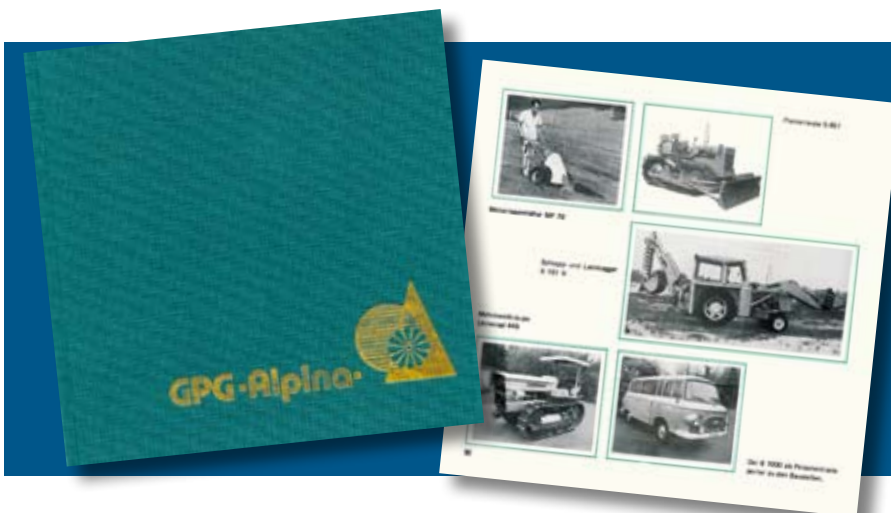




ALPINA AG IN STAHNSDORF

# 50 Jahre bewegte Geschichte

Seit Anfang des Jahres kann die alpina in Stahnsdorf auf 50 Jahre Geschichte zurückblicken. Sie hat den Zusammenbruch eines Gesellschaftssystems überlebt und sich dabei von einer sozialistischen Produktionsgenossenschaft in eine kapitalistische Aktiengesellschaft verwandelt. DEGA GALABAU stellt die Überlebenskünstler aus dem Osten vor, die schon lange keinen „Ostbetrieb“ mehr betreiben.



**oben** Die alpina 2010 bei der Umgestaltung der Fischerbastion in Rostock

**links** Die alpina 1986: Anlässlich des 40. Jahrestages der DDR und des 25. der Genossenschaft gab der Gärtnerszusammenschluss eine Jubiläumsbroschüre heraus; technisch wie gesellschaftlich ein schönes Zeitzeugnis





1



2

**1** Christian Jahnke ist alpina-Vorstand und Niederlassungsleiter Rostock in Personalunion

**2** Jürgen Schrabbe kam einst als Wirtschaftsprüfer mit der alpina ins Geschäft, heute ist er Mitvorstand der AG

**3** Die Hauptverwaltung in Stahnsdorf ist der Sitz von Jürgen Schrabbe und heute in erster Linie ein Büro für Finanz- und Lohnbuchhaltung



3

Christian Jahnke ist so, wie man sich einen Norddeutschen vorstellt. Der 44-jährige Rostocker ist groß gewachsen, wirkt freundlich, zurückhaltend und sturmerprobt. Die Worte wählt er mit Bedacht. Er ist gerade durch den Schnee von der Ostseeküste in die sanierte Villa in Stahnsdorf bei Berlin gekommen, das Hauptquartier der alpina AG. Jahnke ist so etwas wie der neue Geist der alpina, ein dynamischer, jugendlicher Charakter, der ebenso wie sein Partner im Vorstand, Jürgen Schrabbe, für den Generationswechsel in einem der größten deutschen Landschaftsbau-Unternehmen steht. Der ostdeutsche Diplomingenieur an der operativen Spitze der Aktiengesellschaft symbolisiert zugleich, dass die alpina sich von den Strukturen einer Gärtnerischen Produktionsgenossenschaft (GPG), als die sie zwischen 1960 und 1990 existierte, gelöst und sich zu einem marktwirtschaftlich orientierten Dienstleister gewandelt hat; eine Erfolgsgeschichte, wenn man daran denkt, dass allein die Abwicklungsgesellschaft „Treuhand“ auch manch überlebensfähigen DDR-Betrieb ins Off geführt hat.

