

EXKLUSIVES MAGAZIN FÜR PMT FRIENDS



FRÜHLING 2023

## → SERIENPRODUKTION, REFURBISHMENT UND EOL

TEIL 2 DES SONDERTHEMAS INSIDE PROMOTECH BEGLEITET DIE  
ABLÄUFE DER TEILEPRODUKTION BIS ZUM ENDE DER LEBENSDAUER.

### EXE

1.800 NACHWUCHS-  
FORSCHER:INNEN BEGEISTERT

### TEUERUNGSBONUS

MITARBEITER ERHALTEN  
INFLATIONSAUSGLEICH

### PROMOFIT

KURSE  
GESTARTET

Foto: © Pcess609 – stock.adobe.com

## SERIENPRODUKTION, REFURBISHMENT UND EOL

Teil 2 des Sonderthemas Inside Promotech zeigt die Abläufe während der Bauteilproduktion und beleuchtet jene Aufgaben, die tagtäglich das Tun bei Promotech bestimmen.

Falls Sie den ersten Teil des Sonderthemas verpasst haben, schauen Sie auf [www.promotech.at/news](http://www.promotech.at/news) vorbei. Dort steht die Ausgabe 03-2022 zum Download bereit!



## HERZLICHES DANKE AN ALLE MITWIRKENDEN DIESER AUSGABE

Günther Benninger  
Michael Benninger  
Stephanie Böhler  
Karoline Friedl  
Thomas Hametner  
Walter Haring  
Bernhard Müller  
Hans-Günther Narbeshuber  
Peter Schöberl  
Michael Staffl  
Thomas Steidl  
Betty Weissenbacher  
Diana Weiss  
Christian Zöpfl

## KOMM AN BOARD

Sie haben Ideen, Beiträge, Vorschläge oder Feedback zur Promotech Inside?

Melden Sie sich gerne bei  
[diana.weiss@promotech.at](mailto:diana.weiss@promotech.at)

## SEHR GEEHRTE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER, LIEBE FREUNDE UND PARTNER VON PROMOTECH!

**W**ir freuen uns sehr, Ihnen die neueste Ausgabe unserer „Promotech Inside“ präsentieren zu dürfen. Auch dieses Mal haben wir wieder viele interessante Artikel und spannende Einblicke in das Leben und Arbeiten um und bei Promotech für Sie zusammengestellt.

Unser Unternehmen hat in den letzten Jahren eine beeindruckende Entwicklung durchlaufen. Wir sind stolz darauf, dass wir uns als einer der führenden Hersteller für Kontaktbauteile in der Automobilindustrie etabliert haben. Dies haben wir vor allem unseren engagierten Mitarbeiter:innen zu verdanken, die tagtäglich ihr Bestes geben, um unseren Kunden die für ihre Anforderungen optimalen Lösungen zu bieten.

Wir haben die vergangenen Krisenzeiten dazu genutzt, um uns weiterzuentwickeln und noch stärker aufzustellen. Auch das Projekt Nachhaltigkeit haben wir forciert und weitere Maßnahmen für eine noch grünere Energiebilanz bei Promotech umgesetzt. Näheres dazu erfahren Sie im Interview auf den folgenden Seiten.

Im letzten Magazin haben wir Ihnen den 1. Teil unseres Sonderthemas „Inside Promotech“ vorgestellt - Vom Kundenkontakt zur Serienproduktion. In dieser Ausgabe, durchleuchten wir den 2. Teil des Sonderthemas: Serienproduktion, Refurbishment und EOL.

**Unsere Promotech Inside soll Sie jedoch nicht nur über Technisches informieren, sondern auch unterhalten. Deshalb finden Sie auch in dieser Ausgabe wieder Artikel aus den Bereichen Lifestyle, Gesundheit, Public und Sport.**

**Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!**

**ING. GÜNTER BENNINGER  
GESCHÄFTSFÜHRER**

**ING. MICHAEL BENNINGER, MSC  
GESCHÄFTSFÜHRER**



Foto: © Promotech

28



25

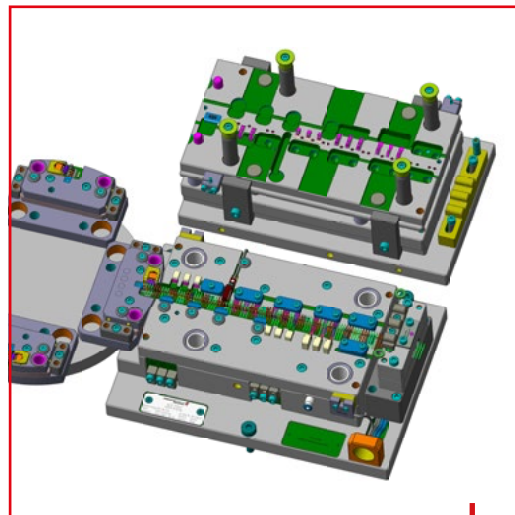


**PROMOTECH-  
TEUERUNGSPRÄMIE!**

Bei Promotech halten wir zusammen: Wir unterstützen unsere Mitarbeiter:innen in Zeiten hoher Inflation!



30



21

**IMPRESSUM**

Medieninhaber, Herausgeber, Verleger und Redaktionsanschrift: Promotech Kunststoff- und Metallverarbeitungsges.m.b.H., Unterlochen 44, A - 5231 Schalchen

Alle Angaben ohne Gewähr. Eine Haftung des Herausgebers ist ausgeschlossen. Bildnachweis: Alle Bildrechte beim Herausgeber; Sollte trotz intensiver Recherche die Nennung von Rechteinhabern unterblieben sein, entschuldigen wir uns vorab an dieser Stelle; Alle Rechte bleiben gewahrt. Satz- und Druckfehler vorbehalten. [www.promotech.at](http://www.promotech.at) Im Sinne der besseren Lesbarkeit verzichten wir im Fließtext auf das Gendern.

**Für Inhalt verantwortlich:** Diana Weiss, Christian Zöpfl **Satz:** FM media group **Fotos:** wenn nicht anders angegeben, © Promotech **Druck:** OHA Druck  
© Mai 2023

**INSIDE**

- 06 **Interview**  
mit Michael Benninger
- 09 **Neues aus dem BVW**  
Peter Schöberl
- SONDERTHEMA**
- 12 **Wie funktionieren moderne Produktionsprozesse?**  
Zusammenfassung von Christian Zöpfl
- 13 **Von der Entwicklung bis zum End of Lifetime**  
Hans-Günther Narbeshuber
- 14 **Produktionsplanung in der Serie**  
Stephanie Böhler
- 15 **Reklamationen im Zulieferprozess**  
Karoline Friedl
- 17 **Bearbeitung einer Kundenreklamation**  
Betty Weißenbacher
- 19 **Optimierung der Serienfertigung**  
Walter Haring, Peter Schöberl & Michael Staffl
- 21 **Werkzeug Refurbishment**  
Bernhard Müller
- 22 **Preis Anpassungen während der Produktlebensdauer**  
Thomas Hametner
- 23 **Akquise von Folgeprojekten**  
Thomas Hametner

**#TEAMPROMOTECH**

- 25 **Wir gratulieren!**  
Firmenjubiläum

**GREETINGS**

- 26 **Wir gratulieren!**  
Nachwuchs & Hochzeiten

**GESUNDHEIT**

- 27 **Fahrradfahren, das verlernt man nicht!**  
Dr. Thomas Steidl

**LIFESTYLE**

- 28 **PromoFit: Interview mit Betty Weißenbacher**  
Interview
- 29 **Ernährungstipps von Promotech-**  
**Fitnessbotschafterin Betty Weißenbacher**  
Rezept

**PUBLIC**

- 30 **Experimentale 2023**
- 30 **Weinreise-Gutschein für LWS Mauerkirchen**
- 30 **SV Uttendorf Sponsoring**
- 31 **Schulpartnerschaften:**  
HTL Braunau, Ried und Andorf

**IMMER AM  
NEUESTEN STAND**

 [FACEBOOK.COM/PMPROMOTECH](https://www.facebook.com/PMPROMOTECH)

 [@PROMOTECH\\_SCHALCHEN](https://www.instagram.com/PROMOTECH_SCHALCHEN)

# MICHAEL BENNINGER ÜBER NACHHALTIGKEIT, ENERGIEKRISE, E-FUELS UND KLIMAKLEBER

*Herr Benninger, das Thema Energie und Nachhaltigkeit ist aktueller denn je. Wie sieht es denn bei Promotech mit nachhaltiger Energie aus?*

Wir haben bei Promotech vor über 10 Jahren begonnen uns Gedanken zu machen, wie wir in Zukunft unsere Energie nachhaltiger produzieren können bzw. was im modernen Industrieumfeld überhaupt möglich ist. Den Grundstein dafür haben wir im Jahr 2014 in Form erster Investments bereits gelegt. Es erfolgte damals die Umstellung in der Produktion von energieintensiven Kältemaschinen auf Wasserwärmepumpen. Dadurch können alle notwendigen Kühlungen für Maschinen Temperierung bzw. Werkzeuge was bisher mittels Kältemaschine erfolgte nun durch den eigenen Brunnen und Wärmepumpen abgewickelt werden.

Somit temperieren wir unsere Produktion seit 2014 nachhaltig. Die entstehende Abwärme des Werkzeug-Wasserkreislaufs wird für die Heizung des Betriebes, der Produk-



Foto: © Promotech

tion als auch der Bürogebäude genutzt. Einzige Ausnahme war der 1. Bauabschnitt aus dem Jahr 1997, dieser wird jedoch aktuell ebenfalls von Gastherme auf Wasserwärmepumpe umgestellt. Das Thema Nachhaltigkeit und grüne Energie ist bei Promotech angekommen, bevor es die intensiven Diskussionen vor 3 Jahren gegeben hat.

Neben den bereits erwähnten Zielen haben wir uns natürlich auch weitere Gedanken gemacht, wie wir noch zusätzliche Maßnahmen setzen, Energie sparen bzw. alternative Energiequellen nutzen können. Für uns war klar, dass wir zuerst den Betrieb durchleuchten und prüfen müssen, wo es denn Sparpotentiale gibt. Und das Wort „Leuchten“ war tatsächlich eine der Lösungen. Wir haben alle Leuchtmittel im gesamten Betrieb auf LED umgestellt. Dadurch sparen wir im Jahr 200.000kWh

ein. Weiters haben wir umfangreich in die Errichtung unserer Photovoltaik-Anlage (PVA) investiert. So ist es uns recht gut gelungen, zum einen selbst grünen Strom zu erzeugen und durch den Austausch der Leuchtmittel zusätzlich Strom zu sparen.

||  
**ÜBER UNSERE PVA ERZEUGEN WIR EINE GESAMT-KAPAZITÄT IM JAHR VON 1,550.000 KWH. DAS ENTSPRICHT DEM ENERGIEBEDARF VON RUND 400 HAUSHALTEN**  
 ||

Zwischenzeitlich wurde auch der 3. Bauabschnitt unserer PVA (eine sogenannte Boden-PVA) fertiggestellt. Ein paar Zahlen-Daten-Fakten: über unsere PVA erzeugen wir eine Gesamt-Kapazität im Jahr von 1,550.000 kWh. Das entspricht dem Energiebedarf von rund 400 Haushalten bzw. ließen sich mit einem durchschnittlichen E-Auto damit 10,333 Millionen Kilometer fahren. Das ist für Promotech ein Meilenstein. Wir decken dadurch 23% unseres Strombedarfs ab. Die PVA ist für uns ein sehr wertvolles Projekt! Unsere Anlage ist eine der größten im Bezirk. Promotech ist der erste Betrieb im Innviertel mit einer zusätzlichen Boden-PVA und dadurch federführend im Industrieland Oberösterreich.

***Aber kommt es durch die Boden PVA nicht zu einem drastischen Eingriff ins Gelände?***

Wir haben eine sorgfältig durchdachte Konstruktion errichten lassen. Nicht nur, dass Regenwasser abfließen und versickern kann, die Module wurden so installiert, dass wir diese jederzeit abmontieren und anderorts wiederaufbauen können. Somit können im Falle einer neu errichteten Halle

die Module auf dem Dach montiert werden. Der Nachhaltigkeitsgedanke wurde im Gesamtkonzept berücksichtigt. Somit haben wir sichergestellt, dass es durch die neue PVA zu keiner Bodenversiegelung kommt.

