



Liebe Leserinnen und Leser,

die Konsumforscher sind sich einig: Die „Wir können nur billig“- und „Geiz ist geil“-Strategien kommen bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern nicht mehr an. Ihr Verhaltenspendel schlägt jetzt in die andere Richtung aus: Sensibilisiert durch Gammelfleischskandale, gesundheitsgefährdendes Billigspielzeug und nicht sichere Elektrogeräte, richten sie ihr Interesse nicht mehr allein auf den Preis, sondern zunehmend auf die Werthaltigkeit von Waren und Dienstleistungen.

Diese Rückbesinnung auf das Bessere führt zu einer neuen Wertschätzung zwischen Konsument und Produzent. Nicht der Billigste ist der Beste, sondern wer zu einem fairen Preis dem aufgeklärten Kunden das höherwertige Produkt anbietet und dies auch nachweist.

Hierfür gibt es seit über 80 Jahren eine klare Kennzeichnung: das RAL-Gütezeichen. Die Hinwendung der Verbraucherinnen und Verbraucher zum leistungsfähigeren Produkt und zur besseren Dienstleistung eröffnet uns jetzt neue Chancen, einem breiten Publikum den einzigartigen Mehrwert des RAL-Gütezeichens nahezubringen. Deshalb wird der Fokus unserer Öffentlichkeitsarbeit des kommenden Jahres auf der Optimierung der Wahrnehmung des RAL-Gütezeichens bei den Endkunden liegen. Dafür brauchen wir viele Verbündete. Machen Sie mit, denn wir haben eine wichtige Botschaft: Wir stehen für Güte.

Ich wünsche Ihnen allen ein schönes Weihnachtsfest und ein gutes neues Jahr.

Klaus Wilmsen, RAL-Präsident



Aktuelles:
Neuer Ratgeber Keller

Seite 11

Rückblick:
RAL-Forum 2007

Seite 10



Neue RAL-Gütezeichen

Entwässerungsrinnen: langlebig und belastbar



Entwässerungsrinnen dienen zur Aufnahme und Ableitung von Abwässern im privaten und öffentlichen Bereich. Abwässer können Regenwasser, Abwasser mit Verunreinigungen und/oder chemischen Bestandteilen sowie Flüssigkeiten jedweder Art sein. Die Entwässerungsrinnen-Systeme bestehen aus Rinnenkörper und Einlaufkasten/Sinkkasten, Abläufen bzw. Ablaufstutzen, Adaptern, Stirnplatten und Rinnenabdeckungen.

Die Anforderungen an Entwässerungsrinnen-Systeme mit dem neuen RAL-Gütezeichen erstrecken sich sowohl auf die Materialeigenschaften der eingesetzten Werkstoffe als auch auf konstruktive Besonderheiten der Fertigprodukte. Sie sind kostengünstig herzustellen, einfach zu handhaben und mit geringem Aufwand zu installieren. Sie bieten einen hohen Widerstand gegen Verformungen durch Belastungen – z. B. beim Überfahren mit schweren Fahrzeugen – und sind langlebig. Ihre Formgebung ermöglicht außerdem eine sichere Verkrallung im umgebenden Boden.

Kontakt:
Gütegemeinschaft Entwässerungsrinnen-Systeme e. V.
Geschäftsführer

Dipl.-Ing. Bernfried Stache
August-Bebel-Straße 39
66482 Zweibrücken
Tel.: 0 63 32 / 20 99 77
Fax: 0 63 32 / 20 99 78
E-Mail: bstache@vistraco.de

Zuverlässige Energief Lieferung



Energieabnehmer aus der Wohnungswirtschaft, dem Gewerbe oder der Industrie sind zunehmend kritischer und anspruchsvoller geworden, wenn es um die Ausführung der vertraglich festgelegten Leistungen im Rahmen der Energielieferung geht. Die nötige Sicherheit bieten dabei diejenigen eigenständigen gewerblichen Energielieferanten, deren Beratung und Ausführung gütegesichert ist. Das ist der Fall beim neuen RAL-Gütezeichen „Energie Contracting“.

Die Güte- und Prüfbestimmungen Energielieferung beinhalten zum einen die Beratung durch den Energielieferanten, und sie legen zum anderen die Einzelheiten der Energielieferung fest. Außerdem regeln sie sehr genau die Ausführung der Lieferungen von Wärme, von Kälte oder Druckluft sowie von Strom aus Blockheizkraftwerken oder anderen Stromerzeugungsanlagen.

Die Energielieferanten müssen sicherstellen, dass die Güte- und Prüfbestimmungen über die gesamte Laufzeit der Vereinbarung eingehalten werden. Das gilt auch hinsichtlich der eingesetzten Materialien, der Maschinen, der Geräte und des Personals. Außerdem sind die Betriebe verpflichtet, ihre Leistungen zu dokumentieren und statistisch auszuwerten.

Im Rahmen der Gütesicherung erfolgt eine Plausibilitätsprüfung, bei der die Vollständigkeit der Dokumente geprüft wird: von der Energieliefervereinbarung über den Mietvertrag für den Heizraum bis hin zum Feuerversicherungsnachweis. Außerdem gewährleistet eine Weiterbetriebsgarantie, dass der Kunde in jedem Fall die Leistungen über die gesamte Vertragsdauer erhält, auch wenn der

ursprüngliche Auftragnehmer nicht mehr dazu in der Lage sein sollte.

