



Stefan Lochmann Design Portfolio

Stefan Lochmann
SL-Design
Bahnhofstraße 40
65185 Wiesbaden

Tel.: ++49-611-30 81 630
Mobil: ++49-171-34 93 701
E-Mail: sl@sl-design.de
Web: www.sl-design.de



Broschüre (20 x 20 cm) zur Social-Media-Kommunikation

Vertrauen erleben.



Starke Produkte, persönliche Beratung,
flexible Finanzplanung, fundiertes
Wissen, Kompetenz und Erfahrung –

Wir verbinden Generationen.

**Ihre
Wiesbadener
Volksbank.**

Vertrauen erleben.



Starke Produkte, persönliche Beratung,
flexible Finanzplanung, fundiertes
Wissen, Kompetenz und Erfahrung –

Wir verbinden Generationen.

**Ihre
Wiesbadener
Volksbank.**

Vertrauen erleben.



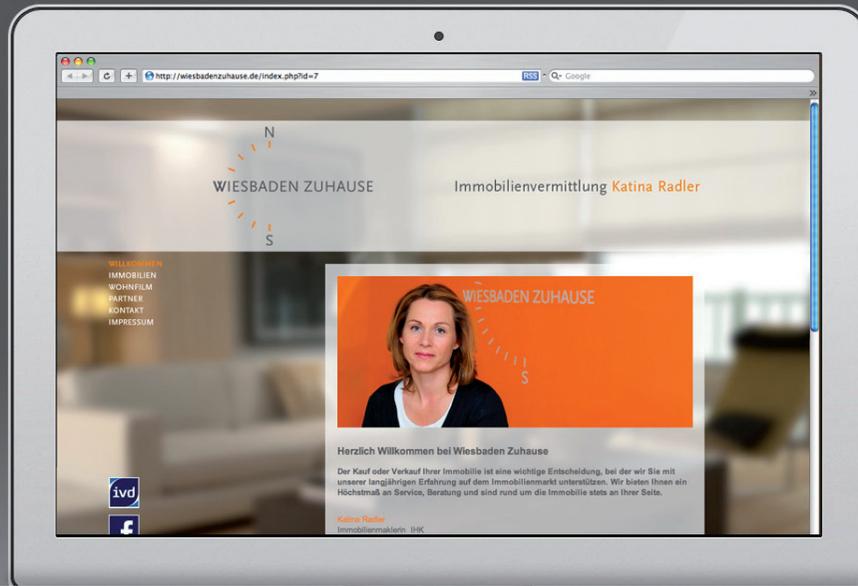
Starke Produkte, persönliche Beratung,
flexible Finanzplanung, fundiertes
Wissen, Kompetenz und Erfahrung –

Wir verbinden Generationen.

**Ihre
Wiesbadener
Volksbank.**



Wiesbaden Zuhause • Katina Radler • Oberstrasse 5 • 65207 Wiesbaden



Wiesbaden Zuhause • Immobilienvermittlung

Katina Radler
Immobilienmaklerin IHK

Oberstrasse 5
65207 Wiesbaden

Tel: 0611 - 33 46 58 30
radler@wiesbadenzuhause.de



Wiesbaden Zuhause
Immobilienvermittlung
Oberstrasse 5
65207 Wiesbaden
Tel: 0611 - 33 46 58 30
Fax: 0611 - 33 46 58 28
www.wiesbadenzuhause.de
info@wiesbadenzuhause.de

Inhaberin: Katina Radler
Immobilienmaklerin IHK

Finanzamt Wiesbaden II
St.-Nr. 043 85900 292

Bankverbindung:
Commerzbank Wiesbaden
Konto: 520 000 100
BLZ: 510 400 38

<http://wiesbadenzuhause.de>

Corporate Design und Website für Immobilienmakler

pv magazine group

The number one knowledge and networking provider for the international solar industry



SOLARPRAXIS

pv magazine group

The number one knowledge and networking provider for the international solar industry



SOLARPRAXIS

pv magazine group

Solarpraxis AG | Zinnowitzer Straße 1 | 1015 Berlin | Germany

Publisher
Solarpraxis AG
Zinnowitzer Straße 1
1015 Berlin | Germany
phone + 49.(0)30.726296-300
fax + 49.(0)30.726296-309
info@solarpraxis.de
www.solarpraxis.com

Customer Service & Subscription
Postbox 1363
82034 Deisenhofen | Germany
phone + 49.(0)89.85853-534
fax + 49.(0)89.8585362-534
service@pv-magazine.com
www.pv-magazine.com

Advertising Department
phone + 49.(0)30.726296-322
fax + 49.(0)30.726296-309
media@pv-magazine.com
www.pv-magazine.com

Banking Account
Landesbank Berlin (LBB)
acct. No: 6607001376
bank code: 100 500 00
SWIFT-BIC: BELADERXXX
IBAN: DE34 1005 0000 6607 0013 76
VAT ID No.: DE208290784

Registered Office Berlin,
Amtsgericht Charlottenburg
HRB 7512

Place of Performance and Jurisdiction: Berlin

Executive Board:
Karl-Heinz Remmers
Supervisory Board
Chairman: Kay Neubert

www.pv-magazine.com

pv magazine group

Martina Mustermann
Große Musterstraße 122
12345 Beispielstadt

Phone: 030 - 123 455 33 - 897
Mobile: 0177 - 445 776 88
mustermann@pv-magazine-group.com
www.pv-magazine-group.com

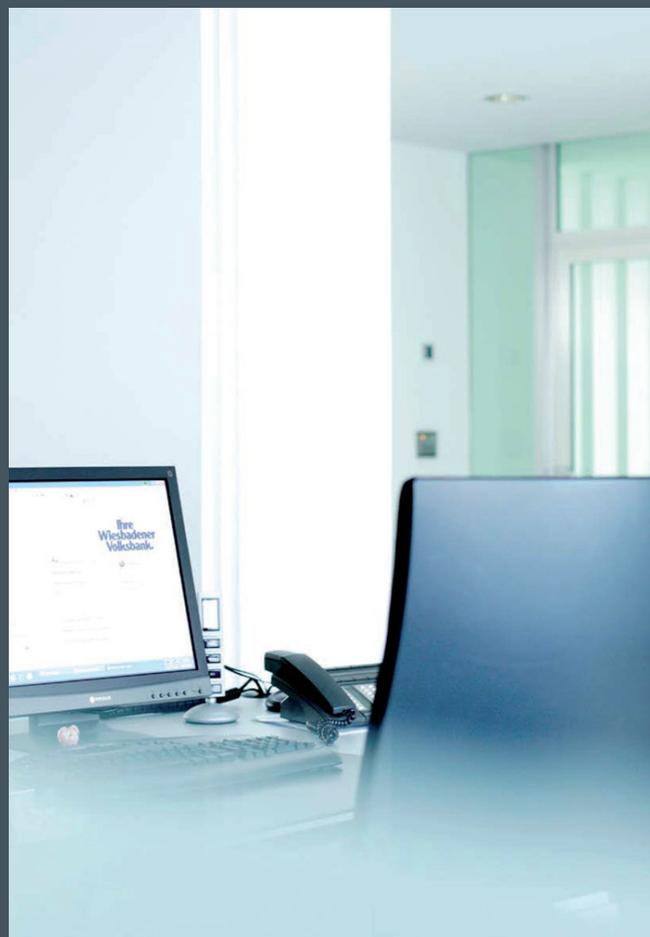


Corporate Design für pv magazine group

Geschäftsbericht 2007



Geschäftsbericht Wiesbadener Volksbank 2007



Lagebericht für das Geschäftsjahr 2007

I. Geschäftsverlauf

1. Entwicklung der Gesamtwirtschaft und der Kreditgenossenschaften

Deutsche Wirtschaft: Kräftiger Zuwachs auch im dritten Jahr des Aufschwungs

Der wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland hat sich auch 2007 fortgesetzt. Die Auftriebsfaktoren aus dem In- und Ausland waren stark genug, um hemmende Einflüsse wie die Mehrwertsteuererhöhung zu Jahresbeginn, die andauernde Stärke des Euro oder die Unsicherheiten an den internationalen Finanzmärkten zu verkraften. Das Wachstum des preisbereinigten Bruttoinlandsprodukts (BIP) betrug im Jahresvergleich 2,5 % und lag damit deutlich über dem langfristigen Trendwachstum des Produktionspotentials von 1,5 %. Der Aufschwung wurde gleichermaßen von Impulsen der Inlands- und Auslandsnachfrage getragen, während die Entwicklung 2006 noch überwiegend von der inländischen Nachfrage bestimmt wurde.

Wachstumsimpulse kamen gleichermaßen aus dem Ausland und dem Inland

Die ungebrochene Nachfrage des Auslands nach deutschen Waren und Dienstleistungen bescherte dem Export ein Plus von 8,3 % und war damit kräftiger als bei den Importen (+ 5,7 %). Der preisbereinigte Exportüberschuss (Außenbeitrag) trug mit 1,4 Prozentpunkten zum BIP-Wachstum bei. Die inländische Verwendung lieferte einen Wachstumsbeitrag von 1,1 Prozentpunkten, der in erster Linie von den Bruttoanlageinvestitionen getragen wurde. Sie waren preisbereinigt um 4,9 % höher als 2006. Als Wachstumstreiber erwiesen sich erneut die Ausstattungsinvestitionen: Die Unternehmen investierten in Maschinen, Anlagen und Fahrzeuge 8,4 % mehr als im Jahr zuvor. Gute Absatz- und Gewinnerwartungen, günstige Finanzierungsbedingungen und eine hohe Kapazitätsauslastung waren dafür offenkundige Bestimmungsgründe. Die Bauinvestitionen stiegen demgegenüber lediglich um 2,0 %. Dieser Zuwachs ging im Wesentlichen auf das Konto der Investitionen in Nichtwohnbauten. Konsumausgaben trugen mit 0,2 Prozentpunkten zum BIP-Wachstum bei. Die positiven Wachstumseffekte waren allerdings ausschließlich den Konsumausgaben des Staates zu verdanken. Die privaten Konsumausgaben verringerten sich dagegen im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 % und dämpften das gesamtwirtschaftliche Wachstum um 0,2 Prozentpunkte. In dieser Entwicklung spiegelte sich auch die Erhöhung der Mehrwertsteuer wider, die 2006 zu Vorzieheffekten geführt hatte.



Liquiditätsrisiken bzw. Risiken aus Zahlungsstromschwankungen

Die Finanzplanung ist streng darauf ausgerichtet, allen gegenwärtigen und künftigen Zahlungsverpflichtungen pünktlich nachkommen zu können. Insoweit achten wir auf ausgewogene Laufzeitstrukturen der Aktiva und Passiva. Die im Rahmen des Bilanzstrukturmanagements getätigten Geldanlagen bei Korrespondenzbanken bzw. in Wertpapieren berücksichtigen neben Ertrags- auch Bonitäts- und Liquiditätsaspekte.

