



silbengold konzeption redaktion
Unternehmenskommunikation vom Feinsten

Publikationen, Webseiten, Pressearbeit und vieles mehr

Referenzen

Arcus Natürlich Wohnen

Dizon fashion

Dr. Katja Schnier

Heraeus

Initiative Integratives Leben

METRO AG

METRO Cash & Carry Deutschland

NetDoktor.de

PASCOE Naturmedizin

Promedica Plus

Pro Casa Immobilien

Schöne Aussichten – Verband selbständiger Frauen

Stadtsparkasse Düsseldorf

Steuerberatungskanzlei Rasmus Lüke

Stifterverband für die deutsche Wissenschaft

Vaillant Deutschland



Referenzen Publikationen

Kundenmagazine, Mitarbeiterzeitschriften,
Broschüren, Newsletter etc.

sil | ben | gold 
konzeption
redaktion

Kundenmagazine



Dialogimpuls
Kundenmagazin der Stadtsparkasse Düsseldorf
Ausgabe 2/2016



Chinesische Unternehmen in Düsseldorf Klein-Peking am Rhein

Düsseldorf ist europaweit bekannt für seine große japanische Gemeinde. Doch seit einigen Jahren gibt es „Konkurrenz“: Rund 400 chinesische Unternehmen haben mittlerweile Standorte in der Rheinmetropole eröffnet. Davon profitiert nicht nur die lokale Wirtschaft – die wachsende chinesische Gemeinde bereichert darüber hinaus das kulturelle und gastronomische Angebot der Landeshauptstadt.

Im Norden von Düsseldorf hat das Unternehmen Sengled seine europäische Heimat gefunden. Mitte 2015 eröffnete der Beleuchtungsspezialist aus Shanghai eine Niederlassung im beliebten Businessquartier zwischen Seiden-, Heppesallee und Böhrlerstraße. Sengled ist Experte für „smart lighting“ – Lichtkonzepte mit intelligentem Zusatznutzen, wie integrierten JBU-Lautsprechern oder Sicherheitskameras, die sich mobil per App steuern und dimmen lassen. „Nach den USA, Kanada und Australien wollen wir nun den europäischen Markt erschließen“, sagt Toni Cheng, CEO von Sengled Europe. Die Entscheidung für den Standort Düsseldorf war dabei schnell getroffen. Schließlich lebt Toni Cheng bereits seit 2012 in der Rheinmetropole. Bevor der 40-Jährige die CEO-Position bei Sengled übernahm, steuerte er das Deutschlandgeschäft des chinesischen Smartphone-Hersteller Huawei, ebenfalls vom Düsseldorfer Businessquartier aus. „Dank der zentralen Lage ist Düsseldorf der ideale Ausgangspunkt für die Erschließung des europäischen Marktes“, erklärt Toni Cheng. „Für Sengled ist gerade die Nähe zu den Niederlanden und Frankreich entscheidend, denn auf diese Länder konzentrieren wir unsere Expansionsaktivitäten.“ Ein weiterer wichtiger Faktor ist die starke Präsenz namhafter internationaler Unternehmen in der Landeshauptstadt. „Kooperationen mit Smartphone- und Mobilfunkanbietern sind für uns sehr wichtig. Hier in Düsseldorf haben wir viele Topplayer, wie Telekom, Vodafone, E-Plus und Huawei, in direkter Nachbarschaft.“



Toni Cheng, CEO von Sengled Europe

Im Umkreis von 500 Kilometern rund um Düsseldorf leben rund 155 Millionen Menschen.

Das sind 31 Prozent der EU-Bevölkerung...

die wiederum für 50 Prozent der Kaufkraft im gesamten Wirtschaftsraum stehen.

Starke Standortvorteile

Sengled ist eines von vielen chinesischen Unternehmen, die sich in den vergangenen Jahren in der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt niedergelassen haben. Frank H. Stolpmann wundert das nicht. Seine SMB Management- und Beteiligungs-GmbH ist auf Unternehmensnachfolge-Aufgaben spezialisiert und hat gerade eine Studie zu chinesischen Akquisitionsoptionen in Deutschland veröffentlicht. Im Umkreis von 500 Kilometern rund um Düsseldorf leben rund 155 Millionen Menschen“, erklärt er. „Das sind 31 Prozent der EU-Bevölkerung, die wiederum für 50 Prozent der Kaufkraft im gesamten Wirtschaftsraum stehen.“

Ein weiterer Pluspunkt der Rheinmetropole ist die hervorragende Infrastruktur mit Deutschlands drittgrößem Flughafen, einem dichten Autobahnnetz und einer Vielzahl internationaler Topfirmen. Angesichts der starken Standortvorteile sind bereits rund 400 chinesische Firmen in Düsseldorf aktiv. Unterstützt werden sie von der städtischen Wirtschaftsförderung. Die Landeshauptstadt hat dafür 2004 zusammen mit Mexiko und HK Düsseldorf das sogenannte China-Kompetenzentrum geschaffen. Das chinesischnurige Team informiert über den Wirtschaftsstandort, hilft bei der Suche nach Immobilien oder bei der Vorbereitung von Visaverfahren, vermittelt Kontakte zu Rechts- und Steuerberatern sowie zu Personaldienstleistern und unterstützt in enger Zusammenarbeit mit anderen Bereichen der Stadtverwaltung bei einer Vielzahl administrativer Themen.

Die Dreizehn vor in Düsseldorf: Rund 20.000 Menschen treffen jedes Jahr im Oktober zum Chinafest rund um den Rathausplatz.



Gewinn für alle Beteiligten

„Wir möchten es chinesischen Investoren so leicht wie möglich machen“, erklären Elisabeth Inhester und Simone Henschhausen vom China-Kompetenzentrum. „Dabei fungieren wir als zentrale Ansprechpartner für die Unternehmen.“ Die serviceorientierte Strategie geht auf – das zeigt die wachsende Zahl chinesischer Unternehmen und insbesondere deren überaus positive Entwicklung, die von profitiert wiederum die Stadt, schließlich bringen die neuen Nachbarn aus Fernost zusätzliche Einnahmen und schaffen neue Arbeitsplätze. Viele chinesische Firmen beschäftigen bewusst deutschstämmige Mitarbeiter, um von deren spezifischem Know-how sowie der Erfahrung mit deutschen Gepflogenheiten zu profitieren. Zudem ergeben sich Chancen im Umfeld der Unternehmen – vom Übersetzungsdienst über chinesischnurige Spezialisten, wie Ärzte und Anwälte, bis hin zu Werbe- und Kommunikationsberatung oder zur Organisation von Veranstaltungen. Warum die Stadt gerne auf China setzt? „China ist der wichtigste Handelspartner Deutschlands in Asien“, betont Elisabeth Inhester. „China ist nicht langer Werkbank der Welt, chinesische Unternehmen bieten inzwischen technologisch anspruchsvolle Produkte und Services. Für Düsseldorf war schon sehr früh klar, dass dieser Wandel mit einer stärkeren Internationalisierung chinesischer Firmen einhergehen wird. Deshalb wurde bereits 2004 mit der Verankerung des Standortes in Richtung China begonnen.“

Kulturelle Vielfalt

Die zunehmende chinesische Präsenz wirkt aber nicht nur in ökonomischer Hinsicht bereichernd. Etwa 3.400 chinesischnurige Menschen leben derzeit in Düsseldorf. Diese junge chinesische Gemeinde prägt zunehmend das kulturelle und gastronomische Angebot. So ist nahe dem Hauptbahnhof ein Chinaviertel mit chinesischen Supermärkten, Boutiquen, Bars und Restaurants entstanden. Organisationen wie die Gesellschaft für Deutsch-Chinesische Freundschaft, Düsseldorf e.V., das Düsseldorf China Center, die Chinese Entrepreneurs Association NRW e.V. oder das Konfuzius-Institut bieten zahlreiche Gelegenheiten, sich untereinander zu vernetzen und auszutauschen. Anfang 2015 richtete die chinesische Regierung sogar ein zusätzliches Generalkonsulat in Düsseldorf ein – ein starkes Symbol für die enge Zusammenarbeit mit der Landeshauptstadt. Auch in Sachen Veranstaltungskultur hat Düsseldorf China längst fest in den Jahreskalender integriert. Das Chinafest lockt jährlich viele Besucher auf den Rathausplatz, ebenso wie das traditionelle Drachenbootrennen im Medienhafen. Auch Sengled-CEO Toni Cheng ist mit Frau und Sohn gern zu Gast bei diesen Events. Schließlich bringen sie ein Stück chinesischnurige Lebensgefühl an den Rhein. Was er an Düsseldorf besonders mag? Den Rhein und die Ruhe. „Vergleichen mit chinesischen Städten, ist Düsseldorf in puncto Verkehr eine Oase der Ruhe und Ordnung.“

Studie: chinesische Akquisitionen in Deutschland

Über 100 chinesische Akquisitionen in Deutschland seit 2010 – Studie und Überblick zu Unternehmen, Branchen, Größen, geografischen Schwerpunkten sowie beteiligten Beratern.
Herausgeber: SMB Consultants, Neuer Zollhof 3, 40221 Düsseldorf, www.smbconsultants.de

Dialogimpuls
Kundenmagazin der Stadtparkasse Düsseldorf
Ausgabe 2/2016

DIE TASCHEN VOLLER LACHEN

Mit einem verschämten Lächeln kommt man hier nicht weit: Das Lachyoga-Seminar von Gisela Dombrowsky verlangt vollen Körpereinsatz. Erst wenn das Zwerchfell um Gnade fleht, ist das Ziel erreicht: vollkommene Entspannung.

TEXT SABINE SCHÖRER FOTOGRAFIE JOERGI LETZ

Heute habe ich etwas Außergewöhnliches vor. Ich werde ein Lachyoga-Seminar besuchen. Denn ich bin ein neugieriger Mensch und möchte wissen, wie sich das anfühlt: auf Kommando lachen, ohne jeden Grund. Außerdem bin ich stets auf der Suche nach einfachen Wegen, Stress abzubauen. Mit Lachyoga soll das möglich sein. Ich bin sehr gespannt. Und ganz schön nervös.

Außer mir haben an diesem trüben Samstagmorgen elf andere Frauen und ein Mann den Weg ins Familienbildungszentrum in Neuss bei Düsseldorf gefunden. Ihr Motiv: Sie wollen lachen. Nicht einfach so. Sondern unter Anleitung. Und nicht aus Spaß. Sondern für den inneren Ausgleich. Auf dem Seminarprogramm steht: Lachen, lachen und noch mal lachen. Herzhaft, ausdauernd, sechs Stunden lang. Dazu geht es erstmal in den Keller. Dort erwartet Trainerin Gisela Dombrowsky ihre Lachgemeinschaft im Trainingsraum. Auch dem Neuling wird gleich klar, worum es hier geht. Daran lassen viele bunte Smileys, gelbe Ballons mit

Frei herauslachen tut Körper und Seele gut

lachenden Gesichtern und nicht zuletzt das frohliche Outfit der Trainerin keinen Zweifel. „Mit Lachen zum Erfolg“ steht auf ihrem orangefarbenen T-Shirt. Na dann, nichts wie los. Freundlich begrüßt die Neuserin ihre Gäste und bittet darum, es sich im vorbereiteten Stuhlkreis bequem zu machen.

BUNTE TRUPPE

Jetzt wird sich erst mal vorgestellt. Mit dabei ist zum Beispiel Andreas, als einziger Mann selbst ernannter „Quoten-Lacher“. Er erhofft sich Inspiration für seine Arbeit in der Erwachsenenbildung. Oder Ingrid. Eigentlich hatte sie ihrem Mann die Teilnahme am Lachyoga-Seminar zum Geburtstag geschenkt. Der hat sich aber nicht getraut. Ingrid war mutiger. Nun sitzt die Grundschullehrerin an seiner Stelle hier. Und dann ist da noch Ute. Sie hat sich auf Anraten einer Freundin angemeldet, um mal ein bisschen was für sich zu tun. Die Motive der Teilnehmer könnten unterschiedlicher kaum sein. Aber eines haben alle gemeinsam: Sie sind neugierig und offen für Ungewöhnliches.

