Die Abgrenzungsversuche unseres Berufsstandes von den gärtnerischen Tätigkeiten scheinen bei unseren Kunden nicht angekommen zu sein. Schließlich bringen sie unseren Berufsstand nicht mit der Beratung, der Gestaltung oder mit Pflasterarbeiten in Verbindung. Nein, wir haben Gewächshäuser, züchten und verkaufen Blumen.

Ebenso alarmierend sind die Ergebnisse der Befragungen im Hinblick auf die Bekanntheit unseres Signums. Dass nur etwa die Hälfte aller befragten privaten Gartenbesitzer und Unternehmen das Signum kennt, ist erschütternd. Als ob dies noch nicht genug wäre, verbinden 40% der Personen,

die das Signum zu kennen glauben, dieses Zeichen mit Bäumen. Offensichtlich werben wir also mit unserem Signum für eine andere Berufsgruppe. Vielleicht liegt es daran, dass wir keine einheitlichen Aussagen haben, die wir mit diesem Signum verbinden. Ein Betrieb verbindet das Signum mit „Kompetenz in Grün“, der andere mit dem „Landschaftsgärtner“ und der nächste mit einem Symbol für die richtige „Baumpflege“. Fazit: Das Signum muss eine einheitliche Geschichte erzählen und mit Leben gefüllt werden. Nur so kann es nachhaltig mit einer einzigen Botschaft in Verbindung gebracht werden.

Ich denke, allein diese beiden Ergebnisse der Marktforschung machen eines deutlich: das Berufsbild der Landschaftsgärtner mit seinen Dienstleistungen und Produkten ist in der Öffentlichkeit nicht hinreichend bekannt. Beim Umsatz geht zuviel an branchenfremde Betriebe verloren, denn die Bedeutung unseres Signums als Fachbetrieb für Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau ist nicht bekannt. Folglich „lahmt“ der Umsatz. Hier müssen wir alle gemeinsam dringend Abhilfe schaffen. Dies wollen wir durch die Durchführung einer Kommunikations-Kampagne erreichen.

Am 29. September 2001 wird die Agentur Barten & Barten aus Köln auf dem Vierten BGL-Verbandskongress in Potsdam ihre Ideen für eine maßgeschneiderte Kommunikations-Kampagne für die Landschaftsgärtner, für unsere Mitgliedsbetriebe, präsentieren. Ich bitte Sie alle, sich die Zeit zu nehmen, nach Potsdam zu kommen. Lassen Sie sich durch die dort vorgeschlagenen Ideen überzeugen. Wir planen eine Kommunikations-Kampagne, die nur dann erfolgreich sein kann, wenn sich so viele GaLaBau-Betriebe wie möglich zu ihr bekennen und sie auch vor Ort umsetzen. Nur so können wir alle gemeinsam den Bekanntheitsgrad und das Image unserer Branche stärken und damit mittelfristig den Umsatz erhöhen. Diese Investition sollten wir tätigen. Vor dem Hintergrund der Marktstudie verspricht sie Erfolg. 

Manfred Junicke, Vorsitzender des BGL-Koordinierungsausschusses

Auch für GaLaBau-Unternehmen von Bedeutung

Änderung des Betriebsverfassungsrechts

Am 28. Juli 2001 ist das Gesetz zur Reform des Betriebsverfassungsgesetzes in Kraft getreten. Es enthält eine Reihe von Änderungen, die auch für die kleinstrukturierten, mittelständischen Unternehmen des Garten-, Landschafts- und Sportplatzbaues von Bedeutung sind. Nachfolgend sind in einem ersten Überblick wichtige Änderungen der Novellierung dargestellt.

Allgemeines:

Arbeitnehmer in Betriebsteilen können sich entscheiden, durch den Betriebsrat des Hauptbetriebes vertreten zu werden oder einen eigenen zu bilden. Zudem ist die Unterscheidung zwischen Arbeitern und Angestellten aufgehoben worden. Bei der Besetzung des Betriebsrates ist ein Geschlechterproporz zu beachten, im Sinne einer Minderheitenschutzregelung. Besteht der Betriebsrat aus mindestens drei Personen, müssen Männer oder Frauen mindestens entsprechend ihrem zahlenmäßigen Verhältnis im Betriebsrat vertreten sein.

Definition des Betriebes

Die Definition des gemeinsamen Betriebes in § 1 Abs. 2 BetrVG ist zukünftig mit einer gesetzlichen Vermutung unterlegt. Bei gemeinsamer Nutzung von Betriebsmitteln und gemeinsamem Einsatz von Arbeitnehmern bzw. bei Spaltung, wenn die Organisation des betroffenen Betriebsteils/Betriebs im wesentlichen unverändert bestehen bleibt, wird von einem gemeinsamen Betrieb ausgegangen. Eine gesetzliche Vermutung ist widerlegbar. Zur Zeit ist jedoch noch offen, wie diese Vermutung widerlegt werden kann. Nach bisherigen Erkenntnissen ist in erster Linie wohl die Widerlegung durch den Nachweis einer fehlenden Führungsvereinbarung der Betriebsteile bzw. Organisationseinheiten möglich.

Arbeitnehmerüberlassung

Leiharbeiter erhalten das aktive Wahlrecht zum Betriebsrat, wenn sie drei Monate im Betrieb

eingesetzt werden, ohne dass ihnen ein passives Wahlrecht eingeräumt wird. Für die Berechnung von Schwellenwerten hinsichtlich der Größe des Betriebsrates und der Freistellungen von Betriebsratsmitgliedern bleiben sie außen vor.