Operationelle Risiken

Neben Adressen-, Marktpreis- und Liquiditätsrisiken hat sich die Bank auch auf operationelle Risiken (z.B. Betriebsrisiken im EDV-Bereich, fehlerhafte Bearbeitungsvorgänge, Rechtsrisiken, Betrugs- und Diebstahlrisiken, allgemeine

Geschäftsrisiken) einzustellen. Ein innerbetriebliches Überwachungssystem trägt dazu bei, die operativen Risiken zu identifizieren und so weit wie möglich zu begrenzen.

Zur systematischen Analyse von Reklamationen und Schadensfällen ist eine spezielle Schadensfalldatenbank im Einsatz. Den Betriebs- und Rechtsrisiken wird darüber hinaus durch die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern (z.B. im EDV-Bereich oder im Formular- und Rechtswesen) begegnet. Versicherbare Gefahrenpotentiale, z.B. Diebstahl- und Betrugsrisiken, sind durch Versicherungsverträge in banküblichem Umfang abgesichert.

Zusammenfassende Risikoeinschätzung

Die dargestellten Risiken werden nach unserer derzeitigen Einschätzung die künftige Entwicklung unserer Bank nicht wesentlich beeinträchtigen.

46

IV. Voraussichtliche Entwicklung mit wesentlichen Chancen und Risiken

Voraussichtlicher Geschäftsverlauf

Auch wenn die gesamtwirtschaftlichen Risiken – schwächer werdende US-Konjunktur, hoher Ölpreis, starker Euro und anhaltende Turbulenzen an den Finanzmärkten – erkennbar gesiegt sind, wird sich der konjunkturelle Aufschwung in Deutschland weiter fortsetzen. Allerdings wird die Wachstumsdynamik spürbar zurückgehen. Deutsche Exporte werden abnehmen, da sich das Wachstum des Weltmarktes verlangsamt. Hinzu kommt, dass die preisliche Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Unternehmen wegen des starken Euro und steigender Lohnkosten nachlassen wird. Die Importe werden dagegen stärker zulegen. Grund hierfür ist die zu erwartende deutliche Erholung des privaten Konsums, der

im Gegensatz zum abgelaufenen Jahr 2008 wieder einen bedeutenden positiven Wachstumsbeitrag leisten wird. Mit dazu beitragen wird eine anhaltend gute Entwicklung am Arbeitsmarkt, die mit einem höheren Anstieg der Effektivlöhne einhergeht. Bei den Ausleihungsinvestitionen bleibt die Dynamik weiterhin hoch. Die Bauinvestitionen werden entscheidende Wachstumsimpulse vom Wirtschaftsbau und von den öffentlichen Bauinvestitionen erhalten.

Die unseren Planungen zugrunde liegende Zinsprognose geht von fallenden Zinsen am Geldmarkt und leicht steigenden mittel- bis langfristigen Kapitalmarktzinsen aus. Im Kundengeschäft rechnen wir in den nächsten zwei Jahren bei anhaltend starker Wettbewerbsin-

47

Risiken mehr bei Aktien

und festverzinsliche Wertpapiergeschänkter Bestandskett: Veräußerungsgewinne bis zum 31. Dezember nach Ablauf der einjährigen (Halbedauer) steuerfrei. Die im Jahr 2009 gekauften Wertpapiere und spielt keine Rolle bei der Veräußerungsgewinnsteuer. Das heißt: Sie zahlen künftig weniger Steuern plus Solidaritätszuschlag auf den Altgewinn.

Widenden gilt

werden ab 2009 komplett den Pauschbetrag angerechnet. Das Halbeinkünfte-Verfahren bei 2009 weg.

Allein die zuvor eingezahlten Beträge bleiben davon verschont.

Weitere Änderungen

Vorteile der Abgeltungssteuer

1. Mit der pauschalen Abgeltungssteuer entfällt die teils aufwändige Angabe der Kapitalerträge in den Anlagen KAP, AUS und SO Ihrer Einkommensteuererklärung, da die Steuer pauschal abgegolten wird.
2. Personen mit einem Steuersatz von über 25 Prozent profitieren deutlich bei den Zinseinkünften. Schon wer als Lediger im Jahr mehr als 15.000 Euro (30.000 Euro Ehepaare) Einkommen versteuert, hat einen Steuersatz von über 25 Prozent. Denn bislang müssen Kapitalerträge mit dem persönlichen Steuersatz versteuert werden. Und der kann bei Spitzenverdienern bei bis zu 45 Prozent liegen.

14

- Verluste aus der Veräußerung von Wertpapieren werden künftig mit Einnahmen aus Kapitalvermögen verrechnet
- Verluste aus Aktiengeschäften können allerdings nur mit Gewinnen aus Aktienverkäufen verrechnet werden

Individuelle Werbungskosten, wie etwa die Fahrten zu Hauptversammlungen oder Depotkosten, können ab 2009 steuerlich nicht mehr berücksichtigt werden. Der Begriff der Finanzinnovation fällt künftig ebenfalls weg. Das heißt: Es gibt zum Beispiel keine gesonderte steuerliche Behandlung von Nullkuponanleihen mehr.



Susanne Schilling
Wertpapierberaterin, Wertpapierconsulting



Unser Private-Banking Team:

Mareke Hillmann Harry Skoutajan Ute Naumann Irina Stenmetz Detlev Poch Eckhard Ries Florian Schmiel Fabio Conigliaro Sabine Bender Angelika Thiedemann Thomas Reichow Horst Schmidt Alina Zerbe

Fünf Stufen auf Augenhöhe

Die Praxis unserer Arbeitsweise orientiert sich Schritt für Schritt an unserem 5-stufigen Betreuungsmodell. Gemeinsam mit unseren Kunden ermitteln wir ihre zukünftigen Bedürfnisse und erarbeiten persönliche Strategien.

1. Bestandsaufnahme

Ihre Erwartungen an uns, Ihre Ziele, Ihre Wünsche, Ihre privaten und beruflichen Vorhaben stehen im Mittelpunkt der Bestandsaufnahme. Welche privaten und beruflichen Pläne stehen an, was ist sofort zu tun, und was ist für die Zukunft geplant? Im ersten Schritt geht es darum, den Status Quo zu erfassen. Aber auch mögliche Perspektiven und Wege kommen so früh wie möglich zur Sprache. Bereits hier spüren unsere Kunden: Eine starke gemeinsame Basis ist bei uns keine Phrase, sondern

ein solider Ausgangspunkt, um selbst hochgesteckte Ziele nicht aus den Augen zu verlieren.

2. Analyse

Betrachtung der aktuellen Einkommens- und Vermögenssituation. Ermittlung des aus der Bestandsaufnahme resultierenden kurz-, mittel- und langfristigen Handlungsbedarfs. Nach einer Betrachtung der aktuellen Einkommens- und Vermögenssituation und unter Einbeziehung der in der Bestandsaufnahme gewonnenen Erkenntnisse wird der kurz-, mittel- und langfristige Handlungsbedarf analysiert. Für unsere Berater bedeutet das: Hier geht es nicht um die schnelle Lösung, sondern einzig und allein darum, herauszufinden, auf welchen Wegen die persönlichen Kundenziele am besten zu erreichen sind.

3. Strategie

Erarbeitung einer individuellen Vermögensstrategie. Welche Maßnahmen sollten getroffen werden? Grundsätzlicher Bestandteil der Strategie ist eine unabhängige und produktneutrale Planung, die sich an den Anforderungen des Marktes und an den Wünschen und Zielen der Kunden orientiert. Für die Erarbeitung einer individuellen Vermögensstrategie binden wir auch gerne externe Spezialisten mit ein.

4. Umsetzung

Für die Realisierung der anvisierten Ziele filtern wir alle in Frage kommenden klassischen sowie modernen Finanzinstrumente, bieten Lösungen an und setzen sie um.

5. Erfolgskontrolle

Die getroffenen Maßnahmen werden von uns laufend überprüft und mit Ihren persönlichen und beruflichen Planungen abgeglichen: Sind erste Ziele erreicht worden? Muss auf Marktentwicklungen reagiert werden? Gibt es persönliche Veränderungen?

Ihre Wiesbadener Volksbank hat in der Vergangenheit oft genug bewiesen, dass sie mit ihrem Leistungsangebot in der Region hervorragend aufgestellt ist. Mit der komplexen, professionellen Ausrichtung unseres Private-Banking-Angebots sehen wir uns auch für die Zukunft bestens gerüstet.

Ihre Wiesbadener Volksbank.



Eva Maria Becker
Filialleiterin Beratungszentrum
Wiesbaden, Langgasse

Nullzinspolitik in den USA

Die Federal Reserve setzte ihre geldpolitische Lockerung fort. Sie senkte den US-Leitzins im ersten Halbjahr 2008 um 2,25 Prozentpunkte auf 2 %. Die US-Notenbank hatte bereits in der zweiten Jahreshälfte 2007 den globalen Zinsenszyklus eingeleitet. Sie reagierte damit auf den Preisverfall an den US-Immobilienmärkten und den daraus erwachsenden Konjunkturrisiken für die US-Wirtschaft.

Bis Ende November kürzte die Federal Reserve ihren Leitzins um einen weiteren Prozentpunkt auf 1 %. Ende Dezember ging sie zu einer faktischen Nullzinspolitik über und reagierte damit auf die sich weiter verschärfende Wirtschaftskrise im Land. Statt eines festen Zielsatzes legten die US-Notenbanker ein Zielband von 0,0 bis 0,25 % für den Schlüsselzins fest. Die Lockerung der Geldpolitik wurde von einer Reihe teilweise unorthodoxer Maßnahmen begleitet. So kündigte die Fed an, zunehmend risikobehaftete Anleihen von Hypothekenfinanzierern aufzukaufen.

Turbulenzen am Rentenmarkt

Auf den Rentenmärkten bewegten sich die Renditen langjähriger Anleihen zu Beginn des Jahres senkrecht. Während die insgesamt abwärts gerichteten Konjunkturdaten sich stützend auf die Kurse auswirkten, ging von der steigenden Inflation ein Abwärtsdruck aus. Ab dem Frühsommer 2008 dominierte der ausgeprägte Inflationsdruck den Anleihemarkt. So verzeichneten die Renditen öffentlicher Anleihen in den Sommermonaten 2008 ein kräftiges Wachstum auf knapp unter 4,7 %. Gleichwohl blieb der Verlauf der Zinsstrukturkurve vergleichsweise flach, da die EZB im Juli den Leitzins angehoben hatte. Schon vor der Lehmann-Pleite begannen die Renditen infolge eines sich deutlicher abzeichnenden

Abwärtstrends der Wirtschaft und eines Nachlassens des Preisdrucks zu sinken. Mit der Insolvenz von Lehman Brothers setzte eine Flucht der Anleger in sichere und liquide Staatspapiere ein. Die Renditen von Staatspapieren in Deutschland und den USA fielen kräftig. Die Turbulenzen an den Finanzmärkten hatten den Konjunkturabschwung dies- und jenseits des Atlantiks beschleunigt und die Eurozone in die Rezession getrieben. Im vierten Quartal bewegten sich die Konjunkturindikatoren in rasantem Tempo abwärts. Die Renditen sanken weiter, wobei sich die von kurzfristigen Papieren stärker verringerten als die von Papieren mit langen Laufzeiten, sodass die Zinsstrukturkurve gegen Ende des Jahres deutlich steiler verlief als noch zu Beginn des Jahres. Die Rendite zehnjähriger Staatsanleihen aus Deutschland sank 2008 um insgesamt 1,5 Prozentpunkte und erreichte zum Jahresende mit 2,86 % ein neues Rekordtief.