49 50

EINFACH VIELSEITIG

Bevor wir lachen, steht aber noch ein wenig Theorie auf dem Plan. Wir erfahren, dass Lachyoga aus Indien stammt. 1995 erfand Dr. Madan Kataria die Methode und trug sie von Mumbai in die Welt hinaus: Heute gibt es weltweit mehrere Tausend Lachclubs, in denen sich Menschen treffen, um gemeinsam zu lachen. Und das tut gut – nachweislich. Studien belegen, dass ausgelassenes und regelmäßiges Lachen Geist und Körper gleichermaßen stimuliert. Damit lässt sich beispielsweise depressiven Verstimmungen vorbeugen, der Stoffwechsel ankurbeln, das Lungenvolumen steigern und Schmerz lindern. Mit das Beste am Lachyoga ist, dass es so einfach ist. Man braucht weder teure Geräte noch zeitintensive Kurse. Lachen kann jeder, überall, kostenlos und zu jeder Zeit.

HEMMUNGEN ÜBERWINDEN

Zum Beispiel wir, hier und jetzt. Gisela Dombrowsky macht nämlich Ernst; der praktische Teil beginnt. „Wir werden jetzt gemeinsam lachen“, sagt sie. Mir frieren erst mal die Gesichtszüge an, meine Mundwinkel bewegen sich unkontrolliert in

Richtung Hallenboden. „Auf Kommando lachen? Wie peinlich, das kann ich nicht, ist mir auch viel zu blöd“, denke ich, leicht panisch. Ein Blick auf meine Mitstreiter zeigt, dass auch sie mit ihren Hemmungen kämpfen. „Das ist ganz normal“, beschwichtigt unsere Trainerin. „Lass euch Zeit und gebt euch selber die Erlaubnis, loszulassen und albern zu sein.“ Dazu stellen wir uns zunächst in einem großen Kreis auf. Es folgen

einige leichte Yogaübungen zum Auflockern. Dann starten wir ins Lachyoga mit einem zaghaften „Hohohahaha“, begleitet von rhythmischem In-die-Hande-Klatschen. Und nochmal „Hohohahaha“ tönt es schon etwas lauter aus vierzehn Köhlen. Zehn Hohohahahaha später können wir dabei schon lachen. Die Trainerin beginnt mit den ersten echten Übungen.

ANLAUFSCHWIERIGKEITEN

„Macht doch mal den Pinguin“, fordert sie uns auf und zeigt, wie es geht: auf den Fersen trüppeln, Ellenbogen anwickeln und mit den Händen flattern. Und das Wichtigste dabei: lachen, lachen, lachen. Auf die anderen zugehen und sich laut anlachen. Grimassen schneiden, möglichst skurril aussehen. Darum geht es bei den Tierübungen. Außer dem Pinguin stehen noch Gorilla und Huhn auf der Agenda. Ich gebe mir wirklich Mühe, trombele auf meine Brust, flattere mit imaginären Flügeln und lache, was das Zeug hält. Aber in meinem Kopf gibt es nur einen Gedanken: „Hilfe, wer holt mich hier raus?“ Die meisten anderen wirken ebenfalls etwas gequält. Bis auf Angelina. Ihr Gelächter

WAS IST LACHYOGA?

Lachyoga ist Entspannung über Atmung und Lachen. Es baut auf der Tradition des Hatha-Yoga auf und wurde 1995 von dem indischen Arzt Dr. Madan Kataria entwickelt. Die Übungen sind nicht erlernbar und lassen sich jederzeit im Alltag anwenden. Weitere Informationen über Grundlagen, wissenschaftliche Hintergründe und aktuelle Forschungsergebnisse des Lachyoga unter www.hoho-haha.de

steckt an, denn sie wirkt dabei vollkommen authentisch. „Manche kommen schnell ins Lachen, andere brauchen länger“, erklärt unsere Trainerin. „Die Gruppendynamik ist ganz wichtig. Lachen ist ansteckend.“ Deshalb sollen wir Blickkontakt untereinander halten und uns bewusst anlachen. Ich konzentriere mich auf Angelina und versuche, den Kopf mit den lästigen Gedanken auszuschalten. „Lachen kommt aus dem Bauch, es braucht den Kopf nicht. Im Gegenteil, der Kopf hemmt unsere Fähigkeit, frei herauszulachen“, habe ich von Gisela Dombrowsky gelernt. Die folgende Übung hilft mir dabei. Wir stellen uns vor, unser größtes Problem in die Mitte des Raums zu werfen. Dann zeigen wir darauf und lachen es aus. Das klappt richtig gut. Beim die Übung abschließenden „Hohohahaha“ muss ich mich kaum noch überwinden. Das Lachen kommt jetzt beinahe von selbst.

AUF DEM LACHSTERN

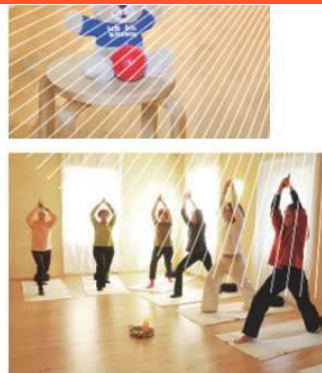
Langsam nähern wir uns dem Höhepunkt des Tages: dem Lachstern. Wir legen uns Kopf an Kopf auf den Boden, sodass unsere Köpfe einen großen Stern bilden. Dann at-

men wir bewusst in Yogamanier. So lange, bis das Lachen aus dem Bauch in die Kehle steigt. Zunächst ist es ruhig, nur die Atemgeräusche sind zu hören. Plötzlich kichert es neben mir. Rosanne, eine junge Fahrlehrerin, kann nicht mehr an sich halten. Sie steckt mich sofort an. Andere stimmen ein, bis die ganze Halle von vielstimmigem Gelächter erfüllt ist. Hat sich ein Teilnehmer beruhigt, beginnt an anderer Stelle jemand zu lachen. So geht es immer weiter. Ich lache so intensiv, dass mir die Bauchmuskeln wehtun. Und ständig steigt neues Lachen in mir auf. Nach einer halben Stunde beendet Gisela Dombrowsky den Lachstern mit einer weiteren Atemübung, die uns wieder ruhiger werden lässt. Langsam stehe ich auf. Ich fühle mich so gut wie schon lange nicht mehr und könnte die anderen umarmen. Innerhalb dieser kurzen Zeit ist eine unglaubliche Nähe zwischen uns entstanden. Diese Nähe wächst weiter, denn nun schenken wir uns gegenseitig Lachen. Wir lachen in unsere hohlen Hände, geben dieses Lachen weiter und erhalten dafür das Lachen anderer. Für die Hosentasche, zum Mitnehmen. Damit wir auch nach Ende des Semi-

nars immer ein Lachen dabei haben und es hervorholen können, wenn wir es brauchen. Eine schöne Idee. Ich stecke mein Lachen vorsichtig in die Tasche meiner Jeans und schaue auf dem Nachhauseweg ab und zu nach, ob es noch da ist. Ja, es ist da. Wann immer ich will.

PROFI IN SACHEN LACHEN

Gisela Dombrowsky ist seit 2006 Gesundheits-Coach und zertifizierte Lachyoga-Trainerin. In Zusammenarbeit mit dem Europäischen Berufsverband für Lachyoga und Humortraining e.V. bietet sie Basisseminare und Coachings für Privatpersonen, Unternehmen, Organisationen und Institutionen der Erwachsenenbildung an. Außerdem gibt sie Workshops und Vorträge zum Thema Lachyoga sowie Lachseminare für Kinder sowie Eltern/Kinder-Seminare zum Angebot www.mit-lachen-zum-erfolg.de



21 grad – Das Vaillant Magazin Ausgabe 1/2011

PLAN B: GEO-ENGINEERING

Der Klimawandel kommt, so viel ist sicher. Wie stark sich die Erde erwärmen wird, hängt jedoch vom Verhalten ihrer Bewohner ab. Es gilt, Treibhausgasemissionen drastisch zu senken. Doch was, wenn das nicht ausreichend gelingt?

TEXT: SABINE SCHROE

Kyoto, Kopenhagen, Cancun – viele Menschen hatten hohe Erwartungen an die Klimagipfel der vergangenen Jahre. Schließlich stand auf dem Agenda nicht das Geringere als die Rettung der Erde vor dem Klimakollaps. Ziel der Verhandlungen war es, international verbindliche Richtlinien zu schaffen, um die weltweiten CO₂-Emissionen deutlich zu senken. Und so den Anstieg der globalen Durchschnittstemperatur gegenüber der vorindustriellen Zeit unter zwei Grad Celsius zu halten. Vom anfänglichen Enthusiasmus blieb allerdings wenig übrig. Richtungsweisende Entscheidungen konnten nicht zustande. Angesichts der dringenden Klimaproblematik begannen einige Wissenschaftler, verstärkt über Maßnahmen nachzudenken, mit denen sich das Klima selbst beeinflussen lässt. Dieser Ansatz nennt sich Geo-Engineering.

FUTURISTISCHE SZENARIEN

Viele Ansätze des Geo-Engineerings werden, als seien sie einem Science-Fiction-Roman entnommen. Manche erscheinen eher durchaus unvernünftig. Ein Überblick:

UMSTRITTENER ANSATZ

Geo-Engineering spaltet die Klimatler. Kritiker befürchten, dass dieser Ansatz die Anstrengungen zur Emissionsreduktion bremsen könnte und so die Ursachen des Treibhauseffekts unverändert belasse. Außerdem ließen sich die Folgen nicht absehen, die das künstliche Eingreifen in komplexe Klimaprozesse mit sich bringen. Es gibt auch ethische Vorbehalte. Dürft der Mensch künstlich in natürliche Prozesse eingreifen? Befürworter des Geo-Engineerings sehen das Ganze eher pragmatisch als präventive Ergänzung zur Emissionsreduktion. Zum Beispiel die erhabende britische Wissenschaftsakademie Royal Society. Geo-Engineering sei keine Alternative zur Emissionsreduktion. Diese sollte vielmehr höchste Priorität haben. Da ihre Umsetzung sich jedoch als schwierig herausstellte, könnten einige Ansätze des Geo-Engineerings funktionsfähig zum Einsatz kommen.

WEITER DENKEN



SZENARIO 1: SONNENLICHT DÄMPFEN

Die Sonne strahlt vom unendlichen Himmel. Obzwar weit streuen mehrere Dutzend Raketen in die Luft. Im Bauch der Hochtemperatur-Schicht strahlen in 50 Kilometer Höhe optisch reines Schwefelhexafluorid in die Atmosphäre. In der Folge sinkt die Temperatur auf der Erde zuweilen um 0,4 Grad. Experten warnen jedoch vor den Nebenwirkungen – es könnte zu lokalen Dürreperioden kommen, die die Partial-erfordernde Messer aufnehmen und das Abheigen verhindern könnten.

WEITER DENKEN

VISION ODER FANTASIERE?

Ob und in welchem Ausmaß sich Geo-Engineering durchsetzen wird, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Zudem müssen die Ansätze sowohl effizient in ihrer Wirkung als auch wirtschaftlich vertretbar sein. Zwischen gilt es, Wissen zu erwerben, um die Risiken einschätzen zu können. Dazu ist weitere intensive Forschung erforderlich. Was offen bleibt, ist die ethische Frage: Darf der Mensch derzeit drastisch in die Natur eingreifen? Die Antwort auf diese Frage fällt wohl individuell sehr unterschiedlich aus. Vermutlich ist es jedoch sicherlich, den Ideen des Geo-Engineerings im Sinne eines Risikotransfers in der öffentlichen Diskussion zu geben.



SZENARIO 2: KOHLE MACHEN

Pflanzen tun genau das, was Geo-Engineerler versuchen wollen. Sie nehmen bei der Photosynthese CO₂ auf und wandeln es. Stroh aus, geben sie es wieder bei. Genau hier setzen einige Wissenschaftler an. Sie arbeiten daran, Biomasse in Braunkohle zu verwandeln. Bei diesem Prozess und hohen Temperaturen spaltet organische Materie alle Substanzen außer Kohlenstoff ab. Zurück bleibt Kohle. Diese kann als Energie eingesetzt oder ein Elektrolyse-Akku verwendet werden. Die Idee gehört derzeit zu den erfolgversprechendsten Geo-Engineering-Ansätzen. Noch verbleibt das Verfahren aber zu viel Energie. Wird dieses Problem gelöst, könnte die Technik künftig eine wichtige Rolle im Kampf gegen den Klimawandel spielen.

