



PETER LESEBERG

TASCHEN ALS LEIDENSCHAFT

Wenn man in der Werbeartikelbranche über Taschen spricht, kommt man um den Namen Halfar nicht herum. Das dahinter stehende, in Bielefeld ansässige und zur JCK Holding gehörende Unternehmen Halfar System – gegründet von Armin Halfar und geleitet von ihm und seiner Frau Kathrin Stühmeyer – hat sich in den vergangenen Jahren kontinuierlich entwickelt, ist stetig gewachsen und repräsentiert mit seinem Namen ein klar umrissenes Markenprofil, das auf vorbildlichen und verbindlichen Werten fußt. Unser Portraitkandidat Peter Leseberg – selbst langjähriger Branchenprofi – gehört dem Unternehmen seit 2005 an und trägt als Vertriebs- und Marketingleiter der Geschäftseinheit Promotioentaschen das seine dazu bei, dieses Profil weiter zu schärfen und die Position des Unternehmens weiter auszubauen.

Peter Leseberg ist in Detmold geboren und aufgewachsen. Die Stadt liegt wie sein jetziger Arbeitsmittelpunkt in Ostwestfalen. Der Kabarettist Harald Meves charakterisiert seine Landsleute folgendermaßen: „Der Ostwestfale ruht in sich und in ihm ruht sein Wissen. Und in seinem Wissen ruht seine Sprache.“ Wer Peter Leseberg kennt, kann den ersten Teil dieser Aussage durchaus auch an ihm bestätigt finden. Schweigsam allerdings ist er nicht, kann er auch nicht sein in einer Branche,

die Produkte vertreibt, die ein hohes Maß an Kommunikation vermitteln. Wir treffen sogar einen sehr eloquenten Gesprächspartner, der sein Wissen gerne preisgibt und der die positiven Eigenschaften des Ostwestfalen in sich vereinigt: Geradlinig, prinzipientreu, überzeugt und mit Beharrungswillen überzeugend, doch auch ausgestattet mit einer ausgewogenen Portion Gelassenheit – allesamt Wesenszüge, die ihm bei seiner jetzigen Profession trefflich zugute kommen.

PASSION PROMOTIONSTASCHEN

Den Weg bis dahin begann er mit einer Ausbildung zum Groß- und Handelskaufmann bei Tamaris, einer Marke des in Detmold beheimateten Schuhriesen Wortmann, bevor er sich den betriebswirtschaftlichen Studien mit Schwerpunkt Marketing widmete. Durch Zufall kam er dann in Kontakt mit der Werbeartikelbranche, der er seitdem treu geblieben ist, nicht zuletzt auch „wegen ihrer menschlichen Dimension“, wie Leseberg anmerkt. Anfang der 1990er

Jahre war es das Unternehmen rou bill, in dem er die Welt dreidimensionaler Werbung schätzen lernte und sich bis zum Vertriebsleiter und schließlich Prokurist profilierte. Als der Tassen- und Schreibgeräteproduzent rou bill vom Marktführer Senator übernommen wurde, war er im neuen Unternehmen verantwortlich für den Vertrieb D-A-CH. Der erste Kontakt zu seiner jetzigen Firma Halfar System ergab sich auf einer Hausmesse über einen Kollegen eines anderen Unternehmens, der ihm interessantes über Halfar zu berichten wusste. Einige Wochen später traf Peter Leseberg Armin Halfar auf der Marketing Services 2005 in Frankfurt am Main, wo man „ein nettes Gespräch“ führte. Nicht lange danach wechselte Leseberg nach Bielefeld zu Halfar, wo er die Funktion der „Leitung Vertrieb & Marketing Geschäftsbereich Promotioentaschen“ seither mit Leben und Passion erfüllt.

MIT AUFBAUEN – MITGESTALTEN

Privat lebt Leseberg mit Frau in Köln, seiner „Lieblingsstadt“. Doch auch Bielefeld liegt ihm vornehmlich wegen Halfar sehr am Herzen. „Ich habe mich letztlich für Halfar entschieden, weil ich die Idee und die Potenziale dieses Unternehmens von Beginn an sehr hoch einschätzte und die Möglichkeit hatte, diese Potenziale mit weiter zu entwickeln“, beschreibt Leseberg seine Motivation. „Hier gab es etwas mit zu gestalten und weiter aufzubauen, einer aufstrebenden Firma mit stimmigem Konzept einen strategischen Rahmen zu geben. Zwei vorausschauend agierende geschäftsführende Gesellschafter, verheißungsvolle Produktionsmöglichkeiten und die Zugehörigkeit zur JCK-Holding bildeten hier eine Basis für ein trag- wie ausbaufähiges Unternehmenskonzept. Die Aufgaben, zur Weiterentwicklung und zum Wachsen dieser Firma etwas beitragen zu können, reizte mich am meisten.“