Übergangs- und Restmandate

Das in der Rechtsprechung entwickelte Übergangs- und Restmandat (§§ 21a, 21b BetrVG) hat Einzug in das Betriebsverfassungsgesetz gefunden. Es gilt bei jeder Form der Betriebsspaltung sowie bei einer Zusammenlegung. Das Übergangsmandat beträgt höchstens sechs – verlängerbar auf zwölf – Monate. Das Restmandat ist zeitlich begrenzt auf die Wahrnehmung der im Zusammenhang mit der Stilllegungsspaltung oder Zusammenlegung stehenden Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrechte.

Entlohnung der Betriebsratstätigkeit

Neu ist ebenfalls, dass die Betriebsratstätigkeit außerhalb der Arbeitszeit künftig zu entlohnen ist, wenn sie aus unterschiedlichen Arbeitszeiten (Verhältnis Betriebsratstätigkeit zur üblichen Arbeitszeit) resultiert. Schulungen für Betriebsratsmitglieder führen ebenfalls zu einem entsprechenden Ausgleichsanspruch. Schulungen von Teilkraften sind bis zur Höhe der Arbeitszeit einer Vollzeitkraft ebenfalls ausgleichspflichtig. Damit bewegt sich die Institution „Betriebsrat“, die als unentgeltliches Ehrenamt ausgestaltet war, hin zu einem vergüteten Hauptamt.

Vereinfachtes Wahlverfahren

Es wurde ein vereinfachtes Wahlverfahren für Betriebe, von denen in der Regel fünf bis 50 wahlberechtigten Arbeitnehmern, gem. § 14a BetrVG, eingeführt. Danach soll in diesen Betrieben der Betriebsrat in einem zweistufigen Wahlverfahren gewählt werden. Auf einer ersten Wahlversammlung wird der Wahlvorstand

nach dem neuen § 17a Nr. 3 BetrVG gewählt. Auf der zweiten Wahlversammlung wird der Betriebsrat in geheimer und unmittelbarer Wahl gewählt. Die Wahlversammlung zum Betriebsrat findet eine Woche nach der ersten Wahlversammlung statt. Im Rahmen dieses vereinfachten Verfahrens können Wahlvorschläge bis zum Ende der Wahlversammlung angegeben werden. Auch für Wahlvorschläge im Rahmen dieses vereinfachten Wahlverfahrens gilt, dass jeder Wahlvorschlag der Arbeitnehmer von mindestens 1/20 der wahlberechtigten Arbeitnehmer, mindestens jedoch von drei Wahlberechtigten, unterzeichnet sein muss. In Betrieben mit in der Regel bis zu 20 wahlberechtigten Arbeitnehmern genügt hingegen die Unterzeichnung durch zwei wahlberechtigte Personen. In jedem Fall genügt die Unterzeichnung durch 50 Wahlberechtigte. Diese Vorschrift gilt auch für Wahlvorschläge im Rahmen des vereinfachten Verfahrens. Allerdings müssen Wahlvorschläge, die erst auf der Wahlversammlung für den Wahlvorstand eingebracht werden, nicht schriftlich erfolgen.

Wird der Wahlvorstand in Betrieben mit in der Regel fünf - 50 wahlberechtigten Arbeitnehmern vom Betriebsrat, vom Gesamtbetriebsrat oder Konzernbetriebsrat oder aber vom Arbeitsgericht bestellt, ist der Betriebsrat abweichend von der allgemeinen Regelung auf nur einer Wahlversammlung in geheimer und unmittelbarer Wahl zu wählen. Wahlvorschläge können dann bis zu einer Woche vor der Wahl des Betriebsrates eingebracht werden.

Eine Bestellung des Wahlvorstandes durch das Arbeitsgericht findet z.B. statt, wenn trotz Einladungen keine Wahlversammlung stattfindet oder auf der Wahlversammlung kein Wahlvorstand gewählt wird.

Weiterhin sieht das vereinfachte Wahlverfahren für Kleinbetriebe vor, dass wahlberechtigten Arbeitnehmern, die an der Wahlversammlung zur Wahl des Betriebsrates nicht teilnehmen können, die Gelegenheit zur schriftlichen Stimmabgabe zu geben ist. Betrieben mit in der Regel 51 - 100 wahlberechtigten

Arbeitnehmern steht es frei, sich gemeinsam für das vereinfachte Wahlverfahren in ihren Betrieben zu entscheiden.

Mehrheits- oder Verhältniswahlrecht

In Kleinbetrieben mit bis zu 50 Arbeitnehmern ist immer das Mehrheitswahlrecht anzuwenden. Dies regelt § 14 BetrVG für Wahlen des Betriebsrates im vereinfachten Wahlverfahren nach § 14a BetrVG. In den übrigen Betrieben wird nach den Grundsätzen des Verhältniswahlrechtes gewählt. Dies gilt natürlich nicht, wenn in diesen Betrieben nur ein Wahlvorschlag eingereicht wird.

Einladung zur Wahlversammlung

Die Frist für die Einladung zur Wahlversammlung, in der der Wahlvorstand gewählt werden soll, muss mindestens sieben Tage betragen. Die Einladung muss Ort, Tag und Zeit der Wahlversammlung sowie den Hinweis enthalten, dass bis zum Ende dieser Wahlversammlung Wahlvorschläge zur Wahl des Betriebsrates gemacht werden können, § 125 BetrVG.

Betriebsratsgröße und Freistellungen

Die Zahl der Betriebsratsmitglieder ist bei Betriebsgrößen ab in der Regel 100 Arbeitnehmern erhöht worden. Allerdings ist es bei Betrieben von fünf - 20 wahlberechtigten Arbeitnehmern dabei geblieben, dass der Betriebsrat aus einer Person besteht. Bei Betrieben von 21 - 50 wahlberechtigten Arbeitnehmern sind es drei Mitglieder und bei Betrieben von 51 - 100 Arbeitnehmern fünf Mitglieder. Auch die Zahl der freizustellenden Betriebsratsmitglieder wurde durch die Reform des BetrVG erhöht. Betroffen sind hiervon Betriebe ab 200 Arbeitnehmer.