SZENARIO 3: OZEANE DÜNGEN

Ein Schiff voll beladen mit Eisenoxiden düngt in See. Mitten auf dem Ozean werden die Partikel ins Wasser gelassen. Das Eisen soll die Algen zu größeren Makroalgen anregen, sodass sie mehr CO₂ aus der Atmosphäre aufnehmen können. Sterben die Pflanzen, sinken sie in die Tiefe und mit ihnen das CO₂. Dieser Ansatz wurde 2009 bereits mithilfe des deutschen Forschungsschiffes Polarstern getestet. Das Ergebnis ergab die Erwartung der Wissenschaftler jedoch nicht. Die gedüngten Algen sanken nicht auf dem Meeresgrund, sondern wurden von wirbeligen Wasserströmungen gesaugt. Kritische Stimmen würden schon im Vorfeld vor der künstlichen Düngung. Denn sie verändern die Meeresflora und damit das ökologische Gleichgewicht der Ozeane.



SZENARIO 4: BÄUME BAUEN

Morgens im Staub auf der Autobahn. Der Blick schweift und bleibt plötzlich hängen. Ein Baum des Straßensidewalks verliert sich in merkwürdige, geometrische Geometrien, die sich entziehen an Bäume erinnern. Neben jedem dieser Bauwerke ragt ein spezialisiertes Windrad in die Höhe. Die Lösung des Problems: Es handelt sich um sogenannte Nanobäume. Ihre Aufgabe ist es, CO₂ aus der Luft zu absorbieren. Die Windräder fangen den Bäumen das CO₂ zu. Diese speichern es in ihrer natürlichen chemischen Prozesse in Kohlenstoff. Durch diesen Baum sich daraus: außer das gebundene CO₂ herauslösen und unterirdisch, etwa in stillgelegten Bergbaustollen, lagern. Diese Idee wird unter dem Begriff „Air Capture“ als „Wunderwerk“ gegen den Klimawandel intensiv diskutiert. Daran sind die damit verbundenen Kosten allerdings noch sehr hoch. Erst wenn sie bei weniger als 72 Euro pro Tonne CO₂ liegen, lohnt sich das Verfahren nach Einschätzung von Experten.



21 grad – Das Vaillant Magazin Ausgabe 2/2011

HASENPOST



LEON LIEBT PUCCINI Wenn Mama auf den Hund kommt

TEXT: SABINE SCHRÖR

Samstagsmorgen, 4:30 Uhr: Etwas bohrt mir seine Finger in die Seite. „Mama, aufwachen!“ Widerwillig öffne ich ein Auge und blicke direkt in das Gesicht meines vierjährigen Sohnes – für ihn das Zeichen zum Frontalangriff. „Mama, steh auf. Ich will einen Hund!“, schreit der Kleine in mein Ohr. Himmel, nicht schon wieder dieses Thema. Seit geschlagenen drei Wochen liegt Leon mir damit in den Ohren. Schuld ist Ben, sein neuer Kindergartenfreund. Der nennt nämlich ein riesiges haariges Etwas sein Eigen: Puccini, einen wenig musikalischen, dafür aber umso anhänglicheren Hirtenhund. Puccini, Ben und natürlich Leon sind unzertrennlich.

„Der ideale Familienhund“, sagt Barbara, Bens Mutter. Schön für sie und schön für Ben. Aber müssen wir auch so ein Kalb beherbergen? Eindeutig „ja“, findet Leon. Eindeutig „nein“, finde ich. Doch da sich mein Durchsetzungswille morgens um halb fünf noch im Tiefschlaf befindet, gewinnt Leon die Schlacht. Wenig später im Tierheim bleibt mein Sohn mit leuchtenden Augen vor einem zotteligen Riesen, wie Puccini einer ist, stehen. „Mama, den da. Der ist süüüüß!“, bettelt er. Der „Süße“ scheint nicht abgeneigt, uns als Ersatzrudel in Erwägung zu ziehen. 30 Minuten und 75 Euro später gehört er uns. Der Beginn einer langen Freundschaft...

Nun ja, so einfach ist es nicht. Denn Chopin, so taufen wir das neue Familienmitglied, ist ziemlich eigen. Sein Geschäft erledigt er lieber unter dem Esstisch statt bei einem der sechs täglichen Spaziergänge. Sein bedrohliches Knurren schlägt selbst unsere treuesten Freunde in die Flucht. Und auch mein bestimmtes „Sitz!“, „Platz!“ oder „Aus!“ quittiert er mit lässiger Ignoranz. Zwei Wochen später bin ich mit den Nerven am Ende. Etwas muss geschehen. Im Internet

stoße ich auf eine vielversprechende Website: alptraumdog.com. Eine professionelle Problemhundetherapeutin bietet ihre Dienste an. Ich rufe sofort an.

„Wahrscheinlich hat er schlechte Erfahrungen gemacht“, sagt Frau Eberling, die Therapeutin. „Drei Tage Intensivtherapie müssten reichen, um ihn zu kurieren.“ „Die 650 Euro sind bestimmt gut investiert“, denke ich mir, und buche für Chopin die Kurse „Pfötchengeben, Pfötchenhalten“, „Freundlich bellen“ Teil 1 und 2 sowie „Häufchen machen – gewusst wo“. Für die nächsten Tage bleibt unser Hund in der Obhut von Frau Eberling. Endlich wieder ein wenig Ruhe. Leon allerdings vermisst seinen neuen Freund. Als wir Chopin abholen gehen, hopst er freudestrahlend an meiner Hand in Richtung Hundepraxis. Meine Gefühle sind eher gemischter Natur. Ob die Intensivtherapie etwas gebracht hat?

Hat sie. Chopin ist kaum wiederzuerkennen. Kein Knurren, keine unappetitlichen Hinterlassenschaften unterm Esstisch und hören tut er auch. Allerdings hatte mich die Therapeutin gewarnt: „Haben Sie Geduld mit ihm, es kann den ein oder anderen Rückfall geben.“ Der ließ nicht lange auf sich warten. Ermutigt von Chopins mustergültigem Verhalten, ließen wir ihn eines Nachmittags allein zu Hause. Chopin leistete ganze Arbeit: Heruntergerissene Vorhänge, im ganzen Haus verteilte Waschestücke, und meine geliebten Porzellanfiguren sind ein großer Scherbenhaufen. Mitten im Chaos: Chopin. Als er aber mit seinen leuchtenden, braunen Augen bittend zu mir auf sah, meine Hand leckte und winselte, war es auch um mich geschehen. Ein weiteres Familienmitglied, zu dem ich einfach schlecht „Nein“ sagen kann. □