**Kontakt: Gütegemeinschaft
Energief Lieferung e. V.**

Geschäftsführerin Birgit Arnold
Ständehausstraße 3
30159 Hannover
Tel.: 05 11 / 365 900
Fax: 05 11 / 365 90 19
E-Mail: hannover@vfw.de

Nur saubere Verkehrsflächen sind sicher



Verkehrsunfälle oder auch Fahrlässigkeit führen nicht selten dazu, dass durch austretende Stoffe wie Öl und andere Betriebsflüssigkeiten Verkehrsflächen auch nach mehreren Wochen oder Monaten

noch zu gefährlichen Rutschbahnen werden können, wenn sie nicht ordnungsgemäß gereinigt werden.

Professionelle Abschlepp- und Straßendienst-Unternehmen müssen deshalb zum Teil unter hohen Sicherheitsvorkehrungen und oft mit aufwändiger Technik bei der Reinigung zu Werke gehen.

Um die bestmögliche und nachhaltige Gefahrenbeseitigung zu ermöglichen, wurde jetzt das RAL-Gütezeichen Verkehrsflächenreinigung und Unfallstellensanierung geschaffen.

Das Gütezeichen wird für die Leistungsklassen der Verkehrsflächenreinigung, Unfallstellensanierung und für Maschinen und Geräte vergeben. Die Anforderungen der einzelnen Leistungsklassen sind in den Güte- und Prüfbestimmungen festgeschrieben. So werden u. a. Anforderungen an Reinigungsmaschinen und Geräte, an Begleitfahrzeuge, an Absicherungsein-

Revisionen und Erweiterungen

richtungen der Arbeitsstellen, an die persönlichen Schutzausrüstungen und an den Betrieb (Geräte und Betriebsausrüstung, Betriebsorganisation und Personal) gestellt.

Kontakt: Gütegemeinschaft Verkehrsflächenreinigung und Unfallstellensanierung e. V.

Geschäftsführerin Sylvia Noe-Stang
Am Nochen 1
57074 Siegen
Tel.: 02 71 / 38 46 25 50
Fax: 02 71 / 38 46 25 515
E-Mail: info@ggvu.de
Internet: www.ggvu.de

Gütesichertes Sohlenleder für Qualitätsschuhe



Die Qualität des verarbeiteten Materials, insbesondere des Sohlenleders, ist neben der Passgenauigkeit eine unerlässliche Voraussetzung für die praktische und gesundheitliche Eignung des Schuhwerks, bei Sicherheitsschuhen auf der Baustelle genauso wie bei Kinderschuhen.

Die Unternehmen der Gütegemeinschaft Altgerber-Verband wenden deshalb für die Herstellung von altgegerbtem Leder das in der Praxis seit langem bewährte Nachweisverfahren nach PASTUSKA an (ein Nachweisverfahren der BAM Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung). Bei der Revision der entsprechenden Gütesicherung wurden die Verfahrensparameter überarbeitet.

Diese Leder-Halbzeuge zeichnen sich besonders durch hohe Strapazierfähigkeit und Langlebigkeit aus. Stetige Eigen- und kontinuierliche Fremdüberwachung stellen zudem sicher, dass die zu untersuchenden Lederproben beim Produzenten entnommen werden und die laufende Fertigung eingehend kontrolliert wird. Das bürgt für die gleich bleibende Güte des in mindestens neunmonatiger Gruben-gerbung mit natürlichen Rindengerbstoffen hergestellten Sohlenleders.

Kontakt: Altgerber-Verband e.V.

Geschäftsführer Josef Gotz
Hiasl-Maier-Straße 8
85435 Erding
Tel.: 081 22 / 4 89 20
Fax: 081 22 / 90 18 66
E-Mail: gotz-erding@t-online.de

Mehr Sicherheit im Energiehandel: jetzt auch bei Flüssiggas



Flüssiggas kann eine heikle Handelsware sein, wenn die Sicherheit beim Transport und Entladen nicht ausreichend sichergestellt ist. Für Verbraucher gibt es jedoch die Möglichkeit, ihren Händler nach objektiven Gesichtspunkten zu wählen: anhand des RAL-Gütezeichens Energiehandel.

Bisher beinhaltete die Gütesicherung Energiehandel Heizöl, Biodiesel, Dieselmotorkraftstoff, Braun- und Steinkohle, Holzpellets, Stückholz, Holzbriketts und Pflanzenöl. Mit der jetzt abgeschlossenen Erweiterung auf den Handel mit Flüssiggas wurde gleichzeitig die Gütegrundlage für die anderen Energieträger präzisiert und überarbeitet.

Damit können sich Anbieter von Kraftstoffen dem Kunden gegenüber als zuverlässiger Dienstleister präsentieren, der seine Leistungen einer stetigen Eigen- und neutralen Fremdkontrolle unterzieht. Die Kontrollen sind vielfältig und betreffen die Güte der Brennstoffe ebenso wie den Zustand der Fahrzeuge, die Aus- und Anlieferung des Brennstoffs, Verkauf und Beratung sowie das Auftreten des Verkaufspersonals gegenüber dem Kunden.

Kontakt: Gütegemeinschaft Energiehandel e. V.