Als es 1990 darum ging, für die auf mehrere Standorte und Genossenschaftler verteilte Struktur eine neue Rechtsform zu finden, riet Berater Klaus-Peter Steinacker zur AG. Sie sei, so der BWLer, die beste Form, entscheidungsfähig zu bleiben und zugleich alle Anteilseigner zu beteiligen. Denn die AG erlaubt den Aktienbesitzern ein Mitspracherecht nur über die Jahreshauptversammlungen und konzentriert die Entscheidungshoheit in der Zeit dazwischen auf die Geschäftsführung und den kontrollierenden Aufsichtsrat. So kam es am 21. Dezember 1990 am Ende einer laut Chronik denkwürdigen Genossenschaftlerversammlung zur Entscheidung, die GPG per Umwandlungsbeschluss in eine AG zu transformieren. Die vinkulierten Aktien gingen an die bei der alpina beschäftigten ehemaligen GPG-Mitglieder. Gleichzeitig wurden aus den 14 Arbeitsgruppen der GPG sechs Niederlassungen in Berlin, Halle, Potsdam, Rostock, Schwedt und Spremberg mit insgesamt 290 Mitarbeitern. Auch die Wiedergeburt der alpina ist also schon 20 Jahre her, sodass das Unternehmen dieser Tage zwei Jubiläen in einem zu feiern hat.

## EIN OSTDEUTSCHES PHÄNOMEN

Dass die alpina entstanden ist, ist zweifellos der sozialistischen Zwischenzeit Ostdeutschlands zu verdanken. Aber auch ihr Fortbestehen hat viel damit zu tun, wie die fünf nach 1989 der Bundesrepublik beigetretenen Bundesländer strukturiert sind: Die meisten Regionen sind – besonders nach dem Bevölkerungsschwund der Nachwendjahre – deutlich dünner besiedelt, als es durchschnittlich im Westen der Fall ist, und private Kaufkraft sowie Nachfrage nach privater Gartengestaltung sind noch hinter beiden Parametern in den alten Bundesländern zurück. Nach wie vor bestimmen öffentliche Aufträge sowie Aufträge der Wohnungswirtschaft den Markt; gute Bedingungen wiederum für größere Betriebe. Dazu kommt der Großraum Berlin mit seinem Speckgürtel, seinen Großbaustellen und seinen zahllosen Wohnungsbau- und -verwaltungsgesellschaften, der allein im Fokus von zwei Niederlassungen der alpina liegt. Und so sorgen die drei Auftraggebergruppen öffentliche Hand, Wohnungswirtschaft sowie Gewerbe und Industrie – in ihrem Anteil

von Niederlassung zu Niederlassung schwankend – nach wie vor für 80% der Aufträge. Kein Wunder, dass die alpina auch bei den Gartenschauen in Cottbus, Magdeburg, Potsdam, Rostock, Gera/Ronneburg und Schwerin ganz vorne dabei war, denn ihre Größe ist auch ihr Vorteil – ohne Probleme kann das Unternehmen Bautrupsps aus verschiedenen Niederlassungen zusammenziehen, um Großbaustellen gemeinsam abzuwickeln. Mobilität ist neben Größe in dünn besiedelten Gegenden eben ein weiterer Vorteil – und die Autobahnen stellen dafür die Lebensadern der Firma dar.

### KAMPF DEN FLIEHKRÄFTEN

Aber Größe und dezentrale Tätigkeit schaffen auch Probleme. Von Rostock, wo Jahnke in Personalunion zur alpina-Geschäftsführung auch noch die Niederlassung leitet, bis zur jüngsten Außenstelle des Unternehmens in Erfurt sind es 490 km, nach Cottbus immerhin noch 350 und für die Fahrt zum Firmensitz der AG in Stahnsdorf muss Jahnke 240 km zurücklegen. Dagegen sind die 180 km in die erste Westfiliale der alpina in Hamburg schon moderat. Die Marktbedingungen der einzelnen Filialen sind unterschiedlich, ebenso ihre Personalstrukturen und ihre Ausstattung mit Maschinen; kein