62

IMPRESSUM Herausgeber: (V.i.S.d.P.) Stefan Scheidegger, Birkli 9, 20, 40, 50802 Berlin, oder Melissa Smith, Ringstraße 40, 42181 Berlin / **Konzeption und Realisation:** Heide Giese, Brandstätter
Christoph Knie: Heide Giese / **Chef von Druck:** Heide Giese / **Art Director:** Sabine Schrör / **Projektleitung:** Heide Giese / **Redaktion:** Heide Giese, Sabine Schrör, Ulrike Schneider, Lea Neuner, Werner Töwe, Cornelia Kuhn, **fotos:** Ute Ecker (S. 4, 11-17), Jörg Jahn (S. 22-27), Christian Richter (S. 4, 5, 18-19), Sven Loh (S. 44, 45), Hans-Jürgen S. 77-78 / **Produktionsüberwachung:** Stefan Jochen / **Lithografie:** Pflanz, Düsseldorf
Druck: Druckerei GmbH, Magdeburg / **Bildrechte:** www.istockphoto.com (S. 5, 6, 52), www.shutterstock.com (S. 13), www.gettyimages.com (S. 10), www.istockphoto.com (S. 11), www.istockphoto.com (S. 12), www.istockphoto.com (S. 13), www.istockphoto.com (S. 14), www.istockphoto.com (S. 15), www.istockphoto.com (S. 16), www.istockphoto.com (S. 17), www.istockphoto.com (S. 18), www.istockphoto.com (S. 19), www.istockphoto.com (S. 20), www.istockphoto.com (S. 21), www.istockphoto.com (S. 22), www.istockphoto.com (S. 23), www.istockphoto.com (S. 24), www.istockphoto.com (S. 25), www.istockphoto.com (S. 26), www.istockphoto.com (S. 27), www.istockphoto.com (S. 28), www.istockphoto.com (S. 29), www.istockphoto.com (S. 30), www.istockphoto.com (S. 31), www.istockphoto.com (S. 32), www.istockphoto.com (S. 33), www.istockphoto.com (S. 34), www.istockphoto.com (S. 35), www.istockphoto.com (S. 36), www.istockphoto.com (S. 37), www.istockphoto.com (S. 38), www.istockphoto.com (S. 39), www.istockphoto.com (S. 40), www.istockphoto.com (S. 41), www.istockphoto.com (S. 42), www.istockphoto.com (S. 43), www.istockphoto.com (S. 44), www.istockphoto.com (S. 45), www.istockphoto.com (S. 46), www.istockphoto.com (S. 47), www.istockphoto.com (S. 48), www.istockphoto.com (S. 49), www.istockphoto.com (S. 50), www.istockphoto.com (S. 51), www.istockphoto.com (S. 52), www.istockphoto.com (S. 53), www.istockphoto.com (S. 54), www.istockphoto.com (S. 55), www.istockphoto.com (S. 56), www.istockphoto.com (S. 57), www.istockphoto.com (S. 58), www.istockphoto.com (S. 59), www.istockphoto.com (S. 60), www.istockphoto.com (S. 61), www.istockphoto.com (S. 62), www.istockphoto.com (S. 63), www.istockphoto.com (S. 64), www.istockphoto.com (S. 65), www.istockphoto.com (S. 66), www.istockphoto.com (S. 67), www.istockphoto.com (S. 68), www.istockphoto.com (S. 69), www.istockphoto.com (S. 70), www.istockphoto.com (S. 71), www.istockphoto.com (S. 72), www.istockphoto.com (S. 73), www.istockphoto.com (S. 74), www.istockphoto.com (S. 75), www.istockphoto.com (S. 76), www.istockphoto.com (S. 77), www.istockphoto.com (S. 78), www.istockphoto.com (S. 79), www.istockphoto.com (S. 80), www.istockphoto.com (S. 81), www.istockphoto.com (S. 82), www.istockphoto.com (S. 83), www.istockphoto.com (S. 84), www.istockphoto.com (S. 85), www.istockphoto.com (S. 86), www.istockphoto.com (S. 87), www.istockphoto.com (S. 88), www.istockphoto.com (S. 89), www.istockphoto.com (S. 90), www.istockphoto.com (S. 91), www.istockphoto.com (S. 92), www.istockphoto.com (S. 93), www.istockphoto.com (S. 94), www.istockphoto.com (S. 95), www.istockphoto.com (S. 96), www.istockphoto.com (S. 97), www.istockphoto.com (S. 98), www.istockphoto.com (S. 99), www.istockphoto.com (S. 100), www.istockphoto.com (S. 101), www.istockphoto.com (S. 102), www.istockphoto.com (S. 103), www.istockphoto.com (S. 104), www.istockphoto.com (S. 105), www.istockphoto.com (S. 106), www.istockphoto.com (S. 107), www.istockphoto.com (S. 108), www.istockphoto.com (S. 109), www.istockphoto.com (S. 110), www.istockphoto.com (S. 111), www.istockphoto.com (S. 112), www.istockphoto.com (S. 113), www.istockphoto.com (S. 114), www.istockphoto.com (S. 115), www.istockphoto.com (S. 116), www.istockphoto.com (S. 117), www.istockphoto.com (S. 118), www.istockphoto.com (S. 119), www.istockphoto.com (S. 120), www.istockphoto.com (S. 121), www.istockphoto.com (S. 122), www.istockphoto.com (S. 123), www.istockphoto.com (S. 124), www.istockphoto.com (S. 125), www.istockphoto.com (S. 126), www.istockphoto.com (S. 127), www.istockphoto.com (S. 128), www.istockphoto.com (S. 129), www.istockphoto.com (S. 130), www.istockphoto.com (S. 131), www.istockphoto.com (S. 132), www.istockphoto.com (S. 133), www.istockphoto.com (S. 134), www.istockphoto.com (S. 135), www.istockphoto.com (S. 136), www.istockphoto.com (S. 137), www.istockphoto.com (S. 138), www.istockphoto.com (S. 139), www.istockphoto.com (S. 140), www.istockphoto.com (S. 141), www.istockphoto.com (S. 142), www.istockphoto.com (S. 143), www.istockphoto.com (S. 144), www.istockphoto.com (S. 145), www.istockphoto.com (S. 146), www.istockphoto.com (S. 147), www.istockphoto.com (S. 148), www.istockphoto.com (S. 149), www.istockphoto.com (S. 150), www.istockphoto.com (S. 151), www.istockphoto.com (S. 152), www.istockphoto.com (S. 153), www.istockphoto.com (S. 154), www.istockphoto.com (S. 155), www.istockphoto.com (S. 156), www.istockphoto.com (S. 157), www.istockphoto.com (S. 158), www.istockphoto.com (S. 159), www.istockphoto.com (S. 160), www.istockphoto.com (S. 161), www.istockphoto.com (S. 162), www.istockphoto.com (S. 163), www.istockphoto.com (S. 164), www.istockphoto.com (S. 165), www.istockphoto.com (S. 166), www.istockphoto.com (S. 167), www.istockphoto.com (S. 168), www.istockphoto.com (S. 169), www.istockphoto.com (S. 170), www.istockphoto.com (S. 171), www.istockphoto.com (S. 172), www.istockphoto.com (S. 173), www.istockphoto.com (S. 174), www.istockphoto.com (S. 175), www.istockphoto.com (S. 176), www.istockphoto.com (S. 177), www.istockphoto.com (S. 178), www.istockphoto.com (S. 179), www.istockphoto.com (S. 180), www.istockphoto.com (S. 181), www.istockphoto.com (S. 182), www.istockphoto.com (S. 183), www.istockphoto.com (S. 184), www.istockphoto.com (S. 185), www.istockphoto.com (S. 186), www.istockphoto.com (S. 187), www.istockphoto.com (S. 188), www.istockphoto.com (S. 189), www.istockphoto.com (S. 190), www.istockphoto.com (S. 191), www.istockphoto.com (S. 192), www.istockphoto.com (S. 193), www.istockphoto.com (S. 194), www.istockphoto.com (S. 195), www.istockphoto.com (S. 196), www.istockphoto.com (S. 197), www.istockphoto.com (S. 198), www.istockphoto.com (S. 199), www.istockphoto.com (S. 200), www.istockphoto.com (S. 201), www.istockphoto.com (S. 202), www.istockphoto.com (S. 203), www.istockphoto.com (S. 204), www.istockphoto.com (S. 205), www.istockphoto.com (S. 206), www.istockphoto.com (S. 207), www.istockphoto.com (S. 208), www.istockphoto.com (S. 209), www.istockphoto.com (S. 210), www.istockphoto.com (S. 211), www.istockphoto.com (S. 212), www.istockphoto.com (S. 213), www.istockphoto.com (S. 214), www.istockphoto.com (S. 215), www.istockphoto.com (S. 216), www.istockphoto.com (S. 217), www.istockphoto.com (S. 218), www.istockphoto.com (S. 219), www.istockphoto.com (S. 220), www.istockphoto.com (S. 221), www.istockphoto.com (S. 222), www.istockphoto.com (S. 223), www.istockphoto.com (S. 224), www.istockphoto.com (S. 225), www.istockphoto.com (S. 226), www.istockphoto.com (S. 227), www.istockphoto.com (S. 228), www.istockphoto.com (S. 229), www.istockphoto.com (S. 230), www.istockphoto.com (S. 231), www.istockphoto.com (S. 232), www.istockphoto.com (S. 233), www.istockphoto.com (S. 234), www.istockphoto.com (S. 235), www.istockphoto.com (S. 236), www.istockphoto.com (S. 237), www.istockphoto.com (S. 238), www.istockphoto.com (S. 239), www.istockphoto.com (S. 240), www.istockphoto.com (S. 241), www.istockphoto.com (S. 242), www.istockphoto.com (S. 243), www.istockphoto.com (S. 244), www.istockphoto.com (S. 245), www.istockphoto.com (S. 246), www.istockphoto.com (S. 247), www.istockphoto.com (S. 248), www.istockphoto.com (S. 249), www.istockphoto.com (S. 250), www.istockphoto.com (S. 251), www.istockphoto.com (S. 252), www.istockphoto.com (S. 253), www.istockphoto.com (S. 254), www.istockphoto.com (S. 255), www.istockphoto.com (S. 256), www.istockphoto.com (S. 257), www.istockphoto.com (S. 258), www.istockphoto.com (S. 259), www.istockphoto.com (S. 260), www.istockphoto.com (S. 261), www.istockphoto.com (S. 262), www.istockphoto.com (S. 263), www.istockphoto.com (S. 264), www.istockphoto.com (S. 265), www.istockphoto.com (S. 266), www.istockphoto.com (S. 267), www.istockphoto.com (S. 268), www.istockphoto.com (S. 269), www.istockphoto.com (S. 270), www.istockphoto.com (S. 271), www.istockphoto.com (S. 272), www.istockphoto.com (S. 273), www.istockphoto.com (S. 274), www.istockphoto.com (S. 275), www.istockphoto.com (S. 276), www.istockphoto.com (S. 277), www.istockphoto.com (S. 278), www.istockphoto.com (S. 279), www.istockphoto.com (S. 280), www.istockphoto.com (S. 281), www.istockphoto.com (S. 282), www.istockphoto.com (S. 283), www.istockphoto.com (S. 284), www.istockphoto.com (S. 285), www.istockphoto.com (S. 286), www.istockphoto.com (S. 287), www.istockphoto.com (S. 288), www.istockphoto.com (S. 289), www.istockphoto.com (S. 290), www.istockphoto.com (S. 291), www.istockphoto.com (S. 292), www.istockphoto.com (S. 293), www.istockphoto.com (S. 294), www.istockphoto.com (S. 295), www.istockphoto.com (S. 296), www.istockphoto.com (S. 297), www.istockphoto.com (S. 298), www.istockphoto.com (S. 299), www.istockphoto.com (S. 300), www.istockphoto.com (S. 301), www.istockphoto.com (S. 302), www.istockphoto.com (S. 303), www.istockphoto.com (S. 304), www.istockphoto.com (S. 305), www.istockphoto.com (S. 306), www.istockphoto.com (S. 307), www.istockphoto.com (S. 308), www.istockphoto.com (S. 309), www.istockphoto.com (S. 310), www.istockphoto.com (S. 311), www.istockphoto.com (S. 312), www.istockphoto.com (S. 313), www.istockphoto.com (S. 314), www.istockphoto.com (S. 315), www.istockphoto.com (S. 316), www.istockphoto.com (S. 317), www.istockphoto.com (S. 318), www.istockphoto.com (S. 319), www.istockphoto.com (S. 320), www.istockphoto.com (S. 321), www.istockphoto.com (S. 322), www.istockphoto.com (S. 323), www.istockphoto.com (S. 324), www.istockphoto.com (S. 325), www.istockphoto.com (S. 326), www.istockphoto.com (S. 327), www.istockphoto.com (S. 328), www.istockphoto.com (S. 329), www.istockphoto.com (S. 330), www.istockphoto.com (S. 331), www.istockphoto.com (S. 332), www.istockphoto.com (S. 333), www.istockphoto.com (S. 334), www.istockphoto.com (S. 335), www.istockphoto.com (S. 336), www.istockphoto.com (S. 337), www.istockphoto.com (S. 338), www.istockphoto.com (S. 339), www.istockphoto.com (S. 340), www.istockphoto.com (S. 341), www.istockphoto.com (S. 342), www.istockphoto.com (S. 343), www.istockphoto.com (S. 344), www.istockphoto.com (S. 345), www.istockphoto.com (S. 346), www.istockphoto.com (S. 347), www.istockphoto.com (S. 348), www.istockphoto.com (S. 349), www.istockphoto.com (S. 350), www.istockphoto.com (S. 351), www.istockphoto.com (S. 352), www.istockphoto.com (S. 353), www.istockphoto.com (S. 354), www.istockphoto.com (S. 355), www.istockphoto.com (S. 356), www.istockphoto.com (S. 357), www.istockphoto.com (S. 358), www.istockphoto.com (S. 359), www.istockphoto.com (S. 360), www.istockphoto.com (S. 361), www.istockphoto.com (S. 362), www.istockphoto.com (S. 363), www.istockphoto.com (S. 364), www.istockphoto.com (S. 365), www.istockphoto.com (S. 366), www.istockphoto.com (S. 367), www.istockphoto.com (S. 368), www.istockphoto.com (S. 369), www.istockphoto.com (S. 370), www.istockphoto.com (S. 371), www.istockphoto.com (S. 372), www.istockphoto.com (S. 373), www.istockphoto.com (S. 374), www.istockphoto.com (S. 375), www.istockphoto.com (S. 376), www.istockphoto.com (S. 377), www.istockphoto.com (S. 378), www.istockphoto.com (S. 379), www.istockphoto.com (S. 380), www.istockphoto.com (S. 381), www.istockphoto.com (S. 