Kostentragungspflichten

§ 40 BetrVG erweitert nunmehr die Kostentragungspflicht des Arbeitgebers um Kosten für Informations- und Kommunikationstechnik für den Betriebsrat.

In der nächsten Ausgabe werden weitere Änderungen des Gesetzes dargestellt.

Seminare der Landesverbände

Die Landesverbände des BGL bieten unten stehende Seminare an. Die Teilnahme an den Seminaren ist nur für die Mitglieder der genannten Zielgruppen möglich. Allerdings können Interessierte der höheren Zielgruppe teilnehmen. In der Lehrgangsgebühr nicht enthalten sind die Kosten für Übernachtung und Verpflegung.

(M) = Preis f. Mitglieder, (N) = Preis f. Nichtmitglieder,
(A) = reduzierte Seminargebühr für Auszubildende
Anfragen sind ausschließlich per Fax möglich bei:

- GaLaBau-Service GmbH (GBS) Hessen-Thüringen
Fax (0 61 22) 9 31 16-24
- Förderverein Landschaftsbau Hochschulen (FLH)
Fax (0 40) 34 48 77
- LV Hamburg
Fax (0 40) 84 90 02 69
- LV Westfalen-Lippe
Fax (0 23 85) 9 11 22 22
- LV Berlin/Brandenburg
Fax (0 30) 8 15 35 08
- Grün-Company Baden-Württemberg GmbH
Fax (07 11) 9 75 66 20
- LV Sachsen
Fax (03 52 04) 4 43 52
- LV Rheinland
Fax (02 21) 7 15 10 41
- Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan GmbH
Fax (0 81 61) 48 78 48

Termin	Thema	Veranstalter	Gebühr
Zielgruppe 1: Unternehmer / Geschäftsführer			
21.-23.09.2001	Strategische Betriebsentwicklung	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	270,00 DM (M) 350,00 DM (N)
21.-23.09.2001	Führungskompetenz und Mitarbeiterführung	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	340,00 DM (M) 440,00 DM (N)
26.09.2001	Die Baumpflanzung – fachliche und rechtliche Aspekte	Grün-Company	250,00 DM (M) 325,00 DM (N)
27.-28.09.2001	Der Kunde, ein notwendiges Übel – Marketingseminar	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	1140,00DM (M) 1480,00DM (N)
04.10.2001	Erbrecht bei Klein- und mittelständischen Betrieben	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	355,00 DM (M) 485,00 DM (N)
19.-21.10.2001	Grundlagen des Marketing	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	270,00 DM (M) 350,00 DM (N)
Zielgruppe 2: Bauleiter / technischer Betriebsleiter			
17.-18.09.2001	Verantwortliche Fachkraft zur Sicherung v. Arbeitsstellen	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	480,00 DM (M) 652,00 DM (N)
19.09.2001	Bäume auf Baustellen – Schäden, Schutz, Kontrolle	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	240,00 DM (M) 310,00 DM (N)
20.09.2001	Feng-Shui in Garten und Park	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	295,00 DM (M) 380,00 DM (N)
21.-22.09.2001	Schwimmteiche an praktischen Beispielen	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	460,00 DM (M) 600,00 DM (N)
21.-23.09.2001	Führungskompetenz und Mitarbeiterführung	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	340,00 DM (M) 440,00 DM (N)
24.-25.09.2001	Bäume effektiv kartieren	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	310,00 DM (M) 410,00 DM (N)
25.09.2001	Vegetationstragschichten für Stadt- u. Straßenbäume	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	345,00 DM (M) 445,00 DM (N)
26.09.2001	Mykorrhizaeinsatz in der Baumpflege	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	180,00 DM (M) 250,00 DM (N)
26.-27.09.2001	Visuelle Baumkontrolle nach der VTA-Methode	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	595,00 DM (M) 770,00 DM (N)
31.10.2001	Fachkraft für die Sicherung von Arbeitsstellen	Grün-Company	195,00 DM (M) 266,00 DM (N)

Termin	Thema	Veranstalter	Gebühr
Zielgruppe 4: Ausbilder			
07.-09.09.2001	Holzbau im GaLaBau	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	340,00 DM (M) 440,00 DM (N)
07.-09.09.2001	Gestaltung von Gärten nach Feng-Shui-Prinzipien	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	270,00 DM (M) 350,00 DM (N)
14.-16.09.2001	Historische Gärten Gartendenkmalpflege	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	270,00 DM (M) 350,00 DM (N)
14.-16.09.2001	Rosenbegleitgrün	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	270,00 DM (M) 350,00 DM (N)
21.-23.09.2001	Beton- und Schalungsbau	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	340,00 DM (M) 440,00 DM (N)
05.-07.10.2001	Vogeschutz und Futterhäuser	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	340,00 DM (M) 440,00 DM (N)
05.-07.10.2001	Gestaltung von Gärten nach Feng-Shui-Prinzipien	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	270,00 DM (M) 350,00 DM (N)
19.-21.10.2001	Straßenbegleitgrün	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	270,00 DM (M) 350,00 DM (N)
19.-21.10.2001	Gartenplanung I	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	270,00 DM (M) 350,00 DM (N)
19.-21.10.2001	Natursteinpflaster für Anfänger	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	340,00 DM (M) 440,00 DM (N)
Zielgruppe 6: Landschaftsgärtner / Gehilfen			
10.09.2001	Doppelseilklettertechnik der Baumpflege	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	990,00 DM (M) 1290,00 DM (N)
11.-13.09.2001	Gabionen-Steintrockenmauern	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	680,00 DM (M) 880,00 DM (N)
27.-28.09.2001	Der Vorarbeiter – kundenfreundlicher Repräsentant	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	730,00 DM (M) 950,00 DM (N)
01.10.2001	Staudenpflege für Praktiker mit wenig Erfahrungen	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	225,00 DM (M) 290,00 DM (N)
02.10.2001	Montage von Kletterhilfen an Mauern und Fassaden	Akademie für Landschaftsbau Weihenstephan	330,00 DM (M) 430,00 DM (N)
19.-24.10.2001	Der Landschaftsgärtner auf dem Weg zum Vorarbeiter	GaLaBau-Service GmbH Hessen-Thüringen	790,00 DM (M) 990,00 DM (N)