einfaches Unterfangen, dieses formal von Stahnsdorf dirigierte Unternehmen zu lenken. Für Jahnke und Schrabbe heißt das viel Kommunikation via Telefon und E-Mail und viele Stunden auf der Straße. Besonders für Jahnke – der ist für die technische Abwicklung in der Geschäftsführung zuständig – und damit Ansprechpartner für die Niederlassungsleiter bei speziellen Fragen hinsichtlich Ausschreibungen, Auftragsabwicklung, Maschineneinsatz und Personal. „Das wird eigentlich schon alles in den Filialen selbstständig abgewickelt. Aber es besteht zum Teil der Wunsch, dass ich da noch mal draufgucke“, sagt Jahnke. Das hänge aber auch von den Personen ab. „Der eine möchte eben mehr an die Hand genommen werden als der andere.“

Regelmäßige Besprechungsrunden und Aussendungen der Zentrale an die Filialen helfen, die Zusammenarbeit zu unterstützen. Trotzdem verlangen die räumlichen Entfernungen ein hohes Maß an Selbstorganisation der Niederlassungen. Aber gleichzeitig muss noch alpina drin sein, wo alpina draufsteht. „Ich sage mal, die Vernetzung in den Filialen, die hat manchmal Blüten getrieben. Das musste man einfach mal wieder zusammenfügen“, meint der 44-Jährige. Es sei nicht darum gegangen, die Niederlassungen an die kür-

## ALPINA

### Die Landschaftsgärtner AG

Eigentlich reichen die Wurzeln der alpina schon in das Jahr 1953 zurück. Damals gründete sich in Kleinmachnow aus drei kleinen Betrieben die „Arbeitsgemeinschaft der Landschaftsgärtner“. Am 1. Mai 1960, dem „Tag der Arbeit“, wurde daraus die Gärtnerei Produktionsgenossenschaft „Alpina“ Kleinmachnow (rechtliche Wirkung ab 1.1.1961). Denn die alpina war nicht nur eine große Landschaftsgärtnerei mit mehreren Außenstellen, sondern sie produzierte auch Beet- und Balkonpflanzen, Schnittblumen wie Nelken und Chrysanthenen (1985: 13,1 Mio. Jungpflanzen) sowie Gemüse. Zur Wende hatte die GPG sechs Niederlassungen mit 14 Arbeitsgruppen und 290 Mitarbeitern. Seit 1.1.1990 firmiert die alpina als Aktiengesellschaft mit Sitz in Stahnsdorf. *tw*



4



5



6



7



8



9

**4** Peter Herrmann war vormals einer von drei alpina-Vorständen, heute leitet er die Niederlassung in Halle

**5** Holger Schwertner ist Niederlassungsleiter in Hamburg

**6** Andreas Feige ist Niederlassungsleiter in Berlin-Ahrendsfelde

**7** André Landwehr ist Niederlassungsleiter in Potsdam-Ludwigsfelde

**8** Bodo Heß ist Niederlassungsleiter in Cottbus

**9** Mirko Fey ist Betriebsleiter in Erfurt



zere Leine zu nehmen, sondern einfach wieder mal Strukturen zu schaffen und Vorgaben zu geben. „Aus dieser Geschichte ist ein Organisationshandbuch hervorgegangen, in dem bestimmte Sachen geregelt werden“, erklärt Jahnke; etwa einheitliche Werbeauftritte, Schriftform, Ausdrücke und Maschineneinsatz. „Das war unheimlich arbeitsintensiv, das wieder in die Reihe zu bringen.“

Auch bei den Maschinen hat die AG für Vereinheitlichung gesorgt. Die eigene Baumaschinenvermietung hat das Unternehmen aufgegeben und setzt jetzt auf Rahmenverträge mit Vermietern und Herstellern. „Das ist ein Prozess, der ein bisschen gedauert hat – aber wir sind fast damit durch“, erzählt Jahnke. „Maschinen kaufen kann ich ja an jeder Ecke, aber der Service ist entscheidend.“ Weswegen sich die AG für flächendeckend vorhandene Unterneh-

men entschieden hat, die auch entsprechende Konditionen anbieten können.