382), www.istockphoto.com (S. 383), www.istockphoto.com (S. 384), www.istockphoto.com (S. 385), www.istockphoto.com (S. 386), www.istockphoto.com (S. 387), www.istockphoto.com (S. 388), www.istockphoto.com (S. 389), www.istockphoto.com (S. 390), www.istockphoto.com (S. 391), www.istockphoto.com (S. 392), www.istockphoto.com (S. 393), www.istockphoto.com (S. 394), www.istockphoto.com (S. 395), www.istockphoto.com (S. 396), www.istockphoto.com (S. 397), www.istockphoto.com (S. 398), www.istockphoto.com (S. 399), www.istockphoto.com (S. 400), www.istockphoto.com (S. 401), www.istockphoto.com (S. 402), www.istockphoto.com (S. 403), www.istockphoto.com (S. 404), www.istockphoto.com (S. 405), www.istockphoto.com (S. 406), www.istockphoto.com (S. 407), www.istockphoto.com (S. 408), www.istockphoto.com (S. 409), www.istockphoto.com (S. 410), www.istockphoto.com (S. 411), www.istockphoto.com (S. 412), www.istockphoto.com (S. 413), www.istockphoto.com (S. 414), www.istockphoto.com (S. 415), www.istockphoto.com (S. 416), www.istockphoto.com (S. 417), www.istockphoto.com (S. 418), www.istockphoto.com (S. 419), www.istockphoto.com (S. 420), www.istockphoto.com (S. 421), www.istockphoto.com (S. 422), www.istockphoto.com (S. 423), www.istockphoto.com (S. 424), www.istockphoto.com (S. 425), www.istockphoto.com (S. 426), www.istockphoto.com (S. 427), www.istockphoto.com (S. 428), www.istockphoto.com (S. 429), www.istockphoto.com (S. 430), www.istockphoto.com (S. 431), www.istockphoto.com (S. 432), www.istockphoto.com (S. 433), www.istockphoto.com (S. 434), www.istockphoto.com (S. 435), www.istockphoto.com (S. 436), www.istockphoto.com (S. 437), www.istockphoto.com (S. 438), www.istockphoto.com (S. 439), www.istockphoto.com (S. 440), www.istockphoto.com (S. 441), www.istockphoto.com (S. 442), www.istockphoto.com (S. 443), www.istockphoto.com (S. 444), www.istockphoto.com (S. 445), www.istockphoto.com (S. 446), www.istockphoto.com (S. 447), www.istockphoto.com (S. 448), www.istockphoto.com (S. 449), www.istockphoto.com (S. 450), www.istockphoto.com (S. 451), www.istockphoto.com (S. 452), www.istockphoto.com (S. 453), www.istockphoto.com (S. 454), www.istockphoto.com (S. 455), www.istockphoto.com (S. 456), www.istockphoto.com (S. 457), www.istockphoto.com (S. 458), www.istockphoto.com (S. 459), www.istockphoto.com (S. 460), www.istockphoto.com (S. 461), www.istockphoto.com (S. 462), www.istockphoto.com (S. 463), www.istockphoto.com (S. 464), www.istockphoto.com (S. 465), www.istockphoto.com (S. 466), www.istockphoto.com (S. 467), www.istockphoto.com (S. 468), www.istockphoto.com (S. 469), www.istockphoto.com (S. 470), www.istockphoto.com (S. 471), www.istockphoto.com (S. 472), www.istockphoto.com (S. 473), www.istockphoto.com (S. 474), www.istockphoto.com (S. 475), www.istockphoto.com (S. 476), www.istockphoto.com (S. 477), www.istockphoto.com (S. 478), www.istockphoto.com (S. 479), www.istockphoto.com (S. 480), www.istockphoto.com (S. 481), www.istockphoto.com (S. 482), www.istockphoto.com (S. 483), www.istockphoto.com (S. 484), www.istockphoto.com (S. 485), www.istockphoto.com (S. 486), www.istockphoto.com (S. 487), www.istockphoto.com (S. 488), www.istockphoto.com (S. 489), www.istockphoto.com (S. 490), www.istockphoto.com (S. 491), www.istockphoto.com (S. 492), www.istockphoto.com (S. 493), www.istockphoto.com (S. 494), www.istockphoto.com (S. 495), www.istockphoto.com (S. 496), www.istockphoto.com (S. 497), www.istockphoto.com (S. 498), www.istockphoto.com (S. 499), www.istockphoto.com (S. 500), www.istockphoto.com (S. 501), www.istockphoto.com (S. 502), www.istockphoto.com (S. 503), www.istockphoto.com (S. 504), www.istockphoto.com (S. 505), www.istockphoto.com (S. 506), www.istockphoto.com (S. 507), www.istockphoto.com (S. 508), www.istockphoto.com (S. 509), www.istockphoto.com (S. 510), www.istockphoto.com (S. 511), www.istockphoto.com (S. 512), www.istockphoto.com (S. 513), www.istockphoto.com (S. 514), www.istockphoto.com (S. 515), www.istockphoto.com (S. 516), www.istockphoto.com (S. 517), www.istockphoto.com (S. 518), www.istockphoto.com (S. 519), www.istockphoto.com (S. 520), www.istockphoto.com (S. 521), www.istockphoto.com (S. 522), www.istockphoto.com (S. 523), www.istockphoto.com (S. 524), www.istockphoto.com (S. 525), www.istockphoto.com (S. 526), www.istockphoto.com (S. 527), www.istockphoto.com (S. 528), www.istockphoto.com (S. 529), www.istockphoto.com (S. 530), www.istockphoto.com (S. 531), www.istockphoto.com (S. 532), www.istockphoto.com (S. 533), www.istockphoto.com (S. 534), www.istockphoto.com (S. 535), www.istockphoto.com (S. 536), www.istockphoto.com (S. 537), www.istockphoto.com (S. 538), www.istockphoto.com (S. 539), www.istockphoto.com (S. 540), www.istockphoto.com (S. 541), www.istockphoto.com (S. 542), www.istockphoto.com (S. 543), www.istockphoto.com (S. 544), www.istockphoto.com (S. 545), www.istockphoto.com (S. 546), www.istockphoto.com (S. 547), www.istockphoto.com (S. 548), www.istockphoto.com (S. 549), www.istockphoto.com (S. 550), www.istockphoto.com (S. 551), www.istockphoto.com (S. 552), www.istockphoto.com (S. 553), www.istockphoto.com (S. 554), www.istockphoto.com (S. 555), www.istockphoto.com (S. 556), www.istockphoto.com (S. 557), www.istockphoto.com (S. 558), www.istockphoto.com (S. 559), www.istockphoto.com (S. 560), www.istockphoto.com (S. 561), www.istockphoto.com (S. 562), www.istockphoto.com (S. 563), www.istockphoto.com (S. 564), www.istockphoto.com (S. 565), www.istockphoto.com (S. 566), www.istockphoto.com (S. 567), www.istockphoto.com (S. 568), www.istockphoto.com (S. 569), www.istockphoto.com (S. 570), www.istockphoto.com (S. 571), www.istockphoto.com (S. 572), www.istockphoto.com (S. 573), www.istockphoto.com (S. 574), www.istockphoto.com (S. 575), www.istockphoto.com (S. 576), www.istockphoto.com (S. 577), www.istockphoto.com (S. 578), www.istockphoto.com (S. 579), www.istockphoto.com (S. 580), www.istockphoto.com (S. 581), www.istockphoto.com (S. 582), www.istockphoto.com (S. 583), www.istockphoto.com (S. 584), www.istockphoto.com (S. 585), www.istockphoto.com (S. 586), www.istockphoto.com (S. 587), www.istockphoto.com (S. 588), www.istockphoto.com (S. 589), www.istockphoto.com (S. 590), www.istockphoto.com (S. 591), www.istockphoto.com (S. 592), www.istockphoto.com (S. 593), www.istockphoto.com (S. 594), www.istockphoto.com (S. 595), www.istockphoto.com (S. 596), www.istockphoto.com (S. 597), www.istockphoto.com (S. 598), www.istockphoto.com (S. 599), www.istockphoto.com (S. 600), www.istockphoto.com (S. 601), www.istockphoto.com (S. 602), www.istockphoto.com (S. 603), www.istockphoto.com (S. 604), www.istockphoto.com (S. 605), www.istockphoto.com (S. 606), www.istockphoto.com (S. 607), www.istockphoto.com (S. 608), www.istockphoto.com (S. 609), www.istockphoto.com (S. 610), www.istockphoto.com (S. 611), www.istockphoto.com (S. 612), www.istockphoto.com (S. 613), www.istockphoto.com (S. 614), www.istockphoto.com (S. 615), www.istockphoto.com (S. 616), www.istockphoto.com (S. 617), www.istockphoto.com (S. 618), www.istockphoto.com (S. 619), www.istockphoto.com (S. 620), www.istockphoto.com (S. 621), www.istockphoto.com (S. 622), www.istockphoto.com (S. 623), www.istockphoto.com (S. 624), www.istockphoto.com (S. 625), www.istockphoto.com (S. 626), www.istockphoto.com (S. 627), www.istockphoto.com (S. 628), www.istockphoto.com (S. 629), www.istockphoto.com (S. 630), www.istockphoto.com (S. 631), www.istockphoto.com (S. 632), www.istockphoto.com (S. 633), www.istockphoto.com (S. 634), www.istockphoto.com (S. 635), www.istockphoto.com (S. 636), www.istockphoto.com (S. 637), www.istockphoto.com (S. 638), www.istockphoto.com (S. 639), www.istockphoto.com (S. 640), www.istockphoto.com (S. 641), www.istockphoto.com (S. 642), www.istockphoto.com (S. 643), www.istockphoto.com (S. 644), www.istockphoto.com (S. 645), www.istockphoto.com (S. 646), www.istockphoto.com (S. 647), www.istockphoto.com (S. 648), www.istockphoto.com (S. 649), www.istockphoto.com (S. 650), www.istockphoto.com (S. 651), www.istockphoto.com (S. 652), www.istockphoto.com (S. 653), www.istockphoto.com (S. 654), www.istockphoto.com (S. 655), www.istockphoto.com (S. 656), www.istockphoto.com (S. 657), www.istockphoto.com (S. 658), www.istockphoto.com (S. 659), www.istockphoto.com (S. 660), www.istockphoto.com (S. 661), www.istockphoto.com (S. 662), www.istockphoto.com (S. 663), www.istockphoto.com (S. 664), www.istockphoto.com (S. 665), www.istockphoto.com (S. 666), www.istockphoto.com (S. 667), www.istockphoto.com (S. 668), www.istockphoto.com (S. 669), www.istockphoto.com (S. 670), www.istockphoto.com (S. 671), www.istockphoto.com (S. 672), www.istockphoto.com (S. 673), www.istockphoto.com (S. 674), www.istockphoto.com (S. 675), www.istockphoto.com (S. 676), www.istockphoto.com (S. 677), www.istockphoto.com (S. 678), www.istockphoto.com (S. 679), www.istockphoto.com (S. 680), www.istockphoto.com (S. 681), www.istockphoto.com (S. 682), www.istockphoto.com (S. 683), www.istockphoto.com (S. 684), www.istockphoto.com (S. 685), www.istockphoto.com (S. 686), www.istockphoto.com (S. 687), www.istockphoto.com (S. 688), www.istockphoto.com (S. 689), www.istockphoto.com (S. 690), www.istockphoto.com (S. 691), www.istockphoto.com (S. 692), www.istockphoto.com (S. 693), www.istockphoto.com (S. 694), www.istockphoto.com (S. 695), www.istockphoto.com (S. 696), www.istockphoto.com (S. 697), www.istockphoto.com (S. 698), www.istockphoto.com (S. 699), www.istockphoto.com (S. 700), www.istockphoto.com (S. 701), www.istockphoto.com (S. 702), www.istockphoto.com (S. 703), www.istockphoto.com (S. 704), www.istockphoto.com (S. 705), www.istockphoto.com (S. 706), www.istockphoto.com (S. 707), www.istockphoto.com (S. 708), www.istockphoto.com (S. 709), www.istockphoto.com (S. 710), www.istockphoto.com (S. 711), www.istockphoto.com (S. 712), www.istockphoto.com (S. 713), www.istockphoto.com (S. 714), www.istockphoto.com (S. 715), www.istockphoto.com (S. 716), www.istockphoto.com (S. 717), www.istockphoto.com (S. 718), www.istockphoto.com (S. 719), www.istockphoto.com (S. 720), www.istockphoto.com (S. 721), www.istockphoto.com (S. 722), www.istockphoto.com (S. 723), www.istockphoto.com (S. 724), www.istockphoto.com (S. 725), www.istockphoto.com (S. 726), www.istockphoto.com (S. 727), www.istockphoto.com (S. 728), www.istockphoto.com (S. 729), www.istockphoto.com (S. 730), www.istockphoto.com (S. 731), www.istockphoto.com (S. 732), www.istockphoto.com (S. 733), www.istockphoto.com (S. 734), www.istockphoto.com (S. 735), www.istockphoto.com (S. 736), www.istockphoto.com (S. 737), www.istockphoto.com (S. 738), www.istockphoto.com (S. 739), www.istockphoto.com (S. 740), www.istockphoto.com (S. 741), www.istockphoto.com (S. 742), www.istockphoto.com (S. 743), www.istockphoto.com (S. 744), www.istockphoto.com (S. 745), www.istockphoto.com (S. 746), www.istockphoto.com (S. 747), www.istockphoto.com (S. 748), www.istockphoto.com (S. 749), www.istockphoto.com (S. 750), www.istockphoto.com (S. 751), www.istockphoto.com (S. 752), www.istockphoto.com (S. 753), www.istockphoto.com (S. 754), www.istockphoto.com (S. 755), www.istockphoto.com (S. 756), www.istockphoto.com (S. 757), www.istockphoto.com (S. 758), www.istockphoto.com (S. 759), www.istockphoto.com (S. 760), www.istockphoto.com (S. 761), www.istockphoto.com (S. 762), www.istockphoto.com (S. 763), www.istockphoto.com (S. 764), www.istockphoto.com (S. 765), www.istockphoto.com (S. 766), www.istockphoto.com (S. 767), www.istockphoto.com (S. 768), www.istockphoto.com (S. 769), www.istockphoto.com (S. 770), www.istockphoto.com (S. 771), www.istockphoto.com (S. 772), www.istockphoto.com (S. 773), www.istockphoto.com (S. 774), www.istockphoto.com (S. 775), www.istockphoto.com (S. 776), www.istockphoto.com (S. 777), www

