



### Innovatives Design „fürs Putzen“

// Ein Patent für Bodenreinigungsmaschinen revolutioniert das Putzen – auch in Ecken. Die praktische Umsetzung und das Design für das Rad- und Lenkkonzept für Aufsitzscheuersaugmaschinen – entworfen von der Agentur Invento Design mit Sitz in Hamburg ([www.invento.eu](http://www.invento.eu)) wird in Zukunft vor allem Mitarbeiter der Dienstleistungsbranche in Objekten wie Kaufhäusern, Supermärkten, Bahnhöfen, Flughäfen etc. begeistern. Die innovative Bodenreinigungsmaschine verbirgt neben dem Prinzip der Momentanpollenkung, die eine verbesserte Manövrierfähigkeit und enorme Wendigkeit garantiert, viele Vorteile.

„Das „Nachreinigen von Hand“ entfällt im Regelfall, da selbst Ecken und Kanten problemlos erreicht werden können. Die patentierte neue Lenkeigenschaft führt insbesondere bei diesen in der Praxis problematischen Fällen zu deutlich verbesserten Reinigungsergebnissen und merklicher Zeiteinsparung“, so Dipl.-Wirt.-Ing. Jan Felix Timme, Experte der IP Bewertungs AG (IPB).

Für Unternehmen, die eine Bodenreinigungsmaschine mit dem neuen Rad- und Lenkkonzept einsetzen, ergibt sich ein wesentlicher Kostenvorteil. Dabei sind die neuen Fahr- und Lenkfunktionen für den Bediener intuitiv schnell erlernbar. Die Patente des Konzepts sind Eigentum der Zyrus Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. Patente I KG. (cr)



### IT-gestützter Gipfelsturm „fürs Putzen“

// Der Bergsportausrüster Vaude ([www.vaude.de](http://www.vaude.de)) bekräftigt sein Motto „Führung durch Technik“ durch die IT-gestützte Optimierung seiner Vertriebskanäle. Das seit über 30 Jahren für höchste bergsportliche Kompetenz stehende Familienunternehmen erreichte seine führende Position im europäischen Outdoormarkt durch seine zahlreichen innovativen Lösungen wie neuartige Zelt- und Rucksack-Konstruktionen und Hightech-Materialien für Funktionsbekleidung. Mit der Einführung der Product Information Management-Lösungssuite (PIM) von Heiler Software ([www.heiler.de](http://www.heiler.de)) ist es Vaude möglich, seine Produktkataloge, den neuen Webshop sowie die Orderbücher der rund 5.000 Fachhändler zeitnah mit hochwertigen Produktinformationen zu beliefern. Die Lösungssuite umfasst eine strategische Plattform zur zentralen Aufbereitung, Pflege und Ausgabe der Produktinformationen. Die Bergsportmarke reagiert damit auf die wachsende Nachfrage ihrer Fachhändler nach aktuellen, korrekten und aussagekräftigen Produktinformationen, die sich automatisch weiterverarbeiten lassen. Vaude ist künftig in der Lage, den Händlern die Materialstammdaten der einzelnen Artikel mitsamt den zugehörigen Produktbeschreibungen, Werbetexten und Abbildungen komplett elektronisch zur Verfügung zu stellen. Damit können diese die gewünschten Produkte ohne Medienbrüche in ihre eigenen Sortimente einbinden.

„Für uns ist die Informationstechnologie seit jeher ein wichtiges Instrument, um uns einen Wettbewerbsvorsprung zu sichern“, sagt Erwin Gutensohn, Kaufmännischer Leiter bei Vaude, „durch das aktuelle PIM-Projekt nehmen wir eine IT-Vorreiterrolle ein.“ (cr)



### Pressearbeit mit Werbewirkung

// Den Sprung in eine breite Fachpressepräsenz hat der Hartmetallexperte Ceratizit ([www.ceratizit.de](http://www.ceratizit.de)) geschafft. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Luxemburg wurde dabei von der auf Industriegütermarketing und B2B spezialisierten PR-Agentur ofischer communication ([www.ofischer.com](http://www.ofischer.com)) unterstützt.

Im Jahr 2007 erschienen in der deutschsprachigen Metallfachpresse und den dazu gehörenden Webseiten beinahe 500 Veröffentlichungen zum Unternehmen und seinen Produkten – das Ergebnis regelmäßiger Pressemitteilungen und eines gut konzipierten Themenmixes. Beachtlich ist der Werbewert dieser Veröffentlichungen, der bei ca. 650.000 Euro liegt. Anwendergeschichten, Fachbeiträge und Unternehmensmeldungen erreichten im zwei-Wochen-Rhythmus die Redaktionen der Fachpresse. Dieser Abwechslungsreichtum führte dazu, dass diese gleich mehrere ihrer Lesergruppen mit Ceratizit Themen versorgen konnten. Das Themenspektrum erreichte Unternehmensvorstände ebenso wie technische Ingenieure und Einkäufer in der Metallbranche.

Filip Miermans, Leiter der PR & Group Communications von Ceratizit: „Bevor wir mit ofischer communication zusammengearbeitet haben, waren wir in der Fachpresse zu wenig präsent. Den großen Erfolg führen wir u.a. auf den guten Service zurück, den die Agentur den Redakteuren der Fachmedien für deren Nachfragen und Sonderwünsche bietet.“ Weiter gab es von der Agentur Unterstützung bei Journalisten-Events, der neuen Pressemappe und der hervorragend besuchten Pressekonferenz während der EMO-Messe in Hannover. (cr)