WACHSTUM AM STANDORT

Diese Gestaltungsspielräume wurden und werden weiter genutzt und die Ergebnisse sind evident. In Lesebergs Zeit bei Halfar fällt die zweite und dritte Vergrößerungsphase des Unternehmens. Der dritte Ab-

schnitt des Firmengebäudes wurde im August 2013 fertiggestellt und erweitert die gesamte Nutzfläche noch einmal um die Hälfte auf jetzt rund 8500 Quadratmeter, auf denen sich Lager, Verwaltung und Produktionsabteilung konzentrieren. „Durch unser geschäftliches Wachstum war der dritte Anbau dringend nötig geworden. Und wir wollten am Standort weiterwachsen. Dazu waren allerdings Gespräche mit Verwaltung und Politik der Stadt Bielefeld nötig, die einige Zeit in Anspruch nahmen. Letztlich konnten wir die Stadt aber von unserem Konzept überzeugen, so dass sie den Bebauungsplan eigens änderte und wir an Ort und Stelle erweitern konnten“, berichtet Armin Halfar.

ALLES AUS EINER HAND

Dadurch konnte Halfar sein Ziel, alles aus einer Hand anzubieten, endlich realisieren. Und damit befinden sich nun auch alle Veredelungstechniken ‚inhouse‘. Neben Digitaldruck und Stickerei hat hier nun auch erstmalig eine Siebdruckerei Platz gefunden, deren Hauptkunde Halfar ist. „Die Zusammenarbeit mit den Kunden läuft jetzt einfacher und schneller. Wir können unmittelbar reagieren und haben die Produktion stets im Blick“, beschreibt Leseberg die Vorteile der neuen Situation für den Kundenservice. Nähe und damit verbundene Zeitersparnis wirken sich auch weiter positiv auf die eigenen hohen Qualitätsmaßstäbe bei Halfar aus. Besonders zeigt sich das auch beim Thema Stick, der hochwertigsten Veredelungsart. Hier eröffnen sich nun „neue Dimensionen“ was Zuverlässigkeit und Qualität betrifft. „Mittlerweile haben wir unter unseren Kunden sogar Stickereien, die bestimmte Arbeiten von uns ausführen lassen – ein besseres Lob könnten wir für unsere Stickqualität kaum erhalten“, freut sich Leseberg. „Wir besticken hier allerdings nur Taschen und nur eigene Ware“, ergänzt er. Halfar bietet auf Veredelungsebene aber auch Kombiformen wie z. Bsp. Digitaldrucklabel, wobei das Bild auf die Tasche gestickt wird – eine Technik, die mit gutem Ergebnis nur machbar ist, wenn beide Veredelungsarten im Haus verfügbar sind.

MENSCH UND UMWELT ZULIEBE

Ein weiteres Vorhaben, das die Geschäftsführer Armin Halfar und Kathrin Stühmeyer zusammen mit dem gesamten Team umsetzen wollten und konnten, ist die Auszeichnung des Unternehmens zum „Ökoprot-Betrieb“. Die Ökoprot-Zertifizierung, ein Projekt der Stadt Bielefeld und gefördert durch das Land Nordrhein-Westfalen, wird für vorbildliche Leistungen auf dem Gebiet des betrieblichen Umweltmanagements vergeben. Ziel von Ökoprot ist die nachhaltige ökonomische und ökologische Stärkung von Unternehmen. Die Maßnahmen umfassen die Identifizierung von Einsparmöglichkeiten durch Umweltmaßnahmen, die Steigerung des Umweltbewusstseins der Mitarbeiter sowie die Vernetzung der teilnehmenden Betriebe und der Stadt.

VORBILDICHE MASSNAHMEN

Halfar gelang es, „mittels einfacher Umbauten“, durch Implementierung einer neuen, komplett CO2-neutral betriebenen Pelletheizung, intelligenter Lichtsteuerung mit stromsparender LED-Beleuchtung und neuen Abfalltrennsystemen den Energieverbrauch erheblich zu drosseln und damit die Umwelt zu entlasten. Einen Teil des Stromes produziert Halfar zudem über die eigene Photovoltaik-Anlage. Weitere Maßnahmen auf diesem Feld waren die Ausrichtung der Büroräume nach Norden sowie die Begrünung einer 400 qm großen Dachfläche zur natürlichen Verbesserung der Wärmedämmung und des Mikroklimas. Letzteres geschah in einer konzertierten (freiwilligen!) Aktion von Mitarbeitern aus allen Abteilungen an einem (dienstfreien!) Samstag.