Geschäftsführer Hans-Jürgen Funke
Tullastraße 18
68161 Mannheim
Tel.: 06 21 / 41 10 95
Fax: 06 21 / 41 52 22
E-Mail: info@gueetezeichen-energiehandel.de
Internet: www.gueetezeichen-energiehandel.de



Fachkundige Reinigung hat ihren Preis

Die Gütegemeinschaft Gebäudereinigung erfreut sich großer Nachfrage

Fairer Lohn für faire Leistung. Die Unternehmen der RAL-Gütegemeinschaft Gebäudereinigung folgen seit Gründung dieser Devise. Für sie ist das nun erweiterte Arbeitnehmer-Entsendegesetz mit der



enthaltenen Festlegung eines Mindestlohns für Gebäudereiniger Bestätigung ihres bisherigen Handelns.

„Unsere Dienstleistungen werden von Menschen erbracht, die es verdient haben, vernünftige Arbeitsbedingungen vorzufinden und einen gerechten Lohn zu bekommen“, so Wolfgang Vollmer, der Vorstandsvorsitzende der Gütegemeinschaft Gebäudereinigung. „Eine gerechte Lohnzahlung ist somit selbstverständlich für die Mitgliedsbetriebe.“

Betriebsorganisation nachzuweisen. Außerdem verpflichtet sich das Mitglied, seine unter dem Gütezeichen angebotenen Reinigungsleistungen einer lückenlosen kontinuierlichen Eigen- und regelmäßigen neutralen Fremdüberwachung zu unterziehen.

Wertschätzung für professionelle Arbeit steigt

Seit ihrer Gründung vor über 16 Jahren kann die Gütegemeinschaft mittlerweile 62 deutsche und zwei österreichische Unternehmen als ordentliche Mitglieder verzeichnen und „die Nachfrage, Mitglied zu werden, steigt stetig“, freut sich Vorstandsvorsitzender Vollmer. Für ihn ein Beleg dafür, dass Auftraggeber bereit sind, für fachkundige Reinigungsarbeiten angemessen zu bezahlen.



Der Newsletter der Gütegemeinschaft Gebäudereinigung

Die Gütegemeinschaft hat es sich auf die Fahnen geschrieben, die besondere Güte der Dienstleistungen in der Gebäudereinigung zu fördern und die Einhaltung der Güte- und Prüfbestimmungen zu sichern. Die Güteanforderungen sind es auch, die Auftraggebern Verlässlichkeit in den ausgeführten Arbeiten garantieren. Besonders Krankenhäuser verlangen einen hohen Sauberkeits- und Hygienestandard.

Als Mitglied der Gütegemeinschaft Gebäudereinigung muss ein Unternehmen eine Vielzahl von Qualitätskriterien erfüllen. So hat es u. a. eine seiner Auftragsstruktur entsprechende

Kontakt:

Gütegemeinschaft Gebäudereinigung e. V.
Geschäftsführer Dipl.-Ing. Hans Pfeifer
Tel.: 0 71 71 / 10 40 840
Fax: 0 71 71 / 10 40 850
E-Mail: info@gggr.de
Internet: www.gggr.de

RAL in den Medien

Nachhilfe bei 3sat



„Fast jeder dritte Schüler erhält Nachhilfe“, unter diesem Titel griff die Sendung vivo von 3sat im September 2007 das Thema Qualitätssicherung in der Nachhilfebranche auf. Nachhilfe-Institute gebe es viele, doch eine staatli-

che Aufsicht und die damit verbundene Qualitätssicherung existiere kaum. Deshalb sollten Eltern von nachhilfebedürftigen Schülern auf bestimmte Qualitätskriterien bei der Auswahl von Instituten achten, so der Tenor des Filmbeitrags. Sie sollten unter anderem prüfen, ob das Institut das RAL-Gütezeichen Nachhilfeschulen trägt. Der Textbeitrag zur Sendung ist unter www.3sat/vivo.de einsehbar.



Kontakt: Gütegemeinschaft INA-Nachhilfeschulen e. V.
Vorsitzende Dr. Cornelia Sussieck
Tel.: 0 67 32 / 50 62
E-Mail: ina@sussieck.de
Internet: www.ina-schulen.de

36 Millionen Kühlschränke und der Klimawandel

TV-Magazin „plusminus“ lobt Gütegemeinschaft Rückproduktion von Kühlgeräten

Rund 36 Millionen alte, klimaschädliche Kühlschränke gibt es laut Expertenschätzungen noch in deutschen Haushalten. Die Entsorgung würde rund 15 Jahre dauern. Diese beeindruckenden Zahlen brachte das ARD-Magazin „plusminus“ am 10. Juli 2007 und konfrontierte die Zuschauer mit der Realität bezüglich der umweltfreundlichen Entsorgung der alten FCKW-Kühlgeräte: „90 Prozent der FCKWs müssen zurückgewonnen werden – sagt das Gesetz. Aber



(...) RAL bezweifelt, dass die Vorgabe tatsächlich eingehalten wird“, stellt „plusminus“ fest und zitiert Christoph Becker, Geschäftsführer der Gütegemeinschaft Rückproduktion von Kühlgeräten: „Wir befürchten, dass der Rückgewinnungsgrad in deutschen Kühlgeräte-Recyclinganlagen weniger als 75 Prozent im Schnitt beträgt. In Einzelfällen sogar nur 50 Prozent.“

Die Bereitschaft, vor dem Hintergrund der Klimarelevanz von Kühlgeräten verbindliche FCKW-Rückgewinnungswerte vorzuschreiben, ist jedoch in letzter Zeit nicht nur in Deutschland, sondern in den EU-Staaten insgesamt erheblich gestiegen. Und immer häufiger wird dabei auf das Know-how der Gütegemeinschaft zurückgegriffen. „Konsequentes Kühlgeräte-Recycling in allen EU-Staaten wird daher den Kli-

maschutz nicht nur unterstützen, sondern vielmehr einer der Gradmesser für den Willen der Europäer sein, wirklich aktiv an der Verbesserung der Situation mitzuwirken“, so die Gütegemeinschaft in einer Pressemitteilung.