EURO-INFO

Ab dem 01.09.2001 können Firmenkunden bei den Banken im Rahmen des sogenannten Frontloading Euro-Banknoten und Münzen erhalten. Dies gilt nicht für Privathaushalte. Denken Sie also daran, insbesondere wenn Sie auch eine Handelsschiene betreiben, sich rechtzeitig mit Euro zu versorgen. Sprechen Sie mit Ihrer Hausbank.

Beachten Sie auch die Euro-Umstellungen beim Steuerrecht. Unternehmen, die ihre Steuererklärung selbst machen, haben einiges zu beachten. Für Geschäftsjahre, die nach dem 31.12.2001 enden, muss der Jahresabschluss in Euro erstellt werden. Die handelsrechtlichen Regelungen gelten auch für die Steuerbilanz und die Gewinn- und Verlustrechnung.

Für die Besteuerungszeiträume bis 31.12.2001 müssen Steuerklärungen in DM eingereicht werden, auch dann, wenn sie erst nach dem 31.12.2001 abgegeben werden.

In der am 31.12.2001 endenden Übergangszeit besteht nur für Umsatzsteuer-Voranmeldung, Umsatzsteuer-Jahreserklärung und Lohnsteuer-Anmeldung die Wahlmöglichkeit der Abgabe in Euro oder DM.



Dachbegrünungen sind ein ökologisch wertvoller Beitrag für die Natur. Das gilt auch für Enten, die sich gerne in solchen Oasen ansiedeln. Quelle: Optigrün, D-72505 Kraichenwies-Göggingen

Ente gut - alles gut! Auf einem Gründach im württembergischen Sigmaringen war was los: Mitarbeiter einer Computerfirma sichteten dort eine Entenmutter mit sieben Küken! Das begrünte Dach, eine Extensivbegrünung bepflanzt mit Schnittlauch, Karthäusernelken und partiellen Anhögelungen mit Kleinsträuchern, bot der brütenden Mutter bisher guten Schutz vor Katzen, Raben und Greifvögeln. Die Mitarbeiter berichteten, dass sich jedes Jahr brütende Enten auf den insgesamt vier Dachbegrünungen des Hauses einfinden. Die Ente also als Sinnbild für den Nutzen begrünter Dächer.

Steuertermine Oktober 2001

Steuerart	für Zeitraum	Termin	letzter Tag der Schonfrist
Lohnsteuer Lohnkirchensteuer Solidaritätszuschlag	September 2001	10. Oktober	15. Oktober
Umsatzsteuer	September 2001 ohne Fristverlängerung	10. Oktober	15. Oktober
Umsatzsteuer	September 2001 mit Fristverlängerung	10. Oktober	15. Oktober
Umsatzsteuer	3. Quartal 2001 ohne Fristverlängerung	10. Oktober	15. Oktober

**Bitte beachten: Regionale Feiertage sind nicht berücksichtigt!
Die Schonfrist gilt nicht bei Barzahlungen oder bei der Übergabe oder Übersendungen von Schecks.**

GaLaBau-Weihnachts-Aktion 2001

Noch genießen wir den Sommer in vollen Zügen ...
kein Mensch denkt jetzt an Eis, Winter und Schnee ...

... — doch bald ist es wieder soweit —
es weihnachtet weit und breit!

Nach dem Motto „Kein Stress bei der Suche nach Geschenken“ bietet Ihnen die GBS die Möglichkeit in aller Ruhe passende Präsente für Ihre Geschäftsfreunde und Kunden oder das kleine „Dankeschön“ für die Weihnachtsfeier der Mitarbeiter auszusuchen. Auch in diesem Jahr können Sie wieder mit einem „geistvollen“ Präsent Freude bereiten ...

Und für den ganz persönlichen Weihnachts-Gruß, überreichen Sie Ihr Präsent mit der GaLaBau-Weihnachtskarte, gestaltet vom bekannten Künstler Wilhelm Schlote.

„GaLaBau-Himbeer-Geist“

Feinstes Destillat,
40% vol., von bester
Qualität aus vollreifen
Früchten,
verarbeitet auf
höchstem Niveau,
hergestellt nach alter
deutscher Tradition,
abgefüllt in einer
repräsentativen
Designer-Flasche,
0,2 l.



Der Anhänger
wird mit der Adresse Ihres
GaLaBau-Betriebes auf
der Rückseite bedruckt.
Verpackungseinheit:
6 Flaschen im Karton.

Bestellen Sie noch heute – am besten per Fax – damit Sie nachher nicht doch in letzter Minute, kurz vor Ladenschluss, durch die Geschäfte hetzen oder, noch schlimmer, mit leeren Händen dastehen ...



Künstlerkarte von Wilhelm Schlote,

exklusiv für den
GaLaBau, Format DIN
lang, inkl. passendem
Kuvert. Verpackungseinheit: 10 Stk.



Art.Nr.	Bestellmenge	6	18	ab 36
06.21	DM / Stk.	15,40	14,90	14,40

Art.Nr.	Bestellmenge	10	ab 50	ab 100
06.22	DM / Stk.	1,95	1,85	1,75

Ihre Weihnachtskarte mit persönlicher Note!

Auch das ist möglich mit einem zusätzlichen
Gruß- und / oder Firmeneindruck:
Druckkosten, einfarbig schwarz, inkl. Verfilmung:

Bestellmenge	100-500	ab 600-1000
DM	1,85	179,00

Voraussetzung ist die Zusendung einer reprofähigen
Vorlage. Eventuell notwendige Satz- oder Filmkosten
werden zum Selbstkostenpreis berechnet.

