

WIR KÖNNEN AUCH LÄNGER.



6000 SKYLIFTS. **120** LÄNDER. **112** METER ARBEITSHÖHE. **50** JAHRE ERFAHRUNG. **1** KOMPETENZ: WWW.BRONTO.FI



Above all.



A subsidiary of Federal Signal Corporation

Fusion undenkbar

Leopold Mayerhofer, System Lift, und Kai Schliephake, Partnerlift, sprechen mit Rüdiger

Kopf über die Arbeitsbühnenbranche im Allgemeinen und die beiden Organisationen im Speziellen.



Leopold Mayerhofer (l.), Vorstandsvorsitzender der System Lift AG und Kai Schliephake, Geschäftsführer Partner Lift, beim Kräftemessen

■ **RK:** Ihre Organisationen sind in Deutschland relativ erfolgreich. Warum ist es in Deutschland ein erfolgreiches Konzept und woanders nicht?

■ **LM:** Wir sind sogar sehr erfolgreich am Markt. Das kommt daher, dass es sehr viele mittelständische und kleinere Unternehmen hierzulande gibt, die in der Vermietung tätig sind. Und all diese haben unterschiedliche Service- und Einkaufsstandards. So ist es für sie eigentlich logisch, sich einer Organisation anzuschließen, um mehr Vorteile zu erreichen. In anderen Ländern können wir aufgrund der dortigen Vermieter-Struktur unsere Vorteile nicht in vollem Umfang bieten. Da die deutschsprachigen Länder im Bereich der Arbeitsbühnenvermietung sehr mittelständisch geprägt sind, können wir durch unsere Dienstleistung auch zukünftig zum Erfolg dieser Betriebe einen erheblichen Beitrag leisten.

■ **KS:** Eine Ursache ist sicherlich die gemeinsame Geschichte, bei der Joachim Metzner und Wolfgang Dahms von der Firma Bertram mit der Ringlift GmbH in den 1990er Jahren ein neues Franchise-System für die neuen Bundesländer entwickelt haben. Aus dieser gemeinsamen Geschichte sind die beiden Organisationen – Partnerlift und Systemlift – entstanden. In den letzten Jahren wurde die häufig vorherrschende, vorsichtig-konservative Unternehmensführung des deutschen Mittelstands im Ausland belächelt. In anderen Ländern wurde viel aggressiver investiert, gerade in unserer Branche. Aber ich denke, dass sich insbesondere in der momentanen Krise die Stärke des deutschen Mittelstands zeigt. Es gibt zudem Märkte in Europa, die sich gar nicht so stark vom deutschen Markt unterscheiden. Wir haben in Großbritannien ja zwei vergleichbare Organisationen.

Da, wo wir Märkte finden, die auch mittelstandsorientiert sind, da gibt es auch Potenzial für uns. Wir als Partnerlift wollen zumindest in diesen Märkten tätig werden. In Polen, Ungarn, Slowakei, Italien, Österreich und in der Schweiz sind wir bereits tätig.

„Wir haben eine super Qualität.“ Leopold Mayerhofer

■ **RK:** Systemlift ist ja schon im deutschsprachigen Ausland tätig; Partnerlift will europaweit expandieren.

■ **LM:** Wir werden unsere Expansion so halten, dass Partner, die sich uns anschließen, auch alle Vorteile genießen können. Wenn wir sehen, dass die Partner nicht alle Vorteile bekommen können, dann werden wir sie nicht ins System holen. Und deswegen ist der deutschsprachige Raum für uns der Markt, wo das perfekt funktioniert. Und im europäischen

Ausland ist immer die Frage: Wen nimmst du? Um in unserem System zu funktionieren, müssen die Wege kurz sein oder zumindest für die Vermietung nicht weiter als 100 bis 200 Kilometer. Und wenn wir an Frankreich, Polen, Belgien oder die Niederlande denken, dann haben wir bis heute nicht die Partner gefunden, die auch entsprechend von Systemlift in vollem Umfang profitieren würden.