Ausschreiben – aber richtig

„Dachsubstrate – mehr Sicherheit durch richtiges Ausschreiben“



So lautete die Überschrift eines ausführlichen Artikels von Professor Stephan Roth-Kleyer (Fachhochschule Wiesbaden, Lehrgebiet Vegetationstechnik) in der Septemberausgabe des TASPO „GaLaBau-Report“. Darin rät der Autor, auch bei öffentlichen Ausschreibungen auf RAL-gütesichere Dachsubstratprodukte zu achten bzw. sich bei öffentlichen Ausschreibungen an den Anforderungen einer RAL-Gütesicherung zu orientieren.

Nach Meinung des Autors bieten Ausschreibungstexte, die VOB-konform sind und sich an den Leistungsbeschreibungen RAL-gütesicherter Produkte orientieren, eine höhere Sicherheit für die „gewissenhafte Ausführung einer Dachbegrünung“.

Vorlagen für Ausschreibungstexte lassen sich unter www.substrate-ev.org herunterladen.



Marketing (Teil 2)

Mittelstandsunternehmen in der Marketingfalle?

In der letzten Ausgabe der GÜTE-INFO starteten wir die Serie „Marketing“ mit dem Beitrag „Mittelstandsunternehmen in der Marketingfalle“. Lesen Sie in dieser Ausgabe den letzten Teil des Beitrags.

Zunächst noch eine wichtige Anmerkung der Redaktion zu Teil 1: Patentanwalt Dr.-Ing. Herbert Lotterhos aus Frankfurt teilte uns mit, dass die Angabe „ca. 35.000 Marken in Deutschland“ nicht korrekt sei. Richtig



hingegen ist, dass es z. B. in 2006 744.679 eingetragene und in Kraft befindliche deutsche Marken gab. Bereits die Anmeldezahl 2006 betrug mit bereits 68.810 das Doppelte der in der letzten Ausgabe angegebenen ca. 35.000 Marken. Diese Darstellung – für die wir uns an dieser Stelle bedanken – unterstreicht die Bedeutung des Themas und macht es für die Zukunft umso interessanter.

„Der Weg ist das Ziel“, damit endete der erste Teil – und beginnt auch der zweite Teil. Wie kommen wir an Ziele? Ganz einfach: Definieren Sie Ihre Ziele SMART.

Dabei steht **SMART** für:

- S** = Spezifisch
- M** = Messbar
- A** = Aktuell
- R** = Realistisch
- T** = Terminiert

Wenn Sie Ihre Ziele SMART definieren, haben Sie nicht nur Unternehmensziele, die motivieren, weil sie erreichbar sind, sie verfügen auch über die notwendige Transparenz, damit allen am Prozess Beteiligten klar ist, wohin die Reise geht.

Die Unternehmensmarke: Identität, Definition und Positionierung

Auf Basis der angestellten Zielüberlegungen entwickeln Sie für Ihr Unternehmen eine Identität, die zum Ausdruck bringt, wofür Ihr Unternehmen heute steht und morgen stehen soll. Die Basis dafür schafft eine umfassende Beschreibung des Unternehmens bzw. seines Gegenstandes anhand von bestimmten lenkenden Fragestellungen bzw. deren Antworten dazu, wie zum Beispiel:

- Welche Persönlichkeit hat mein Unternehmen heute/morgen?
- Wie sehen Umfang/Eigenschaften/Qualität der angebotenen Dienstleistung oder Produkte heute und morgen aus?
- Wer ist heute meine Zielgruppe – wer soll es morgen sein? Welche Merkmalsausprägungen hat meine heutige/zukünftige Zielgruppe?
- Wie sehen meine Kundenbeziehungen aus – wie sollen sie aussehen?
- Wo kommt mein Unternehmen her? Was hat mein Unternehmen, seine Dienstleistungen oder Produkte bisher geprägt?
- Welche Unternehmenskultur habe ich heute – welche möchte ich morgen haben?
- Auch wenn es – gerade in mittelstän-

dischen Unternehmen – Chefsache ist: Beantworten Sie sich diese Fragen niemals allein! Konsultieren Sie Ihre Mitarbeiter und Kunden, führen Sie Interviews oder realisieren Sie ein Marktforschungsprojekt. Und vor allem: Seien Sie ehrlich zu sich selbst und zu anderen und fordern Sie alle Beteiligten auf, ehrlich zu sein – auch wenn es wehtut. Wer sich hier seine Welt schönredet, der muss in dem weiteren Prozess auch damit leben und rauscht an der Realität vorbei.

Auf der Basis der niedergeschriebenen (!) Antworten machen Sie sich auf die Suche nach denjenigen Elementen, die das Ist-Bild Ihres Unternehmens konkret beschreiben und Verbindungen zu dessen Dienstleistungen oder Produkten sowie zu der gelebten Kultur herstellen.

Daraus können Sie dann den Markenkern des Unternehmens entwickeln: die Zusammenfassung der zeitlosen, wichtigsten Eigenschaften des Unternehmens. Wichtig ist, dass diese Definitionen auch dann noch Bestand haben, wenn sich Ihr Unternehmen oder Ihr Dienstleistungs- oder Produktportfolio verändert oder erweitert. Denken Sie daran: Eine Marke braucht Kontinuität! Vergleichen Sie deshalb zur eigenen Sicherheit auch Ihre Definition mit der möglichen Soll-Identität. Wenn hier etwas nicht stimmt, werden Sie keine Kontinuität erreichen!

Der nächste Schritt sind Überlegungen zur Abgrenzung der eigenen Marke von den Konkurrenzmarken. Was unterscheidet uns von anderen und welche Abgrenzungsmerkmale eignen sich zur Positionierung (Ortsbestimmung) der Unternehmensmarke im Markt?

Workshop Pressearbeit

Hierzu folgende Hilfestellung: Die Ortsbestimmung der Marke sollte

- zu Ihrem Unternehmen, Ihren Produkten und zu Ihrer Kultur passen. Denken Sie dabei bitte auch an Ihre Zieldefinition;
- Sie für Ihre Kunden attraktiv und identifizierbar machen;
- möglicherweise eine klare Abgrenzung zu Ihren Wettbewerbern darstellen;
- langfristig (!) verfolgt werden können.

Natürlich – und damit kommen wir wieder auf die zweite der vier „Fallen“ zurück – müssen die Positionierungseigenschaften den Informationsbedürfnissen der Kunden entsprechen. Nicht mehr – aber schon gar nicht weniger.

Bedenken Sie dabei immer: **Leistungen oder Produkte sind austauschbar, nur die Marke ist einzigartig.** Und wenn Ihnen das alles zu kompliziert ist, kann ich Ihnen trotzdem Hoffnung machen. Ein weiser Marketingmann hat mir vor 25 Jahren mal gesteckt, dass einen guten Marketingmann zwei Dinge ausmachen: 20 % Verständnis für Zahlen – und 80 % Bauchgefühl. Auch in diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Erfolg!

Dieser Beitrag ist die Kurzfassung eines Vortrags von Dipl.-Betriebswirt Kai Schotten, SCHWIND Werbeagentur, Wachtberg.

Stärkung des Gütezeichens durch ein gezieltes „Wording“

Aufbau-Workshop Öffentlichkeitsarbeit für RAL-Gütegemeinschaften

Die Kommunikation der Gütezeichen-Dachorganisation RAL und ihrer Gütegemeinschaften steht vor besonderen Herausforderungen. Denn Tatsache ist, dass sich die PR-Arbeit an verschiedene, unmittelbar mit RAL und den Gütegemeinschaften verbundene Zielgruppen richtet, deren Interessen sich zum Teil stark voneinander unterscheiden. Tatsache ist aber auch, dass RAL und die Gütegemeinschaften ein gemeinsames Ziel verfolgen: den Bekanntheitsgrad der Gütezeichen im Markt, bei den Verbrauchern und bei den Medien zu stärken und zu forcieren.

Ein wichtiger Part des Aufbau-Workshops Pressearbeit behandelte daher auch das einheitliche „Wording“, mit dem die unterschiedlichen Produkte und Dienstleistungen in Einklang gebracht werden können und ein Wiedererkennungseffekt erzeugt wird.

Die Gütesicherung ist die Kernkompetenz jeder Gütegemeinschaft und ihrer Mitglieder. Dass auch an deren veröffentlichte Texte und den Sprachgebrauch „Güteanforderungen“ gestellt werden sollten, war ein Thema des Workshops, der am 11. Oktober 2007 in den Geschäftsräumen von RAL in Sankt Augustin stattfand.

Neben dem Corporate Wording, also vor allem dem korrekten Gebrauch der zentralen RAL-Begriffe, waren der pressetaugliche Internetauftritt und der Umgang mit den Medien bzw. Journalisten weitere Themen des praxisnahen Workshops, der bei



den Teilnehmern sehr großen Anklang fand. Die Teilnehmer zogen ganz unterschiedlichen Nutzen aus dem Workshop – von der „Überprüfung der eigenen Homepage“ (Andreas Pocha, Gütegemeinschaft Abbrucharbeiten) bis zum „Erfahrungsaustausch mit anderen Gütegemeinschaften“ (Ulrike Wegener, Gütegemeinschaft Substrate für Pflanzenbau).



Gemeinsame Arbeit am gemeinsamen Wording: Der Workshop förderte das Verständnis für eine verständliche und in den Begriffen klare „RAL-Sprache“. „Wir müssen den Namen RAL als allgemeine Marke platzieren!“, forderte Ulrich Tschorn von der Gütegemeinschaft Fenster und Haustüren.