Euro nach Höchststand wieder schwächer

Der Aufwärtstrend der europäischen Gemeinschaftswährung gegenüber dem US-Dollar hielt bis Mitte des Jahres an. Im Juli erreichte der Euro mit knapp 1,60 US-Dollar ein neues Allzeithoch. Der Höhenflug der ersten Jahreshälfte 2008 war neben dem hohen Ölpreis auch den unterschiedlichen Zinsperspektiven für die USA und den Euro-Raum geschuldet. Insgesamt wertete der Euro bis Mitte Juli 2008 gegenüber dem US-Dollar über 12 US-Cent (+6,0 %) auf. Mit einer sichtbar werdenden konjunkturellen Eintrübung in der Eurozone und dem Rückgang des Ölpreises verlor die Gemeinschaftswährung gegenüber dem US-Dollar an Wert. Ein deutlich pessimistischerer Konjunkturausblick sorgte für Euro-Verkäufe. Der Fall des Euro beschleunigte sich mit der Pleite der Investmentbank Lehman Brothers. Die Flucht der Investoren in die als sicher und besonders liquide geltenden

25

Geschäftsbericht Wiesbadener Volksbank 2008

Produkte kam es zu deutlichen Verschiebungen. Vor dem Hintergrund der Zinsentwicklung waren vor allem kurze Laufzeiten mit Festzinsvereinbarungen gefragt. Verbindlichkeiten mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist erhöhten sich um 209,3 Mio. Euro oder 32,4 % auf 855,5 Mio. Euro. Verbriefte Verbindlichkeiten gegenüber Kunden gingen um 39,1 Mio. Euro oder 19,4 % auf 162,3 Mio. Euro zurück. Der Bestand an täglich fälligen Einlagen stieg um 2,8 % oder 22,5 Mio. Euro auf 815,7 Mio. Euro an. Bedingt durch Umschichtungen in andere Produkte war das Volumen der Spareinlagen um 127,9 Mio. Euro oder 20,1 % niedriger als ein Jahr zuvor. Mit 507,4 Mio. Euro lag der Anteil der Spareinlagen an der Bilanzsumme bei 17,7 %.

Dienstleistungsgeschäft

Auch wenn im Dienstleistungsgeschäft marktbedingt in einigen Bereichen nicht alle Ziele erreicht werden konnten, bewegten sich die erreichten

Investitionen wurden auch im vergangenen Jahr unter Beachtung der Kosten/Nutzenrelation getätigt. Ein Schwerpunkt lag wiederum auf einer Weiterentwicklung der technischen Ausstattung der Arbeitsplätze. Daneben sah unser strategisch angelegtes Modernisierungs- und Umbauprogramm den Limuz und die Neugestaltung der Filiale Erbenheim vor. Die entstandenen Kosten hielten sich im Rahmen des Budgetansatzes.

Struktur der Kundeneinlagen 2008 (in Prozent)



32

Ergebnisse insgesamt weiterhin auf

Leistungs-, Depotgeschäft
Ergebnisverwaltung lagen die Erträge
aktiven Entwicklung an den Ka-
17,7 Prozent oder 0,7 Mio. Euro
Zu-
den im übrigen Vermittlungs-
ten sich unterschiedlich.
Ergebnis bei 4,1 Mio. Euro
der Vorjahresniveau. Zu den
gebräuchlichsten zählte weiterhin
geschäft. Erfreuliche Provisi-
schritten das Immobilien- und
st.

den Zahlungsverkehr blieben mit
1 Mio. Euro stabil.



Manfred Vüll
Filialleiter Beratungszentrum
Wiesbaden, Biersack



Festschrift zum 150 jährigen Bestehen der
Wiesbadener Volksbank
188 S., Leinenbindung im Schubert



Tauschende Cornelia
Christian Köhler (1809-1861)

ENTWICKELUNG, WIRTSCHAFTLICHEN UND POLITISCHEN LAUF DEUTSCHLANDS IN DER ERSTEN HÄLFTE DES 19. JAHRHUNDERTS
Gerd Böhmhoff/Bonn

Die Anfänge einer zentralen deutschen Wirtschaft

Im Gegensatz zu Frankreich und England, die zentralistisch regiert wurden, und wo schon frühzeitig die gedankliche Trennung von Staat und Kirche auch reale Formen annahm, tat sich das politisch zerplitterte Deutschland, das die Trennung nicht durchgeführt und in seinen konstitutionellen Monarchien die Ideologie des aufgeklärten Absolutismus beibehalten hatte, mit einer Liberalisierung seiner Wirtschaft schwer. Nach im Jahr 1848, als die Revolution auch Deutschland erfasste, blieb es zunächst offen, ob man sich für die Gewerbefreiheit schiedlich oder für eine gemäßigte Zunftverfassung entscheiden sollte. So wurde in den bekannten Forderungen der Nassauer vom 2. März 1848 dieses Problem ebenso wenig angesprochen wie in den ersten programmatischen Flugblättern der Republikaner vom 4. April 1848 und der Konstitutionellen vom 7. April 1848. Im Sinne der konstitutionellen Monarchie bewegte sich auch die Auffassung von Adam Müller, der das Staatswesen in dieser Weise von einer feudalen Grundverfassung her strukturiert wollte und damit die Idee des Marktes in seiner Funktion

des Tauschhandels prinzipiell ablehnte. Seine konservative, fast restaurative Grundhaltung stand zwar im Gegensatz zu Friedrich List, dem Mitbegründer des deutschen Zoll- und Handelsvereins. Aber auch List wandte sich gegen die Freihandelforderung des Liberalismus und teilte die Lehren von Adam Smith, nach der möglichst viele Tauschwerte erzielt werden sollten, die Theorie der produktiven Kräfte gegenüber, nach der jeder Staat unter Versuche auf den Gewinn des Einzelnen zunächst seine eigenen Kräfte stärken sollte. So konnte zwar die historische Schicksal der deutschen Nationalökonomie List zu ihren Vorläufern rechnen. Doch war für List die aktuelle Gestaltung seiner Praxis beengten Ideen wesentlich wichtiger, was sich insbesondere in seinem Engagement für eine Eisenbahnverbindung zwischen Leipzig und Dresden oder in seinem Einsatz für die Zollvereinigung und die Schutzzollpolitik des Deutschen Bundes widerspiegelte. Wenn die Anfänge einer zentralen deutschen Wirtschaft im Vergleich zu England und Frankreich eher zögerlich, so war dafür das Streben nach einem deutschen Nationalbewusstsein um so größer. Philosophie, Romantik und Politik bestimmten die gestrigte Haltung der Deutschen, wobei sich oft das Eine mit dem Anderen vermischte.



Friedrich List 1789-1846



Geschäftsbericht 2009

Geschäftsbericht Wiesbadener Volksbank 2009

Ihre
Wiesbadener
Volksbank.

Geschäftsentwicklung der Volksbanken und Raiffeisenbanken im Jahr 2009

Trotz bestehender Unsicherheit an den Finanzmärkten konnten die Kreditgenossenschaften in Deutschland im Jahr 2009 insbesondere im Einlagenbereich wachsen. Gründe hierfür waren die leichte Erholung der deutschen Wirtschaft seit dem zweiten Quartal 2009 und das krisenbedingt erhöhte Sicherheitsbedürfnis der Kunden. Die adierte Bilanzsumme aller 1.156 Kreditgenossenschaften nahm um 22 Milliarden Euro oder 3,3 Prozent auf insgesamt 690 Milliarden Euro zu.

Starke Zuwächse bei Sichteinlagen und Spareinlagen

Insgesamt erhöhten sich die Kundeneinlagen (Verbindlichkeiten gegenüber Nichtbanken) in den abgelaufenen zwölf Monaten um knapp 22 Milliarden Euro (4,7 Prozent) auf mehr als 482 Milliarden Euro. Trotz des Abbaus der Inhaberschuldverschreibungen um 8,5 Milliarden Euro auf knapp 30 Milliarden Euro sind in der Summe die Verbindlichkeiten gegenüber Nichtbanken einschließlich Inhaberschuldverschreibungen auf 511,9 Millionen Euro gestiegen. Angesichts des niedrigen Zinsniveaus und der geringen Zinsdifferenzen in den Laufzeitbändern und zwischen den Einlagenarten ist der Bestand der täglich fälligen Sichteinlagen mit knapp 30 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ebenfalls deutlich gestiegen. Er liegt nun bei mehr als 203 Milliarden Euro. Über 40 Prozent der gesamten Kundeneinlagen entfallen mittlerweile auf täglich fällige Verbindlichkeiten. Die Ursache für diese starke Zunahme sind in erster Linie die kundenseitigen Umschichtungen vieler kurzfristiger Termineinlagen in täglich fällige Sichteinlagen. Die Termineinlagen nahmen im zurückliegenden Jahr deutlich um fast 42 Milliarden Euro (-33 Prozent) auf knapp 84 Milliarden Euro ab. Mit einer zweistelligen Veränderungsrate war auch der

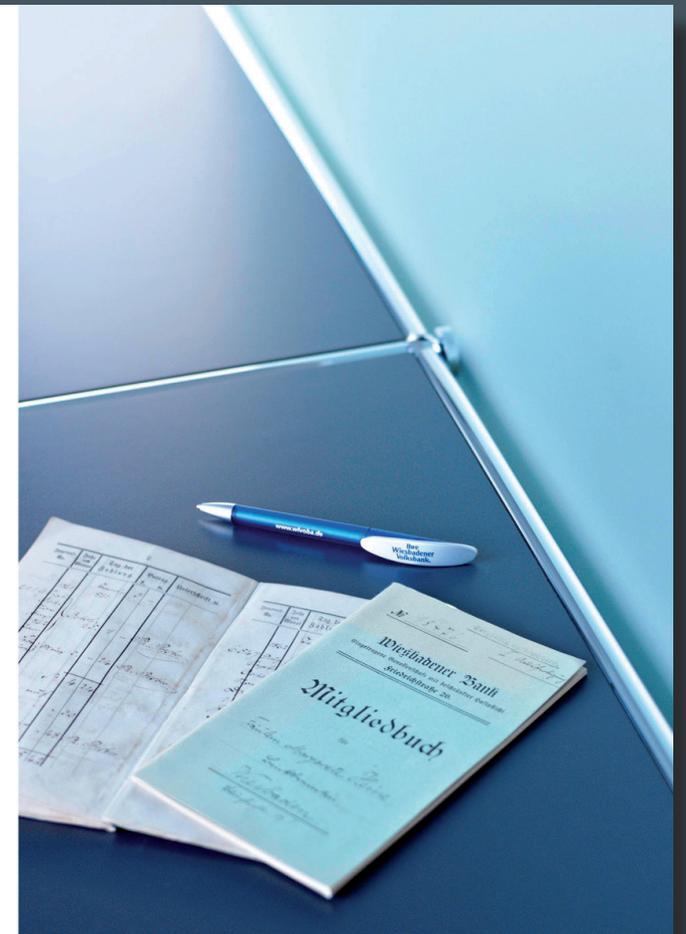
Bestand an Sparbriefen rückläufig. Er sank um 28 Prozent auf 21 Milliarden Euro. Neben der hohen Liquiditätspräferenz haben die Kunden – als eine Folge der Finanzmarktkrise – ein aktuell erhöhtes Sicherheitsbedürfnis. Demnach legen sie ihr Geld verstärkt in Spareinlagen an. Erfreulicherweise konnte so der seit Jahren zu beobachtende Rückgang der Spareinlagen gestoppt werden. Die Spareinlagen stiegen 2009 um mehr als 16 Prozent auf knapp 174 Milliarden Euro.

Wachsende Kreditbestände – keine Kreditklemme

Die Kreditbestände der Genossenschaftsbanken wuchsen auch 2009 solide und stetig. Das Kreditgeschäft legte um 3,5 Prozent zu. Das sind mehr als 13 Milliarden Euro. Es ist damit das höchste Wachstum seit über zehn Jahren in diesem Bereich. Während das kurzfristige Kreditgeschäft per Ende 2009 mit knapp 7 Prozent rückläufig war, erhöhten sich die mittelfristigen Forderungen um 6 Prozent. Insgesamt haben die Kreditgenossenschaften Kredite in Höhe von mehr als 390 Milliarden Euro an ihre Kunden herausgegeben. Hauptmotor des Kreditwachstums blieben aber die langfristigen Forderungen. Hier lag der Zuwachs im Jahr 2009 bei mehr als 14 Milliarden Euro (4,5 Prozent).

Leicht steigende Fusionstätigkeit

Die Fusionstätigkeit unter den Volksbanken und Raiffeisenbanken hat sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum leicht erhöht. Im Jahresverlauf ist die Zahl der Kreditgenossenschaften um 41 Institute (-3,4 Prozent) auf nunmehr 1.156 Kreditgenossenschaften gesunken (Stand 31. Dezember 2009). Dadurch erhöhte sich die durchschnittliche Bilanzsumme je Institut auf knapp 600 Millionen Euro.





HOME KAUFANGEBOTE MIETANGEBOTE GEWERBEOBJEKTE GUTACHTEN REFERENZEN



Wir vermitteln Realitäten

Wenn das Auge nicht überzeugen kann, überredet der Mund nicht.

Franz Grillparzer, Dichter (1791-1872)

English speaking customers are welcome!

Büro Wiesbaden
Tel.: 0611 - 188 57 94
Fax: 0611 - 188 57 95

Büro Niedernhausen
Tel.: 06128 - 74 17 60
Fax: 06128 - 74 17 61

E-Mail: immomaassen@t-online.de
Michael Maassen: 0172 - 989 14 70
Rilka Maassen: 0177 - 288 45 12

PROFIL | KONTAKT
AGB | IMPRESSUM
FACEBOOK

Kompetenz nutzen.



Lokale Nähe, globales Know-How und Rundum-Beratung. Für Ihren privaten und geschäftlichen Bereich. Zu fairen Konditionen. Das verstehen wir unter partnerschaftlicher und professioneller Bankleistung.
Wir sind die Guten.

**Ihre
Wiesbadener
Volksbank.**

Wir bleiben auf Kurs.



Der verantwortungsvolle Umgang mit dem Geld unserer Kunden ist einer der Gründe dafür, dass wir auch in schwierigen Zeiten unsere klare Richtung beibehalten können.

Mit uns kommen Sie weiter.

**Ihre
Wiesbadener
Volksbank.**

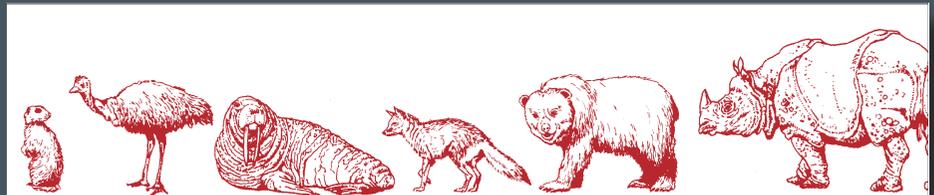
Schönes erleben.



Sie schätzen und genießen die kulturelle Vielfalt unserer Region. Wir engagieren uns dafür und fördern herausragende Künstler und Initiativen. Das hat bei uns Tradition und Zukunft.

Wir fördern Kultur.

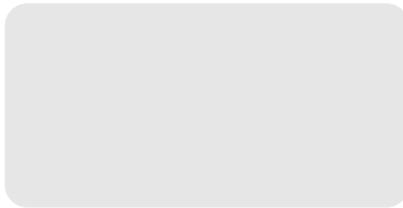
**Ihre
Wiesbadener
Volksbank.**



Animal Care Tierklinik • Berliner Straße 16 • 65205 Wiesbaden

Animal Care
Tierklinik

Berliner Straße 16
65205 Wiesbaden
Telefon: 0611 - 77 87 00
Telefax: 0611 - 77 87 01
help@animalcare.de



Animal Care
Tierklinik

Berliner Straße 16
65205 Wiesbaden



Animal care
Tierklinik

Dr. vet. Pia Bittner
Geschäftsführer

Berliner Straße 16
65205 Wiesbaden
Telefon: 0611 - 77 87 00
Telefax: 0611 - 77 87 01
bittner@animalcare.de



Animal care
Tierklinik

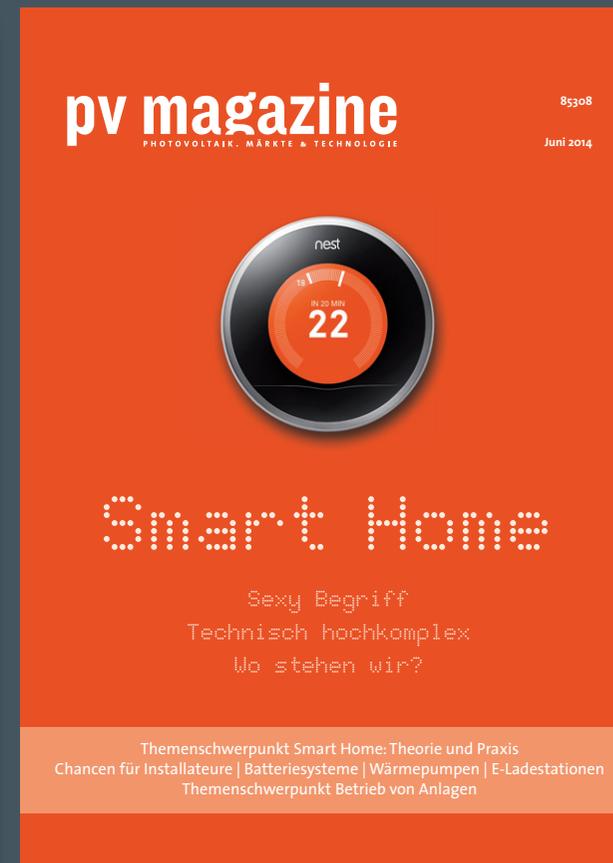
Dr. vet. Carsten Krause
Geschäftsführer

Berliner Straße 16
65205 Wiesbaden
Telefon: 0611 - 77 87 00
Telefax: 0611 - 77 87 01
krause@animalcare.de



Sitz Wiesbaden
Amtsgericht
Wiesbaden
Einr. - Nr. HRB 77 09
Geschäftsführer:
Dr. vet. Carsten Krause
Dr. vet. Pia Bittner
Wiesbadener
Volksbank EG
Blz: 510 900 00
Kto: 300 222 41
Dresdner Bank AG
Blz: 510 800 60
Kto: 23 55 67
UST-IDNR:
DE1128967





Gestaltungsraster und Titelkonzeptionen für pv magazine Deutschland

HIGHEND
communications



HIGHEND communications • Westerbachstr. 47 • D-60489 Frankfurt

HIGHEND
communications GmbH

Westerbachstraße 47
D-60489 Frankfurt

Tel.: +49-69-76 803 0
Fax: +49-69-76 803 500

info@high-end.de
www.high-end.de

Geschäftsführer:
Volker Wedig, Heinz Wittel

Handelsregister,
Amtsgericht Frankfurt
HRB 42288

Ust-Ident. Nr.: 4523557133

Bankverbundung:
Musterbank Frankfurt
K. 00 123 456 789
BLZ 710 710 00



HIGHEND
Communications



Volker Wedig

Westerbachstraße 47
D-60489 Frankfurt

Tel.: +49-69-76 803 0
Fax: +49-69-76 803 500

wedig@high-end.de
www.high-end.de

HIGHEND
Communications



Heinz Wittel

Westerbachstraße 47
D-60489 Frankfurt

Tel.: +49-69-76 803 0
Fax: +49-69-76 803 500

wittel@high-end.de
www.high-end.de

HIGHEND
Communications



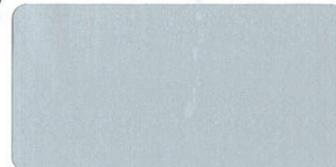
Stephan Strassner

Westerbachstraße 47
D-60489 Frankfurt

Tel.: +49-69-76 803 0
Fax: +49-69-76 803 500

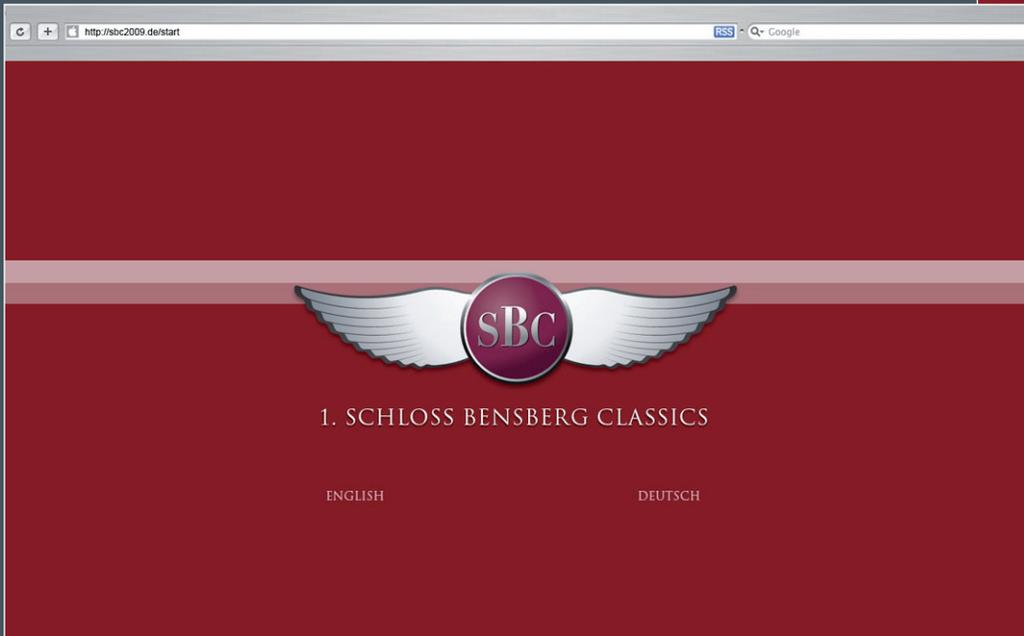
strassner@high-end.de
www.high-end.de

HIGHEND
Communications

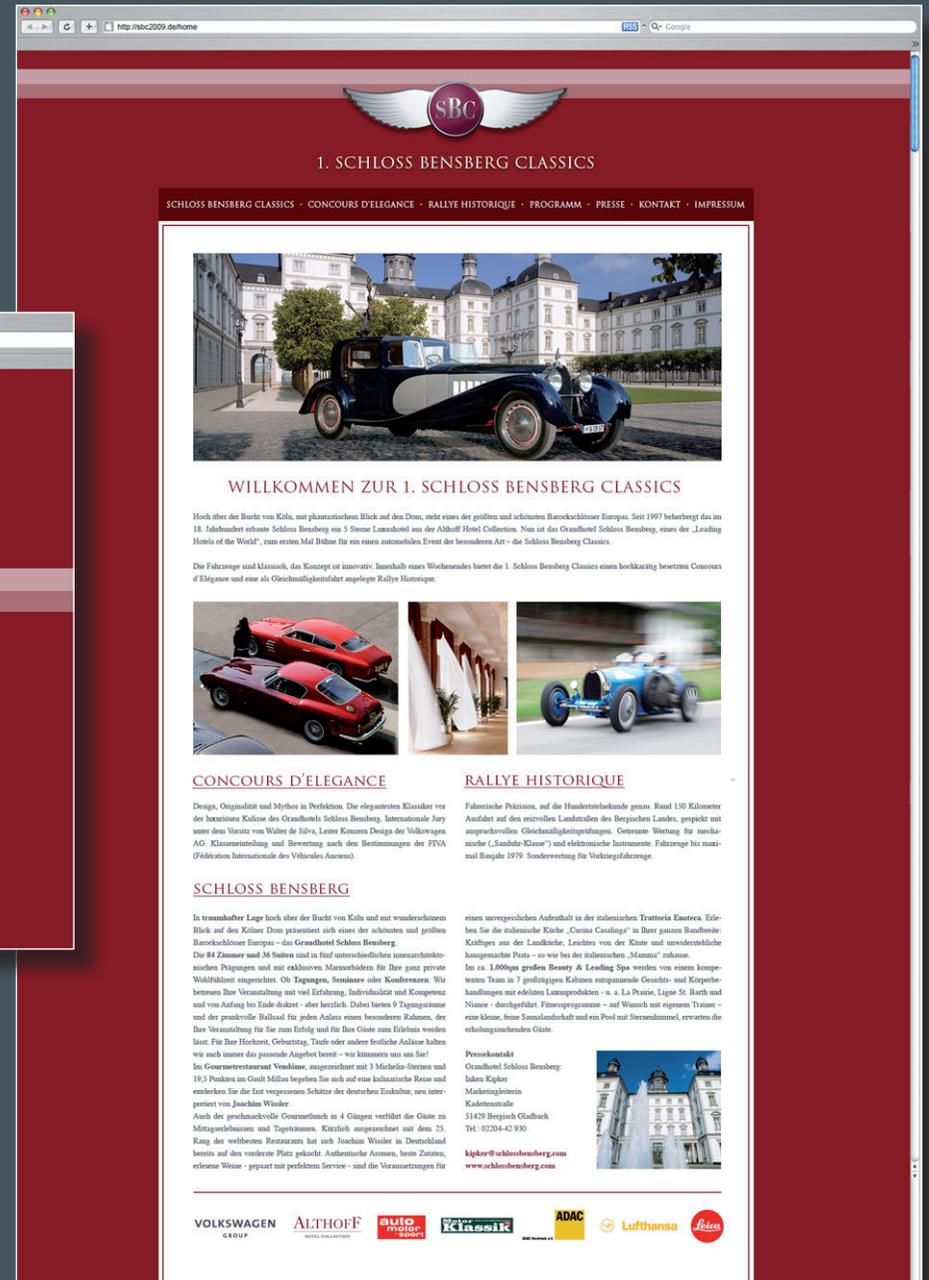




1. SCHLOSS BENSBERG CLASSICS



Corporate Design und Website
für Schloss Bensberg Classics



Website offline

 **MOTOROLA**

1/01 • 11. Jahrgang

reporter

Die Kundenzeitschrift von Motorola



Forschung für die umweltfreundliche Mobilfunkwelt

Die Zukunft liegt im Kabel – Was ist Breitband?

CeBIT 2001 – "Get the Spirit of Tomorrow"

Motorola ISF Tour: Davos lädt zum Finale

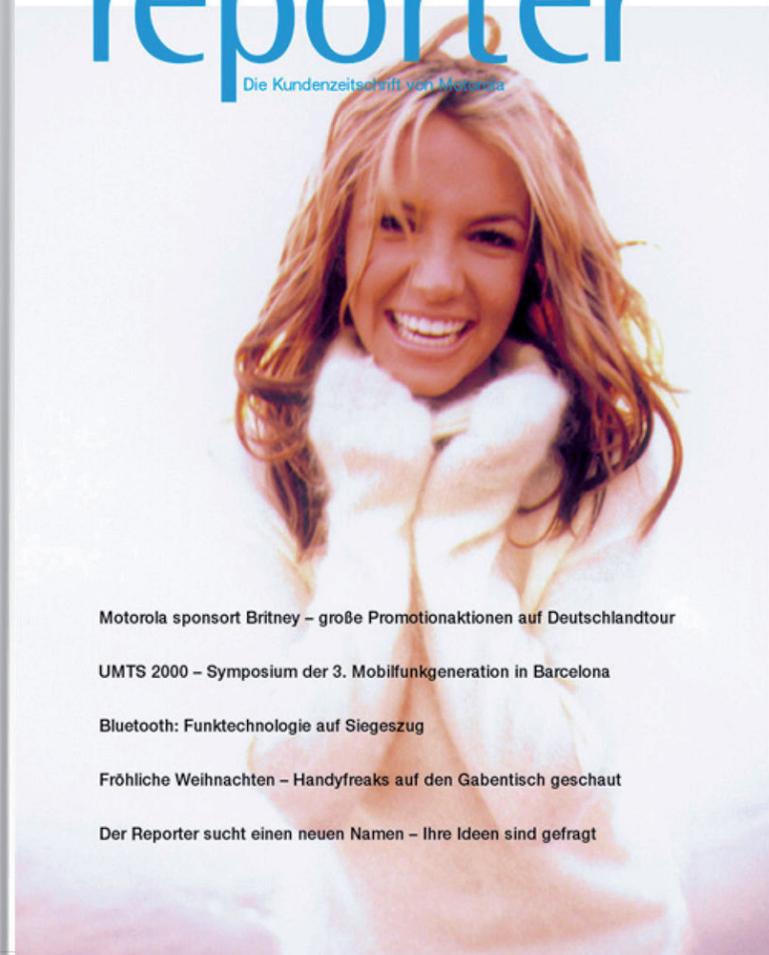
MAGNet-Center Stockholm: Eine Reise in die mobile Zukunft

 **MOTOROLA**

4/00 • 10. Jahrgang

reporter

Die Kundenzeitschrift von Motorola



Motorola sponsort Britney – große Promotionaktionen auf Deutschlandtour

UMTS 2000 – Symposium der 3. Mobilfunkgeneration in Barcelona

Bluetooth: Funktechnologie auf Siegeszug

Fröhliche Weihnachten – Handyfreaks auf den Gabentisch geschaut

Der Reporter sucht einen neuen Namen – Ihre Ideen sind gefragt





SuXess

Das Xerox Kundenmagazin

Nr. 01 01.11

Editorial

Liebe Leser

Xerox erhält ein neues Gesicht. Neben der Stärkung der indirekten Vertriebskanäle und der Fokussierung unseres Direktvertriebes auf beratungsintensive Lösungen ist die Konzentration auf das Kerngeschäft von Xerox ein wichtiger Baustein innerhalb unserer Turnaround-Strategie. Gerade im Bereich des digitalen High-End-Farbdrucks haben wir in den letzten Jahren einen Kompetenz- und Technologievorsprung aufgebaut.



Sie haben uns in der Vergangenheit ein großes Maß an Vertrauen entgegengebracht. Vertrauen in unsere Produkte und Vertrauen in unsere Kompetenz als Anbieter für Drucklösungen. Wenn wir jetzt ein so weitreichendes Projekt wie die Turnaround-Strategie unseres Unternehmens angehen, sind wir uns bewusst, dass dies ein steiniger Weg sein wird. Ich bin jedoch fest davon überzeugt, dass wir Ihnen diese Anstrengungen schuldig sind, denn wir möchten Ihnen die Gewissheit geben, auch weiterhin unsere Kompetenz für Ihren geschäftlichen Erfolg nutzen zu können.

Ich freue mich daher, Ihnen die erste Ausgabe unseres neuen Kundenmagazins zu überreichen. Es soll Ihnen einen Einblick geben, wie unser Know-how dazu beitragen kann, die Aufgaben Ihres Unternehmens in Zukunft zu meistern.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen Ihr

Flemming Nerlitz

Titelstory

Massenmarketing - jetzt wird's persönlich



ten Unternehmen die Möglichkeit, den Inhalt eines Dokuments während des laufenden Druckprozesses zu ändern. So können individuelle Exemplare dieses Dokuments erstellt und dadurch echtes One-to-One-Marketing betrieben werden.

Welches Potenzial das VDP-Konzept bietet, wird daran deutlich, dass sich die Quote der Kundenrückmeldungen -

Kundenloyalität ist für Unternehmen der Schlüssel zum Gewinn. Um diese Loyalität zu erreichen, benötigen Unternehmen Tools oder Methoden, mit denen sie sich Wettbewerbsvorteile sichern können. Mit Variable Data Printing (VDP) lassen sich bisher kaum genutzte regelmäßige Kundenkontaktdokumente - wie Monatsauszüge oder Rechnungen - als wertvolle Chancen für das Marketing nutzen.

Warum ist Variable Data Printing so wichtig?

Es ist eine allgemein anerkannte Faustregel, dass etwa 20 Prozent der Kunden eines Unternehmens circa 80 Prozent des Umsatzes generieren. Die Konzentration auf die wertvollsten Kunden bringt den Unternehmen höhere Einnahmen. Mit dem Einstieg in die VDP-Technologie erhal-

te Response-Quote - von den durchschnittlich zwei Prozent, die mit generischen Massenansendungen erreicht werden, im Rahmen von gut geplanten personalisierten Marketingprogrammen auf 50 Prozent oder mehr steigern lässt.

