



Jetzt anmelden zum porta-Marathon 2009

Porta Westfalica. Die Vorbereitungen für den porta-Marathon, 2009 eines der sportlichen Großereignisse im Kreis Minden-Lübbecke, laufen auf Hochtouren und werden jetzt auch für die interessierten Teilnehmer ganz konkret: Wer sich bis zum 31. Januar 2009 anmeldet, nutzt die erste Anmeldephase und damit die günstigsten Startgebühren. Wie Ulrich Beißner, Mitorganisator des von porta-Möbel veranstalteten Lauf-Events, mitteilte, gelten diese Gebühren für alle Laufwettbewerbe, die am 17. Mai auf den Strecken in Porta Westfalica und Minden stattfinden.

Die Startgebühr für den Marathon beträgt bis zum 31. Januar 30 Euro, danach 40 Euro. Die weiteren Gebühren: Staffelmaraathon 36 (60) Euro, Halbmarathon 17 (25) Euro und 10-km-Lauf 9 (15) Euro. Der Bambini-Lauf, Laufspaß für kleine und große Kinder (Strecke 1.000 Meter), hat eine einheitliche Startgebühr von 2 Euro. Anmeldeschluß ist der 7. Mai 2009, Nachmeldungen und Ummeldungen sind dann nur noch am 15. und 16. Mai möglich.

Mit dem Lauf-Event setzt porta-Möbel die Marathon-Tradition im Kreis Minden-Lübbecke weiter fort. Zuletzt hatte es 2006 den Rose-Marathon gegeben. Gleichzeitig wird der porta-Marathon um die genannten Laufwettbewerbe erweitert. Die sportliche Leitung liegt beim TuS Eintracht Minden. Anmeldungen können unter www.porta-marathon.de erfolgen. Unter dieser Adresse gibt es auch alle Detail-Informationen.

Wirtschaftsdirekt

-Anzeigen-
PR-News
aus dem
Geschäftsleben

Sicherheit beim Wintersport:

Augenschutz auch bei widrigen Wetterverhältnissen

Der Winterurlaub steht vor der Tür - Skier, Snowboards und Schlittschuhe warten auf ihren Einsatz. Für Wintersportler ist bei der Anschaffung ihrer Ausrüstung vor allem der richtige Augenschutz wichtig. Denn gerade auf Bergen und Gletschern schützt eine optimale Sonnenbrille vor den gefährlichen UV-Strahlen. Die spezielle Skibrille hält die Sicht frei, sorgt für den klaren Blick und damit für weniger Unfälle beim Wintersport, denn immerhin sind zirka 80% der Skiunfälle

auf schlechte Sicht oder schlechtes Sehen zurückzuführen.

Skibrillen mit Korrektionsgläsern

Natürlich können auch Brillenträger die ganze Schönheit eines aktiven Winterurlaubs genießen. Freunde des weißen Sportes nutzen entweder Kontaktlinsen, die den klaren und scharfen Blick durch die schützende Skibrille ermöglichen. Oder die Fehlsichtigen,

die die unsichtbaren Helfer direkt im Auge nicht vertragen oder sie nicht extra für die wenigen Tage Winterfreude anschaffen möchten, lassen sich beim Augenoptiker die passende Skibrille mit individuellen Korrektionsgläsern versehen. Fielmann-Augenoptiker Franz Salzig weiß: „Eine optimale Wintersportbrille in Ihrer persönlichen Stärke sorgt nicht nur für gute und scharfe, klare Sicht, sondern hat einige Zusatzqualitäten: Die eng anliegende Passform hält den Augenschutz auch bei widrigen Wetterverhältnissen vor den Augen und schützt die Augen bei Kälte und Wind.“

UV- und IR-Strahlen, die unsichtbare Gefahr

Gerade auf Gletschern und im Schnee muss unser wichtigstes Sinnesorgan umfassend und achtsam vor UV-Strahlung und Blendung geschützt



werden. Wenige nur wissen, dass der ungeschützte Blick in die gleißende Sonne Bindehautentzündungen hervorrufen kann und dass ein Großteil der Strahlungsschäden am Auge durch ultraviolettes Licht verursacht wird. Dabei ist 100%iger Schutz durch die Sonnenbrille leicht möglich. Braune, graue oder grüne Gläser mit einem Tönungsgrad zwischen 65 und 85 Prozent verhindern, dass das grelle Sonnenlicht - zusätzlich vom

weißen Schnee reflektiert - zu sehr blendet. Optiker Franz Salzig von Fielmann: „An wolkenverhangenen oder nebeligen Tagen und wenn es schneit, erhöhen gelb- bzw. orangegetönte Gläser die Kontraste, sodass auch unter widrigen Wetterumständen die Piste und die anderen Skifahrer klar erkennbar sind. So geschützt können alle Winterbegeisterten - Brillenträger oder nicht - das weiße Vergnügen mit Sicherheit genießen.“

