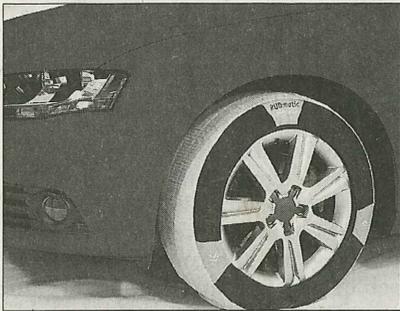


## Für den Winter: RUD-Innovation

RUD-matic Soft Spike

Rechtzeitig zum Wintereinbruch präsentiert der Unterkochener Kettenspezialist RUD eine praktische Innovation: RUDmatic Soft Spike. Der neuartige Textilüberzug sorgt besonders bei Blitzeis für sicheres Fahren.

**Aalen-Unterkochen.** Mit dieser Traktionshilfe erhöht RUD die Sicherheit bei Blitzeis und auf festgefahrenen Schneefahrbahnen. Durch einfache Handha-



Die neue RUDmatic Soft Spike – extrem einfach zu bedienende Traktionshilfe.

bung ist mit RUDmatic Soft Spike sofort das weitere Vorankommen sichergestellt. Stahlfäden geben dem Reifenüberzug auf Textilbasis den richtigen Grip. Die patentierte Verstärkung des Stoffs durch Metallfäden machen das Produkt gegenüber bisherigen Reifenstrümpfen in Traktion und Kilometerleistung deutlich überlegen. Die Montage funktioniert rein intuitiv. Der Reifenstrumpf wird sekundenschnell über den Reifen gestülpt. Ein patentierter Klettverschluss sorgt dafür, dass die Fahrhilfe nach dem „Anziehen“ faltenfrei sitzt. Verantwortlich für den optimalen Grip auf Eis ist die High-Tech-Faser ferrofil, die RUD mit dem größten europäischen Institut für Textil- und Verfahrenstechnik (iTV) in Denkendorf entwickelte. Kennzeichnend für die Faser sind spiralförmig eingewebte Metallfäden. Die „Gamasche“ schützt empfindliche Leichtmetallfelgen und ist für alle Pkw-Reifengrößen lieferbar.

## Eberle: zwölf Prozent Wachstum

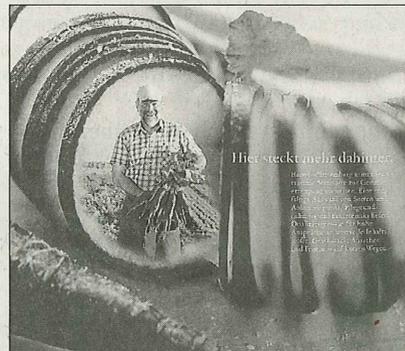
Gmünder Kommunikationsgruppe baute Bereiche Bio und Nachhaltigkeit weiter aus

Die Eberle Kommunikationsgruppe, bestehend aus der Eberle Werbeagentur, Eberle Brand Design und ecomBetz PR, kann für das abgelaufene Geschäftsjahr 2008 ein Wachstum von zwölf Prozent verzeichnen. „Neben einem erfolgreichen Wachstumsziel haben wir vor allem unsere Kompetenz und unsere Position in den Bereichen Bio und Nachhaltigkeit weiter ausgebaut“, erklärte Bernd Eberle, der Geschäftsführer der Gruppe.

**Schwäbisch Gmünd** „Wir sind sicher eine der profiliertesten Agenturen in diesem Segment in Deutschland, weil wir schon seit Jahren für viele renommierte Marken in diesem Segment arbeiten und unser Leistungsspektrum darauf ausgerichtet haben“, beleuchtete Bernd Eberle das Erfolgsgeheimnis der Unternehmensgruppe.

Die Kommunikationsgruppe konnte im Geschäftsjahr 2008 als Neukunden im Bio-Bereich den Demeter Verband, Vitaquell (Margarine im Reformhaus und Naturkostfachhandel), und jüngst im Rahmen einer Wettbewerbspräsentation die Weißenhorer Biomolkerei gewinnen.