■ **RK:** Das heißt, hier spielt mehr als nur der Einkauf eine Frage?

■ **KS:** Die „Untereinandervermietung“ ist sehr wichtig. Das ist das zentrale Thema für die Partner selber, da sie untereinander Regeln haben – bei Systemlift wie bei Partnerlift –, wie sie sich verlässlich untereinander mit Maschinen helfen können, ohne dass man einen immensen Transportaufwand hat. Von daher ist der Ansatz mit den 100 bis 200 Kilometer sicherlich ganz richtig.

■ **RK:** Was kann eine Organisation tun, damit die Mitglieder ►►

« auch in Zukunft am Markt erfolgreich sind und nicht untergehen im Gefecht der Großen, das sicherlich kommen wird?

■ **KS:** An einen Untergang der kleinen und mittelständischen Betriebe in Deutschland glaube ich nun wirklich nicht. Das Wesentliche ist, dass man in solch einer Gemeinschaft langfristig besser gegen die großen Filialbetriebe bestehen kann. Nur indem man Marketingaktivitäten bündelt, kann man zum Beispiel eine App entwickeln, wie wir es gemacht haben. Das kostet viel Geld, das wird sich ein kleines Unternehmen in der Regel nicht leisten können oder wollen. Aber die neuen Medien werden in Zukunft eine immer wichtigere Rolle spielen. Als Gemeinschaft kann man die Kosten teilen und

Fachpersonal gemacht wird, wird diese Dienstleistung enorm angenommen und ist auch zu einem Riesenerfolg der Partner geworden. Des Weiteren haben wir einen eigenen Sicherheitsingenieur, weil wir fest der Meinung sind: Nur wenn wir den Partnerbetrieben helfen, die Qualität auf einen hohen Standard zu bringen, werden sie auch in der Region erfolgreich bleiben. Mit der Organisation im Hintergrund gibt es eigentlich keinen Grund, sich vor unseren Mitbewerbern verstecken zu müssen. Wir sind regional, haben eine super Qualität – Maschinen, Service, Marketing und vieles mehr. Des Weiteren sorgen wir dafür, dass durch ein klar definiertes Vertragsgebiet ein Gegeneinander vermieden

Umständen weite Transportwege. Deswegen versuchen wir, Kleine und Große in Gebieten zusammenzufassen, die dann entsprechend partnerschaftlich miteinander arbeiten. Deshalb glauben wir, dass der Gebietschutz in der Untereinandervermietung nicht die beste Lösung ist.

„Wir wollen keinen Wasserkopf in Hannover.“
Kai Schliephake

■ **LM:** Da muss ich mit 20 Jahren Ringlift- und dann Systemlift-Erfahrung widersprechen. Wir haben größere und kleinere Betriebe bei uns, aber dennoch muss jeder sein Gebiet haben, denn er muss ja Wachstumspotenzial haben. Das bekommt er auch dadurch, dass er in seinem Gebiet alle Anfragen erhält. Und es ist bei uns kein Nachteil, wenn ein Partnerbetrieb eine Maschine benötigt, die ein Partner in der Region vielleicht nicht hat. Dann greift der Partnerbetrieb auf sein Umfeld zurück. Wir wollen uns in der Untereinandervermietung vom Wettbewerb abheben. Das setzt voraus, dass wir ein bestimmtes Maschinenpotenzial haben, das wir entsprechend Markt und Region bedienen können.

■ **KS:** Wir sehen das Wachstumspotenzial für unsere Partner auch darin, dass wir nicht nur Arbeitsbühnenvermieter ansprechen, sondern Baumaschinen-, Gabelstapler- und Kranvermieter. Die alle können bei Partnerlift Mitglied werden, ohne Gebietschutz. Sie müssen natürlich gewisse Standards erfüllen, die wir auch regelmäßig überprüfen. Wir denken, dass wir da – und das haben uns die letzten Monate gezeigt – ein sehr, sehr großes Wachstumspotenzial für unsere Partner haben. Genauso wichtig wie der Qualitäts-Check ist das partnerschaftliche Zusammenarbeiten; also fair miteinander arbeiten, auch wenn man in der gleichen Region sitzt.