PRIMA BETRIEBSKLIMA

Die Überleitung von Klima zu Betriebsklima bietet sich hier förmlich an, wie auch Peter Leseberg zu berichten weiß: „Da es sich bei der Werbeartikelbranche auch um eine ausgesprochene ‚people-to-people‘-Branche handelt, ist die menschliche Komponente enorm wichtig. Bei Halfar herrscht ein sehr guter zwischenmenschlicher Ton. Man geht offen miteinander um und aufeinander zu, auch bei Problemen oder Kri-

PETER LESEBERG IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?
Hoffentlich ist bald Weihnachten.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?
Wenn ich das Gefühl habe, alles geschafft zu haben.

Was bringt Sie in Hochstimmung?
Konversation mit interessanten Gesprächspartnern.

Und was bringt Sie auf die Palme?
Unehrllichkeit.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?
Zu viel gegessen zu haben.

Wie können Sie die Zeit vergessen?
Mit einem guten Buch oder Musik.

Vier Wochen Zwangsurlaub – wohin geht's?
Schottland, Irland, Deutschland.

Wofür geben Sie gern Geld aus?
Schuhe, Klamotten.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?
Wer tut das nicht?

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?
Wenn er seinen Zweck erfüllt und funktioniert.

Den besten, den Sie je bekommen haben?
Eine Tasche von Halfar ...

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?
Die Diskussion um/über Anerkennung in fachlicher wie in politischer Hinsicht.



Im Rahmen der momentan 82-köpfigen Belegschaft spricht man von ‚Kollegen‘, auch von Seiten der Geschäftsführung aus. Man ist sich hier bewusst, dass alle an einem Strang ziehen und ist bereit, dazu etwas beizutragen – das ist meines Erachtens ein entscheidender Erfolgsfaktor für Unternehmen. Denn der Erfolg hängt in hohem Maße auch davon

ab, dass der Kunde bis in den kleinsten Winkel der Firma der König ist. Und dies funktioniert eben nur bei einem intakten Betriebsklima wie hier bei Halfar. „Untrügliches Indiz dafür sind die vielen langjährigen Mitarbeiter einer Firma, die sich auch im Ausbildungsbereich engagiert. Derzeit gehen hier sieben Azubis in den Bereichen Groß- und Außenhandel, Lager und Logistik sowie Grafik-/Mediendesign in die Lehre. Beim Taschenspezialisten ist man sich auch der sozialen Verpflichtung bewusst und hat deshalb in der Produktion auch mehrere Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung geschaffen. Ergänzt wird dies durch das soziale Engagement: Halfar unterstützt mehrere Vereine und ihre Projekte zur Förderung oder Hilfe von Kindern.

SCHÄRFUNG DES MARKENPROFILS

Armin Halfar, Kathrin Stühmeyer und Peter Leseberg haben in den vergangenen Jahren auch intensiv am neuen Markenprofil des Unternehmens gefeilt, das sich in den vier aufeinander abgestimmten Werten Ästhetik, Funktion, Emotion und Verantwortung manifestiert. „Persönlich ist mir hierbei die Verantwortung sehr wichtig, auch wenn man auf diesem Gebiet manchmal mehr tun muss, als nötig“, sagt Leseberg und ergänzt: „Verantwortung umfasst einerseits das ‚Mikroumfeld‘ in der Firma selbst, andererseits das ‚Marktumfeld‘ nach außen, zum Kunden hin. Dies betrifft die hochwertige Qualität unserer Produkte, was selbstverständlich auch gefahrlose Inhaltsstoffe und faire Produktionsbedingungen mit einschließt. Halfar ist langjähriges BSCI-Mitglied und steht ein für nachhaltige und unbedenkliche Produkte. Verantwortung wird bei uns von innen gelebt und an die Kunden und Nutzer unserer Taschen weitergegeben. Mithilfe eines strikten Qualitätsmanagements können wir die gesetzlichen Anforderungen an unsere Produkte teilweise sogar übererfüllen. Durch alle diese Impulse haben wir es geschafft, der Marke Halfar ein starkes Profil zu geben. Unser weiteres Ziel ist es, in Europa der Spezialist für Werbetaschen und Rucksäcke zu werden.“

HOCHWERTIGE QUALITÄT – BESTER SERVICE

Bis dahin gibt es zwar noch einiges zu tun, doch die Voraussetzungen für dies ehrgeizige Ziel sind gemacht. „Der strategisch-operative Unterbau steht und wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Position weiter auszubauen“, so Leseberg. Eines hat man bei Halfar aber bereits erreicht, „gemeinsam“, wie Leseberg unterstreicht: „Die Marke Halfar überzeugt durch ihre Glaubwürdigkeit und ein klar umrissenes Leistungsspektrum. In den Köpfen der Kunden stehen wir für hochwertige Qualität und besten Service.“