Außerdem entwickelte die Gmünder Agentur eine Nachhaltigkeitskampagne



So wirbt Eberle für das Landwirtschaftsministerium.



Die Geschäftsführer der Gmünder Eberle Kommunikationsgruppe (v.l.): Klaus Peter Betz (ecomBETZ PR), Bernd Eberle und Jochen Eberle.

für das Landwirtschaftsministerium Baden-Württemberg und gewann Anfang des Jahres den Etat der Stadtwerke Ulm für die Neuentwicklung des Corporate Designs und der Werbekampagne, die sich zentral mit der Umsetzung der Umweltpositionierung des Unternehmens beschäftigt.

ecomBetz PR entwickelte für Voith Paper in Heidenheim ein Kommunikationskonzept zum Thema „Ressourcenschonung bei der Papierproduktion“. Im Rahmen dessen erstellte die Agentur unter anderem einen Umweltbericht.

Zu den langjährigen Kunden der Eberle Kommunikationsgruppe im Bereich Bionahrungsmittel und Naturpositionierung zählen Alnatura, Weleda, Voelkel Säfte, LaSelva oder Holle Babynahrung. Für die Premiumserie „Alnatura Selection“ erhielt Eberle den „Red Dot Award“, den „IF Award“ sowie eine No-

minierung zum deutschen Designpreis. „Das beweist, dass für Bioprodukte ein hoher ästhetischer und gestalterischer Anspruch ein wichtiger Erfolgsbestandteil geworden ist“, ließ Jochen Eberle, der Kreativ-Geschäftsführer der Agentur, wissen.

Ein wesentlicher Bestandteil für diesen Erfolg ist neben dem Know-how und der konsequenten Ausrichtung auf diese Märkte das Leistungsspektrum der Agentur. Neben Werbung, VKF und PR spielt dabei die „Unit Eberle Brand Design“, die sich mit strategischer Markenentwicklung und Packungsgestaltung beschäftigt, eine zentrale Rolle.

■ **Direkt zur Redaktion:**  
w.hofele@sdz-medien.de  
Telefon: (07361) 594-163

## 250 Teilnehmer bei „Barbara“

Gießerei-Kolloquium in Aalen

Zum fünften „Barbara-Kolloquium“ der Gießerei Technologie Aalen an der HTW Aalen unter Leitung von Prof. Lothar H. Kallien kamen 250 Teilnehmer nach Aalen.

**Aalen.** Prof. Kallien bedankte sich bei der Eisengießerei Funk, Aalen, für die Spende eines Emissionsspektrometers und bei der Fa. Magma, Aachen, für 15 Simulationsprogramme. Martin Severing, Werkleiter der SHW CT, referierte über „Optimierung eines großen Sphärogussteils mit MAGMAfrontier“. Dr. Marcel Pfitzer von der Fa. Handtmann in Biberach erläuterte die Bestimmung des Wärmeübergangs beim Druckgießen. Dr. Herbert Löblich vom Institut für Gießereitechnik in Düsseldorf gab in seinem Vortrag „Eisenmetallurgie im Umfeld der Rohstoffverknappung“ praktische Hinweise, z.B. wie mit minderen Stahlschrottqualitäten gute Gussteile hergestellt werden können.

Dr. Krapohl von der KW Consulting Group informierte zur bestandsfreien Gussproduktion durch Schnellrüstkonzepte. 13 Diplom- und Bachelorarbeiter hielten Fachvorträge. Der vom Verband der deutschen Metallgießereien vergebene Preis für die beste Diplomarbeit ging an Stefan Seidel für seinen Beitrag zur Herstellung von Kupferrotoren. Er hat mittlerweile eine Anstellung bei Schüle Druckguss in Gmünd gefunden.



Prof. Lothar H. Kallien (r.) gratuliert Stefan Seidel zur besten Diplomarbeit.