■ **RK:** Da stellt sich automatisch die Frage: Kann da jeder mitmachen?

■ **LM:** Also bei uns: ein ganz klares NEIN. Und zwar aus dem Grund, da wir unserem Partner solch enorme Vorteile bieten und der Partnerbetrieb auch dem System Vorteile bieten muss, sobald er Systemlift beiträgt. Des Weiteren sind ja die Gebiete, die wir in unseren bevorzugten Ländern zur Verfügung haben, fast vergeben. Es gibt bei uns klare Spielregeln. Jeder Bewerber auf die Mitgliedschaft wird vor Vertragsabschluss genauestens unter die Lupe genommen: Maschinenausstattung, -qualität, Liquidität usw. Unsere Partner erwarten hochqualifizierte Betriebe, die professionell Arbeitsbühnen vermieten, um entsprechend auch in der überregionalen Vermietung den Vorteil zu haben und zu bieten. Und über unsere Aktiengesellschaft – jeder neue Betrieb kann auch Aktionär werden – profitiert das Unternehmen ja auch von unseren Gewinnen, die dann entsprechend ausgeschüttet werden. Seit Bestehen der Systemlift haben wir 1,4 Millionen Euro an die Partner ausgeschüttet.

■ **KS:** Auch bei uns gibt es Spielregeln, an die sich die Partner zu halten haben. Sehr wohl bedarf es bei der Aufnahme eines neuen Betriebes der Zustimmung der benachbarten Partner, die gegebenenfalls im gleichen Gebiet sitzen. Hier legen wir mehr Wert auf eine partnerschaftliche Zusammenarbeit. Ich denke: Dadurch, dass wir noch aufnahmefähig sind, zeigt sich etwas die unterschiedliche Struktur der beiden Organisationen. Wir verstehen uns mehr als Dienstleister für unsere Partnerunternehmen und sind keine Mitgliedergesellschaft, wie es Systemlift ist. Wir versuchen, verschiedene Aufgaben extern zu vergeben, um eine in der Mitarbeiterzahl schlanke Zentrale zu haben. Wir wollen keinen Wasserkopf in Hannover haben.

■ **LM:** Wir haben bei Systemlift mit Externen begonnen, ►►



Vom Hauptsitz in Hannover aus werden die Geschicke der System Lift AG gelenkt

zudem auftreten wie ein großer Vermieter, obwohl man gar nicht so viele eigene Bühnen hat. Man bedient sich aber der Partner in einem Netzwerk, das in unserem Fall über mehr als 15.000 Mietgeräte, davon rund 8.000 Arbeitsbühnen, verfügt.

■ **LM:** Es steht immer im Vordergrund, viele Vorteile für die Mitglieder zu entwickeln. Das geht nur über eine eigene Marketingabteilung, die für die Partner den ganzen Service bietet für den Auftritt am Markt, den Service intern sowie auch im Internet. Wir haben das früher extern vergeben. Seitdem es bei Systemlift mit eigenem

wird. Das ist ein wichtiger Punkt: Dadurch hat natürlich auch ein Systemlift-Partner den Vorteil, dass er in seinem Gebiet alle überregionalen Aufträge von seinen Partnern bekommt.

■ **RK:** Also Stichwort Gebietschutz.