Dein Forschergeist braucht frisches Futter? Herzlich willkommen bei 21 gradchen! Hier findest Du viele interessante Infos aus der Welt der 21 grad – speziell für Kids.

TEXT: SABINE SCHRÖR

DIE NEUE IN DER NORDSEE

700 Meter lang, 200 Meter breit – so groß wie 20 Fußballfelder ist die neue Insel in der Nordsee. Norderoogaand heißt sie und begeistert Forscher aus aller Welt. Betreten darf man die Neue aber nicht. Denn seltene Seevögel nutzen sie als Brutstätte. Da würden Menschen nur stören. Aber wie funktioniert das eigentlich, wenn so eine Insel neu entsteht? Die Grafik zeigt es Dir.



Am Anfang sind die Wellen. Sie schleifen die Meeresböden auf und werfen sie am Sand nach vorn.

Lüftlos Wasserwägen ab. Legen sich der Sand um Rodeb an. – Schicht für Schicht. Je nach Gezeiten, Strömung, Wind und anderen Faktoren entsteht so mit der Zeit eine Sandbank, die sich aus dem Wasser erhebt.

Doch bis daraus eine echte Insel wird, ist es noch ein langer Weg. Pflanzen spielen dabei eine wichtige Rolle. Erst wenn sie sich ansiedeln, hat die Insel eine Zukunft, denn Gräser, Heidekraut und Co. halten mit ihren Wurzeln die lockeren Sand zusammen.

48

EHRENSACHE!

Einer für alle – alle für einen. Sich für andere einzusetzen, ist ein gutes Gefühl. Das wussten schon die drei Musketiere. Möglichkeiten dazu gibt es viele. Wie wäre es, wenn Du für die alte Dame gegenüber einkaufen gehst? Oder ab und zu mit dem Hund Deiner gestressten Nachbarin Gassi gehst? Auch andere Kinder freuen sich sicher über Deine Hilfe. Du könntest zum Beispiel jüngeren Kindern bei den Hausaufgaben helfen oder Nachhilfe geben. Weitere Möglichkeiten sind Besuchsdienste in Seniorenheimen oder Krankenhäusern, Reise- und Freizeitbegleitung für Menschen mit Behinderung oder die Betreuung von Kinderferiencamps.

Weitere Infos findest Du zum Beispiel unter www.ehrenamt.de



ICH BAU MIR EIN IGLU!

Was für Eskimos die leichteste Übung ist, kannst Du auch. Lass Dir dabei aber von Deinen Eltern helfen. Du brauchst für ein kleines Iglu ungefähr drei Stunden.

1 Quader bauen. Nimm Dir eine Kiste etwa so groß wie ein Schuhkarton und schaufle pappigen Schnee hinein. Dann drücke die Kiste fest zusammen, damit der Schnee später nicht auseinanderfällt. Baue so um die 50 Blöcke.

2 Erste Reihe bauen. Lege die ersten Quader um Dich herum dicht an dicht zu einem Kreis. Du solltest gerade der Länge nach hineinpassen. Stopfe die Fugen mit Schnee.

3 Spirale sägen. Schneide mit Mama und Papa die Blöcke so zu, dass eine Spirale entsteht.

4 Reihen stapeln. Nun schichte die nächsten Reihen. Achte darauf, dass sie versetzt liegen zu den unteren und sich immer stärker nach innen neigen. Am besten, Du bleibst in der Mitte stehen und Deine Eltern reichen Dir die Blöcke an.

5 Dach drauf. Jetzt wird es spannend: Deine Eltern stützen den letzten Quader zurecht, bohren ein Luftloch hinein und schließen das Iglu.

6 Eingang nicht vergessen. Einfach möglichst weit unten ein Loch in die Wand oder einen unterirdischen Tunnel graben. Fertig ist das Haus für kleine Eskimos!

Tipp: Unter www.iglobauer.ch lässt sich eine Form bestellen, aus der sich Quader einfach formen lassen.

WUSSTET IHR, DASS EIN ALASKA-HUSKY (SCHLITTENHUND) BIS ZU 240 KILOMETER AM TAG LAUFEN KANN?



49

VEGGIE NOISE

Als Schlagzeug dient ein Kürbis. Frischer Porree wird zur Geige, das Horn ist eine Paprika und geflötet wird auf Karotten. Was zunächst ungewöhnlich klingt, ist das Rezept für einen einzigartigen Sound – kreiert und permanent verfeinert von Musikern, die als weltweit einziges Gemüseorchester internationale Erfolge feiern.

TEXT SABINE SCHRÖR
FOTOGRAFIE HEIDRICH HENKEL UND ANNA STÖCHER (INSTRUMENTE)

22

Der Naschmarkt im Herzen von Wien gehört zu den bekanntesten Sehenswürdigkeiten der österreichischen Metropole. Hunderte Kunden kaufen täglich an den rund 170 Ständen des Naschmarkts ein. Besonders frisch und in bester Qualität laden die vielen Obst- und Gemüsesorten zum Zureifen ein. Von Zeit zu Zeit bekommen die Händler ganz besonderen Besuch: Wenn das Gemüseorchester frische Instrumente braucht, ist die Wiener Institution erste Anlaufstelle. Und die Einkaufsliste der Musiker ist lang – von Auberginen, Chilischoten und Kohl über Kürbis, Rettich und Paprika bis hin zu Petersilie und Zucchini umfasst sie die ganze Vielfalt des Gemüseangebots. Denn der Anspruch der Künstler ist es, all ihre Orchesterinstrumente aus Gemüse zu fertigen. Der daraus entstehende Sound ist unverwechselbar und verleiht ihren Kompositionen eine ganz eigene Note.

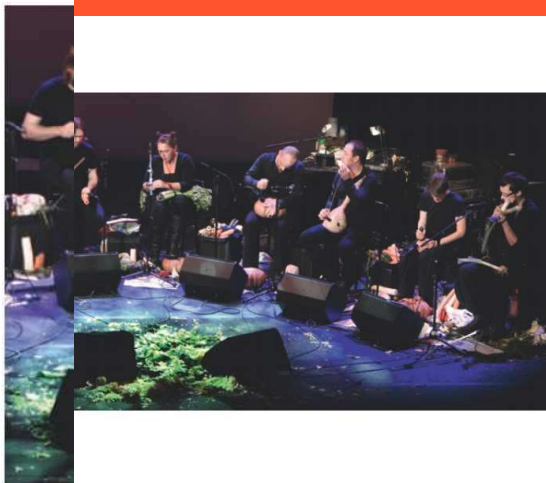
PROFIS AM WERK

Gegründet wurde das Gemüseorchester 1998 von Studienfreunden. Heute gehören elf Musiker, ein Video- und ein Soundtech-

niker zum Ensemble. Sie alle sind Profis durch und durch und verstehen ihr Handwerk. Schließlich ist das Gemüseorchester kein Spaßprojekt, sondern eine ambitionierte Gemeinschaft von Künstlern mit hohem musikalischen Anspruch. Dies wird schnell deutlich, setzt man sich mit dem Repertoire des Ensembles auseinander. Die Kompositionen sind geprägt von elektronischen Einflüssen und inspiriert von Künstlern wie Steve Reich, John Cage, Kraftwerk oder Frank Zappa. Allen Werken gemeinsam ist der einzigartige Klang, der mit klassischen Instrumenten nicht erreichbar ist. Er erinnert beizeiten an Tiergeräusche, hört sich jedoch oft abstrakt an – eine ganz individuelle, einzigartige Mischung, die man sich am besten selbst erschließt. Zum Beispiel mithilfe der aktuellen CD Onionnoise. Oder bei einem Live-Konzert.

SINNLICHES ERLEBNIS

Live vor einem aufgeschlossenen Publikum zu spielen, ist für die Musiker des Gemüseorchesters besonders erfüllend. Zwischen 1998 und 2012 haben die Künstler insgesamt 214 Konzerte gegeben – und es damit in die



„Unsere Instrumente sind nachhaltiger als klassische Instrumente, denn für ihre Herstellung werden keine begrenzten Rohstoffe eingesetzt und außerdem sind sie biologisch abbaubar.“

Gemüseorchester

23 24



Mit viel Präzision geübt spielen die Mitglieder des Gemüseorchesters auf Wien ungewöhnlichen Instrumenten.

aktuelle Ausgabe des Guinness Book of Records geschafft. Auf dem Programm standen und sieben Auftritte in kleinen Clubs oder bei Veranstaltungen sowie Konzerte in größeren Hallen rund um den Fußball. Konzerten führten die Künstler unter anderem nach Hongkong, Singapur, Mexiko, Lauenburg und Berlin. Hierzu kommen Tournees etwa durch die Niederlande, Österreich, Belgien, Frankreich und Großbritannien. Doch was immer das Ensemble auftritt, eines ist den Besuchern sicher ein Konzertlebnis, das alle Sinne anspricht. Denn auf den Ohrenbühnen, für den die Künstler ihre Kompositionen mit viel Improvisation immer wieder neu interpretieren, folgt nach Ende der Performance der Gaumenschmaus. Aus den Resten, die nicht für die Herstellung der Instrumente benötigt wurden, bereitet ein mitbringer Koch für die Besucher eine leckere Gemüsesuppe.

VOM KÜRBIS ZUM ORCHESTER-INSTRUMENT

Dabei bevor es auf die Bühne geht, stehen umfangreiche Vorbereitungen auf dem Programm. Denn natürlich lassen können Kürbis, Paprika, Porree und Co. meist nicht die Töne hervorbringen, die den unverwechselbaren Sound des Gemüseorchesters ausmachen. Deshalb sind die Musiker vor jedem Auftritt zunächst mit Schneiden, Schäufeln und Auskühlen beschäftigt, um aus der Rohware ihre Instrumente zu fertigen. Je nach Gemüseart dauert das unterschiedlich lang. So wird aus einer Zucchini innerhalb von rund 15 Minuten ein Mikrofon. Für die Karotten-Bildhauer sind etwa 30 Minuten Arbeit nötig. Manche Gemüsearten wie zum Beispiel Tomaten lassen sich auch sofort unbeschädigt verwenden. Bei der Auswahl des Gemüses legen die Künstler großen Wert auf Qualität und Frische, denn nur wenn Karotte, Gurke oder Porree knackig sind, lassen sich ihnen die gewünschten Töne entlocken. In Wien führt der Naschmarkt die gewöhnliche Qualität. Untenwegs vergangen sich die Musiker auf den Märkten vor Ort mit den besagten Waren. Der Gang zum Supermarkt ist allerdings weniger – längere Lagerzeiten und die oft laubliche Plastikverpackung sind aus Sicht der Künstler Gift für die Musikinstrumente in spe.

21 grad – Das Vaillant Magazin
Ausgabe 1/2014

LEINEN LOS! MS VAILLANT BRINGT DIE ENERGIEWENDE NACH HAUSE

Für die Nachmesseveranstaltungen zur ISH 2013 hat Vaillant sich etwas ganz Besonderes ausgedacht: Von Mitte März bis Mitte September tourt das Ausstellungsschiff MS Vaillant durch Deutschland und Europa. Fachpartner und Endkunden können sich dort in exklusivem Ambiente über die Produkt- und Serviceinnovationen des Unternehmens informieren.



Mindestens 100 Meter Länge und 15 Meter Breite ist die MS Vaillant unterwegs. Acht Länder und 49 Städte wird das Ausstellungsschiff im Laufe seiner Tour ansteuern, um Fachpartner und Endkunden über die auf der ISH 2013 vorgestellten Innovationen von Vaillant zu informieren. Auf dem Programm stehen Fachveranstaltungen für Branchenspezialisten sowie Informationsforen für Endkunden, bei denen die Besucher die Neheiten live erleben können. Dazu wurde das ehemalige Frachtschiff in den vergangenen Monaten komplett umgebaut. Im Inneren erwartet die Gäste nun neben einem großzügigen Besucherbereich sowie einem Vortragssaal für bis zu 150 Teilnehmer eine 560 Quadratmeter große Ausstellungsfäche mit den Highlights des Bereiches Heiz- und Lüftungstechnologien. Darüber hinaus wird ein vielfältiges Besiprogramm an Wärmeversorgern für erneuerbare und soziale Energieträger vorgestellt.

