



Setzt auf seine Mannschaft: Der Geschäftsführer und frühere Hockey-Bundesligaspieler Torsten Knappe (rechts) mit Mitarbeitern.

Fotos: Novum (2), Werk

„Wir können nur als Team gewinnen“

Die Westland Firmengruppe soll ein Familienunternehmen bleiben

Melle. Die Tür zu Torsten Knappe's Büro steht offen, Mitarbeiter kommen kurz rein, berichten von der Messe. „Wir kennen keine Hemmschwellen“, sagt der kaufmännische Leiter der Westland Gummwerke. Später, beim Gang durch die Fertigung, gibt es hier einen Handschlag, da ein Hallo. Knappe betont: „Wir hier oben, ihr da unten – das gibt es bei uns nicht.“

Die Firma in Melle bei Osnabrück, geprägt von Senior-Chefin Dagmar zur Nedden sowie von Georg und Dawn zur Nedden, ist ein Familienunternehmen. Auch die leitenden Mit-

arbeiter setzen offensichtlich auf Teamgeist. Gutes Klima sei eben wichtig, erklärt der kaufmännische Leiter. „Nur so können wir gute Produkte herstellen und die Kunden zufriedenstellen.“

„Vorteil der ländlichen Struktur“

Knappe hat früher in der Hockey-Bundesliga gespielt, war später Trainer – er weiß also, was Mannschaftssport ist: „Wir können nur als Team gewinnen. Einzelkämpfer haben nur selten eine Chance.“

Westland legt großen Wert auf eine gute Mischung aus

handwerklichem Können, theoretischem Wissen und technischer Neugier. Um auf neue Ideen zu kommen,

schauen sich die Entwickler auch schon mal in der Natur um – so hat man bei der Lotus-Pflanze beobachtet, wie sie



Sie stehen zu ihren Produkten: Fast alle Mitarbeiter waren hier schon Azubis – eine gute Basis auch für langjährige Kundenkontakte.



Qualität: Westland liefert Druckwalzen für die grafische Industrie – und fertigt bereits seit 70 Jahren am Standort Melle.

Wasser abperlen lässt, und daraus neue Walzenbeschichtungen entwickelt. Die sind besser zu reinigen, langlebiger und umweltfreundlicher.

Druckwalzen für die grafische Industrie sind kein Einwegprodukt. Haben sie ihren Dienst getan, kommen sie zu Westland zurück und werden mit einer neuen Gummischicht überzogen. So entstehen jahrzehntelange Kundenbeziehungen: Man kennt sich.

Und das gilt auch intern. Fast jeder der 270 Mitarbeiter hat im Unternehmen seine Ausbildung gemacht, nicht wenige bleiben bis zur Rente. Aktuell zählt Westland 15 Azubis. Sie kommen in der Regel von der Realschule. Zudem beginnen im Herbst zwei Abiturienten einen dualen Studiengang: Im Betrieb bekommen sie das praktische Rüstzeug, das Studium absolvieren sie in der Fachhochschule Bielefeld-Minden.

Dem kaufmännischen Leiter Knappe ist die enge Kombination aus Theorie und Praxis wichtig: „Bildung hat für uns höchste Priorität.“ Dazu zählt für ihn ausdrücklich auch soziale Kompetenz.

Die Anzahl der Bewerbungen geht wie bei vielen Firmen auch bei Westland zurück – doch die Klagen mancher

Ausbilder, wonach die Qualifikation der Schulabgänger kontinuierlich sinkt und ihre Bewerbungen immer häufiger schon in der äußeren Form zu wünschen übrig lassen, kann Knappe nicht bestätigen. „Das ist der Vorteil einer wirtschaftlich starken Region mit hoher Identifikation seiner Menschen“, meint er. „Hier stimmen die Familiengemeinschaften. Die Eltern zeigen Verantwortung.“

Trotz Globalisierung geht's persönlich zu

Westland produziert seit gut 70 Jahren in Melle. Und dort wird das Vereinsleben hochgehalten. Knappe: „Wir achten bei unseren Bewerbern auch auf ein Engagement außerhalb der Schule – etwa in der Feuerwehr, dem Sportverein oder anderen sozialen Einrichtungen.“ Einser-Kandidaten müssen es nicht sein.

Inzwischen ist das Unternehmen zu einer international tätigen Firmengruppe gewachsen. An sechs europäischen Standorten gibt es Tochtergesellschaften mit weiteren 350 Mitarbeitern. Den familiären Charakter will Westland auf keinen Fall verlieren. „Das ist Teil unseres Erfolgsrezeptes“, sagt Knappe.

WERNER FRICKE

Vollautomatisch in die Schmutz-Ecke

Freudenberg hat zwei Putzroboter auf den Markt gebracht

Weinheim. Ufo-Alarm im Wohnzimmer! Eine flache rote Scheibe saust um die Tischbeine, weicht Wänden und Bellos Körbchen aus, stößt dafür unermüdlich in allen Ecken. Die Geräusche des unbekannteren Flitz-Objekts erinnern an das zufriedene, aber heisere Schnurren eines Stubentigers. Oder an einen Staubsauger im Stimmbruch.