■ **KS:** Bei Partnerlift geben wir keine regionalen Gebietsgrenzen vor, weil wir meinen, dass ein Gebietschutz im Vertrieb durchaus hilfreich ist, es kann sich allerdings in der Untereinandervermietung negativ auswirken: Wenn der Partner X die gewünschte Maschine nicht hat oder gerade selbst vermietet hat, dann entstehen unter

« das brachte aber nicht den Erfolg. Seitdem wir eigene Mitarbeiter haben, die das System und die Partner kennen und in die Ausarbeitung der Ziele eingebunden sind, haben wir einen enormen Schritt nach vorne gemacht. Ich denke da alleine an Gefährdungsbeurteilungen in den Betrieben und die Unterstützung in der ganzen Schulungsthematik. 2012 haben wir 8.500 Kundenmitarbeiter geschult und tragen dadurch enorm zur Sicherheit unserer Partner und ihrer Kunden bei.

„Wir setzen auf Klasse statt Masse.“ Leopold Mayrhofer

■ **RK:** Ist eine Fusion beider Verbände denkbar?

■ **LM:** Nein. Da im Moment aus unserer Sicht die Ziele der einzelnen Organisation ganz weit auseinanderliegen. Unser Ziel wird es weiterhin bleiben, professionell nur in einem Bereich zu arbeiten, spezialisiert auf Arbeits Bühnen und hier auf Klasse statt Masse zu setzen.

■ **KS:** Was aus meiner Ansicht viel entscheidender ist: Ein gesunder Wettbewerb zwischen zwei vergleichbaren Organisationen ist für beide gut. Auch hier gilt das alte Motto „Wettbewerb beflügelt das Geschäft“. Eine Fusion ist derzeit auch von unserer Seite aus nicht denkbar, was etwas mit der Geschichte der beiden Organisationen und den beteiligten Personen zu tun hat.

■ **LM:** Ich sehe beide Organisationen nicht als Wettbewerbsorganisationen, weil beide als Zentrale für die Partnerbetriebe arbeiten. Wenn es Wettbewerb gibt, dann in erster Linie in den Regionen zwischen den Partnerbetrieben.

■ **RK:** Ist ein weiterer Verband vorstellbar?

■ **KS:** Ja! Es wird immer wieder Verbände geben mit unterschiedlichen Schwerpunkten, und es gibt ja auch heute schon Verbände wie Pyramide oder andere. Die haben durchaus ihre



Die beiden Geschäftsführer von Partnerlift Monika Metzner (r.) und Kai Schliephake

Existenzberechtigung.

■ **LM:** Aufgrund der Gegebenheiten in Deutschland ist das vorstellbar. Es könnte sich ja auch ein gemeinnütziger Verein gründen. Hier ist alles möglich.

■ **RK:** Freier Einkauf gegen Massenrabatt: Gibt es beim Einkauf Regelungen? Oder steht es jedem Mitglied frei, hier selbst zu entscheiden?

■ **KS:** Ich sehe da keinen Widerspruch. Die Partner sind immer eigenständige Unternehmer und können entsprechend ihre Einkaufsentscheidung treffen – und trotzdem kann man natürlich die Einkaufsmacht der bei uns 145 Mietstationen bündeln.

■ **LM:** Bei Systemlift gibt es klare Spielregeln. Wir haben mit allen namhaften Lieferanten Rahmenverträge. Das hat den Vorteil für den einzelnen Partner, dass er sich in der Regel über die Maschine, über das Produkt und über die besonderen Ausstattungen mit den Lieferanten unterhält. Der Rest ist geklärt. Somit spart jeder Partner einen großen Verhandlungsaufwand, der viel Zeit in Anspruch nehmen kann. Die wichtigste Aufgabe unserer Partner ist, Mietkunden zu gewinnen und zu betreuen. Wenn es tatsächlich ein neues Produkt am Markt gibt, dann erwarten wir vom Hersteller, dass wir eine Testphase absolvieren können. Bei positivem Test wird dieses Produkt bei Systemlift gelistet und jeder kann es dann zu einem Volumenpreis einkaufen. Es gibt aber auch Lieferanten, die unseren Anforderungen nicht entsprechen.

Die werden dann gesperrt und bei denen wird nichts gekauft.