Humana investiert am Standort Herford

Kernstück ist ein neuer Sprühturm

Herford. In dieser Woche beginnen auf dem Gelände der Milchwirtschaftlichen Industriegesellschaft Herford, einem Tochterunternehmen der Humana Unternehmensgruppe Abrissarbeiten, um Platz zu schaffen für den Neubau einer modernen Trocknungsanlage. Kernstück ist ein neuer Sprühturm. Dem Sprühturm fällt im Verarbeitungsprozess der Babynahrung eine wichtige Rolle zu. Mit ihm wird die Milch, die bereits mit hochwertigen Zusatzstoffen angereichert ist, durch Zerstäubungstrocknung zu pulverförmiger Babynahrung verarbeitet.

Der neue Sprühturm schafft zusätzliche Herstellkapazitäten von 9.500 Tonnen Babynahrung pro Jahr. Aus insgesamt 400 verschiedenen Zutaten wird die Babynahrung vollautomatisch und rezeptgesteuert hergestellt. Um die hohen Qualitätsanforderungen bei der Produktion von Babynahrung sicher zu stellen, kommt modernste Verfahrenstechnik zum Einsatz. Diese Technik und die

Filteranlagen des neuen Sprühturms werden in einem separaten Gebäude untergebracht, das ebenfalls neu errichtet wird. Die Inbetriebnahme der neuen Anlage ist im Frühjahr 2010 geplant. Die Investitionssumme beläuft sich auf rund 15 Millionen Euro.

Zur Gewährleistung der größtmöglichen Produktsicherheit in der Kette vom Rohstoff zum fertigen Produkt, werden alle qualitätsrelevanten Prozessparameter kontinuierlich überwacht und dokumentiert. Die neuen technischen Anlagen und Gebäude werden sich auf dem höchstmöglichen Hygienestandard befinden. Zum Einsatz kommen energiesparende und umweltschonende Technik und Technologien. Um Energie einzusparen, ist die Wärmerückgewinnung ein Bestandteil der Prozesskette. Die Humana Unternehmensgruppe hat mit diesem Projekt einen wichtigen Schritt zur Sicherung der Produktion und der Arbeitsplätze am Standort Herford getan.

Neueröffnung GameStop:

„Power to the players“

Herford. Seit Mitte letzter Woche gibt es im Herzen der Stadt eine neue interessante Adresse für alle Zocker und Liebhaber sämtlicher Entertainment Software- und

Hardware-Artikel: Am Gehrenberg 4 eröffnete unter der Leitung von Dennis Steffmann eine Gamestop-Filiale. „Alles was wir unseren Kunden anbieten - von der breiten Pro-

duktpalette an PC- und Videospielen, hervorragende Serviceleistungen bis hin zu einem umfangreichen Sortiment an gebrauchten Spielen, Konsolen und Zubehör - ist dahingehend ausgerichtet den Ansprüchen und Wünschen unserer Kunden gerecht zu werden“, strahlt der Filialleiter Herford. Neben dem Verkauf bietet GameStop alle Kunden die Möglichkeit, ihre alten Konsolen, Konsolenspiele und Zubehörartikel, die sie nicht mehr brauchen, in Zahlung zu geben oder zu Geld zu machen.

„Außerdem finden alle Kunden eine riesige Auswahl an gebrauchten Spielen, Konsolen und Zubehör zu attraktiven Preisen. Geöffnet hat Gamestop montags bis freitags von 9.30 bis 19 Uhr, sowie samstags von 9 bis 18 Uhr.“



Herforder Bekleidungshersteller für die Zukunft gut positioniert

Brinkmann-Gruppe hält Umsätze 2008 stabil

Herford. Brinkmann-Gruppe auf stabilem Kurs: Der Herforder Bekleidungshersteller erzielte 2008 einen Umsatz von 238 Millionen Euro. Damit blieb das Unternehmen absolut betrachtet zwar leicht hinter dem Vorjahreswert von 242 Millionen Euro zurück, bereinigt um die Umsätze der nicht verlängerten Burberry-Lizenzen konnte es aber ein leichtes Plus erzielen. Im vergangenen Geschäftsjahr hat die Gruppe die Positionierung der Kernmarken weiter optimiert und mit einem deutlichen Zuwachs an eigenen Flächen die Wettbewerbsfähigkeit erhöht. Daher erklären die geschäftsführenden Gesellschafter Wolfgang und Klaus Brinkmann: „Wir sind optimistisch, dass wir gestärkt aus der Finanzkrise hervorgehen und auf einem dann bereinigten Markt noch besser dastehen werden.“