Wir haben letztes Jahr eigens eine Initiative zum Thema „Stromsparen helfen“ ins Leben gerufen. Hierbei wurden unsere Mitarbeiter:innen aufgerufen sich aktiv einzubringen. Es wurden viele tolle Vorschläge abgegeben. Die besten wurden prämiert. Danke nochmal an dieser Stelle an unsere engagierten Mitarbeiter:innen.

#### **Wie sehen Sie persönlich die Zukunft fossiler Brennstoffe?**

Meiner Ansicht nach ist die Lösung ein gesunder Mix. In der Industrie werden Gas und Öl immer gebraucht werden. Gerade die Prozessindustrie, wie beispielsweise die Voestalpine oder einer unserer wichtigsten Lieferanten BASF, kann Produktionsprozesse nicht auf rein grüne Energie umstellen – das ist einfach nicht möglich. Man sollte die fossilen Brennstoffe nicht immer nur verteufeln. Sondern auch hier ist ein gesundes Mittelmaß meiner Meinung nach der Lösungsansatz: Ein Energiemix aus Grüner Energie, Atom-Energie - diese ist ja grundsätzlich auch grün - und Energie aus fossilen Brennstoffen. Aber eben mit Maß und Ziel. Sonst sehe ich das wirklich sehr kritisch ob wir uns diese Energiewirtschaft in Europa dauerhaft noch leisten werden können. Das sieht man aktuell ja auch bei den Gas- und Energiepreisen. Wir haben im Gegensatz zu Asien und Amerika ein großes Rohstoff- bzw. Versorgungs-Problem. Ich halte persönlich nichts davon die fossilen Brennstoffe zu verbieten, weil es in der Prozessindustrie einfach nicht möglich sein wird. Aber, man soll sich weiterhin Gedanken darüber machen, was jedes Unternehmen dazu beitragen kann, um Energie zu sparen.

#### **Wie sehen Sie die Entwicklung im Automobilssektor, wie aktuell zB die Diskussion rund um den Verbrennungsmotor?**

Auch hier bin ich der Meinung, dass ein ausgewogenes Portfolio aus E-Autos, Hybrid (aus E- & Verbrennungsmotor) der gesunde Zugang ist. Offen gesagt sehe ich nicht, dass die Infrastruktur der reinen E-Mobilität bis 2035 umgestellt werden kann. Das wird sich mit der zur Verfügung stehenden Energie nicht ausgehen. Das sieht man bereits jetzt, dass der Bedarf zum Teil nicht abgedeckt werden kann.

Studien haben auch gezeigt, dass selbst bei einer Einstel-



**MICHAEL BENNINGER**

Foto: © Promotech

lung des Verbrennungsmotors ab 2035 es mindestens bis 2050 Bestandsfahrzeuge mit Verbrennungsmotor auf unseren Straßen geben wird. Eine Umstellung auf reine E-Mobilität – wenn man sich die Gesamt-Energiebilanz eines E-Autos anschaut – bewerte ich äußerst kritisch. E-Mobilität macht im städtischen Bereich durchaus Sinn. Eine Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel wäre aber wohl die klügere Wahl. Daher wäre die sinnvollste Mobilitätslösung in unserer Region wohl ein Hybridfahrzeug. Es gibt im Bereich E-Fuels und Wasserstoff bereits sehr gute Ansätze, bei welchen man Lösungen mit Verbrennungsmotoren sehr gut umsetzen kann. Das sollte man sich unbedingt anschauen. Es gibt aktuell auch in der EU Tendenzen, dass Verbrennungsmotoren, welche klimaneutral betrieben werden können, nicht verboten werden sollen. Da geht es in die Richtung E-Fuel/Wasserstoff. Das wäre meiner Meinung

nach der richtige Ansatz. Wir müssen uns davon verabschieden, dass man sich nur auf reine E-Mobilität hinarbeitet. Weder eine flächendeckende Infrastruktur noch eine nachhaltige Bereitstellung der Akkukomponenten sind momentan technologisch machbar. Diese Punkte muss man wirklich kritischer beäugen.

#### **Gibt es bei Ihren Kunden auch Vorgaben in Bezug auf Nachhaltigkeit?**

Generell beschäftigen sich unsere Kunden natürlich mit der Nachhaltigkeit. Dies geht einher mit den Anforderungen ihrer Kunden. In unserer Lieferantenrolle sind wir hier schon weit fortgeschritten, weil wir selbst Energie erzeugen, keine fossilen Brennstoffe für Heizung etc. verwenden, und auf möglichst flächendeckendes Recycling



OFFEN GESAGT SEHE ICH NICHT, DASS DIE INFRASTRUKTUR DER REINEN E-MOBILITÄT BIS 2035 UMGESTELLT WERDEN KANN.



achten. So sind wir auf gutem Weg zu einem wirklich grünen Fußabdruck.

### **Wie ist Recycling / Upcycling für Promotech ein Thema?**

Im Bereich von Metallen gibt es bei uns eine sogenannte Kreislaufwirtschaft. Sprich, alles was wir an Metallen und Metalllegierungen verstanzen, wird gesammelt und dann bei den Metallherstellern wieder zurückgeführt und in weiterer Folge wird Ausschuss oder eben prozessbedingter Abfall auch wieder herangezogen. Bei den Kunststoffen ist das nicht ganz so einfach: Hier werden die Ausschüsse bei einem unserer Lieferanten recycelt aber wir selbst dürfen kein recyceltes Material verwenden, weil wir ja Sicherheits- und Funktionsteile für die Automobilindustrie herstellen. Hier ist kein Recyclinganteil bzw. Regranulat-Anteil vorgesehen. Aber trotzdem werden unsere Ausschüsse bzw. Kunststoff-Abfälle recycelt und für andere Produkte unseres Lieferanten wiederverwendet und an Hersteller für nicht so kritische Bauteile weiterverkauft. Hier gibt es auch schon ein Umdenken bei unseren Kunden. Bei Neuanfragen wird diskutiert ob Recycling-Material verwendet werden darf. Wenn dem so ist, werden wir das natürlich bei uns in der Produktion auch entsprechend berücksichtigen. Ich lege aber auch unseren Mitarbeiter:innen einen bewussten Umgang mit den Materialien ans Herz. So lassen sich die Ressourcen schon vor dem Entstehen von Abfällen schonen. Das beginnt beim Sparen von Papier und geht eben bis zu den Metallen und Kunststoffen. Jeder kann seinen Beitrag dazu leisten.

### **Nachhaltigkeit betrifft auch das Personal auf eine gewisse Art und Weise. Wie setzen Sie das bei Promotech um?**

Für mich sind faire Arbeitsbedingungen, Gleichberechtigung zwischen Mann und Frau und Diversität bei Kulturen die zentralen Themen, wenn es um Nachhaltigkeit beim Personal geht. Es darf nicht unterschieden werden, von wo man herkommt, welche Hautfarbe oder Gesinnung man hat. Hier müssen wir alle an einem Strang ziehen.

Im klassischen Sinne gesehen, haben wir im Administrationsbereich bereits einiges umgesetzt: Wir verschlanken unsere Prozesse laufend. Seit 2021 arbeiten wir an der papierlosen Administration. In den Abteilungen Einkauf und FiBu wurde dies auch schon umgesetzt. Dadurch sparen wir jährlich über 350.000 Seiten Papier. Das entspricht zirka 1,75 Tonnen eingespartem CO<sub>2</sub>. Das wirkt sich nicht nur auf die Umwelt sondern auch auf unsere Mitarbeiter:innen positiv

aus, da natürlich auch der zeitliche Anteil, welcher für Drucken und Ablage aufgewendet werden musste, sich dadurch reduziert und das Arbeiten vereinfacht wurde. Im nächsten Schritt soll dann der gesamte CustomerService digitalisiert werden. In diesem Bereich lassen sich weitere rund 100.000 Seiten Papier einsparen.

### **Lassen Sie uns gemeinsam ein wenig Zukunftsmusik spielen – wie sieht die Nachhaltigkeit in den nächsten 10 Jahren aus?**

Man wird sich in den nächsten 10 Jahren, nicht nur in Hinsicht auf die Nachhaltigkeit, sondern generell bei der Produktivität bzw. den Anforderungen durch Kunden, ständig weiterentwickeln müssen. Die einzige Kontinuität ist die ständige Veränderung. Somit lässt sich noch nicht abschätzen, was die Nachhaltigkeit in den nächsten 10 Jahren bringen wird. Eines ist sicher, Promotech bzw. die Familie Benninger wird immer dafür stehen, in der Nachhaltigkeit ihrer Zeit voraus zu sein. Wir möchten uns langfristig und generationsübergreifend zukunftsorientiert aufstellen. Auch im Bereich Nachhaltigkeit.



NATÜRLICH IST ES  
WICHTIG „GRÜN ZU  
SEIN“. ABER FÜR EIN  
FAMILIENUNTERNEHMEN  
WIE PROMOTECH, MUSS  
ES AUCH LEISTBAR  
BLEIBEN.



### **Wie ist die ganze Nachhaltigkeit noch leistbar?**

Hier muss eine gesamtumfängliche Betrachtung gewählt werden, natürlich ist es wichtig „grün zu sein“. Aber für ein Familienunternehmen wie Promotech, muss es auch leistbar bleiben. Jedes Nachhaltigkeitsprojekt wird kaufmännisch bewertet und nur dann umgesetzt, wenn es finanziell ausgeglichen ist. Der grüne Gedanke kann für einen Produktionsbetrieb nur dann sinnvoll umgesetzt werden, wenn am Ende noch Geld verdient werden kann.

### **Was würden Sie der nächsten Generation bzw. Ihren Kindern mit auf den Weg geben?**

Ich glaube, dass jede Familie, jeder einzelne sich Gedanken machen soll, was man in Bezug auf Nachhaltigkeit optimieren kann. Ich möchte keine Ratschläge erteilen, jeder weiß selbst am besten welche Möglichkeiten es im individuellen Umfeld gibt. Ich halte nichts von Verboten aber auch nichts von extremem Idealismus. Der gesunde Hausverstand sollte hier regieren. Den Aktionismus der „Letzten Generation“ bzw. der „Klima-Kleber“ sehe ich als nicht zielführend. Wir müssen unseren Kindern eine lebenswerte Umwelt hinterlassen, sowohl in wirtschaftlicher als auch ökologischer Sicht. Aber auch unserer nachfolgenden Generation muss bewusst sein, dass es großer Anstrengungen bedarf den Lebensstandard zu halten und nachhaltig zu sichern.



# NEUES AUS DEM BWV

IM ABGESCHLOSSENEN WIRTSCHAFTSJAHR KONNTE EIN STARKER ANSTIEG AN EINGEREICHTEN VORSCHLÄGEN VERZEICHNET WERDEN. HAUPTVERANTWORTLICH DAFÜR WAR SICHERLICH DIE AKTION „STROMSPAREN BEI PROMOTECH“.

Abgesehen davon ist es erfreulich, dass sich nicht nur die Anzahl der eingereichten Vorschläge, sondern auch die Anzahl der Mitarbeiter, welche Vorschläge einreichten, gesteigert hat. Das bedeutet, dass sich die Anstrengungen lohnen und rasche Reaktionszeiten für Rückmeldungen und transparente, nachvollziehbare Entscheidungen ihre Wirkung zeigen. Auch in dieser Ausgabe möchten wir Ihnen wieder ausgewählte Vorschläge in Kurzform präsentieren.



**PETER SCHÖBERL**



## **VORSCHLAG 1** **MATERIALUMSTELLUNG UM PRÄGER EFFIZIENTER ZU FERTIGEN“**

### **Problem:**

Präger aus Hartmetall sind nur sehr kosten- und zeitaufwändig zu bearbeiten.

### **Lösung:**

Alternatives Material zum Herstellen von Prägern ermitteln und einsetzen. Dadurch können diese hausintern und wesentlich schneller gefertigt werden.

**Einreicher: George Sarkis und Lukas Reschenhofer**



## **VORSCHLAG 2** **OPTIMIERUNG FÖRDERBAND STANZPRESSE HAULICK 3**

### **Problem:**

Um die passende Stanzenhöhe einstellen zu können, muss bei den meisten Rüstvorgängen das Förderband durch Unterlegen von Keilen entsprechend angepasst werden.