Alle Preise verstehen sich zzgl.
gesetzlicher MwSt. und
Versandkosten und solange
der Vorrat reicht.
Lieferung erfolgt auf der
Grundlage unserer
Lieferbedingungen.

Sollten Sie nichts Passendes gefunden haben !?

Im neuen GaLaBau-Werbemittel-Katalog finden Sie noch viele

weitere Anregungen! Oder Sie verschenken dieses Jahr mal etwas „Nützliches“?

Der Katalog „GaLaBau-Berufskleidung 2001“ bietet Ihnen da viele Möglichkeiten!

Beide Kataloge erhalten Sie Ende September 2001 per Post.

Dieses Angebot ist zeitlich begrenzt.

Bitte senden Sie den Bestellschein bis
spätestens **09. November 2001** zurück.
Später eingehende Bestellungen können aus
produktionstechnischen Gründen
nicht berücksichtigt werden.

GaLaBau Service GmbH

Haus der Landschaft

Frau Danz

53602 Bad Honnef

FAX: 0 22 24 / 77 07 77

Absender / Lieferanschrift:

Datum / Unterschrift:

Bestellschein „Weihnachts-Aktion-2001“

Art.bezeichnung	Art.Nr.	Preis DM/St	Anzahl	Gesamt DM	
GaLaBau-Himbeergeist	06.21				
Weihnachts-Karte	06.22				

Weihnachtskarte mit Eindruck, reprofähige Vorlage liegt bei!

Ihre Bestellung muß bis 09.11.2001 vorliegen. Das Angebot gilt bis 09.11.2001 und solange der Vorrat reicht.
Lieferung erfolgt ab 12.11.2001. Alle Preise gelten zzgl. gesetzlicher MwSt. und
Versandkosten. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Bad Honnef.

Ges. Bestellsumme: _____

Zentralregulierung (ZR): (2% Sonderrabatt + 30 Tage Zahlungsziel)

Wir sind Teilnehmer am ZR-Verfahren und
bestellen zu Bedingungen für Zentralregulierung.

Wir sind an der Teilnahme am ZR-Verfahren sehr
interessiert und bitten um Zusendung von Informationen.

BUGA Potsdam

Ständige Bewegung auf der Lehrbaustelle



Die Lehrbaustelle macht ihrem Namen alle Ehre und zeigt, wie viel Arbeit und landschaftsgärtnerisches Können zum Bau eines Themengartens notwendig sind



René Geyer (links) und Christian Rückheim arbeiteten einige Tage auf der Lehrbaustelle der BUGA in Potsdam

Auf der Bundesgartenschau in Potsdam zeigen die Fachverbände Brandenburg und Berlin/Brandenburg den Besuchern auf der Lehrbaustelle das vielfältige Leistungsspektrum landschaftsgärtnerischer Tätigkeiten. Unter dem Motto „Themengarten im Wandel“ erlebt der Besucher die Anlage von zahlreichen verschiedenen Teilflächen mit Pergola, Teich, Wasserlandschaft und vielfältigen Pflanzungen. Mit jeder Bauphase ändern die Gestaltungselemente ihre Erscheinungsform. Je zwei Auszubildende

aus Fachbetrieben des Garten- und Landschaftsbaus leisten täglich auf der BUGA einen weiteren Schritt zu Fertigstellung des Geländes.


Zum Start der BUGA gab es auf der Baustelle gerade mal ein paar Wege und leere Beete. „Mittlerweile ist die Hälfte der Zeit um und das Meiste haben wir schon geschafft“, freut sich Christine Kluziak, die für den Themengarten verantwortlich ist. Neben Sträuchern und Büschen haben die jungen Landschaftsgärtner eine Brücke errichtet, einen Teich und einen

kleinen Bach angelegt, eine Trockenmauer hochgezogen und viele Beete bepflanzt.

Die Auszubildenden René Geyer und Christian Rückheim sind begeistert von ihrem einwöchigen Einsatz auf der BUGA. Sie haben vor allem an einer kleinen Mauer gebaut. „Erst mussten wir eine andere Mauer abreißen, die ein bisschen schief war, und jetzt bauen wir eine neue“, erzählt Christian. Zwischendurch legen sie die Maurerkelle immer mal wieder beiseite. Dann kommt eine Gruppe Neugieriger vorbei und stellt ein paar Fragen. „Meistens ist das ganz lustig und fast alle Leute sind auch freundlich“, findet René.

Besucher der Gartenschau konnten ihnen über die Schulter schauen und die beiden gaben bereitwillig Auskunft über ihre Arbeit.

Auch Rita Kaiser, Ausbildungsbeauftragte vom FGL Brandenburg ist mit der Lehrbaustelle zufrieden. Sie hofft vor allem, dass auf diese Weise der Beruf bekannter wird.

Wenn René und Christian ihre Mauer fertig gebaut haben, startet das letzte Großprojekt auf der BUGA-Lehrbaustelle. Dann wollen die jungen Landschaftsgärtner ein kleines Delta anlegen, mit dem der Bach in den Teich mündet. 

» ZUKUNFTSWEISENDE SIEDLUNGSENTWÄSSERUNG – VERANTWORTUNGSVOLLER UMGANG MIT WASSER

Das Forum Zukunft grünes Bauen in Pfullendorf informierte über die Möglichkeiten der Entsiegelung und der Behandlung von Regenwasser bei der Erschließung neuer Baugebiete. Mehr als 100 Fachleute aus den Bereichen Umwelt, Politik, Wissenschaft und Industrie gingen in Pfullendorf den Fragen nach einer sinnvollen Hochwasservorsorge nach. Neue Wege

für den Umgang mit Regenwasser und die verschiedenen Bausteine eines modernen Regenwassermanagements waren die Fachthemen in der Diskussion um neue Verfahren zur ökologischen Siedlungsentwässerung.