Einen wichtigen Beitrag zum Erfolg hat auch 2008 wieder das Auslandsgeschäft geliefert. Der Exportanteil lag bei 50 Prozent und ist damit gegenüber dem Vorjahr (49 Pro-



zent) leicht gestiegen. Hauptexportländer sind Italien, Frankreich, Großbritannien und die Niederlande, wichtiger geworden sind auch Märkte im Mittleren Osten und China. Ein weiterer entscheidender Erfolgsfaktor ist das Retail-Geschäft, die Präsenz des Un-

ternehmens auf eigenen Flächen und Stores am Markt. Diese Flächen haben sich 2008 erneut als besonders wachstumsstark erwiesen. „Im vergangenen Jahr haben wir Gesamtinvestitionen in Höhe von 3,5 Millionen Euro getätigt, die maßgeblich ins Retail-Geschäft geflossen

sind, so haben wir die Weichen richtig gestellt“, unterstreicht Wolfgang Brinkmann.

2009 steht daher die Eröffnung weiterer Flächen und Stores für verschiedene Marken der Gruppe im Fokus.

In Planung für dieses Jahr ist der Bau eines weiteren Verwaltungsgebäudes am Hauptsitz in Herford. Im Inland zählt das Unternehmen 1057 Beschäftigte (Vorjahr 1100), davon 55 Auszubildende. Weltweit arbeiten über 4000 Personen für die Brinkmann-Gruppe.

bugatti

Gut entwickelt hat sich 2008 das international erfolgreiche Modelabel bugatti mit einem Exportanteil von über 50 Prozent. 3,5 Millionen bugatti Teile werden pro Jahr in mehr als 60 Länder der Welt geliefert. Besonders beliebt ist die Marke bei den Italienern: Brink-

mann ist mit bugatti der größte Exporteur für Männermode nach Italien. Auch die aktuelle Auftragsentwicklung ist positiv: Für die Frühjahr/Sommerkollektion 2009 liegt sie über dem Vorjahresniveau.

Mit 570 Flächen konnte 2008 die Präsenz der Marke im Handel weiter ausgebaut werden. Insgesamt verfügt bugatti heute über 28 Stores. In Deutschland öffneten 2008 vier Stores ihre Pforten. Rechtzeitig zu den Olympischen Spielen in China gingen dort vier bugatti Stores an den Start. Weitere vier folgten einige Wochen später. Neueröffnungen gab es zudem in Russland, Tschechien, Polen und in Oman.

Ab 2009 sollen jährlich 15 neue Stores die Präsenz verstärken. Auch bei den Shopflächen hat bugatti ehrgeizige Expansionspläne. Mindestens 150 neue Shopflächen sollen mittelfristig zusammen mit Handelspartnern umgesetzt werden. Dabei hat das Unternehmen neben Deutschland vor allem die Wachstums-

märkte in China, Russland und die Golf-Staaten im Blick. „Unser Vorsatz ist, mit dem Retail-Geschäft innerhalb der nächsten fünf Jahre ein Viertel des gesamten bugatti Umsatzes zu erwirtschaften“, erklärt Klaus Brinkmann. Innerhalb der Kollektion liegt das Augenmerk in naher Zukunft besonders auf dem Bereich Sakkos und Anzüge. „Ziel ist es, diese Produktgruppe kompetenter und stärker am Markt zu platzieren“, so Klaus Brinkmann. Zur Stärkung der Marke beigetragen haben auch 2008 wieder die Lizenzprodukte. Insgesamt hat bugatti 15 Partner unter Vertrag. Neu vergeben wurden die Lizenzen für Schirme und Unterwäsche. Die Produktpalette reicht jetzt von Kopfbedeckungen über Schuhe bis hin zu Taschen, Home- und Bettssystemen. „Damit ist bugatti einer der erfolgreichsten Lizenzgeber in Deutschland und inzwischen mehr als ein reines Männermode-Label“, kommentiert Wolfgang Brinkmann die Entwicklung.