

Klempnertechnik im Hochbau

Impressum

Chefredakteur und Herausgeber

Dipl.-Ing. Manfred Haselbach,
Höhenweg 38, 49545 Tecklenburg,
Telefon (0 54 55) 6 18, Telefax (0 54 55) 6 76
E-Mail: haselbachm@aol.com
Redaktionsassistentin: Annette Haselbach

Manuskripte und Zuschriften

bitte an die Redaktion schicken.

Anzeigenverkauf

Agentur M. Haselbach GmbH,
Höhenweg 38, 49545 Tecklenburg,
Telefon (0 54 55) 6 18, Telefax (0 54 55) 6 76
E-Mail: haselbachm@aol.com
Gültig ist Preisliste Nr. 16 vom 1. 1. 2007
Repräsentantin: Annette Haselbach

Verlag

TFV Technischer Fachverlag GmbH,
Postanschrift: Postfach 10 48 36, 70042 Stuttgart
Hausanschrift: Forststraße 131, 70193 Stuttgart
Telefon-Durchwahl (07 11) 63 67 28 39
Telefax (07 11) 63 67 27 39

Erscheinungsweise

8-mal im Jahr: Februar, März, Mai, Juni, August, September,
Oktober, Dezember.

Abonnement/Einzelhefte

Leserservice Baumetall
Postfach 13 63, 82034 Deisenhofen
Telefon (089) 85853-554, Telefax (089) 85853-6251

Bezugspreise

Inlandsabonnement: 74,40 € jährlich (inkl. MwSt.)
Auslandsabonnement: 84,40 € jährlich (in EU-Länder mit USt-IdNr.;
ohne USt-IdNr. zzgl. MwSt.)
Abonnement für Schüler, Studenten und Auszubildende (gegen
Bescheinigung): 43,00 € (Inland) (inkl. MwSt.)
Luftpostversand auf Anfrage.
Einzelheft: 12,00 € zzgl. Versand (inkl. MwSt.)
Bei Neubestellungen gelten die zum Zeitpunkt des Bestelleingangs
gültigen Bezugspreise.

Bezugsbedingungen

Bestellungen sind jederzeit direkt beim Leserservice oder bei Buch-
handlungen im In- und Ausland möglich. Abonnements verlängern
sich um ein Jahr, wenn sie schriftlich mit einer Frist von drei
Monaten zum Ende des Bezugsjahres beim Leserservice gekündigt
werden.

Die Abonnementpreise werden im Voraus in Rechnung gestellt
oder bei Teilnahme am Lastschriftverfahren bei den Kreditinstituten
 abgebucht. Sollte die Zeitschrift aus Gründen nicht geliefert werden
 können, die nicht vom Verlag zu vertreten sind, besteht kein Anspruch
 auf Nachlieferung, Ersatz oder Erstattung von im Voraus bezahlten
 Bezugsgeldern.

Gerichtsstand für Vollkaufleute ist Stuttgart, für alle Übrigen gilt
 dieser Gerichtsstand, sofern Ansprüche im Wege des Mahnverfahrens
 geltend gemacht werden.

Bitte teilen Sie Änderungen von Adressen oder Empfängern sechs
 Wochen vor Gültigkeit dem Leserservice mit.

