



«Der Kundennutzen steht für Lütze nach wie vor im Vordergrund,» unterstreicht Geschäftsführer Udo Lütze in seiner Rede.

## 50 Jahre Elektronikpionier aus Leidenschaft

■ **Lütze**, Weinstadt, feierte das Firmenjubiläum «50 Jahre» mit Gästen aus aller Welt. Das familiengeführte Unternehmen erwirtschaftet mit seinen 370 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von weltweit über 60 Millionen Euro und das Unternehmen wächst stetig weiter. Lütze-Tochtergesellschaften finden sich mittlerweile in Frankreich, Österreich, Schweiz, USA, Grossbritannien, Spanien und China.

Infos: [www.luetze.ch](http://www.luetze.ch)

## Bestanden

■ Drei Messgeräte-Spezialisten von der **Distrelec-Gruppe** haben erfolgreich die Thermografie-Prüfung nach EN 473 bestanden. Damit verfügt die Distrelec-Gruppe in der Schweiz, in Italien und Deutschland über zertifizierte Thermografen und zertifiziertes Thermografie-Personal.

Infos: [www.distrelec.ch](http://www.distrelec.ch)

## Erfolgreich

■ Der Bekanntheitsgrad und das Neugeschäft von **DAIFUKU** in Europa wachsen kontinuierlich. Insbesondere im Bereich temperaturgeführte Lager hat sich der weltweit tätige Material-Handling-Spezialist einen Namen gemacht. Weltweit baut DAIFUKU seine Marktposition derzeit durch die Übernahme des US-amerikanischen Mitbewerbers Jervis B. Webb aus.

Infos: [www.daifukueurope.com](http://www.daifukueurope.com)

## Neuer Präsident

■ **Dr.-Ing. Hans Ulrich Golz** ist neuer Präsident von **MAG Powertrain**. Zusammen mit dem Executive Vice President Dr. Manfred Berger bildet er das Führungsduo der Powertrain Sparte innerhalb der MAG-Familie.

Der 47-jährige Ingenieur studierte von 1987 bis 1991 am Institut für Werkzeugmaschinen und Produktionstechnik der Universität Karlsruhe. Nach der Promotion wechselte Hans Ulrich Golz von der Wissenschaft in die Wirtschaft.

Infos: [www.mag-ias.com](http://www.mag-ias.com)

## Magazins «changes»

■ Offenheit und Transparenz haben viel bewegt in unserer Welt. Umwälzungen in Politik und Wirtschaft zeugen davon, ebenso Errungenschaften in Informatik und Telekommunikation. **Endress+Hauser** geht dem Thema in der neuen Ausgabe seines Magazins «changes» auf den Grund: Firmenchef Klaus Endress spricht über Chancen und Grenzen der Offenheit, Experten beleuchten die ökonomische, politische, technische und ethische Dimension. Selbst der Kabarettist Jess Jochimsen macht sich auf die Suche – und kommt zu erstaunlichen Erkenntnissen.

Länderschwerpunkt der neuen Ausgabe ist Spanien. Das Land hat seit seiner späten politischen und wirtschaftlichen Öffnung Ende der 70er-Jahre eine erstaunliche Entwicklung genommen. Heute ist Spanien beliebtes Urlaubsziel und geschätzter Handelspartner, verfügt über leistungsfähige Branchen und moderne Industrien.

«changes» zeigt, wie moderne Technologien unser Leben verändern. So hat in Chile mit seinen grossen Entfernungen das E-Procurement besondere Bedeutung erlangt. In Frankreich zeigt ein Stahlwerk, wie digitale Kommunikation einer alten Industrie neue Impulse verleiht. In Deutschland schliesslich haben Forscher ein Verfahren entwickelt, um aus wertloser Biomasse wertvolle Biotreibstoffe zu gewinnen. Selbstverständlich bleibt auch Endress+Hauser offen für Neues – und gewährt selbstverständlich tiefe Einblicke in das Unternehmen und seine Entwicklung. Exemplare des Endress+Hauser Magazins «changes» können über ein Formular auf [www.endress.com](http://www.endress.com) oder unter [info@holding.endress.com](mailto:info@holding.endress.com) bestellt werden.

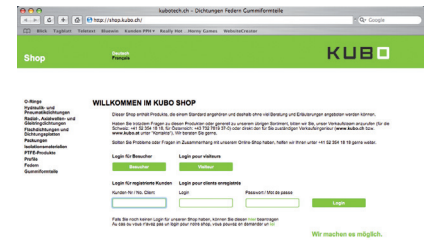
Infos: [www.endress.com](http://www.endress.com)

Messe-Jahresübersicht unter [www.maschinenbau-schweiz.ch](http://www.maschinenbau-schweiz.ch)

## Neuer Online-Shop

■ Seit vielen Jahren betreibt die **Kubo Gruppe** einen Online-Shop. Dieser enthält Produkte, die einem Standard angehören und deshalb ohne viel Beratung und Erläuterung angeboten werden können. Die Erneuerung dieses Tools erfolgt als letzter grosser Schritt in einer ganzen Reihe von Weiterentwicklungen. Dazu gehören auch der Internet-Auftritt und der neue Hauptkatalog, der in dieser Form übrigens erstmals veröffentlicht worden ist.

Wie bei allen diesen Schritten haben wir auch bei der Erneuerung des Online-Shops nicht nur Kosmetik betrieben, sondern folgende grundsätzliche Verbesserungen angebracht:



- Die Produktstruktur des Online-Shops ist identisch mit derjenigen im Hauptkatalog.
- Der Aufbau des Shops wurde vereinfacht, sodass Sie mit weniger Klicks zum gewünschten Produkt gelangen.
- Die Gliederung der einzelnen Seiten ist übersichtlich und erlaubt das rasche Erkennen der relevanten Hinweise und Informationen.
- Die Suchfunktionen wurden wesentlich erweitert und verbessert.
- Das Erscheinungsbild entspricht den übrigen Kubo Kommunikationsmitteln. Der neue Online-Shop ([www.kubo.ch](http://www.kubo.ch)) bildet eine starke Ergänzung zum Hauptkatalog, wenn es um die schnelle Suche von Standardartikeln geht.

Die Kubo Gruppe besteht in der Schweiz aus den beiden Firmen Kubo Tech AG (Dichtungen, Federn) und Kubo Form AG (Gummiformteile) und in Österreich aus der Kubo Tech Ges.m.b.H. (Dichtungen, Federn, Gummiformteile).

Infos: [www.kubo.ch](http://www.kubo.ch)

## Umsatzbringer

■ Auch selten verkaufte Produkte können Umsatzbringer sein. Mit dem Vorbild «Amazon» hat die **ESSKA.de GmbH** einen Online-Shop mit 50'000 technischen Artikel geschaffen. Verkauft wird alles was Betriebe aus Handwerk und Industrie brauchen: Maschinen, Werkzeuge, Arbeitshilfen und Verbrauchsmaterial. Ob Kompressoren, Kupplungen oder Arbeitsschuhe der Shop präsentiert auf 13'000 Webseiten sein Sortiment und nutzt den Long-Tail-Effekt.

Die Theorie von «The Long Tail»: Ein Anbieter kann im Internet durch eine grosse Anzahl Nischenprodukte satte Gewinne machen. Auf den lokalen Märkten wären die Kosten dafür zu hoch. Bei [www.esska.de](http://www.esska.de) funktioniert die Theorie. Seitdem der Fachhändler 2003 sein Angebot online stellte, verzehnfachte sich sein Umsatz und die Zahl der Mitarbeiter kletterte von fünf auf 42. Bestellungen kommen aus der ganzen Welt.