### PUFFER FÜR DEN OSTEN

Nach 1990 haben viele Westfirmen den Gang nach Osten angetreten. Die meisten dieser Neugründungen sind spätestens nach den Boomjahren, in denen die Infrastruktur aufgebaut wurde, vom Markt verschwunden. Die alpina gehört zu den ganz wenigen ostdeutschen Unternehmen, die den entgegengesetzten Weg gegangen sind. Als sich 2002 abzeichnete, dass es für die Rostocker Niederlassung nach Auslaufen der IGA-Aufträge eng werden könnte, beschloss die AG den Aufbruch gen Westen. Mit an der Ostsee eingearbeiteten Kräften startete die alpina 2003 in Hamburg; was dort nicht gerade Begeisterungstürme auslöste: „Die hatten natürlich Angst, dass wir gleich mit 50 Mann

da reingehen und den Markt kaputt machen“, sagt Jahnke schmunzelnd. Das hätte man aber gar nicht vor gehabt. „Wir wollten das Step by Step wachsen zu lassen.“ Peu à peu wurden die Rostocker Mitarbeiter gegen Hamburger ausgetauscht; ein innerhansesstädtischer Personalausgleich gewissermaßen. Seit 2005 steht die Filiale an der Elbe auf eigenen Füßen. „Es ist nach wie vor nicht ganz einfach. Der Hamburger Markt ist ziemlich geschlossen“, meint Jahnke, aber die Situation habe sich verbessert. „Ganz am Anfang hatten wir Probleme, dass uns keiner Material verkaufen wollte“, erzählt der Mecklenburger. „Aber dadurch, dass wir überregional tätig sind und mit Baustoffhändlern zusammenarbeiten, die überall sind, haben wir das dann halt so gelöst.“ Heute sei das alles schon viel lockerer. „20 Jahre nach der Wende sind auch auf der Auftraggeberseite Leute aus dem Osten



10



11



12

**10** Im Sandtorpark in Hamburg entsteht eine Sitzanlage aus hochwertigem Sichtbeton. Der Park ist die grüne Seele des neuen Stadtteils „Hafencity“

**11** Nach den Erfahrungen mit der IGA war die Niederlassung Rostock auch auf der BuGa in Schwerin erfolgreich

**12** Die Berliner Wohnanlagen sind Betätigungsfeld der alpina service GmbH

gelandet. Von daher sind wir da auch nicht so ganz unbekannt“, führt Jahnke als einen der Gründe an. Außerdem würden bestimmte Auftraggeber es ganz spannend finden, dass da eine Firma aus dem Osten kommt. „Was wir feststellen, ist, dass wir jetzt recht viele beschränkte Ausschreibungen erhalten.“

Auch von Hamburg aus hat die alpina wieder eine Gartenschau im Fokus. Derzeit arbeitet sie eine Reihe von Losen in Nordstedt ab; die Landschaftsbauarbeiten erledigen die Hamburger, die vegetations-technischen Arbeiten machen die Rostocker – auf besonderen Wunsch des Auftraggebers hin. Denn Jahnkes Truppe verfügt ja schon über Gartenschauerfahrung.

## HINWENDUNG ZUR PRIVATKUNDSCHAFT

„Der Markt ändert sich auch – aber langsamer als im Westen und bevorzugt in bestimmten Bereichen“, erklärt Jahnke den Wandel in der Auftraggeberstruktur. „Bei uns an der Küste ist es schon so, dass wir ganz viele private Auftraggeber haben; nicht nur Hoteliers, sondern auch Privatgartenbesitzer.“ Aber auch Potsdam und Hamburg hätten zum großen Teil gewerbliche und private Auftraggeber. „Für unsere Größe haben wir in Rostock mit 20% Anteil schon viel Privatkunden“, meint der Norddeutsche. Der Wandel hänge natürlich auch von der Mitarbeitergeneration ab. „Die sind völlig unterschiedlich geprägt. Die jüngeren haben ja schon eine ganz andere Ausbildung, wo Planung mit dabei war“, sagt Jahnke. Trotzdem habe es nicht funktioniert, die Studienabgänger zu Bauleitern und Planern in Personalunion zu machen. „Das ging gar nicht. Die sind raus aus dem Planungsgeschäft und sehen nur noch den Baustellenablauf, z. B. wo sie mit dem Radlader durchkommen“, meint der Ingenieur mit Blick auf die jüngeren Kollegen. Seitdem arbeiten die Niederlassungen für die Planung mit freien Mitarbeitern und unabhängigen Büros zusammen. Spannend ist, dass gerade die Niederlassung in Rostock auf „Privatkundenschaft extrem“ eingestellt worden ist. Dort lernen die Mitarbeiter auch Kleinstaufträge gewinnbringend abzuwickeln. Kleine schnelle Einsatztrupps mit Pritschenwagen machen es möglich. „Wenn ich einen 500-Euro-Auftrag habe und da bleiben 100€ hängen – das ist doch ganz in Ordnung“, findet der Ingenieur. Hier mal ein paar Platten aus-