Eine Studie der internationalen Unternehmensberatungsgesellschaft CAP Ventures kam zu dem Ergebnis, dass Farb-VDP-Lösungen durch eine 80-prozentige Steigerung der Wahrnehmungsgüte einen erheblichen Nutzeffekt haben. Die Farbdokumente optimieren die Informationsbeschleunigung und verbessern den Erinnerungswert um einen Faktor zwischen 55 und 78 Prozent. Zudem wurde festgestellt, dass farbige Rechnungen um 30 Prozent schneller lesbar werden - ein zusätzliches Argument, das direkt die Rentabilität betrifft!

www.cap-ventures.com

02	03	05	07	08
Globales Drucknetzwerk	Konzept Kundenzentrierung	Angebot Kundenzentrierung	Digitaldruck bei OK-Kopie	Vorschau Buchmesse

Keep the conversation going. Share the Knowledge

THE DOCUMENT COMPANY
XEROX

Produktiv

Anne M. Mulcahy wird CEO von Xerox

Das Board of Directors der Xerox Corporation kenne M. Mulcahy zum Präsident und Chief Executive Officer (CEO) des Unternehmens ernannt. Anne Mulcahy, die bislang als Präsident und Chief Operating Officer (COO) innerhalb des Konzerns tätig war, übernimmt ihre neue Position zum 1. August. Sie trat Paul A. Altire ab, der bis zu seinem Ausscheiden aus der Firma Ende 2001 weiter als Chairman für Xerox zur Verfügung stehen wird.



Xerox unterzeichnet Vertrag mit Siemens IC Mobile

Xerox hat einen Exklusivvertrag mit dem Geschäftsbereich IC Mobile (Information Communication Mobile Group) der Siemens AG geschlossen. Das Abkommen umfasst die Projektleitung für den Druck von Bedienungsanleitungen für Siemens Mobiltelefone aus deutscher Produktion. Der Vertrag mit einem Volumen von 78 Millionen US-Dollar tritt zum 1. September in Kraft und hat eine Laufzeit von fünf Jahren.

Xerox-DSU erhöht Kundenzufriedenheit durch Service-Initiativen „Help & Hotline“

Ab sofort können sich Verbraucher von Xerox-kompatiblen Toner- und Tintenprodukten bei Reklamationen oder Anwendungsproblemen an ein Service-Telefon wenden. Die Xerox „Help & Hotline“ hilft Endkunden bei Fragen, technischen Problemen und der Anwendung von Xerox-Zubehör. Ziel dieses Projektes ist es, durch eine qualifizierte Sofort-Hilfe die Kundenzufriedenheit zu steigern, die Kundenbindung zu erhöhen und die Reklamationsrate zu senken.

Die Hotline ist unter 01805-97 93 78 erreichbar von:
Montag - Donnerstag: 8.00 bis 17.00 Uhr
Freitag: 8.00 bis 15.00 Uhr

Blauer Umwettel für Xerox

Das Deutsche Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V., kurz IFAI, hat sechs Xerox-Produkte für ihre Umweltfreundlichkeit mit dem sogenannten „Blauen Engel“ ausgezeichnet. Als besonders emissionsarm und recyclinggerecht wurden die Netzwerkdruker DocuPrint N125/2125i, N2025 und P8e/P8ex prämiert. Aus der Document Centre Familie wurden neben dem Farbdrucker/kopierender Document Centre Color Series 50 die Multifunktionsgeräte Document Centre C12 und Document Centre 440 ausgezeichnet, da sie emissionsarm und abfallmindernd sind.
www.blauer-engel.de

Wenn auf den Antipoden die „Süddeutsche“ gelesen wird



Globales Drucknetzwerk ermöglicht Tageszeitungen „on demand“ herzustellen - in 60 Ländern weltweit

Das Xerox Newspaper Network (XNN) ist ein globales digitales Printing-Netzwerk, das es Herausgebern ermöglicht, individuell angepasste Tageszeitungen schnell und preisgünstig für die wichtigsten Exportmärkte herzustellen. Ziel der Initiative Newspapers-on-Demand ist es, innerhalb von drei Jahren einen großen Teil der Distributionskosten zu streichen, die derzeit in Verbindung mit der Produktion von Tageszeitungen für Übersee-Regionen entstehen. Mit Hilfe dieses Netzwerks wird die Auslieferung von Tageszeitungen in wichtigen Städten deutlich früher als bisher möglich.

In den nächsten zwölf Monaten, so schätzt der neue Leiter des XNN, David Owen, wird das Xerox Newspaper Network in jedem großen Handelszentrum der Welt starten und damit den Herausgebern einen globalen Markt für ihre Produkte eröffnen.

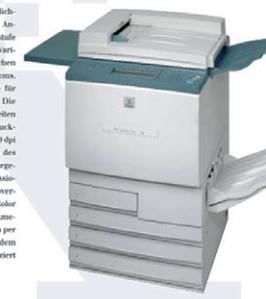
Die digitale Drucktechnologie ermöglicht es Zeitungen, durch flexible und kostengünstige Abläufe in den Wettbewerb mit Online-News-Services einzutreten. Es ist abzusehen, dass sich der Digitaldruck innerhalb der nächsten drei Jahre zum gängigen Medium für den weltweiten Export von Tageszeitungen entwickeln wird.
www.xerox-emea.com



Mit der DocuColor 12 LP werden farbverbindliche Proofs in der Druckvorstufe erschwinglich

Proofing ist ein teurer Spaß. Unbedingte Farbverbindlichkeit und Schärfe in jedem Detail trieben bislang die Anschaffungskosten bei Farbdruckern für die Druckvorstufe schnell in astronomische Höhen. Die Laserdrucker-Variante der DocuColor 12 bietet Unternehmen des grafischen Gewerbes eine kostensparende Lösung dieses Problems. Das Druckwerk der DocuColor 12 prädestiniert sie für Print-on-demand-Aufgaben oder Kleinauflagen. Die Druckgeschwindigkeit beträgt vollfarbig 12,5 A4-Seiten pro Minute und 50 A4-Seiten in Schwarz-weiß. Das Drucksystem erlaubt eine maximale Auflösung von 600 x 600 dpi bei 8 Bit Farbtiefe. Einsatzmöglichkeiten im Bereich des digitalen Proofing eröffnet der auf der CoBIT 2001 vorgestellte Farbserver von Imation, der Matchprint Professional Server für die Xerox DocuColor 12. Für hohe Farbverbindlichkeit sorgt eine Simulation des Matchprint Color Proof-Verfahrens, bei dem original Matchproof-Druckmedien verwendet werden. Dank dieser Methode können per digitalem Proof mit der Xerox DocuColor 12 und dem Imation Farbserver Zeit eingespart und Kosten reduziert werden.

www.xerox.com/gp/xx/template/012.jpg?prodID=DC12CP





CRO Consultancy

CRO Consultancy • Denis Look • Neue Niedenau 2 • D-60325 Frankfurt

CRO Consultancy
Denis Look *apl. Bsp. MBA*

Neue Niedenau 2
D-60325 Frankfurt

Tel.: +49-69-96 20 12 95
Fax: +49-69-96 20 12 96
Cell: +49-170-534 75 74

denis.look@cro-consultancy.com
www.cro-consultancy.com

Bankverbindung:
Commerzbank Bad Vilbel
BLZ 500 400 00
K: 35 08 611

Steuer-Nr. 014 943 00235
USt-ID DE 179770212

Denis Look *apl. Bsp. MBA*

CRO Consultancy

Neue Niedenau 2
D-60325 Frankfurt
Tel.: +49-69-96 20 12 95
Fax: +49-69-96 20 12 96
Cell: +49-170-534 75 74
denis.look@cro-consultancy.com
www.cro-consultancy.com

CRO Consultancy





Markenstudie iConsult.

LINDA macht den Unterschied

Mercant AG – Ihr Partner für den Einkauf

Eine Erfolgsgeschichte

Strategische Meisterleistung.

Der MVDA / LINDA Leistungskatalog für unabhängige Apotheken

Zuerst kommt immer der Mensch

Dr. Friedrich Bachmann vom deutschen Blindtextverband im PULS Interview



Der Blindtext ist ein Text, der da steht, wo später der richtige Text steht. Jedenfalls ist er nur Platzhalter für den richtigen Text und sollte auf keinen Fall ernst genommen werden. Wenn doch, soll man bedenken, dass man Blindtexte grundsätzlich nicht ernst nehmen kann, weil es eben Blindtexte sind, die wiederum blinde Inhalte transportieren. Das ist der einzige Sinn von Blindtexten: Sie stehen da, wo später richtige Texte sind. Sie sehen halt dem echten Text sehr ähnlich und sind auch schon ungefähr so lang.

Wenn man sich das Layout anschaut, den Text aber nicht liest, hat man einen ungünstigen Eindruck vom Look und der Gestaltung des fertigen Layouts. Blindtexte lassen sich nahezu überall einbauen. Sie finden in Anzeigen, Postkarten und vielen anderen Drucksachen. Wenn man einen besonders langen Blindtext hat, kann man ihn sogar in Broschüren oder (1000 Zeichen) Jahresberichte einbauen. Dann muss der Blindtext aber schon etwas länger sein. Das Schöne an Blindtexten ist, dass es nicht zwingend notwendig ist, dass sie der neuen Rechtschreibung entsprechen. Sie können sogar orthographische und grammatikalische Fehler haben.

MVDA PULS befragte Dr. Friedrich Bachmann nach seinen Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit dem Bundesverband der deutschen Blindtextschreiber und Schreiberinnen.

MVDA PULS: Das stört nicht, da die Texte eh nicht gelesen werden sollen, da sie nur aussehen, wie richtige Texte. Es sind Blender oder Fälschungen. Blindtexte verhalten sich zu echten Texten so wie falsche Rolex-Uhren vom Trödelmarkt in Bangkok zu echten Rolex-Uhren beim Juwelier in der Goethestraße in Frankfurt?

Dr. Friedrich Bachmann: Nur der Preis ist egal. Blindtexte haben keinen Preis, dafür gibt es sie in allen möglichen Längen und Schriften. Das ist ja das Schöne.

MVDA PULS: Wenn man Blindtexte markiert, kann man sie in alle möglichen Schriften setzen. Von der bekannten Arial bis zur schrägen Designerschrift Zykt?

Dr. Friedrich Bachmann: Die Inhalte bleiben immer gleich. Länge, Breite und (2000 Zeichen) Dicke der Schrift ändern sich natürlich. So kann ein und derselbe Blindtext beispielsweise in einer ultracondensenden Univers Light ein viertel so lang sein, als wenn der Text in einer fetten, breitaufendenden Poppi Ultraabuttal abgesetzt wird. Wobei diese Schrift schon ziemlich heftig ist und sogar einen völlig inhaltsleeren Blindtext wie diesen, ziemlich grausam aussehen lässt.

MVDA PULS: Aber der Blindtext kann keinen Schmerz und darf es auch nicht und wenn doch dann eben nicht, oder?

Dr. Friedrich Bachmann: Sogesehen hat der Blindtext eigentlich Glück. Über ihn regt sich keiner auf, niemand diskutiert ihn wild oder es werden wegen ihm auch keine Menschen umgebracht. Das Dumme ist eben, daß niemand den Blindtext liest. Sogesehen fristet der arme Blindtext ein sehr einsames Dasein und beneidet beispielsweise Karl Marx sein „Kapital“ oder den neusten Roman von John Grisham. Auf der anderen Seite soll sich der Blindtext auch nicht beschweren. In ihm (3000 Zeichen) wird am nächsten Tag kein Fisch eingewickelt und Marcel Reich-Ranicki verweist ihn auch nicht im nächsten literarischen Quartett oder bei Elke Heidenreich.

MVDA PULS: Was will der Blindtext?

Dr. Friedrich Bachmann: Provizieren, informieren oder nur da sein? Er will nur da sein und aussehen, wie ein richtiger Text. Aber sein wir doch ehrlich. Blindtext ist oft angenehmer, als die dumpfen Werbebotschaften, für die er in der Layoutphase stehen soll. Langweilig ist er natürlich, wenn er lateinisch ist oder auf englisch beschreibt, wie irgendwelche Füchse über irgendwas springen.

MVDA PULS: Das hat man ja nun bis zum Abwinken gelesen?

Dr. Friedrich Bachmann: Nur weil in diesem Bilden Satz alle Buchstaben vorkommen. Bei einem Typomusterbogen lassen wir uns das ja gefallen. Aber bei einem Blindtext? Wozu müssen in einem Blindtext alle Buchstaben vorkommen? Moment. Sie kennen den Satz nicht. Nun es gibt eben so einen gestelzten Satz auf Latein oder in Englisch, in dem alle Buchstaben des Alphabets vorkommen.

MVDA PULS: Wie gesagt, in einem Typomusterbuch ist das alle schön und gut aber noch nicht im Roman oder Drehbuch?

Dr. Friedrich Bachmann: Immer wieder derselbe blöde Satz? Das kann nicht funktionieren. Blindtext muss einem echten Text sehr ähnlich sein. Sonst ist es ein schlechter Blindtext. Und ein Blindtext, in dem permanent alle Buchstaben vorkommen, ist ein zu perfekter Blindtext. So einen gibts in der Realität gar nicht. Quasi ein Hollywood-Blindtext. So was braucht eigentlich kein Mensch.

MVDA PULS: Wenn man Blindtexte markiert, kann man sie in alle möglichen Schriften setzen?

Dr. Friedrich Bachmann: Die Inhalte bleiben immer gleich. Länge, Breite und (2000 Zeichen) Dicke der Schrift ändern sich natürlich. So kann ein und derselbe Blindtext beispielsweise in einer ultracondensenden Univers Light ein viertel so lang sein, als wenn der Text in einer fetten, breitaufendenden Poppi Ultraabuttal abgesetzt wird. Wobei diese Schrift schon ziemlich heftig ist und sogar einen völlig inhaltsleeren Blindtext wie diesen, ziemlich grausam aussehen lässt.

MVDA PULS: Was kommt nach dem arabisch-armenischen Blindtext?

Dr. Friedrich Bachmann: Nur der Preis ist egal. Blindtexte haben keinen Preis, dafür gibt es sie in allen möglichen Längen und Schriften. Das ist ja das Schöne. Oder auch nicht. Die Frage stellt ausschliesslich Hamlet im dritten Akt.

Der Blindtext ist ein Text, der da steht, wo später der richtige Text steht. Jedenfalls ist er nur Platzhalter für den richtigen Text und sollte auf keinen Fall ernst genommen werden. Wenn doch, soll man bedenken, dass man Blindtexte grundsätzlich nicht ernst nehmen kann, weil es eben Blindtexte sind, die wiederum blinde Inhalte transportieren und dann auch noch überhaupt.

Mart'n Möriz • KFZ-Meister • Motorradteile



Mart'n Möriz Motorradteile • Tannenweg 7 • 83346 Bergen

Tannenweg 7
83346 Bergen
Tel: 08662 - 31 41
Fax: 08662 - 41 97 89
Air: 0171 - 676 44 35
E-Mail: mechanix4goodbyeX@t-online.de

Martin Möriz
KFZ-Meister • Motorradteile



Tannenweg 7
83346 Bergen

Tel: 08662 - 31 41
Fax: 08662 - 41 97 89
Air: 0171 - 676 44 35
E-Mail: mechanix4goodbyeX@t-online.de



Bankverbindung:
Raiffeisen Salzachtal
KTO: 100 506 834
BLZ: 701 691 75



Mart'n Möriz • KFZ-Meister • Motorradteile

Tannenweg 7 • 83346 Bergen
Tel: 08662 - 31 41 • Fax: 08662 - 41 97 89
Air: 0171 - 676 44 35
E-Mail: mechanix4goodbyeX@t-online.de

Empfänger: _____

Firma: _____

Absender: _____

Datum: _____

Seite(n): _____

Bei Rückfragen: Tel: 08662 - 31 41 • Air: 0171 - 676 44 35



NUR EIN AUTO!

AirPlus
INTERNATIONAL

NUR EIN TRAVEL PAYMENT SYSTEM!

AIRPLUS.
WHAT TRAVEL PAYMENT
IS ALL ABOUT.



NUR EIN TROPFEN WASSER!

AirPlus
INTERNATIONAL

NUR EIN TRAVEL PAYMENT SYSTEM!

AIRPLUS.
WHAT TRAVEL PAYMENT
IS ALL ABOUT.

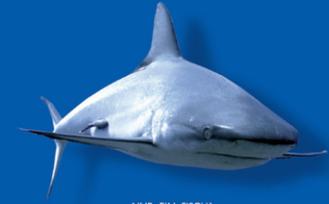


NUR EIN WERKZEUG!

AirPlus
INTERNATIONAL

NUR EIN TRAVEL PAYMENT SYSTEM!

AIRPLUS.
WHAT TRAVEL PAYMENT
IS ALL ABOUT.



NUR EIN FISCH!

AirPlus
INTERNATIONAL

NUR EIN TRAVEL PAYMENT SYSTEM!

AIRPLUS.
WHAT TRAVEL PAYMENT
IS ALL ABOUT.



NUR EIN KLEIDUNGSSTÜCK!

AirPlus
INTERNATIONAL

NUR EIN TRAVEL PAYMENT SYSTEM!

AIRPLUS.
WHAT TRAVEL PAYMENT
IS ALL ABOUT.



NUR EINE MASCHINE!

AirPlus
INTERNATIONAL

NUR EIN TRAVEL PAYMENT SYSTEM!

AIRPLUS.
WHAT TRAVEL PAYMENT
IS ALL ABOUT.



NUR EINE UHR!

AirPlus
INTERNATIONAL

NUR EIN TRAVEL PAYMENT SYSTEM!

AIRPLUS.
WHAT TRAVEL PAYMENT
IS ALL ABOUT.



Pflegedienst E. Mautes
... macht Ihr Leben leichter

Pflegedienst E. Mautes · Dwight-D. Eisenhowerstr. 2 · 65127 Wiesbaden

Ihr Partner für häusliche Kranken- & Seniorenpflege

Dwight-D. Eisenhowerstr. 2
65127 Wiesbaden
Telefon: 0611 - 20 44 792
Telefax: 0611 - 53 16 267
www.pflegedienst-mautes.de
info@pflegedienst-mautes.de

Inhaber: Engelhard Mautes
Bankverbindung: Dresdner Bank
BLZ 250 800 60
Kto 0089700000

IK-Nr. SGB V: 460648503
IK-Nr. SGB XI: 460648514



Pflegedienst E. Mautes

... macht Ihr Leben leichter



Pflegedienst E. Mautes
... macht Ihr Leben leichter

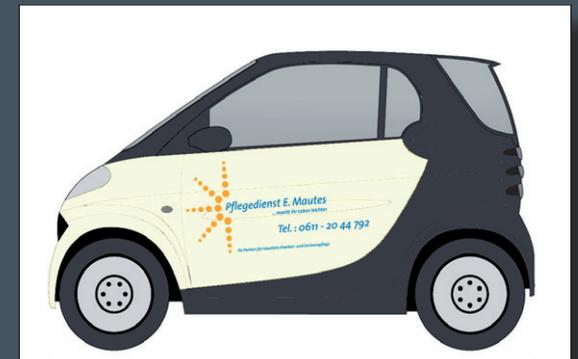
Ihr Partner für häusliche Kranken- & Seniorenpflege

Telefon: 0611 - 20 44 792
Telefax: 0611 - 53 16 267
info@pflegedienst-mautes.de
www.pflegedienst-mautes.de



Pflegedienst E. Mautes
... macht Ihr Leben leichter

Ihr Partner für häusliche Kranken- & Seniorenpflege



pflegedienst E. Mautes
... macht Ihr Leben leichter

Tel.: 0611 - 20 44 792

HERMES&GIEBELER

LEGAL SOLUTIONS



HERMES&GIEBELER

LEGAL SOLUTIONS

Hermes & Giebeler Legal Solutions · Darmstädter Landstr. 125 · 60598 Frankfurt am Main

Hermes & Giebeler
Rechtsanwälte
Frankfurt a. M. · Bonn

Dr. Reinhard Hermes
Rechtsanwalt
Attorney at Law (N.Y.)

Darmstädter Landstr. 125
60598 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0) 69-6773 4037
Fax: +49 (0) 69-6773 4039
Mobile: +49 (0) 172-659 5530

rhermes@hermesgiebeler.com
www.hermesgiebeler.com

Dr. Rolf Giebeler
Rechtsanwalt

Robert-Koch-Straße 58
53115 Bonn
Tel.: +49 (0) 228-2590 1720
Fax: +49 (0) 228-2590 1721
Mobile: +49 (0) 171-407 4455

rgiebeler@hermesgiebeler.com
www.hermesgiebeler.com

HERMES&GIEBELER

LEGAL SOLUTIONS

Dr. Reinhard Hermes
Rechtsanwalt
Attorney at Law (N.Y.)