Das Problem ist die Bodenversiegelung, die durch die Eingriffe des Menschen in den Naturhaushalt entsteht. Die Folge ist eine Unterbrechung der natürlichen Wasserkreisläufe und eine Überlastung der Kanalisation, die die Grundwasserneubildung erschwert und dadurch negative Folgen für das Klein- und Großklima hat. Langfristig führt dies zu fehlendem Lebensraum für Mensch und Tier.

Eine Fläche von 1.000 Quadratmetern werde pro Minute versiegelt. Dies summiert sich täglich auf 144 Hektar, jährlich auf die Fläche des Bodensees und in 66 Jahren werde in Deutschland die Fläche von Baden-Württemberg versiegelt. Mit diesen Zahlen eröffnete der Leiter des Stadtplanungsamtes a. D. der Landeshauptstadt Stuttgart, Dipl.-Ing. Albert Ackermann, sein Referat. Trotz der allgemein anerkannten Tatsache, dass Wasser zu den wichtigsten Lebensgrundlagen zähle, würden die vorhandenen Gesetze immer noch zu häufig umgangen und nicht umgesetzt. Dabei könne zum Beispiel eine Begrünung von Dächern in richtiger Stärke (Mindestsubstanzdicke von 12 cm, bei richtiger Ausführung) bereits 50% des jährlichen Niederschlages zurückhalten und damit einen wertvollen Beitrag zum ökologischen Gleichgewicht leisten. Ein Beispiel für moderne Siedlungsentwässerung präsentierte Herbert Dreiseitl vom Atelier Dreiseitl in Überlingen. Seiner Meinung nach gibt es noch viel zu wenige gute Beispiele und das liege vor allem in der Planungskultur von Baugebieten.

Personalie

Am 8. August 2001 feierte **Karl Fischer**, Gütersloh, seinen **75. Geburtstag**. Als ehemaliger BGL-Vizepräsident und Schatzmeister hatte er von 1974 bis 1978 die berufsständische Arbeit maßgeblich mitgestaltet. Karl Fischer engagierte sich besonders im Sachverständigenwesen und in der Normenarbeit. So war er beispielsweise Mitglied des DIN-Ausschusses zur Überarbeitung der Landschaftsbau-Fachnormen. Fischer war zudem neuen Arbeitsgebieten wie z.B. der Baumpflege oder der Großbaumverpflanzung gegenüber immer aufgeschlossen. Auch auf Landesebene setzte er sich nachhaltig für die Belange des Berufsstandes ein. Sein beispielhafter Einsatz wurde 1995 mit der Goldenen Ehrennadel des BGL gewürdigt.



Freuten sich über den Ginkgo-Baum auf der Ehrenbaum-Allee des Nürburgrings: v.r.n.l. Dr. Walter Kafitz (Geschäftsführer der Nürburgring GmbH), Heinz-Werner Lenz (Truck Europameister), Werner Küsters (BGL-Präsident), Dieter Enders (ADAC Mittelrhein), Adolf Mock (BGL-Präsidium)

» BGL STIFTET ZWEITEN GINKGO AM NÜRBURGRING

Der BGL hat am 14. Juli im Rahmen des ADAC-Truck-Grand-Prix auf dem Nürburgring einen Ginkgo-Baum an den Truck-Europameister Heinz-Werner Lenz übergeben und zusammen mit ihm eingepflanzt. Der Ginkgo steht nun auf der Ehrenbaum-Allee in der Nähe des Fahrerlagers auf dem Nürburgring. Es handelt sich um den zweiten Ginkgo, der von den Landschaftsgärtnern für die legendäre Rennstrecke gestiftet wurde. Der erste Baum schmückt die Ehrenbaum-Allee seit dem ADAC-24h-Rennen am 26. Mai dieses Jahres.

„Die Landschaftsgärtner haben mit diesen Baumpflanzungen einen kleinen, aber wichtigen Beitrag für die natürliche Attraktivität der Rennstrecke geleistet“, so Werner Küsters, BGL-Präsident aus Neuss.

Dabei hat sich der Berufsstand bewusst für die Pflanzung eines robusten und widerstandsfähigen Ginkgos entschieden. „Er ist im wahrsten Sinne des Wortes ein Baum, der sich positiv auf seine Umgebung auswirkt. Dies liegt nicht nur an seiner Anspruchslosigkeit, sondern auch an seiner hervorragenden Ökobilanz im Vergleich zu anderen Bäumen“, so Küsters weiter. Mit einer Höhe von bis zu 30 Metern und einer sehr guten Anpassungsfähigkeit an verschiedene Böden bietet er ideale Voraussetzungen für eine dauerhafte Begrünung auf dem Gelände des Nürburgrings.

» MEISTERKURS IN TEILZEITFORM

Einen neuen Vorbereitungskurs für die Meisterprüfung im Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau bietet der Landesverband Hamburg ab dem 4. Dezember 2001 an. Der Kurs läuft über 15 Monate bis zum 28. Februar 2003.

Der Kurs wird gemischt in Teilzeit- und Vollzeitform durchgeführt. Der Teilzeitunterricht findet in den Monaten Dezember 2001 sowie März bis Dezember 2002 sowie zusätzlich alle 14 Tage freitags und vereinzelt samstags statt. In Vollzeitform wird der Kurs zusätzlich als Blockunterricht im Januar und Februar 2002 sowie Januar und Februar 2003 von Montag bis Freitag durchgeführt. Für diese Vollzeitform ist eine Freistellung vom Betrieb erforderlich. Anmeldeschluss ist der 30. September 2001.