■ **KS:** Ein gemeinsamer Einkauf bedingt natürlich auch eine gemeinsame Planung, und das ist durchaus auch ein Instrument für unsere Kooperationspartner, um den Bedarf für die kommenden Jahre abzuschätzen. Für die Lieferanten ist es ein gewaltiger Vorteil, in der Produktionsplanung frühzeitig mit konkreten Planzahlen arbeiten zu können und künftige Entwicklungen rechtzeitig zu erkennen.

■ **LM:** Zum Einkauf gibt es noch zu sagen, dass es auf jeden Fall von Vorteil ist, wenn die Betriebe die Ersatz- und Wachstumsinvestitionen rechtzeitig im Voraus planen: Durch mehr Volumen ist bei der Bestellung ein besserer Einkaufspreis zu erzielen. Sollte ein Partner ohne den Markt zu beobachten – zum Beispiel planen, im nächsten Jahr 20 Maschinen zu kaufen, und der Vermietmarkt entwickelt sich bis zur Lieferung der Geräte durch Einbruch oder Dumpingpreise nicht plangemäß, dann können 20 Maschinen einem einzelnen Mittelständler richtig wehtun. Dadurch, dass auch ohne Planung Maschinen gekauft werden, die bereits vermietet sind, ist ein Wachstum ohne große Risiken möglich. Wir stellen in den letzten Jahren fest, dass Lieferanten mit Lagermaschinen bei unseren Partnern hervorragende Absatzchancen haben. Das eine ist zwar immer der beste Einkaufspreis, den man

gerne haben möchte. Auf der anderen Seite muss man auch sagen, dass es oft besser ist, ein paar Euro mehr zu bezahlen und die Maschine zum richtigen Zeitpunkt zu haben und dann Mietumsatz mit der Maschine zu machen, als eine auf dem Hof rumstehen zu haben. Wir sind nicht so organisiert, dass wir wie europäische Großvermieter sagen können: „Nächstes Jahr kaufen wir 200 Maschinen, aber 200 verkaufen wir dann auch.“

■ **KS:** Ganz wichtig: Planung heißt nicht Entscheidung. In dem Moment, wo ich mit der Planung gleich eine Kaufentscheidung abgebe, ist klar, dass dies zum Problem werden könnte. Im jetzigen Vorfeld ist es wichtig, eine Planung zu haben, um dann auch beim Einkauf vernünftige Preise zu erzielen.

„Manche ‚Große‘ spielen schon auf den deutschen Markt.“ Leopold Mayrhofer

■ **RK:** Deutschland ist der Konjunkturmotor. Das weckt Begehrlichkeiten, gerade im Ausland. TVH hat Mateco übernommen. Wird es weitere solche Käufe in Deutschland geben?

■ **LM:** Käuferisch ist das Thema erst mal abgeschlossen. Ich bin aber davon überzeugt, dass auch andere große ausländische Unternehmen auf Deutschland schauen und den Plan schon in der Tasche haben, hier mit der Vermietung aktiv zu werden. Ich sehe der Sache ganz entspannt entgegen. Eine Vermietung wächst mit dem Personal, und man muss schon sehr gutes Personal haben, um erfolgreich in den Markt zu kommen. Des Weiteren ist die Kundenstruktur in Deutschland sehr partnerschaftlich. Somit brauchen unsere Partner keine große Angst zu haben.

■ **KS:** Ich bin mir sicher, dass der ein oder andere große internationale Vermieter auf Deutschland schaut und sich auch überlegt, hier Fuß zu fassen. Wir haben es nicht nur mit TVH, sondern auch ►►

« mit Theisen erlebt. Allerdings zeigt die Erfahrung, dass die Stärken der kleinen und mittelständischen Unternehmen ganz klar die regionale Identität und der regionale Bezug zum Kunden sind. Da werden sich große Filialbetriebe immer schwer tun. Zudem wird die Kundschaft aus dem handwerklichen Bereich immer wieder zu kleinen und mittelständischen Betrieben zurückkehren, weil diese die gleiche Sprache sprechen.