DIE ENERGIEWENDE BEGINNT ZU HAUSE

Mit dem maritimen Konzept der Nachmessekommunikation leistet Vaillant einen ebenso wichtigen wie ungewöhnlichen Beitrag: die Energiewende in Deutschland weiter voranzutreiben. Die gesamte Branche reißt über dieses Thema. Doch bei der Umsetzung hapst es nicht wie sonst, sagt Dr. Marc-Andreas Gross, Geschäftsführer Vaillant Deutschland. „Wird bei Vaillant die Energiewende dorthin bringen, wo sie letztendlich umgesetzt wird: zu den Eigenheimbesitzern vor Ort.“ Denn laut Bundesumweltministerium werden in Deutschland fast 80 Prozent der Energieerzeugung in privaten Haushalten für Raumwärme und Warmwasserversorgung aufgewendet. Doch nur ein Viertel der bundesweit 17 Millionen installierten Heizenerzeuger arbeitet effizient; der Rest ist überaltert und verbrennt unnötig Energie. Durch den Austausch veralteter Anlagen lassen sich allein in der Heizbranche jährlich rund 50 Millionen Tonnen CO₂ Ausstoß vermeiden. Vor modernen Heizsystemen profitiert aber nicht nur die Umwelt, sondern dank einer jährlich hochsteigernden Einsparnis von durchschnittlich 30 Prozent auch

» WIR WOLLEN DIE ENERGIEWENDE DORTHIN BRINGEN, WO SIE LETZTLICH UMGESETZT WIRD: ZU DEN EIGENHEIMBESITZERN VOR ORT.
Dr. Marc-Andreas Gross, Geschäftsführer Vaillant Deutschland

Serviceinnovationen an, mit dem gerad Haus- und Wohnungsgeplante Energie effizient nutzen können. Fachpartner und Endkunden, die die ISH nicht besuchen konnten, haben nun die Möglichkeit, sich auf der MS Vaillant über die Hauswärme in Sachen Energieeffizienz zu informieren. 50 bringt das Ausstellungsschiff die Energiewende nach Hause.

» PRALLES PROGRAMM
Während aktiv und wollen vor Ort an attraktiven Angeboten unseren Beitrag dazu leisten, den Modernisierungsschritt im Heizungsbereich aufzuhalten. Dabei zeigen wir vielfältige und innovative Lösungen, die schon heute den CO₂-Ausstoß deutlich reduzieren und die Heizkosten senken, sagt Andreas Christmann, Leiter Produkt- und Marketing Vaillant Deutschland, zusammen. Nach dem Ankunfts in Frankfurt am Main zur ISH 2013 wird die MS Vaillant unter

ihm in Ham- in Berlin



AUSSTELLUNGS-HIGHLIGHTS IM ÜBERBLICK

GAS KANN MEHR – MIT VAILLANT
Im Fokus stehen die neuen wandhängenden Gas-Heizkörper der eQ-TC, plus mit Heizleistungen von 14, 20, 26 und 31 kW. Für die Brennwerte liegen bei 80, 100 und 120 kW Heizleistung. Integriert ist ein integriertes Heizdruckregelnetz, um die speziellen Bedürfnisse

dieser Leistungsgrößen zu berücksichtigen – nicht nur für die eigentliche Heizung, sondern insbesondere auch für die gesamte Abgasleitung. Das Programm reicht von neuem Zubehör für Endanlagen über komplette Heizkörper- und Abgaslösungen bis hin zur Sicherstellung der Wasserqualität in der Heizanlage. Das Herzstück der neuen Gasheizserie bildet das innovative und durchgängige Wärmetauschersystem. Der eQ-TC hat Thermische-Wärmeübertragung reduziert, den Stromverbrauch und erhöht gleichzeitig Leistung und Effizienz. Einmalig kann in dieser Leistungsklasse auch Frischgas zum Einsatz kommen.

LUFTWASSER-WÄRMEPUMPE MIT INVERTERTECHNIK
Mit der neuen airTHERM ergibt Vaillant sein Angebot um eine preisgünstige Luft-Wasser-Wärmepumpe, die gleichzeitig die hohen Vaillant Qualitätsstandards erfüllt. Die beiden führenden Unternehmen sind nicht erstmals auf einer Ausbaumesse mit innovativen Heizsystemen. Vaillant hat die neue Wärmepumpensysteme nicht nur entwickelt, sondern liefert sie auch komplett als eine Hand. Der Produkt ergibt sich sowohl für den Neubau als auch den Bestandsbau und ist demontierfähig oder bei neueren Bauteilen ausgetauscht.

KOOPERATION MIT SIBA SOLAR TECHNOLOGY
Gesamten erkennen Vaillant und SIBA ein Energie-Management-System, das den Anteil solar erzeugter Energie an Gesamtenergieverbrauch eines Hauses maximiert. Dabei sind die Energie-Management-Systeme, Wärmepumpe und Photovoltaik-Anlagen von Vaillant mit innovativen Aufwänden verbunden. So können Investitionsrisiko auch unter den Energiepreisen, insbesondere von solar erzeugter Photovoltaik-Anlagen, getrieben und die Amortisationszeit spürbar verkürzt.

NEUE HOTELINGSTRUKTUR ENTFOLGT
Vaillant hat seine Fertigungsstruktur neu strukturiert. Einzelmarkt- und Endabnehmer haben sich weiter verbessert. Seitdem im vergangenen Jahr, sind die Fertigungsleistungen über 80 Prozent der Mitarbeiter nach nur 20 Stunden im Jahr angestiegen. Durch die Umstrukturierung der Fertigung wurden die verfügbaren Online-Serviceleistungen in der Produktion und im Kundendienst zu neuen, innovativen Lösungen im vergangenen Jahr in Zusammenarbeit mit dem eigenen Technologie- und Schulungszentrum nur für die Mitarbeiter der Produktion und des Kundendienstes.

NEUES MULTIFUNKTIONSSPEICHERKONZEPT BIS 4000 LITER FASSUNGSVERMÖGEN
Das neue Multifunktionskonzept ist ein innovatives, effizientes, platzsparendes und repräsentatives Energieerzeugnis, das die Energieerzeugung über die gesamte Heizperiode hinweg durch präzisere Heizleistung ermöglicht. Es ist ein 4000-Liter-Fassungsvermögen von 2000 bis 3000 Liter, verbunden mit warmem Wasser versorgt.



» Tegel vor Anker gehen, insgesamt stehen in Deutschland 34 Städte auf der Route, in dem Niederlande wird das Schiff Utrecht, Venlo und Zwolle besuchen. In Belgien finden Veranstaltungen in Antwerpen, Gent und Namur statt. Darüber hinaus sind auch in Österreich, der Slowakei, Serbien, Kroatien und Ungarn Auftritte geplant.

» ATTRAKTIVE DIALOGPLATTFORM
Für die entsprechende Aufmerksamkeit der MS Vaillant sorgt zudem die aufwändige Lackierung und Gestaltung des Schiffes in Vaillant Corporate Design. Zum anderen entsprechen die Innenbereiche in ihrer Gestaltung dem neuen ISH-Messkonzept und bilden eine Dialog-Plattform, auf der die hochwertige Wärmezeugung im Mittelpunkt steht. Für die Endanwender sind vor allem umfassende Kommunikationsaktivitäten geplant, in denen zum Besuch der MS Vaillant eingeladen wird. AMI unserem neuen Ausstellungsschiff haben wir für unsere Nachmessekommunikation ein ganz neues, attraktives Podium gefunden, sagt Katja Berghaus, als Leiterin Marketing Services bei Vaillant verantwortlich für Konzeption und Gestaltung der MS Vaillant. «Künftig haben wir uns deutlich von anderen Herstellern ab. Wir freuen uns auf viele Besucher!»

» ENERGIE IM FLUSS
Die Idee, den ISH-Auftritt per Schiff in die Regionen zu tragen, entstand ursprünglich eher zufällig, aber Kapitän sprach uns an, ob wir uns vorstellen könnten, sein Schiff für Veranstaltungen zu nutzen. Wir steckten damals mitten in den Vorbereitungen für die ISH. Da lag der Gedanke nahe, den Frachter für die Kommunikation im Messegeschäft zu nutzen. Das Motto ist dabei so einfach wie effektiv: Je früher im Fluss, desto es überall, dort, wo die MS Vaillant anker.



AUF EINEN BLICK: DIE ISH 2013

Was: Die Messe für den Verkauf von Energie- und Wasser-Systemen in Belgien, die seit 1971 im Zeichen des öffentlichen Umgangs mit der Ressourcen Energie und Wasser.

Wann: 12.-16. März 2013

Wo: Frankfurt am Main

Wer: 2.646 Aussteller, 90.000 Besucher

NEUES KONZEPT ZUR FERNBEDIENUNG
eQ-CONTROL hat das neue Konzept zur Fernbedienung, -steuerung und -überwachung von Heizkörpern, Wärmepumpen, Wärmespeichern, Solar-Systemen aus Heizkörpern und Dienstleistungen über die Internet-Plattformen von Vaillant als eQ-CONTROL online. eQ-CONTROL umfasst zentrale Fernüberwachung, Fernbedienung über das Internet oder die Smartphone-App. eQ-CONTROL ist ein 4000-Liter-Fassungsvermögen von 2000 bis 3000 Liter, verbunden mit warmem Wasser versorgt.

VAILLANT MIT BSH-PROGRAMM ERFOLOGREICH AM HANNOVER
Die eQ-CONTROL 2013 und der eQ-CONTROL 10, das größte und die kleinste Gerät der Vaillant eQ-CONTROL-Heizkörperfamilie sind – sind die Mittelpunkt der letzten BSH-Präsentation. Das, mit dem eQ-CONTROL 2013 ihrer Vaillant in dieser Leistungsstufe ein einziges Unternehmen sein kann. eQ-CONTROL 2013 ist ein einziges Unternehmen, das in der Leistungsstufe von eQ-CONTROL 10 bis eQ-CONTROL 2013 ein einziges Unternehmen sein kann. eQ-CONTROL 2013 ist ein einziges Unternehmen, das in der Leistungsstufe von eQ-CONTROL 10 bis eQ-CONTROL 2013 ein einziges Unternehmen sein kann.

Vaillant vep magazin
Ausgabe 1/2013



SO SEHEN SIEGER AUS

Effizient heizen und Strom erzeugen: Das können drei soziale Einrichtungen in Kürze. Bei der Online-Aktion »Schenke Wärme und Strom« haben sie je ein Blockheizkraftwerk gewonnen – Einbau inklusive.

Im Juni und Juli 2013 konnten Internetnutzer ihrer Spiel Freude bei Vaillant freispielen – und dabei noch etwas Gutes tun. Denn im Rahmen der Online-Aktion »Schenke Wärme und Strom« geht es, möglichst viele Energiepunkte zu erspielen und diese einer von neun sozialen Einrichtungen zu spenden. Die Idee kam hervorgerufen an: Rund 2.000 Menschen machten mit und sammelten Punkte bei verschiedenen Mini-Browser-Spielen. Wir hatten viele Bewerber und noch mehr hoch motivierte Unterstützer, die sich tatkräftig für einen Verein oder eine Institution engagiert haben, resümiert Andreas

Christmann, Leiter Produktkommunikation und Marketing bei Vaillant Deutschland. »Was Internet und die sozialen Netzwerke kann für unsere Aktion ideale Plattformen. Wir hatten die Möglichkeit, spielerisch die Themen Energieersparnis und Umweltbewusstsein aufzugreifen. Nach einem spannenden Finale stehen die Gewinner fest. Es handelt sich um soziale Einrichtungen für Kinder aus Baden-Württemberg, Sachsen und Nordrhein-Westfalen. Die drei Sieger freuen sich über je ein Mini-Blockheizkraftwerk (BHKW) von Vaillant. Auch Einbau und Inbetriebnahme werden vom Unternehmen spendiert.

Das kleine Gewinner: Ina, Kinderhaus St. Martin, im Bild Annelinchen, unten Dr. Timotheu v.V.