### **Lösung:**

Förderband durch die Einbringung einer Kurbel/ eines Gewindes höhenverstellbar ausführen.

**Einreicher: Alen Dizdarevic**



# SERIENPRODUKTION, REFURBISHMENT UND EOL

TEIL 2 DES SONDERTHEMAS INSIDE PROMOTECH BEGLEITET DIE  
ABLÄUFE DER TEILEPRODUKTION BIS ZUM ENDE DER LEBENSDAUER.



Foto: © Pcess609 - stock.adobe.com

# WIE FUNKTIONIEREN MODERNE PRODUKTIONSPROZESSE?

Die Neukundenakquise steht für das Vertriebsteam an erster Stelle der Handlungskette. Während Einkäufer von Kunden früher vor allem traditionelle Informationsmaterialien, wie Fachzeitschriften zur Hilfe gezogen haben, nutzen mittlerweile über 90 % das Internet, um nach passenden Lieferanten zu suchen. Dementsprechend müssen B2B-Unternehmen ihre Marketing- und Vertriebsstrategie anpassen. Es ist von essenzieller Wichtigkeit im Einkaufsprozess sichtbar zu sein und somit gefunden zu werden. Aus diesem Grund ist eine attraktive und informative Firmen-Homepage sehr wichtig und bildet daher bei der richtigen Vermarktung des Know-Hows und der Produkte immense Möglichkeiten

**||**  
EINE TATSÄCHLICHE GESCHÄFTSANBAHNUNG VON DER ERSTEN KONTAKTAUFNAHME BIS ZUR ERSTEN REALISTISCHEN ANFRAGE VON NEUKUNDEN DAUERT DAHER MEIST EINIGE MONATE BIS JAHRE.

**||**  
Anfragen freigeschaltet. Als erster Indikator passiert dann häufig eine erste Anfrage als Benchmark (Vergleichsangebot). Eine tatsächliche Geschäftsanbahnung von der ersten Kontaktaufnahme bis zur ersten realistischen Anfrage von Neukunden dauert daher meist einige Monate bis Jahre.

Im zweiten Schritt geht es nur darum, bei einer konkreten Produkthanfrage ein Angebot für den Kunden zu erstellen. Hier sind Projektmanager und Key Account Manager gemeinsam gefragt. Die abschließende Angebotsverhandlung ist der letzte Schritt bei der Gewinnung neuer Aufträge. Verhandlungen werden im Geschäft zwischen Unternehmen (B2B) häufig standardisiert, schriftlich, nachvollzieh-

ten für Neuanfragen. War die Kontaktaufnahme und erste Prüfung unterschiedlicher Firmendaten, Zertifizierungen sowie relevante KPIs erfolgreich, ist man als Lieferant qualifiziert und für potentielle

bar und daher zunehmend online über Auktionen bzw. Videokonferenzen geführt. Der Hintergrund einer Auktion ist, dass man persönliche Beziehungen zwischen Verkäufern und Einkäufern möglichst eliminiert und den Einflussfaktor Mensch reduziert. Bei Auktionen wird die Variante der niederländischen Auktion von den Kunden bevorzugt. Dabei wird mit einem niedrigen Preis gestartet und dieser stufenweise erhöht. Jener Lieferant, der beim aus Sicht des Kunden günstigsten Preis zuschlägt, bekommt das jeweilige Projekt. Steigt kein Lieferant bis zur letzten Runde ein, ist die Auktion erfolglos beendet und es wird üblicherweise mit dem bisher günstigsten Lieferanten weiterverhandelt.

Nach Auftragserteilung beginnt die eigentliche Vorbereitung der Serienproduktion. Betriebsmittel müssen konstruiert, gebaut und zertifiziert werden. Die Qualitätsvorausplanung bereitet Prüfpläne für die Serienproduktion vor und die ersten Bauteile für die Bemusterung durch den Kunden entstehen. Parallel dazu nehmen die Produktionsmaschinen in der Fertigungshalle Form an und werden für den Dauereinsatz vorbereitet und optimiert.

Bis das erste Bauteil aus der Serienproduktion aus den Spritzgussautomaten kommt, liegt schon eine jahrelange Handlungskette hinter dem Projektteam. Nun aber zu den nicht minder spannenden Prozessen der Teilefertigung.

DAS AKTUELLE SONDERTHEMA INSIDE PROMOTECH SOLL GENAU DIESE FRAGE BEANTWORTEN. DER ERSTE TEIL IN DER AUSGABE 03-2022 GAB EINEN EINBLICK IN DIE ABLÄUFE VOM KUNDENKONTAKT BIS ZUR SERIENPRODUKTION. IN DER FORTSETZUNG WIRD DIE SERIENPRODUKTION GENAUER UNTER DIE LUPE GENOMMEN. UM DEN EINSTIEG INS THEMA ZU ERLEICHTERN, SOLLEN DIE INHALTE DES ERSTEN TEILS AN DIESER STELLE ABER NOCHMALS KURZ ZUSAMMENGEFASST WERDEN.

# VON DER ENTWICKLUNG BIS ZUM END OF LIFETIME

HEUTZUTAGE SIND ZULIEFERER WIE PROMOTECH GEZWUNGEN, NEUE BAUTEILE IN IMMER KÜRZEREN INTERVALLEN IN DER PRODUKTION EINZUFÜHREN. DER ZEITDRUCK WIRD IMMER GRÖßER. HANS-GÜNTHER NARBESHUBER ZEIGT DIE VERSCHIEDENEN PHASEN DES LEBENSZYKLUS EINES PRODUKTES.

Der gestiegene Zeitdruck liegt einerseits daran, dass Entscheidungen seitens des Kunden immer später getroffen werden, der Kostendruck immens gestiegen ist, aber andererseits hat sich in den vergangenen Jahren in unserem Umfeld auch vieles geändert. Beispielsweise muss heute der gesellschaftlichen Bedeutung von Nachhaltigkeit und Klimaschutz in einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft Rechnung getragen werden. Bei der Entwicklung neuartiger Produkte müssen daher die Aspekte wie Produzierbarkeit, Recyclingfähigkeit, Einsatz von Recyclingmaterial und in weiterer Folge Kosten und Nutzung betrachtet werden.

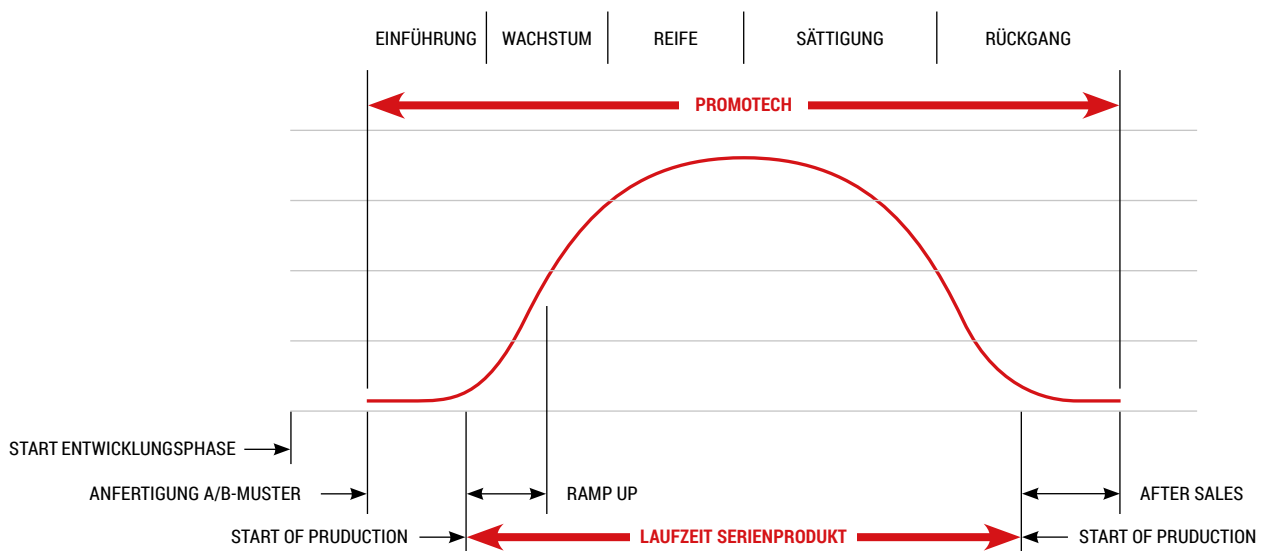
Oft können die Gegebenheiten mit den Anforderungen noch nicht Schritt halten. Insbesondere in der generellen Verfügbarkeit von Recyclingmaterial sowie der Information über den Recyclinganteil eines Rohstoffes ist derzeit noch nicht zufriedenstellend. Kommt es schlussendlich zu einer Anfrage bei Promotech hat man zu unterscheiden in welchem Stadium das Produkt steckt. Wir unterscheiden dabei zwischen Konzeptstudien, Prototypen oder Build to Print.

Wie die Begriffe schon sagen, sind die Anforderungen an Promotech hierbei sehr unterschiedlich. Bei Konzeptstudien ist in erster Linie die technische Expertise gefragt, um überhaupt in die Prototypenphase zu gelangen. Dabei ist aber auch damit zu rechnen, dass Ideen verworfen werden.

Das heißt dann, hoher Zeitaufwand mit geringem Output. Ist diese Phase positiv übersprungen, befinden wir uns bei den Prototypen (A/B-Muster). Hierbei ist wesentlich, dass die Umsetzung in kurzen Zeiträumen mit geringen Stückzahlen zu verwirklichen ist. Prototypen dienen der Funktionsprüfung. Diese werden dabei auch schon für Langzeitstudien in Autos eingesetzt, um dabei auf Herz und Nieren getestet zu werden.

Der Übergang vom Prototyp zur Serienfertigung ist deutlich komplizierter und aufwendiger als nur ein Aufräumen von Dateien. Grundsätzlich sind unter anderem folgende Fragen final zu beantworten: Verfügbarkeit (kurz- und langfristig), Qualität, Kosten und nicht zuletzt, ist der Zeitplan angemessen, das heißt sind die gesetzten Milestones erreichbar. Sind Prüfungen/Tests/Funktionalität/Zertifizierungen zufriedenstellend abgeschlossen und die oben genannten Schlagwörter wie Nutzung, Kosten, Produzierbarkeit, usw. positiv beantwortet, tritt man in die Phase der seriellen Umsetzung. Das bedeutet, Fertigung nach Vorgaben in der technischen Zeichnung. Der Lieferant soll keine eigene Interpretation von Kundenwünschen vornehmen. Die technischen Zeichnungen müssen dementsprechend alle relevanten Informationen enthalten = Build to Print.

Das untenstehende Chart zeigt die einzelnen Phasen des Produktlebenszyklus:



# PRODUKTIONSPLANUNG IN DER SERIE

STEPHANIE BÖHLER BELEUCHTET DIE HERAUSFORDERUNGEN DER PLANUNG DER PRODUKTIVEN ABLÄUFE BEI PROMOTECH. WIE KÖNNEN UNZÄHLIGE EINZELPROZESSE UND AUFGABEN SO ABGESTIMMT UND KOORDINIERT WERDEN, DASS AM ENDE WIE BEI EINEM UHRWERK ALLES PERFEKT INEINANDERGREIFT?

Unter der Produktionsplanung versteht man jegliche Planungsprozesse, um die Bedarfe in einem gewissen Zeitraum abzudecken. Dies umfasst nicht nur die Planung der Anlagen, sondern auch die Überprüfung der dafür benötigten Materialien, die Kapazitäten der Anlagen sowie die Verfügbarkeit des benötigten Personals. Das Ziel ist jedoch ganz klar, die Kundennachfrage mit den vorhandenen Ressourcen zu befriedigen und dabei die Potenziale optimal auszuschöpfen.

**Grundlegend gibt es 3 Regeln, die zu unterschiedlichen Ergebnissen führen:**

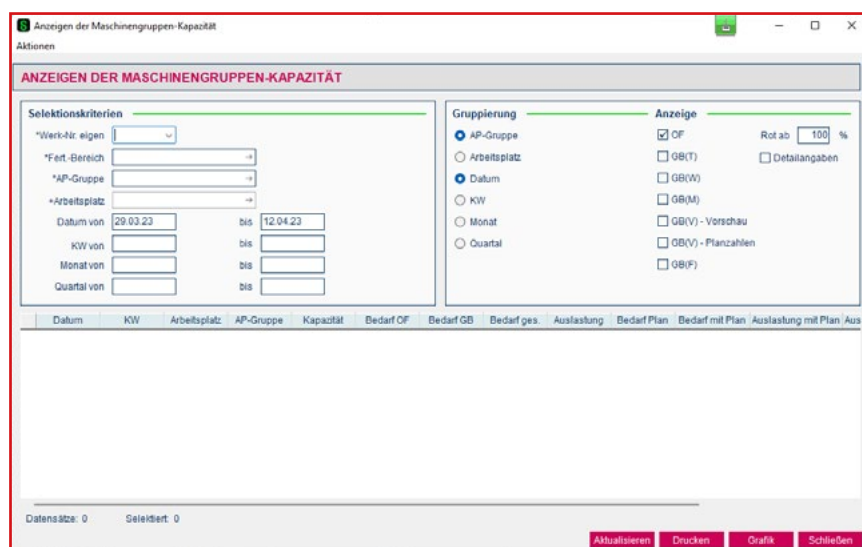
- Kürzeste-Produktionszeit-Regel (jene Artikel mit der kürzesten Produktionszeit werden bevorzugt)
- Frühester-Fälligkeits-Regel (jene Artikel mit der frühesten Fälligkeit beim Kunden werden bevorzugt)
- Schlupfzeit-Regel (jene Artikel, bei denen die Differenz zwischen Fälligkeitstermin und Produktionszeit am geringsten ist, werden bevorzugt)

In unserem Fall kommt aber meist eine der ersten beiden Regeln zum Einsatz, da sich die Bedarfe der Kunden nahezu täglich ändern und somit eine andere Abarbeitung oder eine aggregierte Planung nicht möglich wäre.

**Durch diese Schwankungen der Kundenbedarfe hat die Produktionsplanung sehr häufig mit folgenden Themen zu kämpfen:**

- Materialengpässe die zu
- Häufigen Umbauten / Neuplanung der Produktion führen
- Produktion entgegen der optimalen Losgrößen, was zu Verlust der vorhandenen Kapazität führt
- Engpass Verpackung – da wir bei den meisten Artikeln Umlaufverpackungen verwenden und somit vom Kunden abhängig sind

Diese Gründe bewirken häufig Zeitdruck in der Produktion, da dort die geplanten Fertigungsabläufe in die Tat umgesetzt werden müssen. Der Druck wird jedoch auch auf alle anderen Serviceabteilungen übertragen, was natürlich die Abläufe hier ebenfalls durcheinanderbringt und eine rasche Reaktion erfordert. Da wir durch unser ERP System SAGE Winccarat und dem Planungstool ProSeS bei der Bearbeitung der Planung und der Überwachung der einzelnen oben angeführten Planungsprozesse unterstützt werden, ist



dies mit dem vorhandenen Team möglich. Hier muss aber auch klar erwähnt werden, dass diese Systeme eine gute Unterstützung für den täglichen Arbeitsablauf sind, man jedoch trotzdem ohne die Erfahrung und den persönlichen Einsatz diese Aufgabe nicht bewältigen kann.

#### Die Planung erfolgt grundlegend in folgenden Schritten:

- Welche Bedarfe liegen wann vor
- Welche Artikel laufen auf welchen Anlagen – kommt man hier durch Mehrfachbelegung eventuell in Engpass
- Grobe Planung wann was gemacht wird
- Abstimmung mit Customer Service ob diese Planung auch in deren Sinn ist (wann sind die geplanten Lieferungen zum Kunden; gibt es von Seiten des Kunden priorisierte Artikel)
- Erstellen der Betriebsaufträge im Wincarat
- Einhergehend die Prüfung der vorhandenen Materialien / Werkzeuge / Personal
- Feinplanung im ProSeS
- Festlegung der Priorisierung der Anlagen
- Tägliche Planung des verfügbaren Bedienpersonals mit interner Logistik

Da die grundlegende Kapazität der Anlagen einer der wichtigsten Punkte darstellt, wird diese laufend von der Produktionsplanung überprüft. Dies erfolgt im SAGE Wincarat über den Quersprung FEKAG. In diesem Tool kann man nicht nur Teilbereiche der Produktion, sondern auch einzelne Stellplätze und Anlagen prüfen und dies noch dazu unter Einschränkung eines gewünschten Zeitraums.

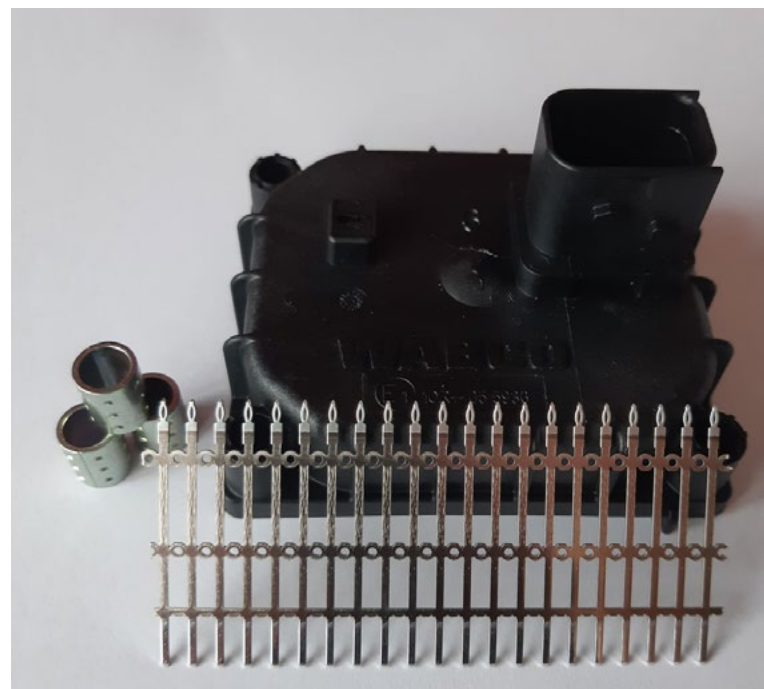
Da die Produktionsplanung ja nicht nur für die Planung an sich verantwortlich ist, sondern auch die Personalbedarfsplanung über hat, werden hier nicht nur laufend Berechnungen über eventuelle fehlende Personalstunden (auf wöchentlicher und Monatsbasis) gemacht, sondern es finden auch täglich Einsatzbesprechungen mit unserer internen Logistik, Frau Nicole Dirnberger statt. Um Umbauten und auch Personalthemen mit der Produktion abzustimmen, wurde vor einigen Wochen ein zusätzlicher wöchentlicher Abstimmungstermin zwischen Planung, Produktionsleitung, interner Logistik und der Gruppenleitung Einkauf eingeführt, damit hier nochmal im Detail etwaige Probleme direkt angesprochen und sofort einem Kümmerer zugewiesen werden. Dieser Termin hilft zusätzlich zu den täglichen FlashMeetings enorm, um die laufende Abstimmung zwischen den Abteilungen zu verbessern.

## REKLAMATIONEN IM ZULIEFERPROZESS

WO GEARBEITET WIRD, DA PASSIEREN FEHLER. DIESES SPRICHWORT GILT LEIDER IN ALLEN PRODUKTIONSBETRIEBEN, AUCH BEI LIEFERANTEN UND MANCHMAL, ZUM GLÜCK ABER SELTEN, EBEN AUCH BEI PROMOTECH SELBST. KAROLINE FRIEDL GIBT EINEN EINBLICK IN DIE GERADE IM AUTOMOBILBEREICH UNVERZICHTBARE QUALITÄTSKONTROLLE.

#### *Was passiert, wenn die Qualität der eingesetzten Rohstoffe und Zulieferteile bei uns nicht in Ordnung ist?*

Zum Glück haben wir hervorragende Lieferanten und deshalb eine ausgezeichnete Qualität von unseren Rohstoffen und Zulieferteilen. QS und Einkauf achten darauf, dass die Unternehmen zertifiziert sind. Bevor ein Zulieferteil bei uns in der Produktion in Serie verarbeitet wird, muss es der Prüfung durch unsere QVP (Qualitätsvorausplanung) standhalten. Das ist bereits kein einfacher Prozess, da ein genaues Hinsehen unabdingbar ist.



### **Warum brauchen wir überhaupt eine Lieferantenqualitätsabteilung?**

Leider passiert jedoch trotzdem immer wieder ein Missgeschick und wir müssen unseren Lieferanten reklamieren. Hierzu ist es nötig, dass auch die Lieferanten einen Hauptansprechpartner:in haben. Seit 3 Jahren gibt es eine eigene Lieferantenqualitätsabteilung bei Promotech (kurz SQA – Abteilung). Im Jahr 2021 waren es alleine 135 Lieferantenreklamationen, die durch die SQA – Abteilung ausgelöst wurden. Kommt einem auf den ersten Blick sehr viel vor, jedoch erhalten wir täglich verschiedenste Artikel von unterschiedlichsten Lieferanten. So kritisch wie unsere Kunden mit uns sind, so kritisch sind wir mit unseren Lieferanten. Auch von uns wird beim Lieferanten nicht nur ein Austausch der Ware durch i.O. Teile gefordert, sondern eine nachhaltige Fehleranalyse angeregt, um zukünftig unsere Produktion störungsfrei am Laufen zu halten. Die Abklärungen mit den betroffenen Abteilungen, hausintern und dem Lieferanten, ist meist mit großem Aufwand verbunden.

### **Wie sieht so ein Reklamationsablauf in der SQA aus?**

Im schlimmsten Fall, ist unser Kunde oder unsere Produktion betroffen. Hier muss schnell gehandelt werden. Das wird dann sehr stressig. Meistens wird hier parallel an einer Reklamation von verschiedenen Abteilungen gearbeitet. Während das Lager die Ware auslagert und IKO die Ware sperrt, informiert die SQA – Abteilung sofort den Lieferanten und alle betreffenden Abteilungen. Dies passiert schriftlich und oft zusätzlich telefonisch. Eine schnelle Versorgung durch i.O. Teile ist im ersten Anlauf die oberste Priorität. Hierbei werden sämtliche Hebel in Bewegung gesetzt. Sortierung, Nacharbeit bei uns oder / und beim Lieferanten, Sonderfahrten etc...

Das sind jedoch nur die ersten Sofortmaßnahmen. Nachdem die Versorgung gesichert ist, wird umgehend wenn nicht sogar parallel an der Fehlerursache beim Lieferanten gearbeitet. Wir haben hier die gleichen Anforderungen an die Lieferanten, wie wir von unseren Kunden erhalten. Auch wir fordern einen vollständigen 8D-Report (ermittelte Fehlerursache, Abstellmaßnahme und Bestätigung über die Wirksamkeit dieser Abstellmaßnahme). Es kommt ebenfalls vor, dass wir diverse Aktionen vom 8D-Report vor Ort beim Lieferanten überprüfen. Frei nach dem Motto, „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser“. Somit kann es schon mal passieren, dass bis zum Abschluss einer Reklamation einiges an Zeit vergeht.

Es werden immer die entstandenen Kosten der Reklamation von der SQA – Abteilung erfasst und dem Lieferanten weiterverrechnet. Im Kalenderjahr 2021 konnten so Kosten von mehreren Hunderttausend Euro bei Lieferanten geltend gemacht werden. Unsere Forderungen an den Lieferanten sind klar formuliert und werden mit unserer Qualitätssicherungsvereinbarung (QSV) am Start der Zusammenarbeit mit dem Lieferanten verhandelt. Die Verhandlungen der QSV wird durch die SQA - Abteilung durchgeführt. Somit ist im Falle einer Reklamation klar geregelt, welche Aufgaben unser Lieferant, aber auch wir haben.

Ebenfalls wird halbjährlich eine Lieferantenbewertung bei uns durchgeführt. Ausgewählte Lieferanten, werden bewertet. Dabei werden sowohl Lieferanten bewertet, die eine stetig gute Qualität, Lieferperformance und Support uns gegenüber haben, unsere sogenannten A-Lieferanten, jedoch auch Lieferanten die uns Schwierigkeiten bereiten. Da kann schon mal passieren, dass ein Lieferant zu einem B- oder C-Lieferant abgestuft wird. Die Auswahl der Lieferanten erfolgt im Team (Einkauf, SQA, QVP etc..., so ziemlich jeder, der mit Lieferanten zu tun hat). Dabei werden bei B- und C- Lieferanten verschiedenste Aktionen erwartet, die wir ggf. auch mit einem Besuch von uns kontrollieren.



# BEARBEITUNG EINER KUNDENREKLAMATION

SELBST DAS AUSGEKLÜGELSTE QUALITÄTSMANAGEMENTSYSTEM KANN FEHLER NICHT ZU 100 PROZENT VERHINDERN. IN DEN SELTENEN FÄLLEN EINER REKLAMATION DURCH PROMOTECHKUNDEN WIRD BETTY WEISSENBACHER AKTIV.

Nach Eingang einer Kundereklamation wird diese als erstes im internen CAQ- System (Babtec) erfasst und basierend auf den vorhandenen Daten geprüft. Sind nicht ausreichend Daten vorhanden, so müssen diese separat angefordert werden. (Musterteile, Details des Fehlers, Anzahl Schlechteile, betroffenes Formnest, ...) Sofern es zu diesem Zeitpunkt bereits möglich ist, wird die Reklamation auch auf berechtigt oder unberechtigt geprüft. Mögliche Ablehnungsgründe können sein: Werkzeug außerhalb der Lebenszeit, Abweichung wird durch einen Produktionsschritt bei dem Kunden verursacht, ...

Die Reklamation wird anschließend intern an alle relevanten Abteilungen via E-Mail verteilt. Zusätzlich wird die Reklamation am Meeting Point ausgehängt und es erfolgt eine Erstunterweisung des Teamleiters. In der Folge werden alle relevanten Personen auf die Kundenreklamation unterwiesen. Die Abarbeitung der Reklamationen erfolgt meistens über Kundenportale (Reklamationsabarbeitungssysteme) oder in Form eines 8D-Berichts.

**Bei einer Kundenreklamation erwarten unsere Kunden eine rasche Rückinfo innerhalb folgender Zeitvorgaben:**

<b>24 H RÜCKANTWORT</b>	Erste Stellungnahme
<b>5 TAGE RÜCKANTWORT</b>	Fehlerursache und mögliche Abstellmaßnahmen
<b>10 TAGE RÜCKANTWORT</b>	Abschluss der Reklamation



Je nach Vorfall können sich natürlich die Zeiten verschieben (Fehlerursache / Abstellmaßnahme benötigt mehr Zeit, Abwarten auf nächste Produktion der Bauteile, ...), dies muss mit dem Kunden abgestimmt werden.

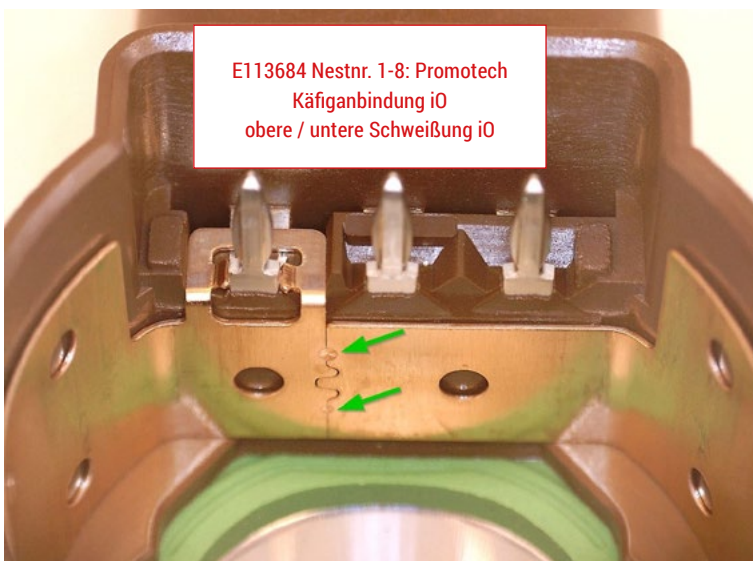
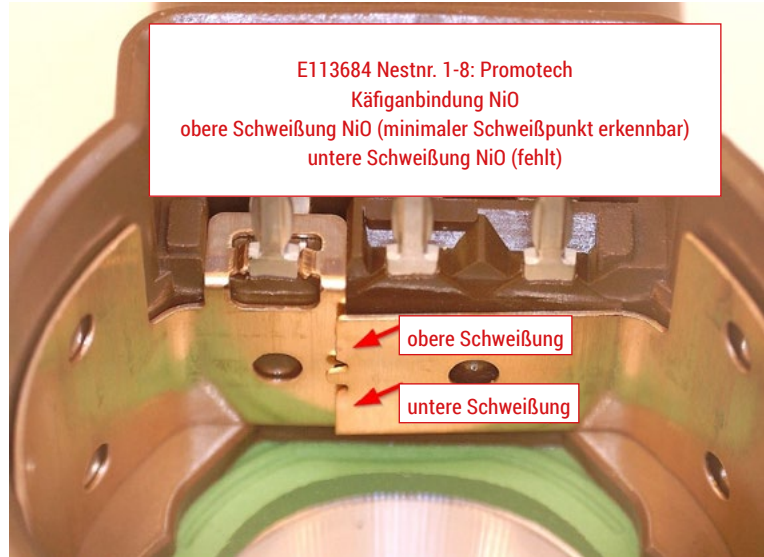
## **24 H RÜCKANTWORT**

beinhaltet folgende Informationen: Welche Lagerbestände sind betroffen? Sind Bauteile unterwegs zum Kunden? Wird das betroffene Bauteil aktuell gefertigt? Weisen die aktuellen Bauteile den gleichen Fehler auf? Beauftragung einer externen Sortierung? Sind andere Kundenstandorte betroffen? Usw.

Zeitgleich zur 24h Rückantwort muss die Fehleranalyse gestartet werden. Die Ursache für das Auftreten und für die fehlerhafte Klassifizierung müssen festgestellt werden. Dazu wird oftmals vom Kunden eine spezielle Analyse mittels Hilfswerkzeugen (Ishikawa, 5-Why) eingefordert um auf die tatsächliche Fehlerursache zu gelangen. Sind die Ursachen ermittelt können die notwendigen Abstellmaßnahmen für das Auftreten und das Nichtentdecken festgelegt werden.

### 5 TAGE RÜCKANTWORT

beinhaltet die Fehlerursache und die geplanten Abstellmaßnahmen. Ab diesem Zeitpunkt wird an der Umsetzung der eingeführten Maßnahmen gearbeitet. In der Regel werden in diesem Zuge auch die relevanten Qualitätsdokumente (Prüfpläne, Arbeitsanweisungen, Kontrollpläne und Flowchart) aktualisiert.



### 10 TAGE RÜCKANTWORT

beinhaltet den Abschluss der Reklamation. Alle Maßnahmen sind umgesetzt und die Wirksamkeit der eingeführten Maßnahmen sind nachgewiesen. (z.B. eine festgelegte Stückzahl muss 100% kontrolliert werden und darf den Fehler nicht mehr aufweisen). Bei Abschluss der Reklamation wird in der Regel auch die FMEA aktualisiert und neu bewertet. Zusätzlich wird in diesem Zuge auch geprüft ob bei vergleichbaren Produkten dieselben Abstellmaßnahmen angewendet werden können (lessons learned).

Unsere Rückantworten werden bezogen auf die Reaktionszeit und den Inhalt geprüft und sind ein Kriterium für die Bewertung der Kundenzufriedenheit. Je schneller und detaillierter die Antworten sind desto zufriedener ist unser Kunde bei einem Reklamationsvorfall. Die Hauptaufgabe bei einer Kundenreklamation ist es den Kunden vor weiteren Schlechtereilen zu schützen und einen erneuten gleichartigen Fehler zu vermeiden.

# OPTIMIERUNG DER SERIENFERTIGUNG

GUTES NOCH BESSER MACHEN – BEI PROMOTECH SEIT JEHER EINE ZENTRALE ANTRIEBSFEDER. WALTER HARING, PETER SCHÖBERL UND MICHAEL STAFFL ZEIGEN IN DREI BEISPIELEN, WELCHE AUFGABEN ES WÄHREND DER LAUFENDEN SERIENFERTIGUNG ZU MEISTERN GILT.



Durch stetige Kommunikation mit Anwendungstechnik und Qualitätsmanagement wird laufend versucht die Serienfertigung weiterzuentwickeln. Bei der Umsetzung von Verbesserungsvorschlägen wird mit Hilfe von CAx-Systemen (CAx: Überbegriff für Computergestützte Prozesse und Technologien), Lösungen für die Probleme erarbeitet und falls erforderlich simuliert, um die Funktionalität bereits vorab prüfen zu können. Je nach Anwendung kann hier der Einfluss von äußeren Kräften, Temperaturen, etc. auf das Bauteil geprüft werden. Dementsprechend ergeben sich Design, Material und Oberflächenbehandlung um den Anforderungen gerecht zu werden.

Im Folgendem Beispiel wurde die Auswirkung der Kühlkanäle in einem Kühl-Kern untersucht. Ziel war die Kühlkanäle in ihrer Form und Ausführung zu optimieren um eine bestmögliche, zielgerichtete Kühlung zu generieren. Im Bereich der Entwicklung, ist es des Weiteren oft wichtig Pro-

totypen zu fertigen, um das Bauteil bei realen Bedingungen bewerten zu können. Bei Promotech haben wir die Möglichkeit mit Hilfe von additiven Fertigungsverfahren diese selbst relativ schnell und kostengünstig zu fertigen.

Bei der Additiven Fertigung wird ein 3D-Bauteil mittels eines „Slicers“ in viele sehr dünne Schichten zerteilt, welche anschließend Schicht für Schicht gedruckt werden können. Da es hier bei der Herstellung beinahe keine Grenzen mehr gibt, ist darauf zu achten, dass der Prototyp keine Hinterschnitte etc. enthält, da das Produkt sonst im Werkzeugbau nicht gefertigt werden kann.

In der nachfolgenden Abbildung 2 ist ein Modell einer Prüfmaske dargestellt, welches in viele kleine Schichten zerschnitten worden ist und mit einem Füllgrad von 30% hergestellt wird um Material einzusparen. Wie man sehen

kann, gibt es viele Hilfsmittel um die Serienfertigung weiter zu entwickeln, das wichtigste jedoch ist nach wie vor der Faktor Mensch, da ohne gute Ideen und Kommunikation diese Hilfsmittel wirkungslos sind.

## QUALITÄTSSTEIGERUNG IN DER SERIE

Im Rahmen der kontinuierlichen Verbesserung werden die Produkte auch während der Serie unter verschiedenen Aspekten genau betrachtet. Ziel ist es, Abläufe effizient zu gestalten und möglichst zielgerichtet aufzustellen. Dabei soll

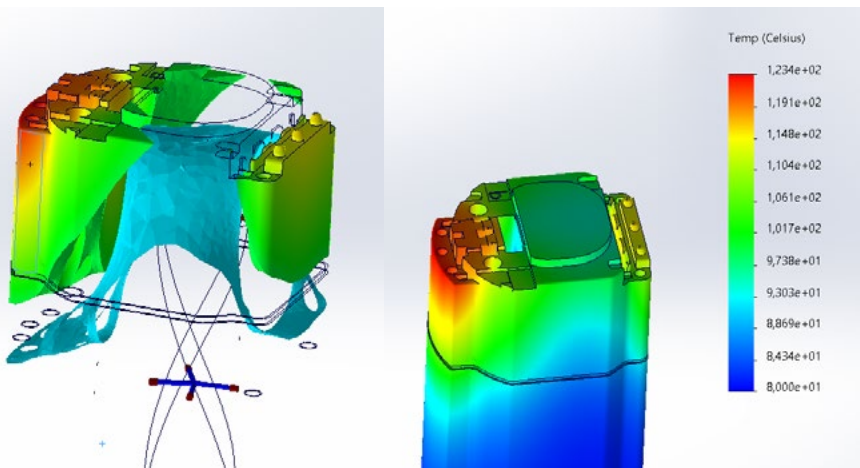


Abbildung 1 Thermische Simulation eines Kühlkerns

jegliche Art von Verschwendung vermieden werden, sodass alle Tätigkeiten entweder dem Produkt oder unserem Kunden helfen. Ausschließlich dadurch kann sich Promotech von den Mitbewerbern abheben.

Um dieses Ziel zu erreichen, werden zum einen verschiedene Systeme bzw. Softwarelösungen eingesetzt und zum anderen wird gezielt um Verbesserungsvorschläge der Belegschaft gebeten. Sämtliche Informationen aus Kunden- und Lieferantenreklamationen, internen Sperrungen, Ausschuss, etc. werden in entsprechenden Berichten mithilfe des Datenvisualisierungstools QLIK so aufbereitet, dass möglichst einfach zu erkennen ist, welche Probleme die größten Schmerzen verursachen. Oft ist es schwierig, aus den großen Datenmengen und den verschiedenartigen Informationen die wesentlichen Punkte heraus zu filtern. Dank gezielter Softwareunterstützung ist es so möglich, für die Workshops die aufkommenden Probleme ohne wesentlichen Mehraufwand aufzugreifen.

gen, sind wir ständig bemüht die maximale Auslastung aus unseren Anlagen zu holen. Ein wichtiges Stellrad ist hier die Zykluszeit in der ein einzelnes Bauteil gefertigt, geprüft und verpackt wird. Mit der Verkürzung der Zykluszeit bei laufenden Produkten ist es möglich auf steigende Abrufe der Kunden zu reagieren und somit die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens zu steigern. Zusätzlich können wir mit der gewonnenen Anlagen-Kapazität auch mögliche technische Ausfälle kompensieren.

Die Vorgehensweise ist hier sehr ähnlich. Es wird zunächst der langsamste Teilnehmer in der Prozesskette ausfindig gemacht und analysiert. Dieser wird im Maschinenbau als

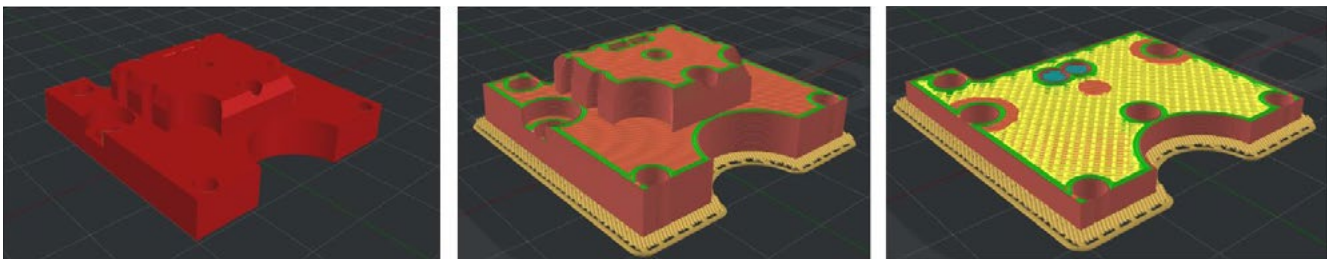


Abbildung 2 „Slicen“ eines Modells für additive Fertigung

Ein weiterer, sehr wichtiger Faktor sind Verbesserungsvorschläge, die direkt vom Produktionspersonal stammen. Wird eine Lösung aufgegriffen, so rollt sich der Vorschlag über Anlagen, Werkzeuge und gegebenenfalls sogar durch das gesamte Unternehmen aus und wird so fallweise zum neuen Standard. In solchen Fällen spricht man von lessons learned was bedeutet, dass aus den „Fehlern“ eine Lehre gezogen wurde. Im besten Fall entstehen daraus dann eben neue Standards für z.B. Anlagen, Werkzeuge, Maschinen, Abläufe, etc.

## VERKÜRZEN DER ZYKLUSZEITEN

Um unsere Kunden mit ausreichend Bauteilen zu versor-

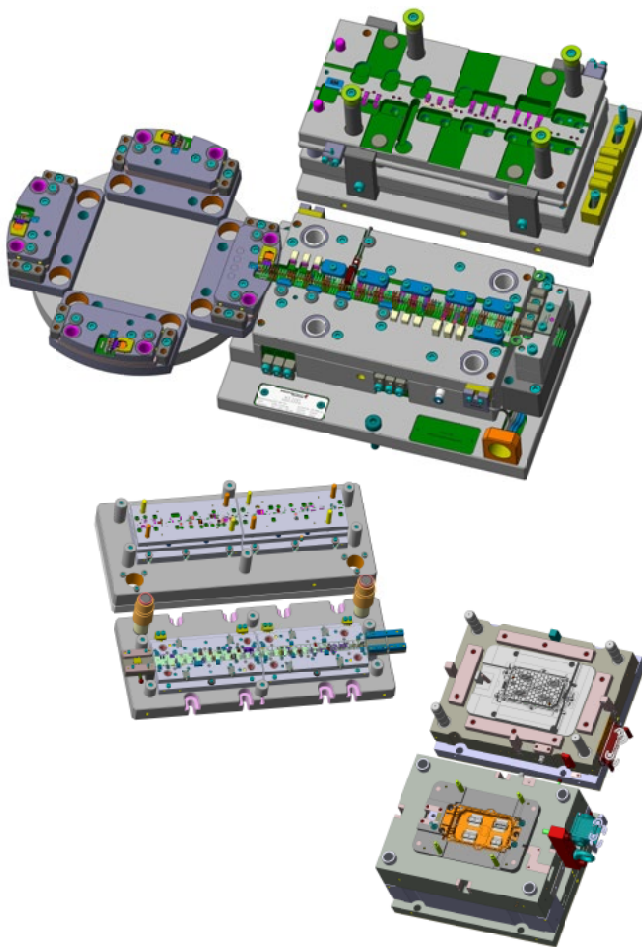
sogenanntes „Bottleneck“ (engl. Flaschenhals) bezeichnet. Anschließend wird versucht das Bottleneck zu eliminieren. Hierfür arbeitet die Anwendungstechnik eng mit der Konstruktion, Werkzeugbau und Programmierung zusammen. Bei der Umsetzung der Optimierung ist äußerste Vorsicht geboten, da Änderungen am System möglicherweise negative Einflüsse auf Verschleiß und somit Haltbarkeit der Technik mit sich ziehen. Sobald dieser Schritt gelungen ist, beginnt die Suche nach dem neu entstandenen Bottleneck.

Früher oder später sind hier die Grenzen der Mechanik und Machbarkeit ausgeschöpft und die bestmögliche Zykluszeit wird fixiert. Da es in der Technik jedoch ständige Weiterentwicklungen gibt, werden diese Grenzen oft neu gesteckt.

# WERKZEUG REFURBISHMENT

## WAS KANN MAN DARUNTER VERSTEHEN?

EINFACH ÜBERSETZT, EINE GENERALÜBERHOLUNG, ALSO ETWA SO, ALS WÜRDÉ MAN IN EIN GUT GEBRAUCHTES AUTO EINEN NEUEN MOTOR EINBAUEN. KAROSSERIE UND INNENRAUM BLEIBEN DIE ALTEN, DER MOTOR WIRD ERNEUERT. ODER EINEN RUNDERNEUERTEN REIFEN VERWENDEN. SEITENWAND UND KARKASSE BLEIBEN BESTEHEN, DIE LAUFLÄCHE WIRD ERNEUERT. BERNHARD MÜLLER ERKLÄRT DIE DETAILS.



So ähnlich ist es auch bei unseren Betriebsmitteln, wie Stanz-, Spritzguss-, Biege- und Vereinzelungswerkzeugen und Anlagen. Wenn wir für unsere Kunden ein neues Werkzeug bauen, dann werden je nach Werkzeugvariante bestimmte Ausbringungsmengen (Stückzahlen) garantiert. Während dieser Zeit haben wir keinen Anspruch auf Reparaturkosten. Aber wie jeder Motor oder Reifen unterliegen auch unsere Werkzeuge bei jeder Produktion einer dauerhaften Abnutzung.

Sobald wir unsere garantierte Ausbringungsmenge erreicht haben, dann können wir bei unseren Kunden ein Refurbishment beantragen. Grundsätzlich ist der Ablauf so, dass wir das bestehende Werkzeug begutachten und dann entscheiden, was wir weiterverwenden und was wir alles tauschen und erneuern. Sehr häufig können wir dann den Aufbau (Platten) weiterverwenden und das Innenleben (Schneidstempel, Schnitteinsätze, formgebende Einsätze, Biegeinsätze) mit den ganzen Führungen erneuern. Bei den Anlagen kann es sogar vorkommen, dass es zum Beispiel für einen verbauten Roboter keine Ersatzteile mehr gibt und die Anlage auf einen neuen Roboter umgerüstet werden muss.

Der Kunde bekommt von uns ein Angebot für die Generalüberholung und eine neue garantierte Ausbringung. Wird vom Kunden dieses Angebot bestellt, dann werden alle verschlissenen Bauteile erneuert und das Werkzeug komplett neu abgestimmt. Nachdem das abgeschlossen ist, wird das Werkzeug neu bemustert und der Kunde bekommt im Anschluss von uns einen Maßbericht von den neu produzierten Teilen. Sobald wir dann eine Freigabe bekommen, ist das Werkzeug wieder für die Serienproduktion freigegeben.



Foto: © number1411 - stock.adobe.com

## PREISANPASSUNGEN WÄHREND DER PRODUKTLEBENSDAUER

NEBEN DEN PRODUKTIONSTECHNISCHEN ASPEKTEN ZÄHLEN NATÜRLICH AUCH WIRTSCHAFTLICHE ÜBERLEGUNGEN ZU EINEM ERFOLGREICHEN PRODUKTLEBENSZYKLUS. DIE SCHWIERIGKEITEN, VERÄNDERTE RAHMENBEDINGUNGEN AN KUNDEN WEITERGEBEN ZU KÖNNEN IST EINER DER AUFGABENBEREICHE VON THOMAS HAMETNER.

Die Automobilindustrie ist eine der wichtigsten Branchen weltweit und unterliegt einem hohen Wettbewerbsdruck. Zulieferer spielen dabei eine entscheidende Rolle und müssen sich den Anforderungen der Automobilhersteller häufig anpassen. Eine Herausforderung, mit der Zulieferer allgemein konfrontiert sind, ist die langjährige Preisgestaltung über eine gesamte Projektdauer. Promotech muss in diesem Zusammenhang in der Lage sein, die Preise über die gesamte Produktlebensdauer stabil zu halten und muss gleichzeitig die Rentabilität im Auge behalten. Daher ist es besonders wichtig, bei Preis Anpassungen strategisch und sorgfältig vorzugehen, um negative Auswirkungen auf die Kundenbeziehungen zu vermeiden.

Im Business-to-Business (B2B) Bereich ist die Preisgestaltung ein wichtiger Bestandteil langfristiger Verträge. Anders als im Business-to-Consumer (B2C) Bereich geht es im B2B nicht um den Verkauf von einzelnen Produk-

ten, sondern um eine mehrjährige Projektdauer mit langfristigen Geschäftsbeziehungen. Ziel sind Produkte mit gleichbleibender Qualität zu nachvollziehbaren Kosten. Abhängig vom jeweiligen Produkt, dem Fertigungsprozess und der Infrastruktur des Unternehmens können Rohstoff-

und Energiekosten in der Kalkulation des Angebotspreises wichtige Positionen ausmachen. Gerade die Schwankungen der Rohstoffpreise und die zukünftig zu erwartenden Preissteigerungen für Energie machen es in diesen Fällen notwendig, Preis Anpassungen im Liefervertrag zu verankern. Solche vertraglichen Regelungen sind bekanntermaßen schwer durchzusetzen, müssen aber als strategische Absicherung der Unternehmenszukunft erkämpft werden. Es ist wichtig, zwischen

den verschiedenen Kostenarten zu unterscheiden. Es werden in der Regel keine Anpassungen bei indirekten Kosten wie beispielsweise Miete, Versicherung oder Lohn-/Gehaltskosten vom Kunden akzeptiert.



ES WERDEN IN DER REGEL KEINE ANPASSUNGEN BEI INDIREKTEN KOSTEN WIE BEISPIELSWEISE MIETE, VERSICHERUNG ODER LOHN-/GEHALTSKOSTEN VOM KUNDEN AKZEPTIERT.



Ausnahmen gelten häufig für direkt zum Produkt zurechenbare Kosten wie beispielsweise Materialkosten. Diese werden regelmäßig angepasst, um sicherzustellen, dass steigende Kosten nicht zu Liquiditätsproblemen führen. Diese Anpassungen werden daher mit dem jeweiligen Kunden häufig im Vorhinein vertraglich festgelegt und können beispielsweise zweimal jährlich erfolgen. Die Anpassung kann dabei in beide Richtungen (nach oben, sowie auch nach unten) erfolgen, abhängig von der Entwicklung der Materialpreise. Da die Produkte von Promotech einen hohen Materialanteil haben, ist diese regelmäßige Anpassung zwingend notwendig. Erhöht ein Rohstofflieferant die Preise, die für die Produktion der Komponenten benötigt werden, müssen diese Anpassungen auch an die jeweiligen Kunden weitergereicht werden.

Zur Sicherung einer strategischen und langfristigen Partnerschaft, ist es wichtig, dass die tatsächlichen Kosten berücksichtigt werden und nicht eine willkürliche Preis-anpassung vorgenommen wird. Vor allem für potentielle

Folgeprojekte von Bestandskunden muss eine partnerschaftliche Geschäftsbeziehung vorherrschen, welche nicht durch eigenwillige Preisstrategien gefährdet werden darf. Die Anpassung der Preise erfolgt immer auf der Basis von genauen Daten und einer gründlichen Analyse, da diese dem Kunden erklärt werden müssen. Es ist wichtig, dass diese Entscheidungen sorgfältig abgewogen und transparent kommuniziert werden, um das Vertrauen des Kunden zu erhalten und die Beziehung zwischen den Projektpartnern nicht zu gefährden. Bei Promotech erfolgen Anpassungen von Preisen daher transparent und nachvollziehbar. Dennoch heißt dies nicht, dass ein Kunde automatisch jegliche Preiserhöhung akzeptiert. Oftmals zieht dies langwierige Verhandlungen nach sich.

Zusammengefasst sind Preiserhöhungen während der Projektlaufzeit in der Automobilindustrie sehr schwierig umzusetzen. Die Ausnahme bilden häufig direkt zurechenbare Kosten wie Rohstoffe, welche mittels vertraglichen Vereinbarungen regelmäßig angepasst werden können.

---

## AKQUISE VON FOLGEPROJEKTEN

ALL GOOD THINGS MUST COME TO AN END. DESHALB IST ES UMSO WICHTIGER, SICH FRÜHZEITIG UM NEUE PROJEKTE ZU KÜMMERN. THOMAS HAMETNER BELEUCHTET DIESEN WICHTIGEN TEIL DER VERTRIEBSAKTIVITÄTEN BEI PROMOTECH.

Die Akquise von Folgeprojekten ist für Unternehmen einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren. Insbesondere die Betreuung von Bestandskunden spielt hierbei eine große Rolle. Kunden, die mit der Zusammenarbeit zufrieden sind, sind eher bereit, erneut in das Unternehmen zu investieren und weitere Projekte zu realisieren. Eine gute Bestandskundenbetreuung ist somit die Grundlage für die Akquise von Folgeprojekten. Die Akquise von Folgeprojekten bei Bestandskunden baut auf die Säulen Kommunikation, Technologie, Struktur, Qualität, Erfahrung, Vertrauen, freie Kapazitäten sowie teilweise vorhandene Produktionsmittel.

(siehe Abbildung 1 auf Seite 24)

Eine gute Kommunikation mit dem Kunden ist dabei unerlässlich. Durch einen regelmäßigen Austausch können mögliche Probleme oder Unstimmigkeiten frühzeitig erkannt und beseitigt werden. Eine offene Kommunikation schafft zudem Vertrauen und fördert die Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Um auch langfristig erfolgreich zu sein, ist es wichtig, sich stetig weiterzuentwickeln – sowohl in Technologie als auch in Struktur. Ein Unternehmen, das auf dem neuesten Stand der Technik ist und effiziente Prozesse hat, ist für Kunden attraktiver als ein Unternehmen, das auf veraltete Technologien und Strukturen setzt. Die kontinuierliche Weiterentwicklung sorgt auch dafür, dass das Unternehmen in der Lage ist, neue und anspruchsvollere

Projekte zu realisieren. Promotech investiert daher in stetige technischer Weiterentwicklung der Produktion sowie gezielter Weiterbildung des eigenen Personals.

Neben der Technologie und der Struktur ist auch die Qualität der Arbeit ein wichtiger Faktor für die Akquise von Folgeprojekten. Nur wenn das Unternehmen hochwertige Produkte abgeliefert, kann es die Zufriedenheit der Kunden steigern und somit die Chance auf weitere Aufträge erhöhen. Eine gute Qualität kann durch eine sorgfältige Planung, eine präzise Umsetzung und eine gründliche Überprüfung der Arbeitsergebnisse erreicht werden. Als Zulieferer in der Automobilindustrie verfolgt Promotech eine Null-Fehlertoleranz und garantiert diese bei der automatisierten Produktion durch diverse End-Of-Line-Prüfzellen. Erfahrung ist ein weiterer wichtiger Faktor, der bei der Akquise von Folgeprojekten eine Rolle spielt. Unternehmen, die über eine langjährige Erfahrung verfügen, können in der Regel schneller und effizienter arbeiten und somit auch kostengünstiger sein. Kunden schätzen zudem die Expertise und das Know-how

Foto: © kunakorn - stock.adobe.com



eines erfahrenen Unternehmens und sind eher bereit, weitere Projekte zu vergeben.

Teilweise vorhandene Produktionsmittel können ebenfalls eine Rolle bei der Akquise von Folgeprojekten spielen. Durch Investitionen in neue Produktionsmittel kann das Unternehmen seine Kapazitäten erweitern und somit auch größere und anspruchsvollere Projekte realisieren. Bereits

bestehende Anlagen reduzieren die notwendige Kundeninvestition immens und bewirken einen Wettbewerbsvorteil für Promotech. Kunden schätzen es, wenn ein Unternehmen in der Lage ist, ihre Anforderungen auch bei wachsendem Umfang zu erfüllen.

Freie Kapazitäten sind ebenfalls ein wichtiger Faktor, der bei der Akquise von Folgeprojekten eine Rolle spielt. Wenn das Unternehmen Kapazitäten hat, die derzeit nicht ausgelastet sind, kann es schneller auf neue Anfragen reagieren und Kunden schneller bedienen. Eine schnelle Bearbeitung von Anfragen und Aufträgen erhöht die Zufriedenheit der Kunden und steigert somit auch die Chance auf Folgeaufträge. Zusammengefasst, ist die Betreuung von Bestandskunden für die Akquise von Folgeprojekten für Promotech daher eine der wichtigsten Aufgaben. Bestandskunden werden daher im gesamten Unternehmen als sehr wichtiges Asset gesehen.

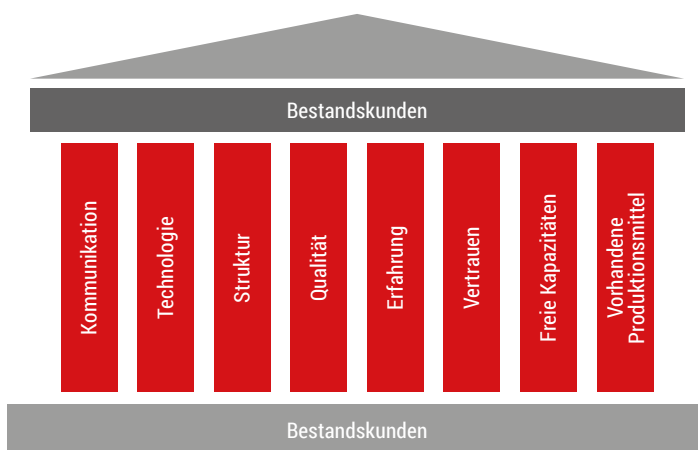


Abbildung 1: Fundament für die Akquise von Folgeprojekten



# WIR GRATULIEREN!

## FIRMENJUBILÄUM:



Jasmin Muratovic, 10 Jahre



Novica Budimirovic, 20 Jahre



Wir gratulieren  
**Hilde Benninger**  
 zum Sechziger



Im Namen der gesamten Belegschaft von Promotech wünschen wir unserer guten Seele aus der Personalabteilung alles Gute zum Geburtstag. Weiterhin viel Gesundheit, Glück und Zufriedenheit.

# WIR GRATULIEREN!



**Michael Andorfer, Anlagenbediener,**  
zur Geburt von Tochter Chiara Roswitha

Foto: © privat



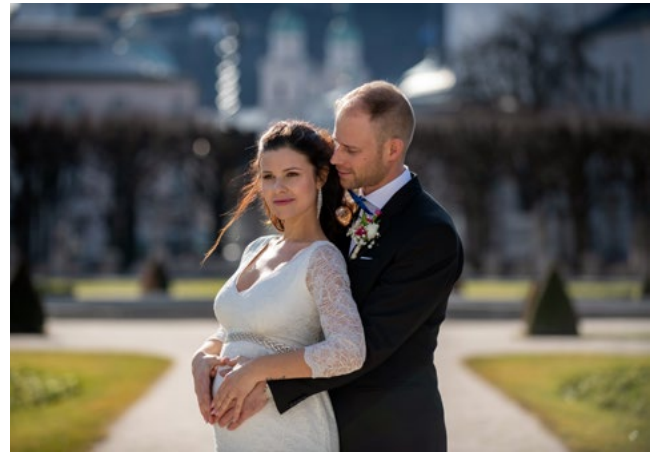
**Johann Kinz, Konstrukteur,** zur Hochzeit mit Kornelia

Foto: © privat



**Katja Kober, HR-Managerin,** zur Geburt von Sohn Maximilian

Foto: © privat



**Gerold Ploner, Automation Engineer,** zur Hochzeit mit Ivana Ploner

Foto: © CK\_photography\_sbg



**Arian Stublla, Produktionsmitarbeiter,** zur Geburt von Tochter Luisa

Foto: © privat



**Manuel Renner, Werkzeugbauer,** zur Hochzeit mit Nicole

Foto: © privat

# FAHRRADFAHREN, DAS VERLERNT MAN NICHT!

PMT-ARBEITSMEDIZINER DR. THOMAS STEIDL ÜBER E-BIKING

Fahrradfahren lernen die meisten von uns bereits im Kindesalter. Es ist mitunter eine der beliebtesten Arten der Fortbewegung. Zusätzlich punktet das Radfahren auch noch mit Umweltfreundlichkeit und gilt als gelenksschonende Sportart für jedes Alter.

Seit mittlerweile einem Jahr gibt es bei Promotech die Möglichkeit Bike-Leasing in Anspruch zu nehmen. Auch wenn man seit gefühlten Ewigkeiten nicht mehr auf einem Rad gesessen hat, ist angesichts der steigenden Sprit-/Energiepreise der Drahtesel auch wieder eine willkommene Alternative zum Automobil geworden. Viele Mitarbeiter:innen haben die Gelegenheit genutzt und dürfen sich bereits über ihre Wunsch-Fahrräder freuen. Am häufigsten wurden im Rahmen der Bike-Leasing-Aktion von den Arbeitnehmer:innen E-Bikes ausgewählt. Nun stellt sich aber einigen die berechtigte Frage: Kann man das Fahrradfahren auch wieder verlernen? Jein. Denn in Hinsicht auf die allgemein beliebten E-Bikes gilt es doch einiges zu beachten.

Durch das zusätzliche Gewicht von Akku und Motor bringen E-Bikes, je nach Ausführung, gleich mal zwischen 15kg – 30kg zusätzlich zum Rahmengewicht auf die Waage. Bei Geschwindigkeiten über 20km/h wirken diese Kräfte natürlich dann auch entsprechend auf das Fahrverhalten ein. E-Bike Unfälle häufen sich leider und enden nicht selten mit einem Besuch im Krankenhaus.



**DR. THOMAS STEIDL**

ARBEITSMEDIZINER BEI PROMOTECH

Foto: © Kathi Bernbacher

Bevor man mit dem E-Bike die umliegenden Straßen und Waldwege erkundet bzw. den Arbeitsweg beschreitet, sollte man sich daher unbedingt intensiv mit der Geometrie des Fahrrades sowie dem Handling beschäftigen. Wichtig ist dabei auch, dass das Fahrrad korrekt auf die Körpergröße eingestellt wurde. Die meisten Rad-/Sportgeschäfte bieten mittlerweile sogenannte „Bike-Fittings“ als Service an. Auch das Tragen eines Helms sowie das Anbringen diverser Sicherheitsmerkmale am Fahrrad (Katzenaugen, Rückstrahler, Licht vorne und hinten, etc.) sowie Kenntnis der für Radfahrer gültigen Verkehrsregeln sind unerlässlich. So steht einem sicheren Fahrvergnügen dann auch nichts mehr im Wege.

**Euer Arbeitsmediziner,  
Dr. Thomas Steidl**



## PROMOTECH- TEUERUNGSPRÄMIE!

Bei Promotech halten wir zusammen: Wir unterstützen unsere Mitarbeiter:innen in Zeiten hoher Inflation!

# 4000€

bei Vollzeit als Inflationsausgleich

# PROMOFIT: INTERVIEW MIT BETTY WEISSENBACHER

PROMOFIT IST DAS ANGEBOT FÜR FITNESS- UND GESUNDHEITSBEWUSSTE MITARBEITER:INNEN BEI PROMOTECH SOWIE ALLE, DIE ES WERDEN WOLLEN. EIN HAUSEIGENES UND AN ALLEN WOCHENTAGEN ZUGÄNGLICHES FITNESSSTUDIO WIRD DURCH EIN EINSTIEGSCOACHING UND LAUFEND STATTFINDENDE KURSE KOMPLETTIERT. IM INTERVIEW ERZÄHLT BETTY WEISSENBACHER ALS EINE DER TREIBENDEN KRÄFTE BEI DER ENTSTEHUNG VON PROMOFIT ÜBER DIE BENEFITS DES PROGRAMMS UND IHRE PERSÖNLICHE MOTIVATION.



**BETTY**  
**WEISSENBACHER**

**Promotech:** Betty, Du warst damals bei der Ausstattungsplanung des PromoFit beteiligt, was war Dir bei der Umsetzung besonders wichtig?

**Betty Weissenbacher:**

- Cardio-Geräte für reine Ausdauer oder aber auch Kraftausdauer geeignet.
- Trainingsgeräte für Grundübungen (z.B Kniebeuge, Kreuzheben, Bankdrücken usw.) und für einen kontrollierten Bewegungsablauf.
- Kraftstationen – multifunktionale Fitnesstrainingsgeräte, die wenig Platz benötigen
- Wandspiegel um die Körperhaltung zu kontrollieren und eine saubere Übungsausführung zu bekommen.

**Promotech:** Du bist diplomierte Fitnesstrainerin und gibst sogar spezielle Kurse für die Promotech-Mitarbeiter:innen, was genau bietest Du an und welchen Vorteil haben die Teilnehmer:innen?

**Betty Weissenbacher:** Ich biete einmal wöchentlich Fitnesskurse an. Allgemeines Training mit Schwerpunkt Bauch-Beine-Po nur für die Damen und präventives Rückentraining für alle. Weiters erstelle ich Standard-Trainingspläne für Anfänger im Bereich Kraft- und Ausdauertraining und biete auch ein gemeinsames Probetraining an.

Vorteile:

- Man kann es mit der Arbeitszeit sehr gut vereinbaren, ohne zusätzliche Fahrten (vor Arbeitsbeginn, während der Mittagspause oder nach dem Feierabend). Gerade Anfänger:innen verlieren schnell die Motivation, wenn die Wege ins Studio zu lang oder zu aufwändig sind.
- Das alles können die MA kostenlos in Anspruch nehmen. Wenn man bedenkt, was heutzutage die Fitnessstudiobeiträge mit Trainer:innenbetreuung kosten.

**Promotech:** Du bist bei Promotech im Bereich QM tätig. Ein sicherlich zeitaufwändiger Job. Bleibt denn da noch genug Zeit übrig für Training und Kurse?

**Betty Weissenbacher:** Ja, der Job ist aufwändig und gerade deshalb ist das Training/sind die Kurse danach umso wichtiger für mich, um abzuschalten, als Ausgleich. Die körperliche und mentale Gesundheit, die richtige Balance bzw. der Ausgleich zwischen Beruf und Freizeit.

**Promotech:** Was würdest Du einem Fitness-Einsteiger empfehlen?

**Betty Weissenbacher:** Fixe Tage für das Training einplanen. Ziele setzen, langsam anfangen und stets steigern. Gemeinschaftstraining macht am Anfang mehr Spaß. Dranbleiben lohnt sich!

# ERNÄHRUNGSTIPPS VON PROMOTECH-FITNESSBOTSCHAFTERIN BETTY WEISSENBACHER

AUF FACEBOOK ERLÄUTERTE BETTY WEISSENBACHER – EINE DER INITIATORINNEN VON PROMOFIT – PROMOTECH-FITNESS-PROGRAMM. NUN VERRÄT SIE UNS IHR PERSÖNLICHES FITNESS-LIEBLINGSREZEPT!

**Promotech:** Worauf achtest du grundsätzlich bei der Ernährung?

**Betty Weißenbacher:** Gesunde, ausgewogene Ernährung & Bewegung! Nur eine gute Kombination aus beidem kann effektiv sein! Meine 4 Tipps zum Thema Ernährung & Fitness sind:

1. Täglich frisch zubereitete Mahlzeiten zu sich nehmen.
2. Täglich eine Portion Gemüse und Obst einbauen
3. Proteine und Ballaststoffe halten länger satt und verhindern Heißhunger (z.B. eine Handvoll Nüsse anstatt Süßigkeiten)
4. Wasser anstatt zuckerhaltiger Getränke (Flüssigkeitszufuhr mindestens 2 l täglich).

**Promotech:** Betty, Hast du eventuell ein Lieblingsrezept, dass gut in einen Fitness-Ernährungsplan passt?

**Betty Weißenbacher:** Das wären die Protein Pancakes mit Beerentopping:

## ZUTATEN

- 30 g Dinkelmehl (Dinkelvollkorn oder Mandelmehl möglich)
- 30 g Proteinpulver (Vanille oder neutral)
- 100 ml fettarme Milch (Soja, oder auch Hafermilch möglich)
- ½ TL Backpulver
- 1 Ei

Alle Zutaten miteinander vermengen und portionsweise in einer Pfanne von jeder Seite ca. 1 Minute goldig anbraten. Ich verwende Bio-Kokosöl

## TOPPING

- Beeren nach Geschmack und Saison (im Winter auch TK-Beeren)
- 1 EL Honig

## GARNIERUNG

- Nüsse oder frisches Obst

**GUTEN  
APPETIT**

Mit PromoFit steht gesundheitsbewussten Mitarbeiter:innen bei Promotech ein kostenloses Fitnessstudio an 7 Tagen in der Woche + Coaching und Kurse zur Verfügung. Das ist nicht zuletzt aufgrund des Engagements von motivierten Kolleg:innen wie Betty Weißenbacher möglich.



## EXPERIMENTALE 2023

Ein Event, das uns bei Promotech besonders am Herzen liegt, ist die Experimentale (EXE). Dieses alle zwei Jahre stattfindende Event lädt Schüler:innen ab der 7. Schulstufe zum Experimentieren ein. Die HTL Braunau öffnet ihre Werkstätten und Labore und macht Naturwissenschaft in einem auf Kinder und Jugendliche zugeschnittenen Format erlebbar.

Diese großartige Veranstaltung fand in der Vergangenheit in ganz Oberösterreich statt, fiel aber leider dem Rotstift der öffentlichen Hand zum Opfer. Promotech ist besonders stolz darauf, gemeinsam mit den HTLs Braunau und Ried die EXE an beiden HTL-Standorten fortführen zu können. In der HTL Braunau, wo Promotech Exklusivsponsor war, konnten am 29. März rund 1.800 Kinder begrüßt werden.



## WEINREISE- GUTSCHEIN FÜR LWS MAUERKIRCHEN

Die Schüler:innen der LWS Mauerkirchen haben uns beim letzten Charity-Gans'l-Essen tatkräftig im Service unterstützt. Serviert wurde für den guten Zweck und um etwas Taschengeld für eine geplante Weinreise in die Klassenkasse zu spülen. Als Dankeschön überreichte unser GF Michael Benninger einen Gutschein für das „Loisium“ im Wert von 1.000€ an Frau Schöfegger. Der Reise steht somit nichts mehr im Wege. Wir wünschen der Klasse viel Spaß und geschmackvolle Eindrücke während ihrer Weinreise.

## SV UTTENDORF SPONSORING

Promotech unterstützt seit dem Frühjahr 2023 den SV Uttendorf mit einem Sponsoring. Geschäftsführer Michael Benninger hat die neue Werbetafel bereits persönlich besichtigt.



## HÖHERE TECHNISCHE LEHRANSTALTEN

Die Partnerschaften mit den HTLs in Braunau am Inn, Ried im Innkreis und Andorf reichen weit über simples Recruiting hinaus. Schüler:innen dieser Schulen liefern uns während ihrer Praktika oder Projektarbeiten Inputs. Im Gegenzug gelingt es uns im Austausch mit den Lehrkräften und während gemeinsamer Projekte, Schulen in ihrem Praxisbezug zu unterstützen.

## WORKSHOPS

Promotech bietet für die Höheren Technischen Lehranstalten in Ried, Braunau und Arndorf praxisbezogene Workshops zu einer Vielzahl an Themen an:

- Bewerbungstraining
- Mechatronik
- Technisch-physikalische Grundlagen
- Kunststoff-Spritzguss
- und zahlreiche weitere Themen

Dabei ist die individuelle Verzahnung zwischen dem Lehrplan der jeweiligen HTL und unserem Angebot unser besonderes Anliegen. Als Beispiel sei der neue Schulzweig Fertigungstechnik/Leichtbau der HTL Ried genannt. Promotech Geschäftsführer Michael Benninger, selbst Absolvent der HTL Ried, übernimmt hier die Patenschaft für den Maturajahrgang 2024 der Abteilung für Leichtbau. Schüler:innen der HTLs nehmen zudem an technischen Workshops bei Promotech in Schalchen teil, wo sie in die praktische Umsetzung des Erlernten eingeführt werden.

## EVENTS SCHAFFEN BEGEISTERUNG

Gemeinsam mit unseren Partner-HTLs organisieren wir Events, welche weniger dem unmittelbaren Recruiting, sondern vielmehr dem Austausch und dem gegenseitigen Verständnis zwischen den Lebenswelten Schule und Unternehmen dienen. Wir von Promotech sehen die Partnerschaften zu den HTLs unserer Region nicht nur als strategisches Recruiting-Werkzeug. Wir leisten gerne einen kleinen Beitrag zur Qualität der regionalen Bildungslandschaft. Darüber hinaus profitieren aber auch wir vom intensiven Austausch mit engagierten Lehrer:innen und Direktor:innen sowie vom vitalen Input der Fachkräfte von morgen!

# SCHULPARTNERSCHAFTEN: HTL BRAUNAU, RIED UND ANDORF

DIE WERTVOLLEN PARTNERSCHAFTEN ZWISCHEN PROMOTECH UND SCHULEN UNTERSCHIEDLICHSTER SCHULTYPEN WURDEN AN DIESER STELLE BEREITS IN EINEM BEITRAG SKIZZIERT. GERADE ZU DEN HÖHEREN TECHNISCHEN LEHRANSTALTEN DER REGION PFLEGEN WIR BESONDERS ENGE BEZIEHUNGEN.



Foto: © HTL Braunau



# Du kennst da jemanden?

Mitarbeiter:in wirbt Mitarbeiter:in

**Bei Promotech gibt's eine Prämie bis zu 1.500€!**

Wie's genau funktioniert?  
Weitere Infos bei Christian Zöpfl  
[office@promotech.at](mailto:office@promotech.at)

500€  
nach 3 Monaten

500€  
nach 6 Monaten

500€  
nach 18 Monaten