■ **LM:** Speziell in unseren Organisationen wird die Servicequalität, die der Kunde erwartet, gewährleistet. Wenn der Kunde ein Problem hat, dann wird ihm ganz schnell geholfen. Dafür bedarf es sehr guter Mitarbeiter und auch, dass der Unternehmer zu erreichen ist.

■ **KS:** Bei vielen Unternehmen ist der Chef auch noch der direkte Ansprechpartner der Kunden. Wenn die Hütte brennt, kann ich meinen Vermieter noch erreichen. Das können große Filialbetriebe gar nicht leisten.

■ **RK:** Egal, was kommt – große Sorgen muss man sich nicht machen?

■ **KS + LM:** Nein.

„Die deutsche Wirtschaft hat eine goldene Zukunft vor sich.“ Kai Schliephake

■ **RK:** Dieses Jahr ist wieder bauma. Schon einmal war danach der Markt in Deutschland stark rückläufig. Was geschieht im Laufe des Jahres?

■ **KS:** Ich denke, dass die deutsche Wirtschaft eine goldene Zukunft vor sich hat. Ich bin fest davon überzeugt, dass unsere Wirtschaft mit ihren anspruchsvollen Produkten auch in Bezug auf dem Weltmarkt eine wesentliche Rolle spielen wird. Natürlich werden hierzulande immer weniger billige Plastikspielzeuge gebaut. Aber hochwertige Investitionsgüter werden auch in Zukunft in Deutschland gefertigt werden. Wir werden auch noch in 20 Jahren BMW und Mercedes fahren. Und es werden auch weiterhin anspruchsvolle

Lösungen im Bereich mobiler Höhenzugangstechnik benötigt.

■ **LM:** Es ist ja weltweit zu beobachten, dass Kunden Wert darauf legen, dass ‚Made in Germany‘ draufsteht. Und dann muss es auch teuer sein, gerade bei den Nobelprodukten. Wir werden 2013 in der Industrie zwar einen Rückgang haben. Aber bei uns in der Branche dürfte sich das nicht so extrem auswirken, da wir noch viele Märkte vor uns haben, die wir in Deutschland noch gar nicht bearbeitet haben. Zum Beispiel Arbeiten in Höhen bis drei Meter Arbeitshöhe. Dieser Markt ist noch gar nicht erschlossen.

■ **KS:** Wenn man sich die spezifische Anzahl von Arbeitsbühnen bezogen auf das Bruttosozialprodukt oder auf die Einwohnerzahl anschaut, liegt der Wert in Deutschland weit unter dem europäischen Schnitt.

■ **RK:** Der Besuch der bauma: Pflicht oder Kür? Ist es nur ein Sehen und Gesehen-Werden oder sollte man auf jeden Fall nach München?

■ **LM:** Grundsätzlich ist die bauma natürlich dafür da, um zu sehen und gesehen zu werden. Aber ich bin auch der Überzeugung, dass es in unserer Branche Leute gibt, die die eierlegende Wollmilchsau suchen. Und dann werden die sicherlich auf der bauma die eine oder andere Weiterentwicklung entdecken. Für die Lieferanten wird die Messe sicherlich wieder ein sehr gutes Geschäft.

■ **KS:** Sehen und gesehen werden ist natürlich auch wichtig. Bei uns kommen ja auch Kran, Gabelstapler und Baumaschinen dazu, und da ist es ganz wichtig zu schauen, was es an Neuheiten und Neuigkeiten gibt. Was kann man vielleicht an neuen Vermiet-Ideen voranbringen? Und natürlich ist der Gedanken- und Erfahrungsaustausch wichtig.

■ **RK:** Ein anderes wichtiges Thema ist die Sicherheit. Wem kann man eine Arbeitsbühne an die Hand geben?

■ **LM:** Entscheidend ist der Unternehmer. Er hat dafür zu

sorgen, dass seine Mitarbeiter entsprechend unterwiesen und geschult werden, er hat zu verantworten, dass diese auch befähigt sind, unsere Geräte sicher zu bedienen.