Das Booklet zum Workshop ermöglicht den Teilnehmern, die Inhalte zu vertiefen und in der Praxis anzuwenden. Interessierte Gütegemeinschaften können das Booklet kostenlos als PDF-Datei anfordern bei: Bodo Woltiri, SCHWIND.pr
E-Mail: bw@schwind.de

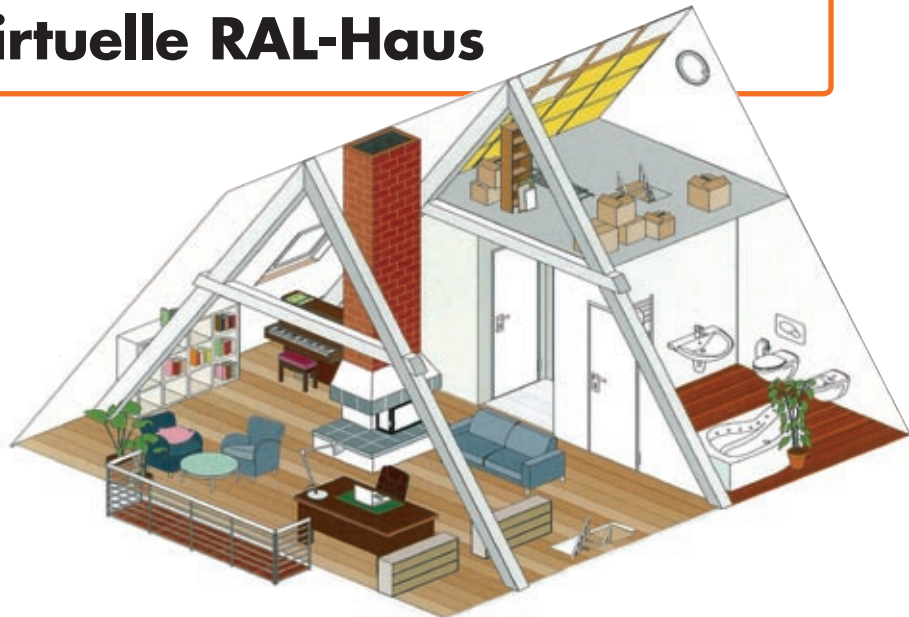
Update für das virtuelle RAL-Haus

Relaunch RAL GÜTE HAUS

Ausbau- und Verschönerungsarbeiten sind ein ständiges Thema für Hausbesitzer. Da geht es RAL mit seinem virtuellen RAL GÜTE HAUS nicht anders. Seit seiner „Errichtung“ Anfang 2007 sind neue Gütezeichen hinzugekommen, die im erweiterten und verschönerten RAL GÜTE HAUS ihren Platz finden.

Als Musterhaus voller Informationen wird das virtuelle RAL-Haus inzwischen oft und gern frequentiert: zigtausend Besucher hat RAL inzwischen im GÜTE HAUS empfangen und so auf die Vielzahl der Produkte und Dienstleistungen mit dem RAL-Gütezeichen hinweisen können. Inzwischen ist das GÜTE HAUS auch auf den Internet-

plattformen
www.deutscher-baukatalog.de
und www.bauen.com mit einem Link präsent, sodass der Besucher nun auch über viele Wege dorthin gelangen kann. Besuchen Sie uns unter www.RAL.de (RAL GÜTE)!



Schäden durch Graffiti: Entfernung und Prophylaxe

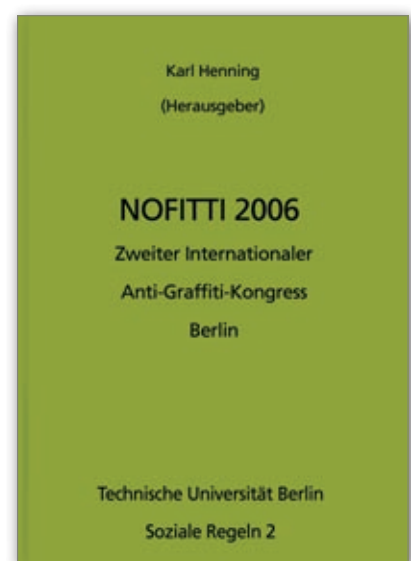
RAL-Beitrag zum Zweiten Internationalen Anti-Graffiti-Kongress

Der durch Graffiti verursachte volkswirtschaftliche Schaden wird in Deutschland jährlich auf mehrere hundert Millionen Euro angesetzt. Ein Schadenspotenzial, das im Hinblick auf leere Finanzkassen in den Städten und Gemeinden, öffentlichen Einrichtungen, bei Behörden, aber auch von privaten Haushalten kaum noch bezahlbar ist. Mit dieser kurzen Situationsbeschreibung leitete RAL-Geschäftsführer Manfred Eihoff seinen Vortrag auf dem Zweiten Internationalen Anti-Graffiti-Kongress am 26./27. April 2006 in Berlin ein. Sein Vortrag ist nun nachzulesen in dem Tagungsband, erschienen 2007 im Universitätsverlag der TU Berlin.



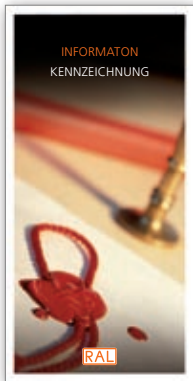
**RAL GÜTEZEICHEN
ANTI-GRAFFITI**

„Prävention“ war das Leitthema des Kongresses mit gut 300 Teilnehmern aus 13 europäischen Ländern. Eihoff ging kurz auf das RAL-Gütezeichen Anti-Graffiti ein, dessen Gütesicherung sowohl die Prophylaxe, die Graffiti-entfernung als auch die Anforderungen an Mittel zur Graffitientfernung und -prophylaxe beinhaltet. Dann skizzierte er die Entstehung und Entwicklung des RAL-Gütezeichensystems und ging ausführlich auf die Unterschiede



des Gütezeichensystems und der Gütesicherung im Vergleich zu anderen Kennzeichnungen ein.

