

## Botschafterinnen und Botschafter der Rominger Kunststofftechnik GmbH

### INHALTSVERZEICHNIS

1. Ziele und Aufgaben
2. Kriterien und geschichtliche Entwicklung
3. Vorstellung der Botschafterinnen und Botschafter
4. Projekt „Frauen in Technikberufe!“
5. Projekt „Charme und Humor statt schöne Beine“

#### 1. Ziele und Aufgaben

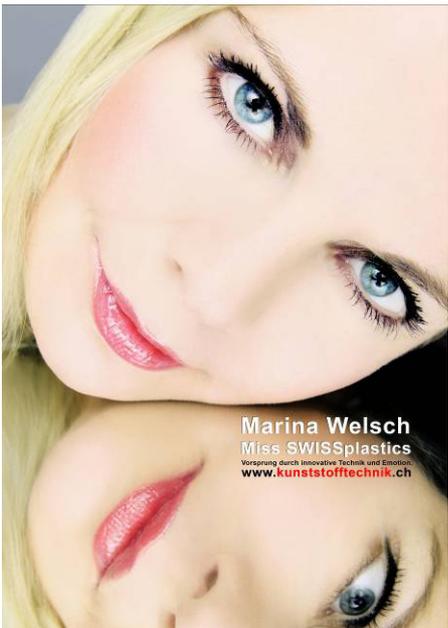
Die Aufgabe der Botschafterinnen und Botschafter ist es, die Rominger Kunststofftechnik GmbH (RKG) gegenüber ihrem Umfeld zu repräsentieren, über die RKG zu berichten, sowie die Lieferanten-, Mitbewerber- und Kunden - Beziehungen nach Möglichkeit zu pflegen und zu entwickeln.

#### 2. Kriterien und geschichtliche Entwicklung

Im Jahr 2007 wurde die erste Miss SWISSpolymer gekürt. Die Kriterien waren bereits damals, entgegen den üblichen Miss-Kriterien, nicht auf ihr Äussehen ausgerichtet, sondern vielmehr die Attribute Kreativität, Innovation, Inspiration, Wissenschaftdrang und Charisma standen im Zentrum. Um sich noch klarer vom „Miss-Klischee“ abzuheben, wurde im Jahr 2015 der Begriff „Botschafterin“ eingeführt sowie das Projekt „Frauen in Technikberufe!“ ins Leben gerufen. Vgl. bitte Pkt. 4. Als weiterer Entwicklungsschritt kann der erste männliche Botschafter erwähnt werden

#### 3. Vorstellung der Botschafterinnen und Botschafter

Unsere Botschafterinnen weisen die unterschiedlichsten beruflichen Schwerpunkte auf, doch Kreativität, Intelligenz, wissenschaftliches Arbeiten und der sprühende Erfindergeist ist ihr gemeinsamer Nenner, dass denn auch den innovativen Geist der Rominger Kunststofftechnik GmbH ausmacht.





### **Marina Welsch**

Wenn sie nicht gerade schauspielert, arbeitet sie in Solingen als Malerin und künftig auch als Galeristin. Auch in diesem Markt muss sie sich mit echter Frauenpower durchsetzen. Die Idee, sich als Botschafterin der Rominger Kunststofftechnik GmbH für mehr Frauen in Technikberufen einzusetzen, gefällt ihr gut: „Ich bin sicher, dass gerade Frauen mit ihrer zum Teil anderen Sichtweise wertvolle Impulse in technologische und naturwissenschaftliche Berufe einbringen können.“ Aus diesem Grund war sie sofort bereit, Unternehmer Lars Rominger als „Gesicht“ für entsprechende Werbeaktionen zur Seite zu stehen.