„Bei uns gilt: Qualität vor Quantität.“ Kai Schliephake

■ **KS:** Jede Arbeitsbühne ist immer sicherer, als auf einem Gerüst oder einer Leiter herumzukrabbeln. Jeder Einsatz einer Arbeitsbühne gibt schon mal ein Stück mehr Sicherheit. Diese Leute müssen geschult werden. Wir arbeiten eng mit IPAF zusammen und sind als Gruppe der größten Anbieter von IPAF-Schulungen in Deutschland. Es ist für uns auch wichtig, ein Qualitätsniveau in den Schulungen zu haben. Dahingegen ist es nicht unser Ziel, möglichst viele auf einmal durch eine Schulung zu schleusen, auch wenn es der Markt manchmal fordert. Hier gilt: Qualität vor Quantität.

hochkomplizierte Maschinen mit Einweisung herausgegeben, bei denen man davon ausgehen muss, dass der Kunde auf der Baustelle nicht alles richtig machen kann. Mein Wunsch wäre, dass diese hochkomplizierten Maschinen mit Bediener herausgehen, um absolute Sicherheit zu gewährleisten.

■ **RK:** Also Arbeitsbühnen-Führerschein: ja oder nein?

■ **LM:** Grundsätzlich wäre ich dafür. Man muss sich aber eines vor Augen halten: Würden wir heute eine Maschine nur dann herausgeben, wenn einer einen Führerschein hat, nimmt er unter Umständen doch wieder die Leiter und arbeitet im unsicheren Bereich.

■ **KS:** Die Leiter ist nur ein Aufstiegshilfsmittel. Somit scheidet die Leiter für alle Arbeiten in der Höhe von vornherein aus. Ein Führerschein wäre hilfreich, wenn es einheitliche Qualitätsstandards gibt. Der Markt schreit allerdings auch nach einem „Low-Level-Bedienausweis“, für den es derzeit



Ein langes Gespräch über die großen Arbeitsbühnenorganisationen und den Markt führten Leopold Mayrhofer, Rüdiger Kopf und Kai Schliephake (v.l.n.r.)

■ **LM:** Wir bieten die Systemcard an. Wir haben von der IPAF viel gelernt. Bei uns gibt es mittlerweile auch Verträge für die Schulungszentren, die ganz klar die Regeln zu erfüllen haben. Die Schulungszentren werden durch unseren Sicherheitsingenieur Malte Bilau jährlich überprüft. Des Weiteren haben wir „Mystery-Shopper“ installiert, die Schulungen besuchen, um die Qualität zu überprüfen. In der Vermietung werden

verschiedene Anbieter gibt.
 ■ **LM:** Wichtig: Ein Schulungsmodell sollte auf keinen Fall nur ein Geschäftsmodell sein.
 ■ **KS:** Jede Stunde Schulung ist besser als gar keine Schulung. Aber es sollte nach außen hin auch klar gezeigt werden, welches Niveau die Schulung hatte. Eine einfache Schulung sollte nicht gleichgesetzt werden mit einer mehrtägigen Schulung mit Praxisausbildung. **K&B**

WIR STELLEN UNS JEDER HERAUSFORDERUNG



Maximale Einsatzbereitschaft - Minimale Ausfälle. Das sind die Voraussetzungen für eine **erfolgreiche Projektabwicklung**. Diese Voraussetzungen werden von der Zugangstechnik der JLG®-Familie erfüllt. JLG bietet verschiedene Zugangsgeräte zur **Steigerung der Leistung** und der **Produktivität** bei der Abwicklung von Projekten in der ganzen Welt. Die Zugangstechnik der JLG®-Familie hebt Ihr Unternehmen zuverlässig auf die nächsthöhere Erfolgsebene.

JLG. An Ihrer Seite, um Ihr Potenzial zu steigern.

www.jlgeurope.com

JLG[®]
reachingout[™]

BAUMA STAND F9 904/5