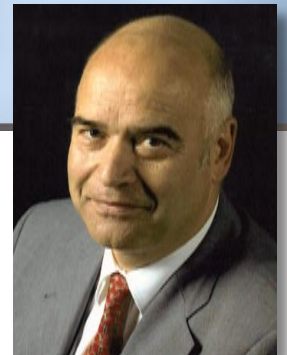
Druck

D+L Druck+Logistik, Schlavenhorst 10, 46395 Bocholt.
Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen
 sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich
 zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des
 Verlages strafbar. Alle Rechte, insbesondere das der Übersetzung
 in fremde Sprachen, vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf
 ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form
 – durch Fotokopie, Mikrofilm oder andere Verfahren – reproduziert
 oder in eine von maschinellen, insbesondere von Datenver-
 arbeitungsanlagen, verwendbare Sprache übertragen werden.
 Auch die Rechte der Wiedergabe durch Vortrag, Funk und Fernseh-
 sendung, im Magnettonverfahren oder auf ähnlichem Wege, bleiben
 vorbehalten. Fotokopien für den persönlichen und sonstigen eigenen
 Gebrauch dürfen nur von einzelnen Beiträgen oder Teilen daraus als
 Einzelkopien hergestellt werden. Jede im Bereich eines gewerblichen
 Unternehmens hergestellte oder benutzte Kopie dient gewerblichen
 Zwecken gemäß § 54 (2) UrhG und verpflichtet zur Gebührenzahlung
 an die VG WORT, Abteilung Wissenschaft, Goethestraße 49, 80336
 München, von der die Zahlungsmodalitäten zu erfragen sind.
 ISSN 0179-2563



Auflage geprüft durch
Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der
Verbreitung von Werbeträgern

Kommentar



Liebe Leserin, lieber Leser,

das soziale- und gesellschaftliche Engagement vieler kleiner und mittlerer Handwerksunternehmen ist beispielhaft. Das fängt an beim Klempner, der einer Jugendfußballmannschaft die Trikots spendiert, das geht weiter beim Bauunternehmen, dessen Mitarbeiter geschlossen beim Technischen Hilfswerk mitmachen und im Notfall – etwa einem Hochwasser – anderen helfen. Und das führt zu Projekten, etwa Stiftungen, die benachteiligte Jugendliche bei einer Berufsausbildung unterstützen. Unsere Unternehmen sind in der Region zu Hause, finden hier einen großen Teil ihrer Kunden und sehen sich mit einem wachsenden wirtschaftlichen Potenzial auch in einer gesellschaftlichen Verantwortung.

Der Mittelstand agiert dabei anders als große Konzerne. Handwerksunternehmen verzahnen im Idealfall ihr bürgerschaftliches Engagement mit dem erfolgreichen Verhalten am Markt. Wenn ein Bäcker eine Filiale ausschließlich in der Verantwortung von Lehrlingen führen lässt, trägt er zum Erfolg der Ausbildung, aber auch zum späteren Erfolg seines Geschäftes bei, denn er legt den Grundstein für qualifizierte, engagierte und verantwortungsbewusste Mitarbeiter. Wenn ein Handwerker Fahrzeuge umrüstet, um Menschen mit sehr individuellen Behinderungen zur Mobilität zu verhelfen, ist dies Unterstützung für eine benachteiligte Gesellschaftsgruppe und ebenso die Grundlage für geschäftlichen Erfolg. Wer die Umwelt schützen will und preiswerte Sonnenkollektoren entwickelt – auch der setzt sich für ein ideales gesellschaftliches Ziel ein und positioniert sich mit seiner Innovation gleichzeitig erfolgreich am Markt. Unternehmerisches Leistungsvermögen und gesellschaftliche Verantwortung sind kein Gegensatz.

Immer mehr Inhaber setzen dazu verstärkt auf eine Unternehmenskultur, die Eigeninitiative, Eigenverantwortung, Solidarität und unternehmerisches Handeln unterstützt. Die vielen positiven Beispiele müssen Schule machen, denn die klassischen Merkmale einer Bürgergesellschaft finden sich hier wieder: Abgrenzung gegenüber dem Obrigkeitsstaat, gegenüber dem rein marktrationalen Handeln und gegenüber der Vereinzelung in der Gesellschaft. Mit dem vieltausendfach praktizierten kleinen Engagement des Alltags leisten die Unternehmen einen wichtigen Beitrag zum Funktionieren unserer Gesellschaft – ohne dabei das nutzbringende Verhalten am Markt aus den Augen zu verlieren.

Wir als Unternehmer müssen verstärkt auf die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung setzen, um auch wirtschaftlich in der Erfolgsspur zu bleiben. Qualität am Markt, in der Unternehmenskultur und -führung sowie soziales Engagement sind Ausdruck gelebten Bürgertums und gelebter Gemeinschaft und damit ein Erfolgsrezept für das deutsche Handwerk!

In diesem Sinn wünsche ich Ihnen ein gutes Jahr 2007.

Herzlichst

Otto Kentzler
(Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks)