



MARK3 – STRATEGIE, DESIGN, KOMMUNIKATION

Interview mit Michael Meischt, Sales Manager Waterproofing

Im Gespräch: Seite 3

Weltmarkt: Aufschwung für Polyethylen

Markt: Seite 4

PINCAR AG: Telematikgestütztes Fahrzeugmanagement

Partner: Seite 8

LUCOBIT AG GLIEDERT KOMMUNIKATION AUS

Eine Marke zu entwickeln oder zu optimieren, ihr eigenes Leben einzuhauchen und sie eindeutig am Markt zu positionieren – keine leichte Aufgabe, aber eine große Herausforderung. Dabei helfen Profis, wie z.B. das Team von MARK3, einer neugegründeten Agentur für Markenmanagement und Kommunikationsdesign, die in einer ganz besonderen Beziehung zur LUCOBIT AG steht. Denn sie ist sowohl Hauptgesellschafter als auch Gründungskunde der neuen Agentur, die zum 1. August in Köln an den Start ging.

Mit der Gründung der Agentur MARK3 geht eine Ära zu Ende, aber eine neue beginnt. Denn Geschäftsführer der im Kölner Technologiepark ansässigen MARK3 GmbH ist Marcus Berndt, der als langjähriger Leiter der Abteilung Marketing und Kommunikation zum Urgestein der LUCOBIT AG zählt. Damals wie heute dreht sich bei seiner Arbeit alles um Unternehmens- und Produktmarken. „Die wichtigste und interes-

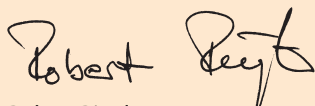
santeste Aufgabenstellung bei der LUCOBIT AG lag darin, eine bereits am Markt eingeführte Produktmarke auf ein eigenständiges Unternehmen mit einem wiederum gleichnamigen Produktmarkenportfolio zu übertragen“, erläutert er im Rückblick und ergänzt: „Als besondere Herausforderung kam hinzu, das Neue zu betonen, ohne dabei die Wurzeln zu verleugnen.“ Die Wurzeln von Marcus Berndt sind übrigens ein Stück weit

Liebe Leserinnen und Leser,

über die Zeit betrachtet haben Sie vermutlich schon so manche Veränderung in unserem Hause beobachtet. Neue Mitarbeiter und Ansprechpartner sind für Sie da. Auch neue Produktentwicklungen sind hinzugekommen, ebenso die Beteiligung an zahlreichen Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen auf nationaler und internationaler Ebene. Zudem haben wir unsere Geschäftstätigkeit gezielt erweitert und unser Unternehmen damit zukunftsfähig aufgestellt, z.B. durch Kooperationen und Verbindungen zu anderen Firmen, aber auch durch die Erschließung neuer Tätigkeitsbereiche.

Ganz in dieser Tradition steht die zum 1. August erfolgte Gründung der Kommunikations- und Markenführungsagentur MARK3 in Köln, die wir Ihnen in dieser Ausgabe von **INPLASTICS** – neben vielen anderen Themen – gerne vorstellen möchten.

Viel Spaß beim Lesen wünscht
Ihnen



Robert Riegler
Vorstand LUCOBIT AG

Fortsetzung von Seite 1

STRATEGIE, DESIGN, KOMMUNIKATION

identisch mit denen der LUCOBIT AG, denn zuvor war er im Bereich Marketingkommunikation der BASF AG in Ludwigshafen tätig, wo er u.a. für Bauprodukte wie Styrodur® und Automotive Kunststoffe arbeitete. In diesen Kompetenzfeldern ist auch MARK3 positioniert, nicht ausschließlich, doch die Erfahrung aus mehr als 10jähriger Tätigkeit für Marken der Bau- und Kunststoffindustrie bilden eine wichtige Grundlage der neuen Agentur für Kommunikationsdesign und Markenführung. MARK3 ist spezialisiert auf die integrierte Kommunikationsberatung sowie die Entwicklung und Steuerung von Marken.

Unverwechselbare Marken

Das Dienstleistungsangebot von MARK3 ruht auf drei Säulen: Markenstrategie, Markendesign und Markenkommunikation. „Unser Anspruch besteht darin, Strategie und Design von Unternehmens-, Produkt- oder Dienstleistungsmarke in Einklang zu bringen und mit kreativer Kommunikation zu verbinden. Dabei wollen wir Marken visuell und inhaltlich mit Leben erfüllen, um sie unverwechselbar zu machen,“ erläutert Marcus Berndt das Konzept von MARK3. Als Full-Service-Agentur deckt MARK3 die „Business to Business“- und die „Business to Consumer“-Kommunikation ab. Erste Kundenbeziehungen bestehen sowohl zu mittelständischen Unternehmen als auch zur Industrie. Gründungskunde aber ist die LUCOBIT AG, die als Hauptgesellschafterin ihren kompletten Kommunikationset an die MARK3 GmbH übertragen hat. „Damit ist Marcus Berndt jetzt praktisch externer Berater, ist aber durch ein besonderes Vertrauensverhältnis verbunden,“ so Robert Riegler (Vorstand LUCOBIT AG). „Die neue Konstellation schafft mehr Spielräume und Flexibilität, zudem können wir das Kommunikations-Know-How der LUCOBIT AG auch anderen Firmen zur Verfügung stellen und professionelle

Hilfestellung auf Basis fundierter Branchenkenntnisse anbieten.“

Hierzu stellt MARK3 ein breites Leistungsspektrum zur Verfügung: Corporate-Identity-Entwicklung, Webdesign, Mediengestaltung und Publikationsdesign gehören ebenso dazu wie komplette Kommunikationskampagnen, verkaufsfördernde Maßnahmen und Messekonzeptionen. „Kommunikation kann immer nur dann erfolgreich sein, wenn jede einzelne Kommunikationsmaßnahme konzeptionell, kreativ und inhaltlich exakt auf die Identität der Marke abgestimmt ist. So verstehen wir den Begriff Markenführung und so verstehen wir auch unsere Arbeit“, formuliert Berndt das Credo von MARK3.

MARK3 GmbH

Eupener Straße 161a, 50933 Köln

Telefon: 02 21/355 8 333-0

Telefax: 02 21/355 8 333-39

info@mark3.de • www.mark3.de



Full Service: MARK3 erfüllt Marken visuell und inhaltlich mit Leben.

INPLASTICS IM GESPRÄCH

INTERVIEW MIT MICHAEL MEISCHT, LUCOBIT AG

Michael Meischt übernahm zum 01.09.2006 die Position des Sales Manager Waterproofing bei der LUCOBIT AG.

INPLASTICS: Herr Meischt, wo werden die Schwerpunkte Ihrer Tätigkeit für die LUCOBIT AG liegen?

Michael Meischt: Der Aufgabenbereich ist so zugeschnitten, dass die Pflege und der Ausbau unserer Kundenbeziehungen im In- und Ausland jederzeit im Mittelpunkt stehen. In einem modernen, kundenorientierten Unternehmen ist dies gleichbedeutend mit einer Vermittlerrolle. Die Wünsche des Kunden müssen sich bereits in der Produktentwicklung niederschlagen, damit Marktchancen rechtzeitig erkannt und genutzt werden können. Zudem unterstützen wir unsere Kunden ja auch durch verschiedene übergreifende Marketingmaßnahmen bei der Vermarktung von Abdichtungsprodukten auf Basis von ECB und FPO. Hier sollen in Zukunft weitere Akzente gesetzt werden.

Wie betrachten Sie das Produktsortiment der LUCOBIT AG?

Insgesamt betrachtet ist das Sortiment sehr ausgewogen, breit gefächert und zukunftsfähig aufgestellt. Mit den Werkstoffen der LUCOBIT AG können qualitativ hochwertige und marktgerechte Lösungen für alle wesentlichen in der Praxis vorkommenden Anwendungsfälle realisiert werden. Das gilt für klassische Einsatzgebiete wie die Herstellung von Dach- und Dichtungsbahnen oder die Polymermodifikation, aber auch für Bereiche wie Folienherstellung oder Beschichtungen.

Wie schätzen Sie die künftige Entwicklung des Abdichtungsmarktes ein, welche Trends erwarten Sie?

Der deutsche Abdichtungsmarkt dürfte die Talsohle durchschritten haben, wenngleich in den nächsten Jahren keine nennenswerten Zuwachsraten zu erwarten sind. Betrachtet man den Auslandsmarkt, insbesondere Europa, bleiben vor allem Länder wie Großbritannien und Irland attraktiv, darüber hinaus natürlich die osteuropäischen Märkte, in erster Linie Russland.

Bezogen auf die Produkte erwarten wir, bedingt durch steigende Materialanforderungen und höhere Qualitätsansprüche, vor allem im FPO- und farbigem ECB-Segment Wachstumsraten,



sowohl im Hoch- als auch im Tiefbau. Auch eine Steigerung der Nachfrage im Bereich selbstklebender Produkte ist wahrscheinlich. Weitere Veränderungen bringen zudem verschärfte Brandschutzanforderungen mit sich. Die problemlose und sichere Verarbeitbarkeit von Abdichtungsprodukten wird künftig noch weiter im Vordergrund stehen. Diesem Trend muss die Produktentwicklung Rechnung tragen.

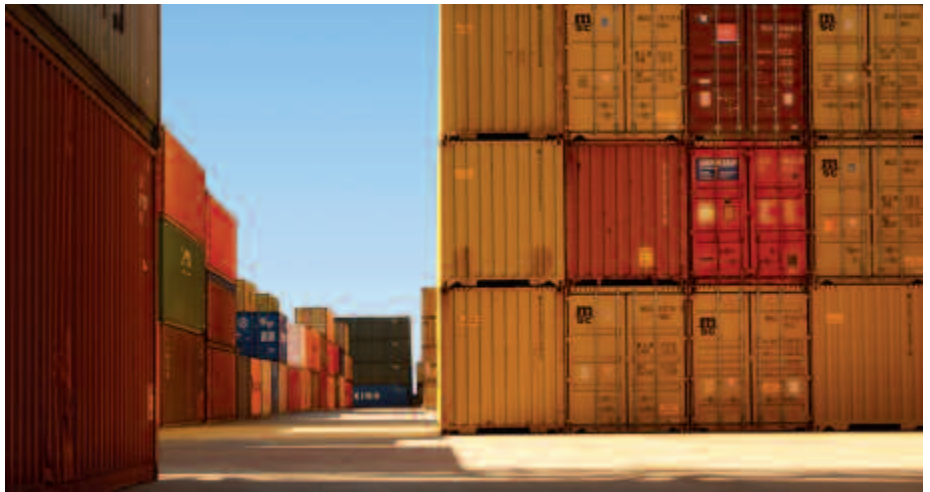
ZUR PERSON

- Michael Meischt, geboren 1966 in Wuppertal
- Industriekaufmann, Executive MBA der Universität Zürich
- 1991 bis 1994 Verkaufsleiter Trocellen/Trovidur HT UK Ltd., Slough (GB)
- 1994 bis 1999 Verkaufsleiter Technische Folien HT Troplast/Sika Trocal, Troisdorf
- 1999 bis 2006 Leiter Vertrieb Marketing AWT Sika Trocal, Troisdorf
- 08/2006 Koordinator Integration Sika Sarna, Sarnen (CH)
- 09/2006 Sales Manager Waterproofing, LUCOBIT AG, Wesseling

WELTMARKT FÜR POLYETHYLEN WEITERER AUFSCHWUNG FÜR PE ERWARTET

Der Polyethylen-Markt ist stark in Bewegung geraten. Nach einer mehrjährigen Stagnation verzeichnet dieses Segment inzwischen wieder deutliches Wachstum. Zur Verdeutlichung: Bei einer Gesamtproduktion von 100 Mio. Tonnen Polyolefinen im Jahr 2004 lag der Anteil von Polyethylen (PE) bei über 60 %. Im gleichen Zeitraum stieg der PE-Verbrauch sogar um rund 5,4 %.

Aufgrund des wachsenden Bedarfs ist nach Einschätzung von Experten davon auszugehen, dass außerhalb Europas vor allem in Asien und im Mittleren Osten PE-Produktionskapazitäten ausgebaut werden. Die Industrieländer in Westeuropa und Nordamerika verzeichnen mittlerweile Zuwachsraten zwischen 3,3 und 4,3 % in der PE-Verarbeitung, Osteuropa sogar fast 7 %. Gleichzeitig ist in anderen Teilen der Welt großer Nachholbedarf entstanden, vor allem in Schwellenländern und den pulsierenden Entwicklungsregionen Südostasiens. Zum Vergleich: Während der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch von Polyethylen in den USA bei 42 kg pro Einwohner liegt, sind es weltweit gerade 9,4 kg. Im bevölkerungsreichen Indien, das in vielen Branchen beachtliche Wachstumsraten erzielt, sind



Wachsender Weltmarkt: Der Bedarf an PE-Produkten wächst weiter. Steigende Produktionskapazitäten im Mittleren Osten beflügeln auch den internationalen Handel.

es gerade einmal 1,5 kg. An der Spitze liegen Asien und die Pazifikstaaten mit 17,7 Mio. Tonnen bzw. 29,2 % des weltweiten Verbrauchs. Bei großen PE-Verarbeitern wie China, Korea und Taiwan wird mit Zuwächsen um 6 % gerechnet. In anderen Wachstumsregionen werden Raten um 10 % erwartet, gleichmäßig verteilt auf Bedarfssteigerungen in den Bereichen Folienherstellung, Extrusion und Spritzguss. Von dieser Entwicklung entkoppelt hat sich lediglich der japanische Markt. Dort wird Polyethylen vornehmlich

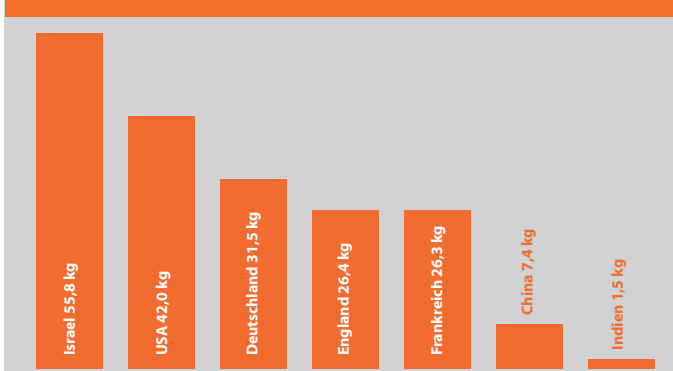
in Spezialanwendungen wie Oberflächenbeschichtungen und Planenherstellung eingesetzt, die Zuwachsraten liegen unterhalb eines Prozentpunktes. In Europa wächst der Verbrauch etwa gleichzeitig mit dem Angebot. In Westeuropa sind Deutsch-

Verbrauch nach Anwendungen

land und Italien, in Osteuropa Russland die wichtigsten Verarbeiter und Verbrauchsmärkte für PE. Mehr als 30 Mio. Tonnen PE-Werkstoffe – die Hälfte der weltweiten Gesamtproduktion – wurde 2004 in Folienanwendungen verarbeitet. Herausragende Bedeutung hat dabei die Herstellung von Lebensmittel- und Verpackungsfolien, in die mehr als 17 Mio. Tonnen flossen. Vor dem Hintergrund weltweit steigender Anforderungen an die Hygiene und damit einhergehender Verschärfungen gesetzlicher Vorschriften sind weitere Zuwächse bei PE zu erwarten. Dies gilt sowohl für Europa als auch für Nordamerika und Asien.

Dahinter folgen Extrusionsanwendungen mit 19 Mio. Tonnen (14 %) und die Verarbeitung im Spritzguss mit knapp 7 Millionen Tonnen (5 %). Weitere Verarbeitungsbereiche liegen in den Bereichen Kabelverkleidungen und Oberflächenbeschichtungen, die etwa 4 % des PE-Verbrauchs ausmachen.

PRO-KOPF-VERBRAUCH AUSGEWÄHLTER LÄNDER



LUCOBIT AG – VIELFÄLTIGE MÖGLICHKEITEN IN DER KABELHERSTELLUNG

Der Definition nach ist ein Kabel nur ein Verbund mehrerer Litzen, isolierter Drähte oder Fasern. Doch der Verbund wird mit einer zusätzlichen Isolation zusammengehalten, dem Kabelmantel, und auf dessen Beschaffenheit kommt es an.

Kaum mehr vorstellbar: In den Anfängen der Kabelherstellung wurde noch Papier als Isolation verwendet, das häufig in Öl getränkt wurde, um die Feuchteempfindlichkeit zu verringern und die Durchschlagsfestigkeit zu erhöhen. Dagegen werden heute zur Adernisolation und Ummantelung meist moderne Kunststoffe eingesetzt, die sich allerdings durch unterschiedliche Qualitätsmerkmale auszeichnen.

Mehr Polyethylen

Dem Stand der Technik entsprechend werden hierzu anstelle von PVC mehr und mehr PE-Werkstoffe verwendet, zum Beispiel in Breitband-Signalkabeln, Hoch-



frequenzkabeln oder auch Telefonleitungen. In modernen Gebäuden mit großen Personenansammlungen, wie zum Beispiel in Bahnhöfen, Flughäfen, Museen, Kongresshallen und Kaufhäusern, sind halogenfreie Kabel inzwischen sogar per Gesetz vorgeschrieben. Im Anwendungsbereich Kabelmassen bietet die LUCOBIT AG Basisrohstoffe für Kabelcompouneure und Kabelproduzenten an, die über eigene Compoundierungsmöglichkeiten verfügen. Dabei handelt es sich sowohl um Kabelmassen in den Segmenten Füllstoffcompounds, nichthalo-

Für Kabelmassen bietet die LUCOBIT AG hochwertige Qualitätswerkstoffe an.

gene-Flammschutzcompounds, Mantel- und Isoliermischungen im Niedervoltbereich als auch um easy strip Anwendungen und semikonduktive Compounds. Fertige Kabelmischungen können in kundenspezifischer Gemeinschaftsentwicklung realisiert werden.

Für alle hier genannten Anwendungsbereiche stehen insbesondere die Produktsortimente Lucofin®1400 HN und Lucofin®1400 MN zur Verfügung.

Bei beiden Produkten handelt es sich um Copolymere aus Ethylen und Butylacrylat, die sich insbesondere durch ihre Weichheit und Flexibilität auszeichnen und in der Kabelextrusion bereits vielfach bewährt haben.

LUCOBIT AG – NEUE MITARBEITERIN UNTERSTÜTZT VORSTANDSARBEIT

Die LUCOBIT AG hat ihr Team erneut verstärkt. Zum 01.07.2006 ist Frau Daniela La Roche (30) als neue Assistentin des Vorstands ins Unternehmen eingetreten. Die gelernte Industriefachwirtin (IHK) und Marketingassistentin (IHK) bringt aus früheren Tätigkeiten in der Kunststoff- und Abdichtungsbranche bereits umfangreiche Erfahrungen aus den Bereichen Marketing und Vertrieb

mit. Ihr neuer Aufgabenbereich liegt in der Unterstützung des Vorstands der LUCOBIT AG in allen Belangen des Tagesgeschäfts.

Daniela La Roche
Telefon: 0 22 36/3 78 59 - 10
Telefax: 0 22 36/3 78 59 - 11
E-Mail: daniela.laroche@lucobit.de



TERMINE

FACHMESSEN

FAKUMA

17. - 21.10.2006
Friedrichshafen (D)

PLASTIC – Packaging & Printing Vietnam

23. – 25.10.2006
Hanoi (VN)

PLASTUKRAINA

24. – 26.10.2006
Kiev (UKR)

Packplastic

07. – 10.11.2006
Moskau (RUS)

ROMEXPO

08. – 12.11.2006
Bukarest (RUM)

EUROMOLD

29.11. – 02.12.2006
Frankfurt (D)

Istanbul Rubber & PLAST

EURASIA
29.11. – 03.12.2006
Istanbul (TUR)

PLASTICS & RUBBER

Indonesia
06. – 09.12.2006
Indonesien (ID)

LUCOBIT AG – MITGLIEDSCHAFT BEI DDDACH

Seit dem 1. Juli 2006 ist die LUCOBIT AG neues Mitglied in der Europäischen Vereinigung dauerhaft dichtes Dach e.V. (dddach). Die von dem branchenweit anerkannten Sachverständigen und Fachbuchautor Wolfgang Ernst ins Leben gerufene Organisation setzt sich seit langem für die Verbesserung von Qualitätsstandards im Abdichtungsbereich ein. Zahlreiche Studien auf Basis wissenschaftlicher Untersuchungen sind hieraus hervor gegangen. Daneben engagiert sich dddach vor allem für den fachlichen Austausch zwischen Herstellern, Verbänden, Behörden und Ausschüssen auf nationaler und internationaler Ebene. Zu ihren Mitgliedern zählen neben Dachbahnenherstellern vor allem Ingenieure, Sachverständige und Architekten sowie staatliche Bauämter, Wissenschaftler und Wohnungsbauunternehmen. Mit dem Beitritt unterstreicht die LUCOBIT AG erneut ihr Engagement für die Abdichtungsbranche. Die gemeinsame Abstimmung und



Interessenvertretung mit namhaften Kunststoffbahnenherstellern ist dabei unverzichtbar.

„Die Europäische Vereinigung dddach verfolgt das Ziel, Materialanforderungen im Sinne von ökologischen und wirtschaftlichen Aspekten zu vereinheitlichen und schafft damit mehr

Transparenz auf dem Markt. Damit liegen wir exakt auf einer Wellenlänge,“ erläutert LUCOBIT AG-Vorstand Robert Riegler die Gründe des Beitritts. „Als Neumitglied wollen wir unsere langjährige Erfahrung aus Forschung, Entwicklung und Produktion und unsere Kenntnisse auf den internationalen Märkten aktiv einbringen und durch konzentriertes Handeln positive Veränderungen bewirken. Am Ende dieses Prozesses sollen Verbesserungen in der Qualität, bei Verarbeitung und Ausführung durch das Handwerk stehen.“

www.dddach.org

LUCOBIT AG – PRÄSENTATION AUF DEM FGSV-KONGRESS

Vom 27. bis 29. September 2006 finden in Karlsruhe der „Deutsche Straßen- und Verkehrskongress 2006“ sowie die Fachausstellung "Straßen und Verkehr 2006" statt. Die Veranstaltung wird im Zweijahresrhythmus von der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV) ausgerichtet.

Erwartet werden rund 1 500 Kongressteilnehmer und Ausstellungsbesucher aus Ingenieurbüros und Hochschulinstituten genauso wie aus der Verbands-Landschaft, den Verwaltungen von

Bund, Ländern und Kommunen sowie Firmen aus Wirtschaft und Industrie.

Die LUCOBIT AG ist langjähriges Mitglied und beteiligt sich in diesem Jahr erstmalig an der Karlsruher Veranstaltung.

Weitere Informationen:

Ersun Görener

Telefon: 0 22 36/3 78 59 - 22

Telefax: 0 22 36/3 78 59 - 23

E-Mail: ersun.goerener@lucobit.de

FAKUMA 2006 – BRANCHENTREFF LÄDT EIN

Sie findet nur in den K-Messe-freien Jahren statt, ist dabei aber stets die wichtigste Branchenveranstaltung für die internationale Kunststoffindustrie: Vom 17. bis zum 21. Oktober findet in Friedrichshafen die „FAKUMA – Internationale Fachmesse für Kunststoffverarbeitung“ statt. Wie in den Vorjahren gehört die LUCOBIT AG auch dieses Mal wieder zu den Ausstellern.



Kunststoffverarbeiter zu sehen sein. Vor allem im Bereich Maschinenbau ist das Ausstellerverzeichnis wie immer prall gefüllt und reicht von der Materialaufbereitung über die verschiedenen Produktionsverfahren bis zum Recycling. Extrusionsanlagen, Spritzgieß- und Blasformmaschinen, Pressen, Bearbeitungs- und Veredelungsmaschinen sowie Peripheriegeräte sind hier zu finden.

Qualitätssicherung. Damit gibt die FAKUMA einen umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Technik sowie zu künftigen Trends und Entwicklungen in der Kunststoffbranche.

Knapp 1 500 Aussteller haben ihre Teilnahme an der FAKUMA 2006 bereits bestätigt. Die Veranstalter rechnen mit rund 40 000 Besuchern. Die LUCOBIT AG präsentiert sich als Partner der Firma megaPolymers, Ettlingen, in Halle A3 Stand 3107, und stellt interessierten Besuchern dort einen Auszug ihres aktuellen Werkstoffsortiments vor.

Während der fünf Ausstellungstage wird auf knapp 70 000 m² Ausstellungsfläche wieder ein umfassendes Programm für

Hinzu kommen Komponenten für die Automation und Softwareprogramme zur

www.fakuma-messe.de

INSTITUT FÜR ENERGIEKOMPETENZ IN BÖHL-IGGELHEIM GEGRÜNDET – EK7 MINIMIERT ENERGIEKOSTEN

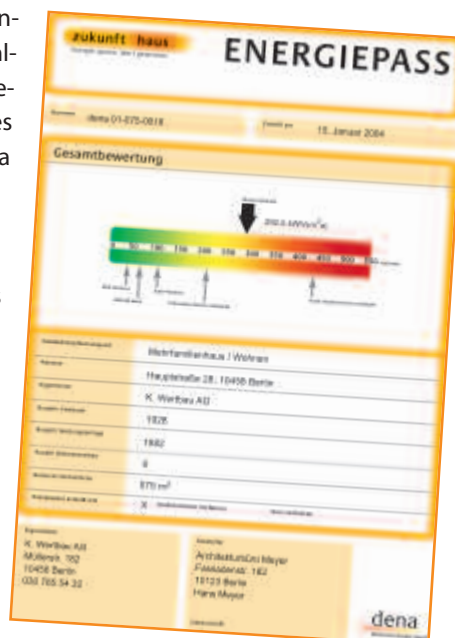
Energieeffizientes Bauen und Sanieren wird immer wichtiger. Vor dem Hintergrund steigender Energiepreise und verschärfter gesetzlicher Anforderungen, z.B. durch die EnEV und die Einführung des Energieausweises, gewinnt die sparsame und rationelle Energieanwendung zunehmend an Bedeutung. Das in Böhl-Iggelheim gegründete Institut für EnergieKompetenz – EK7 bietet ein umfassendes Dienstleistungsangebot rund um das Thema Gebäudeenergie.

Gebündelte Kompetenz

Das Institut ist aus dem Zusammenschluss von sieben unabhängigen Energieberatern entstanden, die Erfahrungen aus unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen einbringen. Architekten, Ingenieure, Techniker, Baubiologen und Kaufleute ergänzen sich fachlich und bündeln ihre Kompetenzen im EK7. Hierdurch wird eine optimale 'Rund-um-Betreuung' ermöglicht, die das Ziel verfolgt, die Energiekosten von Objek-

ten im Kundenauftrag zu minimieren. Das Leistungsspektrum des Instituts umfasst neben der Energieberatung und Erstellung von Energiegutachten auch thermographische Untersuchungen, Blower-Door-Messungen, haustechnische Beratung, bauphysikalische Berechnungen und die Veranstaltung

und Durchführung von Seminaren. Im Rahmen einzelner Projekte kooperiert EK7 mit verschiedenen Netzwerkpartnern, z.B. mit dem ebenfalls in Böhl-Iggelheim ansässigen Ingenieurbüro für Flachdachtechnik (IFDT), das seit 2001 für die redaktionelle Gestaltung der von der LUCOBIT AG gesponserten Infoline Flachdach (www.infoline-flachdach.de) im BauNetz-Internetportal verantwortlich ist.



EK7 - Institut für EnergieKompetenz

Hauptstr. 57

67459 Böhl-Iggelheim

Telefon: 0 63 24/9 79 95 9

Telefax: 0 63 24/9 79 55 9

info@ek-7.de • www.ek-7.de



IMPRESSUM

INPLASTICS ist der Newsletter der LUCOBIT AG.

Herausgeber: LUCOBIT AG
Verantwortlich: Robert Riegler
Redaktion: gti.publik
Design: MARK3 GmbH
 www.mark3.de
Bilder: MARK3, LUCOBIT AG, Photocase, PINCAR AG



LUCOBIT Aktiengesellschaft
 Brühler Str./Basell GmbH B100
 D-50389 Wesseling
 Telefon: +49 (0) 22 36/3 78 59 - 0
 Telefax: +49 (0) 22 36/3 78 59 - 99
 E-Mail: info@lucobit.de

Alle Informationen beruhen auf als zuverlässig erachteten Quellen. Die LUCOBIT AG übernimmt jedoch keine Gewähr für Inhalt, Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben. Nachdruck und Vervielfältigung auch auszugsweise nur mit Einverständnis der LUCOBIT AG.

PINCAR AG – TELEMATIKGESTÜTZTES FAHRZEUGMANAGEMENT

Mit Kunststoff hat die Ludwigshafener PINCAR AG eigentlich nichts zu tun – und doch gibt es eine enge Verbindung zur LUCOBIT AG. Denn als Anteilseignerin ist sie an der Ende 2004 gegründeten Aktiengesellschaft beteiligt und ihr alleiniger Vorstand ist LUCOBIT-CEO Robert Riegler, der die Unternehmensidee in der BASF AG entwickelte und nach mehrjähriger Vorbereitungszeit in die Tat umsetzen konnte. Mit der PINCAR Suite steht inzwischen ein marktreifes, zukunftsweisendes Produkt zur Verfügung, das allen Unternehmen, die Fahrzeuge unterhalten, erhebliche Einsparpotenziale verspricht.

Wir machen aus Daten Ergebnisse“ lautet das Motto der Ludwigshafener PINCAR AG. Das dahinter stehende Produkt ist das patentierte Fahrzeugmanagementsystem PINCAR Suite, das neue Perspektiven zur intelligenten Steuerung von Fahrzeugflotten eröffnet. Das telematikgestützte, Internet-basierte System stellt eine Fülle von nützlichen Funktionen für das

Fahrzeugmanagement zur Verfügung. Durch den modularen Systemaufbau können Einzel-funktionen zu bedarfsgerechten Leistungspaketen kombiniert werden.

Die PINCAR Suite sorgt für eine optimale Auslastung von Fahrzeugen, reduziert den Verwaltungsaufwand und schafft Kostentransparenz. Dabei geht ihr Leistungsportfolio weit über herkömmliche Fahrzeugmanagementsysteme hinaus. Neben Standardfunktionen, z.B. der Führung des elektronischen Fahrtenbuchs, bietet sie spezielle Dienste zur Überwachung, Einsatzplanung und Steuerung von Firmenfahrzeugen. So können beispielsweise Aufträge und Nachrichten direkt

über GPRS-Datenkommunikation ins Fahrzeug übertragen werden, auch eine Erfassung von Betriebs- und Arbeitszeiten ist möglich. Damit kann der Fahrzeug-einsatz in Vertrieb, Außendienst oder Kundendienst weit effizienter und kostengünstiger organisiert und gestaltet werden als bisher. PINCAR-Vorstand Robert

Riegler: „Wir haben viel Zeit und Sorgfalt in die Entwicklungsarbeit investiert, um ein möglichst effizientes und ebenso anwenderfreundliches System zu bekommen, das jedem Unternehmen, unabhängig von Branche oder Größe, Vorteile im Fahrzeugmanagement bietet. Dies zahlt sich jetzt aus, wie die Erfahrungen unserer Kunden bestätigen.“

PINCAR AG
 Markus Jaeger
 Donnersbergweg 1
 67059 Ludwigshafen
 Telefon: 06 21/6 29 99-10
 Telefax: 06 21/6 29 99-200
 info@pincar.de • www.pincar.de



Der modulare Aufbau der PINCAR Suite bietet Kunden individuelle und bedarfsgerechte Lösungen.