„Information Kennzeichnung“ stark nachgefragt



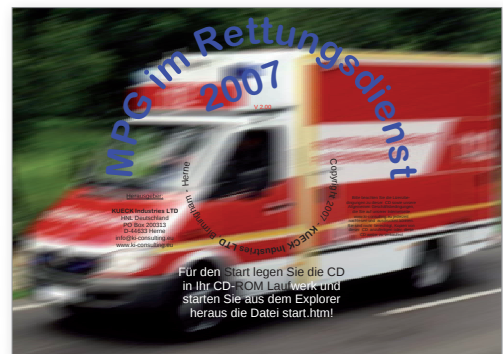
Die im Mai herausgegebene RAL-Broschüre „Information Kennzeichnung“ (s. GÜTE·INFO 2/07) stößt auf starke Nachfrage bei Verbrauchern, Unternehmen und Institutionen und findet ein großes Echo in der Fach- und Publikumspresse. Insgesamt wurden bisher mehr als 7.200 Exemplare der Broschüre angefordert, und von der RAL-Internetseite wurde sie weit über 4.000 Mal heruntergeladen (Stand: 30.09.).

Neben Firmen und Wirtschaftsverbänden waren besonders viele öffentliche

Einrichtungen unter den Bestellern. Einige Institutionen haben inzwischen sogar die Broschüre in ihre eigenen Informationsmedien eingebunden: So wurde sie z. B. in der sechsten Änderungs- und Ergänzungslieferung des Handbuchs zum Medizinprodukterecht im Rettungswesen in die beigelegte CD integriert und mit der RAL-Webseite verlinkt. Nutzer dieses Handbuchs sind ca. 150 deutsche Rettungswachen.

Auch die METRO Group integrierte Inhalte der Broschüre und eine kurze Vorstellung von RAL in ihr Unterrichts- und Ausbildungskompendium „Handelswelten Didaktik“ auf der zugehörigen CD im Kapitel „Handelswissen QUALITÄT“.

In den Medien fand die Broschüre ebenfalls ein starkes Echo: Fachblätter wie euro-decor, Technische Überwachung, Verband der TÜV e. V. stellten die „Orientierung im Zeichenschun- gel“ ebenso vor wie Publikumszeit- schriften oder Online-Magazine wie etwa DIY (Do-It-Yourself) online.



Güte online und im Film

**Güteschutzgemeinschaft
Hartschaum: jetzt auch auf
Englisch und Italienisch online**



Who is GSH? Diese Frage beantwortet die Güteschutzgemeinschaft Hartschaum auf ihrer Homepage natürlich auch in Englisch. Und noch mehr als das: Unter www.gsh.eu finden Interessenten alle Inhalte der Website sowohl in englischer als auch in italienischer Sprache. Mit diesem besonderen Service für Mitglieder und interessierte Verbraucher im Ausland wird dem internationalen Charakter der Güteschutzgemeinschaft Rechnung getragen. Denn bereits 45 % der 77 Mitgliedsunternehmen kommen aus dem europäischen Ausland.

**Image-DVD der Deutschen
Gütegemeinschaft Möbel e. V.**

„Das Gütezeichen ist vielleicht das beste Qualitätsversprechen für Möbel, das es auf der Welt gibt ...“. Mit diesen Worten beschreibt Rolf Benz, einer der bedeutendsten Pioniere der Möbelbranche, das Wesentliche des Films, den die Deutsche Gütegemeinschaft Möbel (DGM) in Form einer DVD herausgibt. „Qualität hat ein Zeichen“ heißt der knapp neunminütige Film. Er zeigt die hohen Qualitäts-, Produktions- und Umweltauflagen, die ein Möbel erfüllen muss, um das RAL-Gütezeichen zu erhalten. Diese Anforderungen schließen auch die Sicherheit des Verbrauchers und seine Gesundheit mit ein.



Die DVD wird vor allem von den DGM-Mitgliedern auf Messen und in Verkaufsräumen der Möbelhäuser eingesetzt. Leser der GÜTE·INFO können sie kostenpflichtig bei der DGM anfordern unter E-Mail: dgm@dgm-moebel.de.

RAL-Forum 2007

Sicher navigieren im Haftungsdschungel

Wer im Verein haftet in einem Schadensfall: die Mitglieder, der Vorstand, die Geschäftsführung? Gibt es eine zeitliche Begrenzung der Haftung? Ist es möglich, Haftungsrisiken zu minimieren? Diese und andere Aspekte der Vereinshaftung standen auf der Themenagenda beim diesjährigen RAL-Forum am 6. November in Bonn.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen zu kennen und darüber hinaus auch zu wissen, wie man eventuelle Gefahrenzonen umschiffen kann, ist für Leitungspersonen und -gremien, aber auch für Mitglieder von Gütegemeinschaften außerordentlich wichtig.

Steuerberater Peter Etzrodt und Rechtsanwalt Rüdiger Wollmann von der BDO Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deutsche Warentreuhand AG (Bonn) referierten vor den Teilnehmern des RAL-Forums zum Thema „Die Haftung von Vereinen und Verbänden“. In ihrem Vortrag beschrieben sie die

Haftungsverhältnisse von Vereinen, wiesen auf Risiken hin und gaben den Zuhörern Strategien zur Haftungsminimierung an die Hand.

Die rege Diskussion mit den Gastrednern während und nach dem Vortrag zeigte den hohen Bedarf der Teilnehmer an sachgerechter Information im Zusammenhang mit Haftungsrisiken.