Voraussetzung für die Teilnahme am Vorbereitungslehrgang ist eine abgeschlossene Berufsausbildung zum Gärtner und eine mindestens 2-jährige Praxis in einem GaLaBau-Betrieb. Laut Berufsbildungsgesetz müssen bis zur Prüfungszulassung 36 Monate Praxis absolviert worden sein. Die Kosten belaufen sich auf insgesamt DM 9.500 und sind in monatlichen Raten zu entrichten. Zudem besteht die Möglichkeit für ein Darlehen bzw. unter bestimmten Voraussetzungen für Zuschüsse durch das Meister-Bafög.

Weitere Informationen bei: Berufsbildungszentrum Garten- und Landschaftsbau, Hellgrundweg 45, 22525 Hamburg, Tel.: 040/835155, Fax: 040/84900269.

» FACHVEREINIGUNG BAUWERKSBEGRÜNUNG E.V. (FBB) MIT NEUEM SITZ

Die FBB hat ihren bisherigen Sitz von Unna in die Nähe von Stuttgart nach Ditzingen verlegt. Die neue Geschäftsstelle ist nun ganztags besetzt und über Fax und E-Mail erreichbar.

Die FBB verfolgt seit ihrer Gründung 1990 ein übergeordnetes Ziel – die Dach- und Fassadenbegrünung einem möglichst breiten Publikum nahe zu bringen. Und dies in einer neutralen, fachlich fundierten und dennoch verständlichen Art und Weise in Form von objektiven Informationen und Arbeitshilfen. In den letzten Jahren wurden in diesem Sinne unter anderem folgende Broschüren veröffentlicht:

- Liste „Wurzelfeste Bahnen und Beschichtungen“ für Bauherren, Behörden, Architekten und Ausführende
- Bebilderte Pflanzenliste für Extensivbegrünung
- Gespaltene Abwassergebühren, Informationen und Tipps zur Umsetzung
- Festsetzung von Dachbegrünungen in Bebauungsplänen, Beispiele aus der Praxis.

In der FBB bestehen durch die Interessensgemeinschaft von über 70 Mitgliedern Möglichkeiten, die Einzelfirmen nicht zur Verfügung stehen: für Gründächer auf firmenneutralem Wege positive Rahmenbedingungen zu schaffen. Eine Mitgliedschaft bei der FBB ist für alle Unternehmen, die sich direkt oder indirekt mit Dachbegrünung beschäftigen, möglich.

Weitere Informationen sind zu erhalten bei: Fachvereinigung Bauwerksbegrünung e.V. (FBB), Hemmingerstraße 46, D-71254 Ditzingen.

LIEFERANTEN DES GALABAU

Diese Firmen nehmen am GaLaBau-Zentral-
regulierungsverfahren teil. ZR-Mitgliedsbetriebe
erhalten hier besonders günstige Konditionen.

Baumschulen



Rohwer Baumschulen Pflanzenvertrieb

Itzehoer Straße 99
24622 Gnutz/Neumünster i. H.
Telefon (04392) 770
Telefax (04392) 7710
E-Mail: info@rohwer-pflanzen.de
Internet: <http://www.rohwer-pflanzen.de>
● **Komplettlieferung bundesweit**
● **frei Baustelle**
● **äußerst kalkuliert und zuverlässig**

Diverse



- Majestic-Qualitätsrasen aus Spitzensorten
- Rasenmischungen für alle Bereiche auch nach Ihren Vorgaben
- Blumenzwiebeln
- Etera-Stauden

Postfach 1263 · 48348 Everswinkel
Telefon (02582) 6700
Fax (02582) 670270
*Ihr zuverlässiger Partner für den
Garten- und Landschaftsbau*

Baustoffhändler

Locker drauf...

...mit dem
**Schüttgut-
lager von
Warneke.**

Eifellava,
Zierkiese,
Granite,
ständig 20 Sorten
Pflasterklinker
am Lager.

Gutenbergstraße 14
28844 Weyhe-Dreye
Tel. 04203/8164-0
Fax -49



Baumpflege & Veredelung mit nachwachsenden Rohstoffen



aus der Natur - für die Natur



www.schacht.de Tel. 05 31 / 2 38 03-0
Fax 05 31 / 2 38 03-30

Sicherheitssysteme



Zaun- und Toranlagen Elektronische u. mechanische Sicherheitssysteme

- Tore u. Pfosten aus Eigenproduktion
- Beratung, Planung, eigene Montage

Langenwiesenweg 107 · 59457 Werl
Telefon (02922) 97 31 0
Telefax (02922) 97 31 26

Ein vollständiges
Verzeichnis mit über
80 gelisteten
Lieferanten kann bei der
GaLaBau-
Finanzservice GmbH
Fax: (0 22 24) 91 83 11
angefordert werden.

Wege- und Platzbau

Auf diese Steine können Sie schauen

Verblendsystem

Mit dem neuen Verblendsystem *Santuro* bietet die Firma betonbraun preisgünstige Sockel-, Pfeiler- und Wandverkleidungen für drinnen und draußen, die wie hochwertiges Natursteinmauerwerk anmuten.

Es besteht aus einem frostsicheren Betonmaterial, das von natürlichem Sandstein nicht zu unterscheiden ist. Die Steine werden im Dünnbettverfahren mit einem frostsicheren Fliesenkleber und 10 mm breiten Fugen aufgebracht.

Dank sieben Formaten und drei Naturstein-Farbtönen lassen sich problemlos attraktive, der Umgebung angepasste Mauerstrukturen realisieren.

betonbraun, Postfach 11 17, 73338 Anstetten, Telefon (07331) 300 30, Internet: www.betonbraun.de

Rustikales Pflaster

Das *TerrAntik*-Programm von EHL ermöglicht bei der Gestaltung von Plätzen historischer Ortskerne eine Sanierung gemäß neuester Standards sowie ein architektonisch harmonisches Gesamtbild.