### **Sabina Furthmayer**

Sie hat sogar schon einmal an der Seite von Tom Cruise geschauspielert. Aktuell ist das bekannte Fotomodell „City Girl des Monats“ für den Online-TV-Sender „LIVEDabei.tv“. Bei allem Interesse für das Ausfüllen verschiedener Rollen hält sie es gerade als Frau für wichtig, sich auch auf geistige Dinge und die Ausbildung von Fachkompetenz zu konzentrieren. Sie selbst setzt diese Erkenntnis beim Verfassen ihrer Doktorarbeit im Fach Germanistik/Publizistik um – frei nach dem Motto: „Schönheit vergeht, doch das, was jemand weiss und kann, bleibt auf Dauer erhalten.“



### **Daniela Jakab**

Sie arbeitet seit fast 20 Jahren als Kreativdirektorin und Texterin in der Werbebranche. Für ihre Arbeiten hat sie zahlreiche Awards gewonnen und war als Expertin selbst Mitglied von Jurys wie den „Cannes Lions“ oder dem „Clio Awards New York-Gremium“. 2007 hat sie „proud Mary“ gegründet, die einzige Werbeagentur mit Fokus auf die Zielgruppe „Frauen“ (basierend auf Gender Marketing). Diese innovative Idee stieß auf große Resonanz in den Schweizer Medien. Jakab hat am Institut für Angewandte Psychologie der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften eine zweijährige Leadership-Nachdiplomausbildung absolviert. Sie wird als Fachreferentin gebucht und leitet Workshops. Als Botschafterin unterstützt sie das Projekt „mehr Frauen in Technikberufe“, denn als Querdenkerin passt sie zum

innovativem Geist der Rominger Kunststofftechnik GmbH.



### **Thomas Brändle**

(geb. 1969) lebt und arbeitet am Ägerisee im Schweizer Kanton Zug und in Ungarn. Als ehemaliger Unternehmer und Parlamentarier verfasst er heute Kurzgeschichten, Kolumnen, Romane und Ghostwriting-Auftragsarbeiten für andere. Gerne hält er auch Lesungen auf privaten oder öffentlichen Veranstaltungen.

- Präsident Verein Tüftellabor Einstein Zug
- Vorstandstätigkeiten: Verein Monetäre Modernisierung MoMo, Rotaryclub Ägeri-Menzingen, ISSV
- Mitgliedschaften: Autorenverband der Schweiz AdS und DeutschSchweizer PEN Zentrum

#### **4. Projekt „Frauen in Technikberufe!“**

Bei seiner Geschäftstätigkeit als Ingenieur und Hochschuldozent stellt Lars Rominger immer wieder einen Männerüberschuss in seiner Branche fest. Um diesem Phänomen und auch dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken, hat der Firmenchef Botschafterinnen engagiert, die den Minirock zu Werbezwecken gegen einen Blaumann tauschen.

Die Rominger Kunststofftechnik GmbH hat sich auf innovative Produktentwicklung in den Bereichen der Chemie-, Kunststoff-, Labor- und Medizintechnik spezialisiert und ist damit in technologieorientierten Wirtschaftszweigen unterwegs. Rominger: „Wenn ich Kunden besuche oder Lehrveranstaltungen durchführe, sind Frauen in der Unterzahl. Und das kann mittelfristig zum gesamtwirtschaftlichen Problem für unser Land werden.“ Er fügt hinzu, der in Europa vielfach beklagte Fachkräftemangel mache auch vor der Schweiz keinen Halt.

Die Neue Züricher Zeitung stellte bereits vor mehr als einem Jahr in einem Beitrag des Autors Matthias Müller fest: „Der Wind am Arbeitsmarkt dreht sich. Unternehmen fällt es in der Schweiz zunehmend schwer, bestimmte Posten mit qualifizierten Kandidaten zu besetzen.“ (Ausgabe vom 07. April 2014).