Wer die Veranstaltung versäumt hat, kann bei RAL

E-Mail: RAL-Institut@RAL.de den Vortrag kostenlos anfordern.



Auf großes Interesse stieß das Thema des RAL-Forums: „Die Haftung von Vereinen und Verbänden“.



Peter Etzrodt, RA Rüdiger Wollmann, Dr. Wolf D. Karl (v. l.)



Aktuelles

Wichtiges Instrument bei der Vergabe

Auftraggeber nutzen Gütesicherung Kanalbau RAL-GZ 961

Aufträge im Bereich des öffentlichen Kanalbaus werden an fachkundige, leistungsfähige und zuverlässige Unternehmen vergeben. Städte und Gemeinden verlangen vor Auftragsvergabe von ihren Bietern den Nachweis ihrer Eignung. Dabei stützen sie sich zunehmend auf die Gütesicherung Kanalbau RAL-GZ 961. Zurzeit sind das 4.555 Auftraggeber und Ingenieurbüros (Stand 11/07).

2.204 Unternehmen führen das RAL-Gütezeichen für die verschiedenen Beurteilungsgruppen.

Im Mittelpunkt steht der neutrale Güteausschuss, der den Unternehmen Erfahrung und Zuverlässigkeit bestätigt. Die vom Güteausschuss beauftragten Prüfeningenieure bzw. Prüfstellen prüfen stichprobenweise die Unternehmen.

Kontakt:

Güteschutz Kanalbau

Tel.: 0 22 24 / 93 84-0

E-Mail: info@kanalbau.com

Internet: www.kanalbau.com

Neu: RATGEBER KELLER

Die 20-seitige Broschüre informiert Bauherren darüber, welche Potenziale in einem ausgebauten oder ausbaubaren Keller liegen und wie man sie effektiv und in der gebotenen Qualität verwirklichen kann.

Themen des Ratgebers sind unter anderem: die Nutzungsmöglichkeiten und die Voraussetzungen eines Kellers als Hobbywerkstatt oder als zusätzlicher Wohn- und Schlafraum; die günstige Bauweise eines Fertiggellers; wirksamer Wärme- und Feuchteschutz durch hochwertige Materialien; die Sicherheit von Abflussrohren oder Treppen und Türen; effektiver Brandschutz; die Installation eines Regenwassertanks etc.

Der RATGEBER KELLER enthält aber nicht nur wertvolle Informationen und Tipps, sondern führt auch die Kontaktdaten aller 32 RAL-Güte-

gemeinschaften auf, bei denen sich Interessenten über weitere Details zu einzelnen Themen informieren können.

Der Ratgeber kann, auch für Ihre Mitglieder und Geschäftspartner, bei RAL kostenlos angefordert werden. Das gilt auch für die anderen Ratgeber DACH, SICHERHEIT RUND UMS HAUS, WOHLFÜHLEN und KIND.

Kostenlos anfordern:

Tel.: 0 22 41 / 16 05-0

E-Mail: doris.grundmeyer@RAL.de

Download unter: www.RAL.de



Gütegesicherte Tiefbaumaßnahme: Das Baustellenschild weist die Beurteilungsgruppen aus, für die das beauftragte Unternehmen das Gütezeichen führen darf.

Service

Sonderpreisabkommen mit MARITIM Hotels

Sonderpreisabkommen mit MARITIM Hotels



Auch für das Jahr 2008 hat RAL mit den MARITIM Hotels wieder ein Sonderpreisabkommen vereinbart. Unter Nennung des Buchungscodes „RAL 152“ erhalten alle Mitglieder und Freunde von RAL vergünstigte Preise für Einzelübernachtungen in den MARITIM Hotels. (Zu Kongress- und

Messezeiten sowie Spezialerevents haben die Sonderpreise keine Gültigkeit.) Buchungen können direkt im jeweiligen Hotel, über das MARITIM Service Center Reservierung unter der Servicenummer 0 18 02 / 31 21 21, per E-Mail unter reservation.res@maritim.de oder über den Regional-Verkaufsleiter Sven Otternberg (E-Mail: sotternberg.ham@maritim.de) vorgenommen werden.



Rückblick

Gewinnspiel „house and more“

Rege Resonanz auf RAL-Gewinnspiel

In „house and more“, der Kundenzeitschrift der Bausparkasse Schwäbisch Hall, wurde das RAL GÜTE HAUS vorgestellt. Kombiniert war diese Anzeige mit einem Gewinnspiel. Wie im letzten Jahr lockten attraktive Gewinne – vom LCD-Fernseher über eine Ballonfahrt bis hin zum Navigationsgerät. Unter den Tausenden von Zusendungen waren auch viele bemerkenswert fantasievoll gestaltete Karten. Aus der großen Zahl der Teilnehmer wurden nun die glücklichen Gewinner ermittelt und informiert.



Viel Kreativität verwendeten manche Teilnehmer auf die Gestaltung ihrer Teilnahmekarten.

Impressum

Herausgeber:

RAL Deutsches Institut für
Gütesicherung und Kennzeichnung e.V.
Siegburger Straße 39
53757 Sankt Augustin
Tel.: 0 22 41 / 16 05-0
Fax: 0 22 41 / 16 05-10
E-Mail: RAL-Institut@RAL.de
Internet: www.RAL.de

Redaktion:

SCHWIND.pr

Gestaltung:

SCHWIND.Werbeagentur