„Seit dem 2. Mai sind unsere Putzroboter auf dem Markt“, berichtet Marketingleiter Markus Dietz vom Sauberkeitsspezialisten Vileda. Die Marke gehört zum Familienkonzern Freudenberg mit Sitz in Weinheim (Baden-Württemberg). „Cleaning Robot“ heißt die große Variante, der kleine Bruder bekam den Namen „ViRobi“. Beiden gemein ist die Fähigkeit, Hausfrauen und -männern die oft ungeliebten Tätigkeiten Staubsaugen und -wischen abzunehmen.

Haus-Navigation führt auch in die Ecken

Angetrieben von einem Elektromotor sausen sie unter Betten, Tische und Schränke. Sobald sie ein Hindernis berühren, wählen sie eine andere Richtung. Sie fallen nicht von Treppen. „Die Haus-Navigation

unterstützt sie beim Aufspüren von Schmutz in den Ecken“, sagt Dietz. Und dank intelligenter Raumabdeckung gelangen sie dort auch hin.

Die Putzroboter bekommen harte Böden wie Fliesen, Parkett, Laminat genauso sauber wie etwa kurzflorige Teppichböden. Der Cleaning Robot putzt mit kleinen Bürsten an

den Seiten Ecken und Kanten, die rotierende Bürste an seiner Unterseite sammelt Schmutzpartikel ein und saugt sie in einen herausnehmbaren Staubfangbehälter; das Nachkaufen von Staubsaugerbeuteln entfällt also. Und der ViRobi wischt mit einem befestigten Staubtuch den Boden. Das klappert ganz ohne Wasser,

durch das Zusammenspiel von Vorwärtsbewegung, Eigenrotation und einem Tuch.

Entwicklung dauerte zwei Jahre

Je nachdem, ob die Geräte in kleinen, mittleren oder großen Räumen zu tun haben, lässt sich die passende Laufzeit einstellen. Der Akku hält 120 Minuten. Und der Hersteller gewährt zwei Jahre Garantie. „Putzroboter liegen voll im Trend“, weiß der Marketingleiter. „Laut Studien planen 7 Prozent aller Deutschen, sich einen Staubsauger-Roboter anzuschaffen. Das sind rund drei Millionen deutsche Haushalte.“

Gut zwei Jahre hat die Entwicklung von Cleaning Robot und ViRobi gedauert. „Unser Ziel war es, ein handliches und einfach zu bedienendes Produkt mit einem deutlichen Mehrwert für unsere Kunden zu entwickeln“, sagt Joaquin Barrera von Vileda, der an der Entwicklung der Putz-Teufel mitgearbeitet hat. Dass dies sehr gut gelungen ist, belegen erste im Internet veröffentlichte Verbrauchertests. Produziert werden die Putzroboter übrigens in China.

UWE REMPE



Entlastung: So zeigt der Hersteller sein Produkt. Foto: Werk

KOMMENTAR

Gummi ist überall

Von Dr. Sven Vogt
Vorsitzender des Arbeitgeberverbands
der Deutschen Kautschukindustrie



Früher war alles einfach. Zumindest, wenn es um die Ausstattung des Autos ging. Damals waren vor allem die Motorisierung wichtig und die Frage, welche Farbe der fahrbare Untersatz denn haben soll.

Heute können Autokäufer aus einer Vielzahl von Sonderausstattungen und Zusatz-Features wählen. Noch nie in der Geschichte der Menschheit gab es eine größere Mobilität als gegenwärtig. Dieser atemberaubende Bewegungsdrang hält die Branche und damit unzählige Zulieferbetriebe am Leben. Und er wäre nicht möglich ohne Hightech-Produkte aus der Kautschuk-Industrie.

Die Automobil-Industrie, an der jeder fünfte Arbeitsplatz in Deutschland hängt, müsste ihre Produktion abrupt einstellen,

würden die Kautschuk verarbeitenden Unternehmen zum Beispiel keine Reifen mehr bereitstellen, keine Dichtungsprofile mehr, keine Gummi-Metall-Verbindungen oder keine Schläuche mehr.

Auch diese Zeitung wäre ohne Gummi nicht gedruckt worden. Denn auch Druckwalzen werden, wie im Beitrag oben beschrieben, von der Kautschuk-Industrie ummantelt.

Und der Putzroboter (siehe Beitrag links) entstammt einem Unternehmen, das in der Elastomerverarbeitung große Innovationen hervor gebracht hat.

Gummi ist überall in unserem Leben. Die Faszination des Werkstoffs Kautschuk beruht auf seiner geradezu wundersamen Vielfalt und Verwendungsfähigkeit.

„Geradezu wundersame Vielfalt“