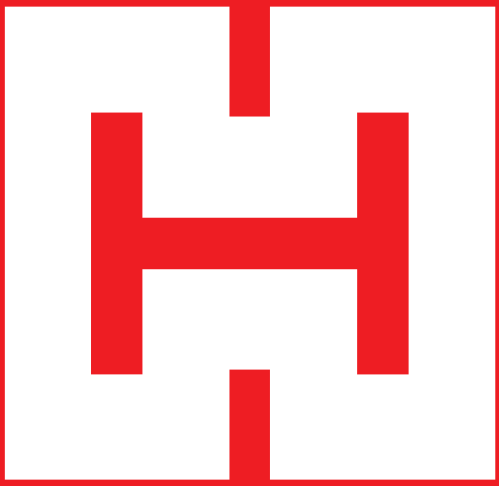


Unsere Marke.
Unsere Werte.

Sehr geehrte Damen und Herren, Märkte befinden sich in einem stetigen Wandel, und auch Unternehmen verändern sich beständig. Die Bauwirtschaft bildet da keine Ausnahme. Wir als Hünnebeck konnten uns in diesem dynamischen Umfeld auch deshalb gut behaupten, weil wir uns stets treu geblieben sind.

Was aber macht Hünnebeck im Kern aus? Womit differenzieren wir uns von anderen Akteuren am Markt – sei es als Arbeitgeber, sei es als Dienstleister? Als Antwort auf diese Fragen haben wir die Werte, die uns wichtig sind und für die die Marke Hünnebeck steht, in diesem Handbuch für die Markenkommunikation – unserem „Hünnebeck Brandbook“ – zusammengefasst.

Menschen. Macher. Und Experten. Mit diesen drei Begriffen lässt sich unser Selbstverständnis und unser Markenversprechen kurz und knapp beschreiben. Aus meiner Sicht bringt dies die Sache auf den Punkt. Dass so viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Begeisterung an der Gestaltung des Brandbooks mitgearbeitet haben, unterstreicht, dass auch sie sich mit diesen drei Begriffen vollends identifizieren.

Ich möchte Sie an dieser Stelle ermutigen, sich Ihrer eigenen Bedeutung als Markenbotschafter bewusst zu sein und unsere Werte aktiv zu kommunizieren – im Kunden- und Lieferantengespräch, im Vorstellungsgespräch und bei der Einarbeitung neuer Kolleginnen und Kollegen. Denn Sie als Mensch, Macher und Experte machen Hünnebeck besonders und unverwechselbar.

Ihr



Martin Hemberger
Geschäftsführer Nord- & Osteuropa

Menschen, Macher und Experten.

„Neue Kunden, neue Anforderungen: Hier ist kein Tag wie der andere. Genau das finde ich spannend."

Melanie Pieper, Leitung Kredit- und Debitorenmanagement



„Wir sind einfach ein klasse Team. Hier fühle ich mich wohl, weil die Atmosphäre stimmt und Aufgaben gemeinsam gelöst werden. Genau das ist mir wichtig."

Stefan Bauer, Leitung Rechnungswesen und Controlling

Hünnebeck ist seit 1929 auf dem Bau ein Begriff. In der Branche haben wir international einen guten Namen. Warum muss man da noch über die Marke Hünnebeck reden?

Ganz einfach: weil Wandel in der dynamischen Welt der modernen, globalisierten Wirtschaft die Norm geworden ist. Weil auch wir uns kontinuierlich verändern müssen, um den Anforderungen der Märkte und Kunden gerecht zu werden. Und weil es gerade in diesem bewegten Umfeld wichtig ist, wiedererkennbar zu sein, sich zu bleibenden Werten zu bekennen und eine klare Haltung zu beweisen. Deshalb dieses Brandbook, mit dem wir unsere Marke und ihren Charakter vorstellen.

Mensch, Macher, Experte: Diese drei Begriffe sehen wir als typisch für Hünnebeck an. Sie bringen unsere Haltung auf den Punkt und bilden unseren Markenkern. Was das im Einzelnen bedeutet? Das lesen Sie auf den folgenden Seiten.

Emotion und Kompetenz.

„Nahe am Kunden bedeutet vor allem aktiv zuzuhören und dem Kunden auf Augenhöhe zu begegnen. Die Wertschätzung und das Vertrauen im Team stärken uns und bringen den Erfolg!“

Sissi Kaluske, Anwendungstechnik



Was ist das eigentlich: eine Marke? Eine Marke ist mehr als ein Logo. Sie steht für das, was ein Unternehmen individuell auszeichnet und positiv von Wettbewerbern abhebt. So zum Beispiel Coca-Cola, Apple oder Mercedes Benz – drei der global wertvollsten Marken: Sie sind jeweils Ausdruck eines Leistungsversprechens, eines Lebensgefühls, einer eigenen Wertewelt, zu der sich die Kunden emotional bekennen.

Unser Ziel ist es, dass die Bauwirtschaft international mit der Marke Hünnebeck ganz bestimmte Eigenschaften verbindet, die rational überzeugen und emotional begeistern. Dazu zählt zum einen, dass wir ein Team von Menschen sind, die sich persönlich mit Kompetenz, Leidenschaft und Verantwortungsbewusstsein für ihre jeweiligen Aufgaben engagieren. Dazu gehört zum anderen, dass wir mit genau diesem Einsatz funktionale, praxisorientierte Lösungen entwickeln und Produkte bieten, die dank ihrer hohen Qualität den Kunden Mehrwert bringen.

Auch in Zukunft wollen wir unsere Rolle als einer der führenden Schalungs- und Gerüstanbieter auf dem Markt ausbauen, Bestandskunden halten, neue Kunden hinzugewinnen sowie potentielle Mitarbeiter von unserer Qualität als Arbeitgeber überzeugen. Dafür ist die eindeutige Positionierung der Marke Hünnebeck ein wichtiger Schritt. Ebenso wichtig ist es, dass neue Kunden und künftige Mitarbeiter im direkten Kontakt mit uns erfahren, dass wir als Team unsere Markenwerte täglich leben.

Was unsere Markenwerte umfassen.



„Hier im Unternehmen ist keiner nur eine Nummer. Jeder bringt seine persönlichen Fähigkeiten und Leistungen ein. Man weiß, dass man was zählt. Schließlich kommt es auf jeden an."

Simone Kalis, Regionalassistenz

Mensch – das bedeutet für uns, dass wir von Angesicht zu Angesicht mit unseren Kunden reden, dass wir kommunikativ und hilfsbereit sind. Wir sind ehrgeizig und wollen gemeinsam mit unseren Kunden Ziele erreichen; zugleich achten wir sorgfältig auf Sicherheit und schützen die Gesundheit aller Beteiligten. Was wir zusagen, halten wir. Wer uns vertraut, wird nicht enttäuscht.

Macher – damit unterstreichen wir, dass wir Lösungen bieten. Wir haben immer die Praxis vor Augen, wir sorgen für Effizienz. Das umfasst Sorgfalt bei allen Planungen, damit hinterher alles reibungslos läuft. Dazu gehören aber auch kreative Ideen, wenn unerwartete Herausforderungen auftauchen. Wir mögen keinen Stillstand, sondern treiben die Produktivität auf der Baustelle voran.

Experte – das zeigt unsere Kompetenz. Wir bei Hünnebeck haben Erfahrung mit komplexen Herausforderungen aller möglichen Art: technisch, logistisch, unter regulatorischen oder Sicherheitsaspekten. Darüber hinaus entwickeln wir kreative Ideen und innovative Produkte, die auf der Baustelle echte Vorteile bringen.



Mensch

Wir nehmen Bauen persönlich.

„Das habe ich gebaut!“ Es ist immer so: Wer auf einer Baustelle mitgewirkt hat, ist stolz auf das Ergebnis. Ganz gleich, ob ein Haus hochgezogen, eine Brücke gespannt oder ein ganzer Staudamm betoniert wurde: Wer mitgemacht hat, nimmt’s persönlich. Auch wir.

Mensch.

Als Menschen sind wir Angehörige eines Teams, das weit über unser Unternehmen hinausreicht. Es umfasst auch unsere Kunden und Geschäftspartner, mit denen wir uns austauschen und eng abstimmen – angefangen bei den ersten Schritten in der Planungsphase bis hin zur Bauausführung.

Denn: Auf dem Bau muss sich jeder auf den anderen verlassen können. Wir sehen uns als Teil des Ganzen. Unabhängig davon, welche Aufgabe unsere Mitarbeiter erfüllen – Kostenkalkulation oder statische Berechnungen, Materiallieferung oder Sicherheit: Jeder von uns trägt mit seiner Leistung persönlich zur Sicherheit und zum Erfolg auf der Baustelle bei.



„Ich schätze die enge, persönliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Und ich schätze die maßgeschneiderten Lösungen, die wir ihnen als Team bieten können."

André Cammerer, Vertrieb



„Eigenverantwortliches, kreatives Handeln, motivierte Kollegen, gutes Betriebsklima, offene und ehrliche Kommunikation, Förderung und Rückhalt durch Vorgesetzte. Das zeichnet Hünnebeck aus."

Wolfgang Fries, regionale kaufmännische Leitung



Macher

Wir krempeln die Ärmel hoch.

Von allein ist noch kein Bauwerk gewachsen. Es bedarf einer perfekten Organisation. Einer exakten Abstimmung aller Gewerke. Menschen, die anpacken. Und wenn es mal nicht rund läuft: Dann muss es Leute geben, die praktikable Lösungen bieten. Bauen ist etwas für Macher. Also für uns.

Macher.

Unsere Kunden können darauf vertrauen, dass wir in allen Projektphasen exakt planen und spezielle Herausforderungen kreativ angehen. Unsere Hands-on-Mentalität richtet sich nach der Praxis: Was wir tun, bringt den Bau voran.

In allen Planungs- und Bauphasen achten wir auf Effizienz. Das bedeutet: Wir setzen unseren Ehrgeiz darein, dass unsere Kunden ihre Ziele erreichen und dabei Termin- und Kostenvorgaben einhalten können. Bauen ist ein Job für Leute, die zupacken, ob im übertragenen Sinn oder wortwörtlich verstanden. Das ist die Art, wie wir denken und handeln.

„Arbeit sollte Spaß machen. Für mich heißt das einerseits Abwechslung, andererseits Ergebnisse. Jeder Kunde bringt neue Herausforderungen, und wir sorgen für handfeste Lösungen."

Andreas Welsch, Vertrieb



„Wir krempeln die Ärmel hoch und packen an, wenn Arbeit ansteht. So mag ich das."

Josef Limberger, Vertrieb

„Bei uns kommt es auf jeden an, denn wir wollen gemeinsam mit unseren Kunden Ziele erreichen. So will ich arbeiten. Das macht mir Spaß."

Ute Leubner, Regionalassistenz





Experte

Wir machen aus Erfahrung Zukunft.

Gut zu planen ist für den Bau so wichtig wie gut zu betonieren. Weil jede Baustelle anders ist, genügt es nicht, Erfahrung zu haben: Man muss auch aus Erfahrung lernen. Aus Vergangenheit und Zukunft die besten Lösungen für die Gegenwart schmieden – das können nur Experten. Wie wir.

Experte.

Als Experten investieren wir viel Zeit und Sorgfalt in die Planung, von der Situationsanalyse über die Kostenkalkulation bis hin zum Schalungs- oder Gerüstkonzept. Dabei können wir auf technische Kompetenz und Wissen zurückgreifen, das wir auf den unterschiedlichsten Baustellen in vielen Teilen der Welt in Jahrzehnten erworben haben.

Unser Können und unsere Erfahrungen fließen in die Arbeit unseres Innovationsteams ein, das die kreativen Ideen entwickelt, die die Baustellen von morgen voranbringen. Damit bereiten wir uns heute schon auf die Herausforderungen vor, die später auf unsere Kunden und auf uns zukommen werden. Dahinter steht unser Anspruch, auch künftig die branchenbesten Lösungen zu bieten.

„Das abteilungsübergreifende Arbeiten von der Angebotslegung bis zum Abschluss des Bauvorhabens macht meinen Job spannend."

Linda Steinmeyer, Vertriebsinnendienst



„Theorie und Praxis sind bei uns kein Gegensatz. Bei Hünnebeck gehen Denken und Machen zusammen."

Stefan Huber, Anwendungstechnik





„Keine Baustelle ist wie die andere. Genau das begeistert mich bei meiner Arbeit: Lösungen zu entwickeln in einem tollen Team und mit guten Produkten."

Peter Schulz, Projektleiter

Das Versprechen. Das wir halten.

„Kein Tag ist wie der andere, und jeder bringt neue Herausforderungen. Ich lasse nicht locker, bis ich die passenden Lösungen gefunden habe. Das ist meine Motivation."

Petra Ruiner, Logistik



„Mit unserer Arbeit können wir richtig was bewegen. Außerdem haben wir den Freiraum, für unsere Kunden individuelle technische Lösungen zu entwickeln."

Josef Lehn, Leiter Projekt-steuerung und Anwendungstechnik

Warum wir uns dafür entschieden haben, die drei Begriffe Mensch, Macher und Experte in den Mittelpunkt unserer Marke zu stellen? Wenn eine Marke ein Versprechen ist – dann ist eine gute Marke ein Versprechen, das gehalten wird.

Auf dem Bau muss man authentisch sein, echt und ehrlich. Alles andere hat dort keinen Bestand. Unsere Kunden beurteilen auf der Basis ihrer Erfahrungen mit uns, ob wir sind, was wir zu sein behaupten. Sie entscheiden, ob wir in ihren Augen das Versprechen unserer Marke halten.

Darum sind wir nicht davon ausgegangen, was Hünnebeck sein sollte oder sein könnte, als wir die Markenwerte definiert haben. Sondern wir haben darauf geachtet, was uns schon jetzt auszeichnet. Der Anspruch der Marke und der Alltag auf der Baustelle sind zwei Seiten derselben Medaille.

Engagiert, zupackend und kompetent.

In einer von Kosten- und Termindruck getriebenen, zunehmend technisierten Bauwirtschaft bleiben wir mit unserem Markencharakter ganz bewusst nahbar und menschlich. Unsere Markenwerte sind keine abstrakten Begriffe. Sie beschreiben die Frauen und Männer, die bei uns arbeiten.

Das bedeutet: Wir sind es selbst, die unserer Marke die stärkste Wirkung verleihen. Wer uns kennt, kennt Hünnebeck.

Was wir dazu tun können, die Marke Hünnebeck weiter mit Leben zu füllen, ist im Grunde einfach. Auch in Zukunft muss sich niemand verbiegen. Wir bleiben, wie wir sind: engagiert, zupackend, kompetent. Und an bestmöglichen Lösungen für unsere Kunden orientiert.

„Mir macht es Spaß, in einem Unternehmen zu arbeiten, wo das Miteinander von gegenseitigem Respekt geprägt ist. Hier schätzt man die Kenntnisse und Erfahrungen jedes Einzelnen."

Daniela Grimm, Regionalassistenz





„Auf der Baustelle kann es manchmal turbulent zugehen. Da muss man einen kühlen Kopf bewahren, sich auf Fakten konzentrieren und Ergebnisse liefern – Adrenalin pur."

Bernhard Miltenberger, Schalmeister

Think big. Unser internationales Netzwerk.

HÜNNEBECK
A BRAND COMPANY

Hünnebeck steht in Europa für Produkte und Dienstleistungen rund um Schalungen, Gerüste und Sicherheitstechnik.

SGB
A BRAND COMPANY

SGB ist die Marke für Schalung und Unterstützung in den Ländern des Nahen Ostens sowie im asiatisch-pazifischen Raum.

Aluma Systems
A BRAND COMPANY

Aluma Systems liefert Schalungs- und Unterstützungslösungen für den nord- und südamerikanischen Markt.



„Neue Lösungen finden, auch wenn es mal eng wird. Das verleiht meinem Job die richtige Würze."

Jan-Wilm Erning, Zentraldisponent

„Geht nicht gibt's nicht. Gemeinsam haben wir bis jetzt noch jede Anforderung gemeistert. Wir sind ein gutes Team."

Katharina Baumgartner, Assistentin der Geschäftsführung



Markenarbeit ist ein ständiger Prozess und nie abgeschlossen. Schließlich ändern sich Unternehmen und das wirtschaftliche Umfeld ständig. Aber es gibt grundsätzliche Dinge, die trotz Wandel bestehen bleiben.

Haben Sie Fragen, die unsere Marke betreffen? Dann kontaktieren Sie uns. Und werden Sie selbst Markenbotschafter.

Kontakt

Babette Bargatzky
Rehhecke 80
40885 Ratingen
Telefon: +49 (0)2102 937 220
bbargatzky@huennebeck.com

Hünnebeck Deutschland GmbH
Rehhecke 80
40885 Ratingen
Telefon: +49 (0)2102 937-1
Fax: +49 (0)2102 97651
info_de@huennebeck.com

Hünnebeck Austria GmbH
Wiener Straße 30
A-2326 Maria Lanzendorf
Telefon: +43 (0)2235 420 30
Fax: +43 (0)2235 420 40
info_at@huennebeck.com

HÜNNEBECK
A BRAND COMPANY