Nach Ansicht von Rominger täten Universitäten und Firmen gut daran, gezielt Frauen für ein Studium in technologieorientierten Fächern oder für eine Ausbildung bzw. Karriere in den Branchen IT, Maschinenbau, Pharmazie oder Chemie zu gewinnen. Dafür rührt der findige „Daniel Düsentrieb“, der die Welt schon um einige pfiffige Erfindungen bereichert hat, kräftig die Werbetrommel. Nachdem er in der Vergangenheit zwei Wahlen zur „Miss SWISS Polymer“ und „Miss SWISSplastics“ durchgeführt hat, geht er nun noch einen Schritt weiter. „Ich setze die Gewinnerinnen als Werbe-Botschafterinnen für mehr Frauen in typischen Männerberufen ein“, verrät er. Und dafür tauschen sie den Minirock gegen zünftige Arbeitskleidung.



Frauen in Technikberufe!  
Darüber hinaus arbeiten die Botschafterinnen gezielt für mehr Frauen in den immer noch stark männerdominierten Technologieberufen hin. Um diesem Phänomen und auch dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken, tauschen die Botschafterinnen zu Werbezwecken auch gerne mal den Minirock gegen einen Blaumann ein. Vgl. Abb. links. Marina Welsch.

Quellen:

<http://www.kunststofftechnik.ch/botschafterinnen>

<http://www.workscout.biz/?p=1432>

## 5. Projekt „Charme und Humor statt schöne Beine“



## Charme und Humor statt schöne Beine

Im vergangenen Jahr startete Firmenchef Lars Rominger von der Rominger Kunststofftechnik GmbH mit Sitz in Edlibach eine Model-Werbekampagne, um Frauen für Technikberufe zu begeistern. Vereinzelt gab es Gegenwind, so dass er nun einen männlichen Botschafter engagiert hat: Thomas Brändle, Alt-Kantonsrat, Schriftsteller und Präsident des Tüftellabors Einstein Zug.

Rominger erinnert sich: «Das Motto der alten Kampagne lautete ›Blauermann statt Minirock‹, also weg vom Klischee des schönen Dummmens hin zu einer kompetenten Frau, die sich in Männerbranchen behauptet.» Das Schlüsselbild der Aktion war eine Fotomontage, die dasselbe Model einmal im Minirock und einmal im Blauermann zeigte. Rominger ergänzt, dieses Foto sei wohl bei manchen weiblichen Personen anders angekommen als geplant. «Ich nehme diese Rückmeldungen sehr ernst. Im Sinn der Gleichberechtigung habe ich mich nach einem männlichen Botschafter



**Thomas Brändle möchte als Botschafter vermehrt Frauen in Technikberufe locken.** ZVG

umgeschaut. Sehr froh bin ich darüber, dass ich nun Thomas Brändle gewonnen habe.» Allerdings sei der Repräsentant nicht bereit gewesen, sich im Minirock ablichten zu lassen. Brändle bestätigt: «Das ist natürlich ein Scherz. Das Projekt ist jedoch zu

wichtig, um es durch ein Klamauk-Bild ins Lächerliche zu ziehen und vom Inhalt abzulenken.»

Die schönen Beine seiner Kolleginnen macht der Neue Wett durch Charme und Humor. «Wenn wir Frauen mit unserem Anliegen erreichen möchten, müssen wir uns in der Kommunikation auf sie einstellen», unterstreicht der 46-Jährige, der bereits als «Mr. SWISSTECHNIK» für die Rominger Kunststofftechnik GmbH aktiv war.

Ebenfalls zur Zielgruppe der Werbekampagne gehören Führungskräfte in technologieorientierten Unternehmen. Rominger: «Es wird in der Schweiz viel Arbeitskraft-Potenzial dadurch verschenkt, dass sich die Entscheidungsträger auf männliche Bewerber fokussieren.»

Er selbst macht hervorragende Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit hoch spezialisierten Fachfrauen, wie er betont: «Aktuell entwickle ich ein neues Kunststoff-Innovationsprodukt zusammen mit einer Mikrobiologin.» PD

Quelle: Surentaler, Trienger Anzeiger. Die Zeitung für das Surental und Umgebung.

Weiterführende Informationen: <http://www.kunststofftechnik.ch>