Die unregelmäßig gebrochenen Kanten der Steine und ihre durch ein spezielles Verfahren erzeugte „antike“ Patina sorgen zudem für ein natursteinähnliches Aussehen. Die große Auswahl an Formaten, aufeinander abgestimmten Farben sowie Schattierungen innerhalb einer Farbe lassen kreativen Gestaltungsideen viel Spielraum. Vertikale Ergänzungssteine, Kreise, Rabatten und Palisaden runden das Programm ab.

EHL AG Baustoffwerke, An der B 256, 756639 Krufft bei Andernach, Telefon (02652) 800 80, Internet: www.ehlag.de

Zeitlos schöne Platzgestaltung mit dem EHL-Altstadt-pflaster

Foto: EHL



Geräuscharmer Belag

Die Konimus AG hat ein Verbundpflaster-System mit dem Namen *City-Truck* entwickelt, das den hohen Anforderungen bei der Orts- und Stadtplanung gerecht wird. In vielen Farbfacetten und Mustern können kreative Ideen mit den Pflaster umgesetzt werden. Zugleich ist der geräuscharme Belag frost- und tausalzbeständig sowie hoch belastbar.

City-Truck ist ein System mit kraftschlüssiger Rundumverzahnung, die eine hohe Verbundwirkung garantiert und schwersten Verkehrsbelastungen widersteht. Ein „Wandern“ des Belags in Quer- oder Längsrichtung ist so ausgeschlossen. Ein weiterer Vorteil liegt in der Verringerung der Rollgeräusche von LKWs und PKWs dank ebener Oberflächen, feingefasster und gerader Kanten sowie der Verlegung mit Fugen von ca. 5 mm. Ein einfaches Verlegen von Hand oder maschinell sorgt zudem für verkürzte und besonders wirtschaftliche Bauzeiten.

Kronimus AG, Hauptverwaltung, 76473 Iffezheim, Telefon (07229) 690, Internet: www.kronimus.de

Design-Stein

Die *ars ratio*-Linie der Firma Steinwerk geht bei der Pflasterung neue Wege: Kombinationen von Betonstein mit Edelstahl, Natur- oder Glasstein und bunten Kunststoff-Elementen bieten außergewöhnliche Gestaltungsakzente.

Dabei stehen vier Konzepte - Intarsienkreuz, Fugenkreuz,

zurückhaltend schaffen. Makellose Fugenbilder sowie ein sicherer Verbund der Steine sind dabei selbstverständlich.

Egal, ob Farbakzente der Architekturlinie fortgeführt, Firmenfarben und -signets als Corporate Identity selbst im Pflasterbelag aufgegriffen oder Wege und Abgrenzungen geschaffen werden sollen – das Spiel mit Formen und Farben definiert Pflasterbeläge neu. Und das selbst bei Dunkelheit. Denn in die Konsolen eingelegte Beleuchtungselemente markieren sicher, unaufdringlich und effektiv Lichtwege jeder Art.

Die *ars ratio*-Design-Linie setzt somit Highlights im privaten wie öffentlichen Bereich und wurde mit dem Designerpreis „Industrie Forum Design Hannover“ ausgezeichnet.

Steinwerk GmbH, Postfach 15 62, 56160 Bendorf, Telefon (02622) 70 74 30, Internet: www.steinwerk.de

Pflasterverlegezange

Mit dem *Pflastergreif* der Firma Hunklinger lassen sich alle marktüblichen Pflaster- und Verbundsteine lagenweise von der Palette direkt ins Planum ausbringen. Da alle Greiffunktionen über nur einen Steuerhebel vom Bagger aus bedient werden, kann nach kurzer Einweisung ein Baggerfahrer professionell Pflaster verlegen.

Die Steine werden hydraulisch mittels Federstahllamellen noch auf der Palette ausgerichtet. Daurch macht das Ver-

schieben der Steine keinerlei Schwierigkeiten mehr. Für Rechteck- bzw. Quadratstein wird ein Verschiebeadapter mit speziell entwickelten Druckrollen eingesetzt. Aufgrund seiner stufenlosen Einstellmöglichkeit ist für nahezu alle Steine ein und derselbe Adapter einsetzbar.

Bündiges Anlegen entlang Wänden und Randsteinen ermöglicht ein fugengleich verlegtes Pflaster, ein Nachklopfen der Steine ist nicht erforderlich. Damit können 60-100 m² Pflaster pro Stunde mit einer Steindicke bis zu 14 cm verlegt werden! Auch dank seiner hohen Lebensdauer und Funktionalität wurde der *Pflastergreif* mit dem bayerischen Staatspreis 2000 ausgezeichnet.

Fa. Hunklinger, St. Johannstr. 39, 83313 Siegsdorf, Telefon (08662) 66 90 73, Internet: www.schnellpflastern.de

Entwässerungsrinne

Die Entwässerungsrinne *Monoblock PD 100 C* der Firma ACO Drain besteht nicht mehr aus Rinne plus Abdeckung, sondern nur noch aus einer Einheit, die aus Polymerbeton gegossen wird. Damit ist sie so leicht zu verlegen wie ein Bordstein und wiegt unter 30 kg pro Meter. Dank korrosionssicherer Oberfläche, nach unten geöffneter Einlaufschlitze und einer Revisionsöffnung, die eine schnelle Reinigung per Hoch- oder Niederdruck ermöglicht, ist auch die Wartung problemlos.

Da auch Lastenverteilung und Haltbarkeit gegenüber herkömmlichen Systemen wesentlich verbessert wurden, erhielt das System einen Innovationspreis auf der GaLaBau 2000.

ACO Drain Passavant GmbH, Postfach 11 25, 97661 Bad Kissingen, Telefon (09736) 41 50, Internet: www.acodrain.de

Produktinformationen stehen außerhalb der Verantwortung der Redaktion