wechseln oder dort Kompost wegfahren – das komme alles vor. Aber das müsse natürlich erst mal innerhalb der Struktur etabliert werden, dass nicht um jeden Kleinstauftrag ein „Riesen-Verwaltungsaufwand“ betrieben wird. Da seien aber auch andere Filialen ganz gut vorangekommen.

## DIE PFLEGE IST EBENFALLS IM AUFWIND

Neben der Hinwendung zum Privatkunden ist bei der alpina noch eine andere Entwicklung zu beobachten – der Trend zu mehr Pflege. „Das ist auch standortbezogen, gerade Berlin, Halle, Potsdam und Rostock machen sehr viel Pflege“, erzählt Jahnke und die Tendenz sei steigend. Eine eigene alpina Service GmbH mit Sitz unter dem gemeinsamen Dach in Stahnsdorf ist mittlerweile zumindest bei den größeren Filialen mit Mitarbeitern vertreten. Geführt vom Niederlassungsleiter bietet die Firma in der Firma die gesamte Palette vom Winterdienst über Instandhaltungsarbeiten, Havariedienste, Graufächenreinigung bis hin zu Graffitiabeseitigung. Bauleiter und Vorarbeiter sind übrigens in der Mehrzahl Bauleiterinnen und Vorarbeiterinnen; ein in der Pflege häufig zu beobachtender Umstand.

Für die Niederlassung Berlin-Ahrensfelde spielt die Wohnungswirtschaft eine prominente Rolle. Die mit 50% am Gesamtumsatz der Filiale beteiligte alpina Service GmbH macht hier 80% ihres Umsatzes mit der Pflege des Wohnumfeldes. Niederlassungsleiter Andreas Feige sieht generell den Trend, dass die Genossenschaften wieder mehr machen und auch eher wieder den GaLaBau beauftragen: „Die haben gemerkt, wenn man so Große drinnen hat – die kann man gar nicht von heute auf morgen rauschmeißen“, sagt der Ingenieur. „Sie finden ja keine geeigneten Firmen, die da schnell einspringen können.“ Da würden lieber die Lose geteilt und an mittelständische Firmen vergeben – schließlich könne man die erstens leichter ersetzen und leichter knebeln könne man sie auch.

Bei vielen Filialen sei mittlerweile eine klare Dreiteilung zu beobachten, erklärt Jahnke: die Pflege, ausgeführt durch die Service GmbH, der klassische GaLaBau mit Erdbewegungen und Wegebau und das Privatkundengeschäft. Dazu kommen die häufig unterschätzten Reparaturen; also die zuvor beschriebenen Kleinstaufträge. Dabei werde „grauer“ und „grüner“ Bereich strikt