Darmstädter Landstr. 125
D-60598 Frankfurt am Main
Tel: +49 (0) 69 - 6773 4037
Fax: +49 (0) 69 - 6773 4039
Mobile: +49 (0) 172 - 659 5530
rhermes@hermesgiebeler.com
www.hermesgiebeler.com

HERMES&GIEBELER

LEGAL SOLUTIONS

Dr. Rolf Giebeler
Rechtsanwalt

Robert-Koch-Straße 58
D-53115 Bonn
Tel: +49 (0) 228-2590 1720
Fax: +49 (0) 228-2590 1721
Mobile: +49 (0) 171-407 4455
rgiebeler@hermesgiebeler.com
www.hermesgiebeler.com

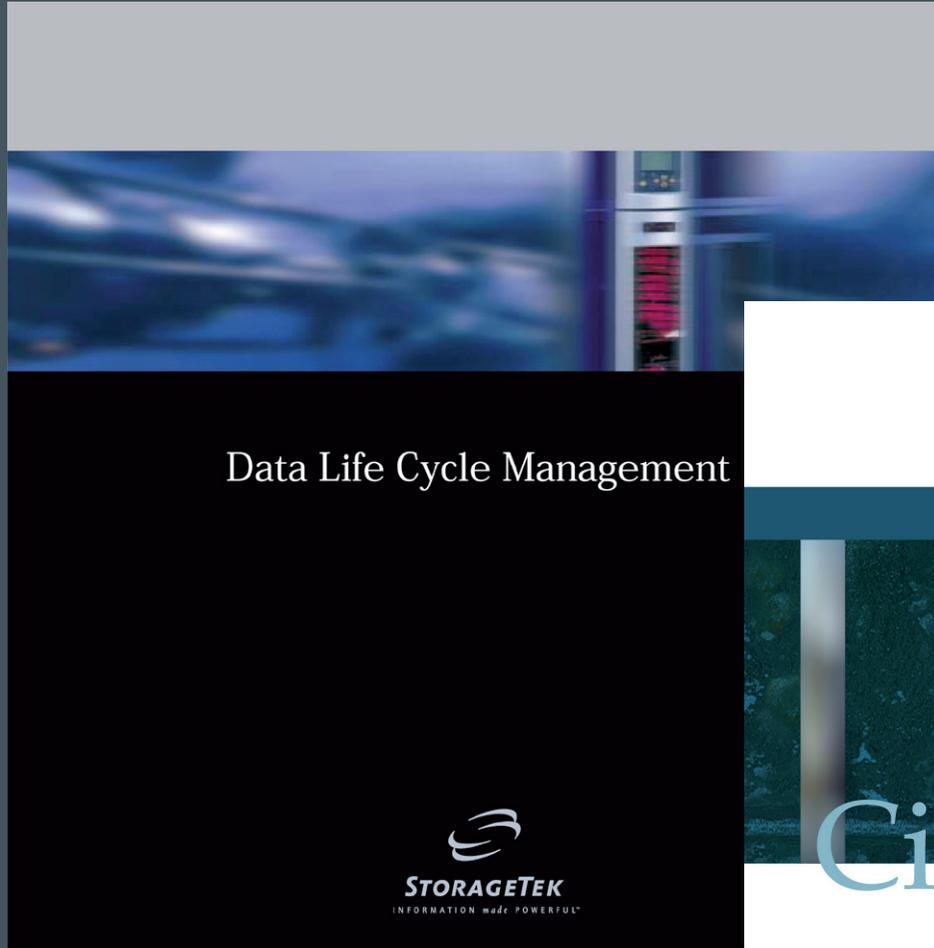


Gestaltung und digitale Bildbearbeitung für Filmplakat



Akman, Weber & Partner
Rechtsanwälte · Steuerberater · Wirtschaftsprüfer

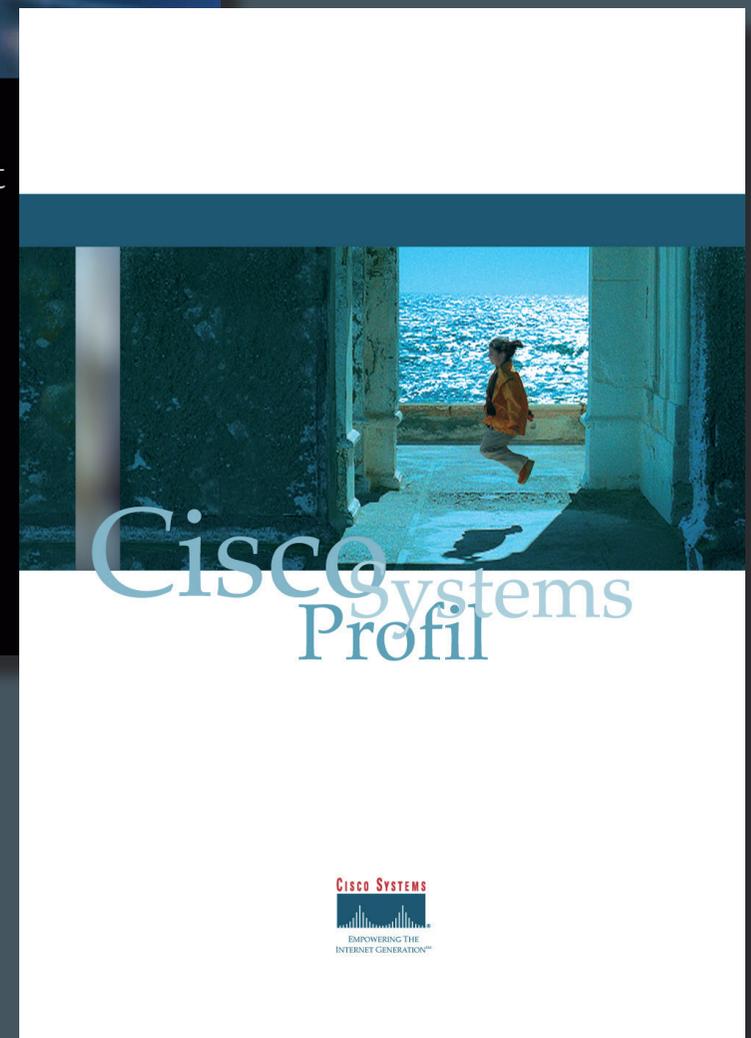
Imagebrochure Anwaltskanzlei



Data Life Cycle Management

STORAGETEK
INFORMATION made POWERFUL™

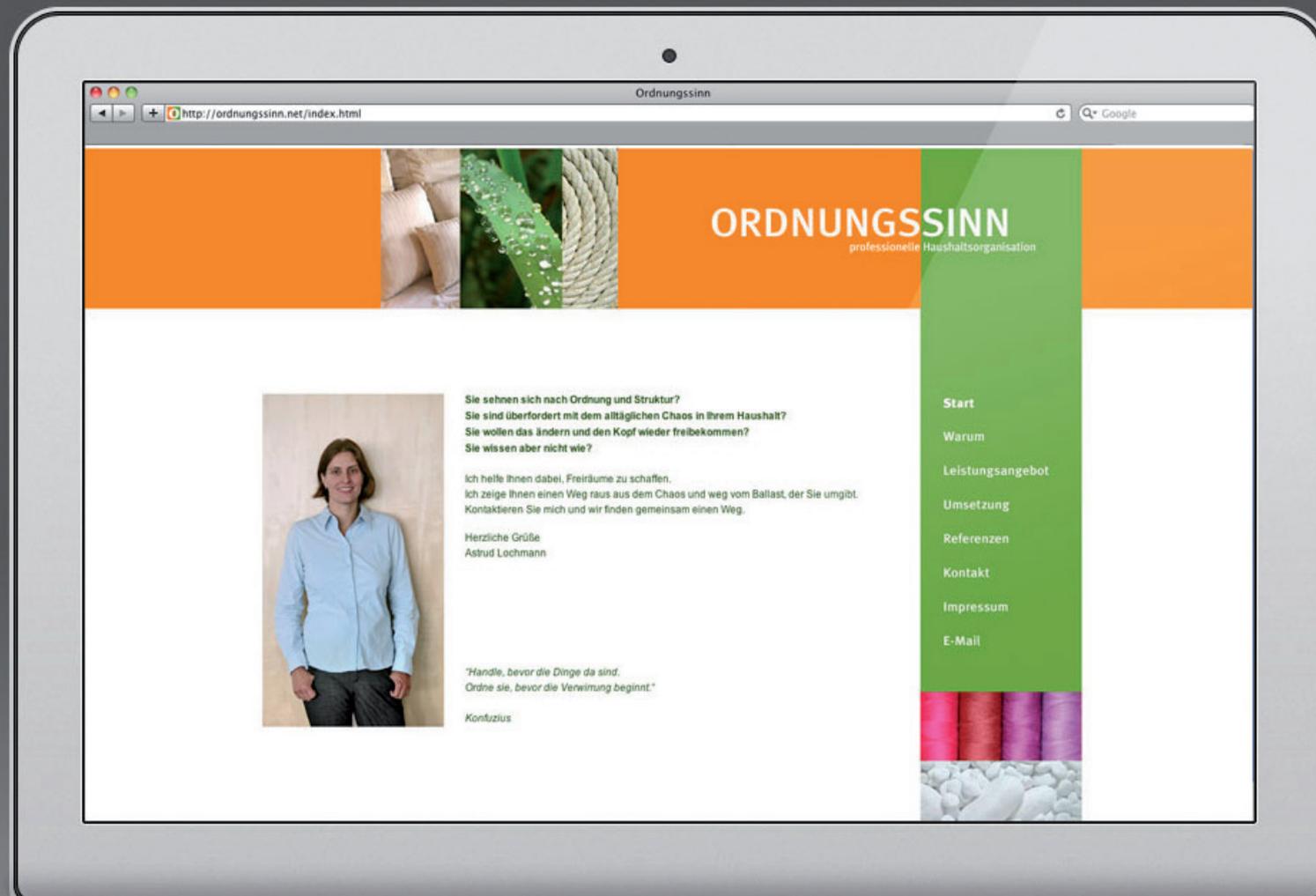
Imagebrochure StorageTek



Cisco Systems
Profil

Cisco Systems
EMPOWERING THE
INTERNET GENERATION™

Imagebrochure Cisco Systems



ORDNUNGSSINN

professionelle Haushaltsorganisation

Astrud Lochmann
Mosbacher Straße 7
65187 Wiesbaden

Tel: 0611 - 50 53 22
E-Mail: ordnung@ordnungssinn.net

Name:	
Straße:	PLZ / Ort:
Telefon privat:	Telefon geschäftlich:
Mobiltelefon:	E-Mail:

Zustandsanalyse:

Beratungs- und Zeitaufwand:

ORDNUNGSSINN

professionelle Haushaltsorganisation

Astrud Lochmann
Mosbacher Straße 7
65187 Wiesbaden

Tel: 0611 - 50 53 22
E-Mail: ordnung@ordnungssinn.net
www.ordnungssinn.net



Sie sehnen sich nach Ordnung und Struktur?



Sie sind überfordert mit dem Chaos in Ihrem Haushalt?

Sie wollen das ändern, aber wissen nicht wie? Ich helfe Ihnen dabei, Freiräume zu schaffen.
Ich zeige Ihnen einen Weg aus dem alltäglichen Chaos.

Mein Angebot:

- Aufräumen
- Sortieren | Aussortieren
- Neustrukturieren
- Entsorgungsorganisation
- Hilfe bei Umzugsvorbereitung
- Hilfe beim Welterverkauf
- Haushaltsorganisation:
 - Energiesparberatung
 - Haushaltsbuchführung
 - Einkaufsberatung
 - Raumgestaltung

Astrud Lochmann
Wiesbaden

Tel.: 0611 - 50 53 22
ordnung@ordnungssinn.net
www.ordnungssinn.net

ORDNUNGSSINN
professionelle Haushaltsorganisation