### STANDORT



### BETRIEBSDATEN

#### alpina AG/alpina Service GmbH

- **Gründung:** 1/1991 (GPG: 1/1961)
- **Gesellschaftsform:** AG (Mitarbeiterbeteiligungsgesellschaft) + GmbH, Niederlassungen in Berlin, Cottbus, Erfurt, Halle, Hamburg, Potsdam und Rostock
- **Vorstand:** Christian Jahnke und Jürgen Schrabbe
- **Vorsitzender Aufsichtsrat:** Hans-Joachim Schwenke
- **Eigenmittel:** 8,30 Mio. € (2009)
- **Eigenkapitalquote:** 63,10% (2009)
- **Umsatz:** 18,60 Mio. € (AG, Neubau), 2,06 Mio. € (Service GmbH, Pflege 2009)
- **Jahresüberschuss:** 0,278 Mio. € (AG, Neubau), 0,149 Mio. € (Service GmbH, Pflege 2009)
- **Materialkostenanteil:** 29,20%
- **Mitarbeiter:** 230, davon unter anderem 27 Ingenieure, 15 Azubis
- **Anzahl Bauleiter:** 15
- **Auftraggeberstruktur:** Öffentliche Hand/Submission (inkl. Pflege, 50%) Privat (20%), Wohnungswirtschaft (20%), Gewerbe (10%)
- **Mitgliedschaften:** FGL Berlin-Brandenburg, FGL Hamburg, FGL Mecklenburg-Vorpommern, VGL Sachsen-Anhalt
- **Marketingverbände:** „Bauen mit Werten“
- **EDV-Lösungen:** KS 21 (aktuell Wechsel von GaLaOffice2 auf GaLaOffice 360°)



getrennt; personell wie maschinell. „Die Mischung hat überhaupt nicht funktioniert“, meint Jahnke rückblickend. „Dann haben wir das völlig voneinander getrennt.“

Grundsätzlich ging mit dem Wandel der Auftraggeberstruktur auch ein Konzentrationsprozess auf Kerngeschäftsfelder einher. Deshalb hat die alpina die Baumaschinenvermietung ebenso aufgegeben wie vor drei Jahren eine eigene Sportplatzfirma. Die Niederlassung in Spremberg ist nach Cottbus gezogen und war damit viel näher an der Autobahn zwischen Berlin und Dresden. Der Standort in Schwedt wurde geschlossen – aus Mangel an geeigneten Mitarbeitern, die bereit waren, sich in der Raffineriestadt niederzulassen. Dafür kam 2009 die Filiale in Erfurt dazu. Und die alpina hat sich auch deutlich verschlankt, den Wasserkopf abgebaut. Aus der 32-Mann-Abteilung, die 1991 in Stahnsdorf unter anderem die Verwaltung und zentrale Kalkulation gemacht hat, ist letztlich ein Büro für Finanz- und Lohnbuchhaltung mit 5 Mitarbeitern geworden. Die Filialen sind nun eigenständiger und buchen selbst. Mitvorstand Schrabbe, der einst Mitarbeiter in einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft war, die für die alpina gearbeitet hat, kann sich ganz auf große betriebswirtschaftliche Aufgaben konzentrieren.

## STRUKTURAUFGABE GENERATIONSWECHSEL

In dem Maße, wie Ost und West zusammengewachsen sind, ist aus der ehemaligen Ostfirma auch ein gesamtdeutsches Unternehmen geworden, in das selbst Niederlassungsleiter aus der alten Bundesrepublik kommen; wie etwa der junge André Landwehr in Ludwigsfelde, der aus dem Osnabrücker Land stammt.

Trotzdem bestimmen die Gründer der Aktiengesellschaft noch kräftig mit. Da gehe manchmal das Gleichgewicht zwischen Inaktiven und Aktiven etwas verloren, gibt Jahnke zu. „Die Mitarbeiter im Ruhestand haben natürlich in einer anderen Zeit gearbeitet. Sie können nicht mehr alle aktuellen Abläufe im Tagesgeschäft nachvollziehen“, hat der Rostocker beobachtet und plädiert dafür, dass die Altaktionäre Anteile an den Nachwuchs verkaufen. „Früher gab es eine Regel, dass sie ihre Aktien mit dem Ausstieg aus der Firma abgeben mussten, aber das war rechtlich nicht haltbar“, begründet der Norddeutsche die Entwicklung. Einige betrachten die Sache mit den Aktien ein biss-

chen als ihr Hobby und gleichzeitig gebe es bei Geldanlagen ja derzeit nur geringe Zinsen. Da bei der alpina mehr als 2 oder 3% Rendite zu erwarten sind, zielt sich mancher Altaktionär auch aus wirtschaftlichen Gründen zu verkaufen. Dass damit ein weiterer Vorteil der Aktiengesellschaft in Gefahr gerät, nämlich die Motivation der Mitarbeiter durch Erfolgsbeteiligung, nimmt da der eine oder andere wohl in Kauf.

Aber nicht nur bei Aktionären ist der Generationswechsel alles andere als einfach. „In der Mitarbeiterschaft haben wir mittlerweile eine ganz schöne Mischung. Aber je nach Hierarchieebene haben wir Probleme, Nachwuchs zu bekommen“, erzählt Jahnke und begründet damit auch die Zusammenarbeit mit den Hochschulen in Erfurt und Osnabrück. Ergebnis ist unter anderem, dass Prof. Wolfgang Ziegler – gerade an der Hochschule Osnabrück emeritiert – seit zwei Jahren bei der alpina im Aufsichtsrat sitzt; zusammen mit dem Anwalt Dr. Wolf-Rüdiger Pasch und dem Notar Hans-Joachim Schwenke als Vorsitzendem.

Gleichzeitig versucht die alpina die eigenen Leute weiterzuqualifizieren, denn die Personalsuche habe auch viel mit „trial and error“ zu tun. „Da muss man relativ viel Zeit investieren, um da was auszuprobieren“, ist Jahnkes Erfahrung. Schließlich würden auch Leute gebraucht, die sich dauerhaft mit der Gegend identifizieren. „Sie kommen nie in der Region an, wenn sie jedes Wochenende 500 km nach Hause fahren.“ Und es sei schwierig, Leute von außen in einige der Städte reinzubringen, in denen die alpina Niederlassungen unterhält.

Jahnkes Job funktioniert nur, weil er zu Hause in Rostock eine gut organisierte Truppe hat, die weitgehend dem eigenen Nachwuchs entstammt. Er muss sich nicht mehr um die Baustellen seiner Niederlassung kümmern. Trotzdem sorgt der Tanz auf zwei Hochzeiten manchmal für Probleme. „Da gibt es Kunden, die sagen, den Jahnke sieht man auch nicht mehr hier“, erzählt der Mecklenburger. Das sei natürlich gefährlich. Ein ähnliches Problem hatten die Rostocker während ihrer Westausflüge nach der IGA. Da hatten einige Auftraggeber schon gesagt: „Hey, ihr arbeitet doch gar nicht mehr hier.“ Danach hat die alpina auch in Rostock wieder verstärkt Flagge gezeigt.

TEXT: **Tjards Wendebourg**, Redaktion  
DEGA GALABAU  
BILDER: **alpina** (11), **Wendebourg** (2)

## +++ KONTAKT



**alpina AG Stahnsdorf**  
Wilhelm-Külz-Straße 118 A  
14532 Stahnsdorf  
Telefon +49 3329/69 02-0, Fax -29  
info@alpina-ag.de  
www.alpina-ag.de

**NL Berlin/Ahrensfelde**  
Neuer Schwanebecker Weg 1  
16356 Ahrensfelde  
Telefon +49 30/93 02 96-0, Fax -20  
berlin@alpina-ag.de

**NL Cottbus**  
Am Gewerbepark 3, 03051 Cottbus  
Telefon +49 355/43 09 19-0, Fax -19  
cottbus@alpina-ag.de

**NL Erfurt**  
Rudolstädter Straße 100, 99099 Erfurt  
Telefon +49 361/65 75 58-80, Fax -88  
erfurt@alpina-ag.de

**NL Halle**  
Kaolinstraße 3, 06126 Halle  
Telefon +49 345/8 04 02 83, Fax 8 05 75 25  
halle@alpina-ag.de

**NL Hamburg/Rellingen**  
Hermann-Löns-Weg 34, 25462 Rellingen  
Telefon +49 4101/36 99 20, Fax 36 96 52  
hamburg@alpina-ag.de

**NL Potsdam/Ludwigsfelde**  
Struweg 5, 14974 Ludwigsfelde  
Telefon +49 33 78/85 66-0, Fax -66  
ludwigsfelde@alpina-ag.de

**NL Rostock**  
Schutower Ringstraße 10, 18069 Rostock  
Telefon +49 381/2 07 47-0, Fax -22  
rostock@alpina-ag.de