AUSZEIT IM WALD

Malerisch inmitten des Schwarzwalds gelegen, ist Hofgut Rössle ideal für eine Auszeit geeignet. Fern vom hektischen Alltag in der Großstadt, befreit vom schwierigen familiären Verhältnis und eingebunden in einen festen Tagesablauf, schöpfen schuldige Kinder hier neue Kraft. Möglich macht dies der Verein Timeout, der das Hofgut betreibt. Die Initiative hat es sich zum Ziel gesetzt, mit Kindern und Jugendlichen in Nachbargemeinden eine Kultur des Zusammenlebens und -arbeitens zu schaffen, einen Ort, an dem sie sich angenommen und sicher fühlen können. Langfristig soll so die Basis dafür geschaffen werden, sich wieder in Familie und Schule zu integrieren. Herzstück



des Programms ist ein strukturierter Tagesablauf, der den Kindern einseitige Sicherheit gibt, ihnen andererseits aber auch neue Impulse verleiht. Zu Beginn ihrer Auszeit können die Kinder in den Bereichen Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Hauswirtschaft arbeiten, um zunächst einmal Abstand von ihren schulischen oder privaten Problemen zu bekommen. Nach drei Monaten bestimmen sie selbst, in welchem Umfang und Tempo sie an schulischen Aktivitäten teilnehmen. Dabei werden die Schüler in Kleinstgruppen unterrichtet und bei Bedarf auch einzeln gefördert. Viele machen so den Hauptschulabschluss, einige besuchen anschließend eine weiterführende Schule oder beginnen eine Ausbildung. Zunächst freuen sie

WIR HATTEN VIELE BEWERBER UND NOCH MEHR HOCH MOTIVIERTE UNTERSTÜTZER, DIE SICH TATKRÄFTIG FÜR EINEN VEREIN ODER EINE INSTITUTION ENGAGIERT HABEN.

Andreas Christmann, Leiter Produkt und Marketing bei Vaillant Deutschland

WIR VERSPRECHEN UNS EINE HOHE VERSORUNGSSICHERHEIT, DAS IST GERADE FÜR EINRICHTUNGEN WIE DIESES KINDERHAUS EXTREM WICHTIG ANGESICHTS DES NAHEN WINTERS.

Katharina Langer, Leiterin des Kinderhauses St. Martin



Einbau vom Prof. Fichtner über Fajzer Rüter und Prof. Dittl

sich aber über den ersten Platz, den ihre Einrichtung beim Vaillant Gewinnspiel belegt hat. Allen voran Dirk Herrmann: »Unser Haus liegt in 1.000 Meter Höhe, bei rund 30 Kindern haben wir einen enormen Wärmebedarf. Das ist ein großer Kostengas, den wir dringend reduzieren müssen, erklärt der Vorsitzende von Timeout. Ab Oktober dürfte das kein Problem mehr sein, denn dann wird das neue Mini-BHKW im Haupthaus eingebaut. Damit können die Schwarzwälder dann eigenständig Wärme und Strom produzieren – durch die effiziente Energieumwandlung dank Kraft-Wärme-Kopplung, werden Heiz- und Stromkosten deutlich gesenkt. Möglich wurde die Top-Platzierung von Timeout bei der Vaillant Kampagne durch die tatkräftige Unterstützung der Kinder, so Dirk Herrmann: »Die Schüler haben alle Habel in Bewegung gesetzt und ihren Freunden und Verwandten von der Kampagne erzählt, die das Ganze wiederum, in ihrem Bekanntenkreis, weitergetragen haben.« So kamen letztendlich 234 Unterstützer zusammen, die zusammenfassend 609.000 € Energiepunkte für Timeout erspielten und der Initiative damit den ersten Platz sicherten.

HAUS FÜR KINDER

Zahlreiche Unterstützer hatten auch die Zweitplatzierten, das christliche Kinderhaus St. Martin im sächsischen Cadow, 219 Mitspieler spendeten insgesamt 630.757 € Energiepunkte für die integrative Kindertagesstätte. Für die Einrichtung ist der Gewinn ein wahres Segen, denn im Frühjahr versagte die bisherige, 20 Jahre alte Heizungsanlage ihren Dienst. Gut, dass rechtzeitig zu Beginn der Heizperiode Anfang Oktober das neue Mini-BHKW eingebaut wird – »Wir versprechen uns eine hohe Versorgungssicherheit, das ist gerade für Einrichtungen wie dieses Kinderhaus extrem wichtig angesichts des naher-

den Winters«, sagt Leiterin Katharina Langer. Ein weiterer Pluspunkt ist aus Sicht der Pädagogen der geringere Energieverbrauch, »das spart Geld und ist auch ökologisch gesehen ein Gewinn. Ebenfalls erfreulich: Der überschüssige Strom wird gegen Vergütung eingespeist, wodurch das chronisch knappe Budget des Kinderhauses nochmals entlastet wird. Das freut Lehrer, Erzieherinnen und Eltern sowie Eltern gleichermaßen, die traditionell sehr eng zusammenarbeiten – und dies beim Vaillant Gewinnspiel einmal mehr unter Beweis gestellt haben. »Wir haben nicht nur die ohnehin sehr engagierte Elternschaft motiviert und angeporrt mitzuspielden, sondern genauso die gesamte Nachbarschaft, und konnten sogar die Mitarbeiter des Rathauses mobilisieren«, erklärt Katharina Langer. Und so ist es sicher: »Bestimmt haben wir auch dadurch gewonnen, weil wir hier vor Ort ein gut funktionierendes Gemeinwesen eingebunden sind, das uns in jeder Hinsicht unterstützt.« Sehr gute Rahmenbedingungen also, von denen die derzeit 97 Kinder zwischen null und sieben Jahren profitieren.

Kinder von St. Martin vor dem Einbau des Mini-BHKW



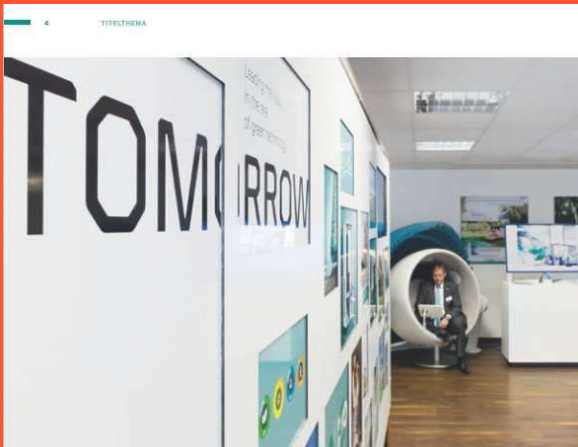
RAUM FÜR INDIVIDUEN

»Hilf mir, es selbst zu tun, zu erfahren und zu spüren.« – so lautet der Leitsatz der Kinder-tagesstätte Abroschen in Remscheid, dirter Gewinner der Vaillant Kampagne. Erst geboren aus einer Elterninitiative, fand die Einrichtung heute in 20-jähriger Bestehen im Fokus steht die individuelle Förderung anhand des dem unterschiedlichen Erfahrung und Fähigkeiten des einzelnen Kindes. So besetzt Abroschen seinen Schülern einen Lebensraum voller Menschlichkeit, in dem sich jeder frei entfalten kann. Sorgen machte der Leitsatz vor kurzem allerdings die ererbte Heizungsanlage »Wie Vaillant Kampagne kam da wie perfekten, lässt Marc Westhoff, Vorstand von Abroschen e.V. zusammen, »denn ich genau erfahren habe, habe ich uns für die Teilnahme angemeldet.« Und die Remscheider hatten Glück – sie erreichten das Finale. Dann wurden sie von insgesamt 256 Spielern unterstützt, die zusammen 450.870 € Energiepunkte sammeln und damit den Gewinn des Mini-BHKW parat machen. Bei Abroschen freut man sich schon sehr auf die neue Anlage, die die den Betriebsablauf, Strom und Wärme liefert effizient und



»ich zu produzieren.« »Sie bleibt uns mehr Geld für das übrige, was uns wirklich am Herzen liegt.« neue Projekte mit und für die Kinder umzusetzen, sagt Marc Westhoff. Ein kleinerer Teil, das sicherlich für alle Gewinner der Aktion gilt und auch die Verantwortlichen bei Vaillant freut: »Wer und Fröh, dass wir viele der engagierten Initiativen unterstützen können und damit ein wenig zur gezielten Förderung von Kindern und Jugendlichen beitragen.« (Text: Andreas

Vaillant vep magazin
Ausgabe 2/2013



HAPPY BIRTHDAY!

140 Jahre Vaillant – wenn das kein Grund zum Feiern ist. Seit Anfang April ist der Hase dafür in der ganzen Welt unterwegs. Im Gepäck hat er eine Ausstellung zu Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Unternehmens.

Deutschland hat der Hase gleichmehrfach gemacht. Zum Auftakt der Europa-Tour startete die eigene angelegte Design- und Vaillant-Maßstabmodell-Sammlung in der Renschneider-Zentrale. Von dort ging es weiter in die große Welt: Unter anderem standen Dänemark, England und sogar China auf dem Programm. In Deutschland machte der Hase in Wuppertal und Leipzig Station. Dritt waren die Fachpartner der jeweiligen Region zu Familienfeier eingeladen. Gemeinsam mit ihren Vaillant-Adresspartnern vor Ort bieten die Gäste bei Lockereien von Grill, beiler Party-Musik und dem ein oder anderen Kaffeeplätzchen. Auch für die Kids gibt es viel Programm: Ob HighRoller, Liebesgroßem Vaillant Hasen und vielen kleinen Überraschungen.

WUPPERTAL IN FEIERLAUNE
„Das ist wirklich eine tolle Sache!“, sagte Uwe Schriabel, Inhaber der Uwe Schriabel GmbH in Hückeswagen. „Man kommt schnell ins Gespräch, kann neue Kontakte knüpfen und trifft außerdem viele alte Bekannte wieder, die man zum Teil lange nicht gesehen hat.“ Uwe Schriabel war einer von mehr als 200 Gästen der Familienfeier, die am 5. September im Kundenthorum Wuppertal stattfand. Die Stimmung war gut, im langen Tisch der grünen Fachpartner und Vaillant-Mitarbeiter. Das spielerisch schöne Wolltuch. „Mit unserer Familienfeier wollen wir unseren Partnern und uns die Gelegenheit zum Austausch geben. Inwingskonventionen gemeinsam nach vorne gebracht, ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit!“

„ALLES GUTE, MACHT WEITER SO!“ Horst Wilkemann, Sporket Gustav Inh. Horst Wilkemann Installation und Heizungsbau, Schweinfurt

Bereits seit 1888 gibt es die Firma Sporket, die Horst Wilkemann heute in vierter Generation führt. Damit hat der Schweinfurter Familienbetrieb Vaillant mit seinen 140-jährigen Geschichte fast den Raus abgeholt. Zur Familienfeier in Wuppertal bringt Horst Wilkemann ein ganz besonderes Erinnerungsstück mit: eine Originalzeichnung vom Vaillant aus dem Jahr 1904. „Dieser Betrieb arbeitet seit seiner Gründung mit Vaillant zusammen“, erklärt der Schweinfurter. „Über die Jahrzehnte hat sich aus einer kleinen Werkstatt, die sich fast schon fast wie eine Ehe“, und unser Partner wünscht man sich natürlich nur das Beste: „Alles Gute, macht weiter so!“, gibt Horst Wilkemann Vaillant für die Zukunft mit auf den Weg.

„MINDESTENS WEITERE 140 JAHRE ERFOLG!“ Hans-Georg Burger, Sanitärinstallation Michael Petzhold, Wuppertal-Eberfeld

Seit mittlerweile 50 Jahren arbeitet Hans-Georg Burger mit Vaillant zusammen. Der erfahrene Installateur schätzt neben der Qualität das hochwertige Design der Produkte. „Die sehen toll aus – schön klar und harmonisch!“, lobt der Wuppertaler. Für die Zukunft wünscht Hans-Georg Burger Vaillant „mindestens weitere 140 Jahre Erfolg.“ Seine Verbundenheit mit dem Unternehmen zeigt er übrigens auch auf einem ganz anderen Gebiet. Der leidenschaftliche Langstreckenfahrer verbindet seine Schwermotoren mit Jahren mit dem Emblem des Vaillant Hasen. So fungiert der Installateur bei jedem Training und Wettkampf als Werbeträger für das Unternehmen. „Ich mag Vaillant und den Hase sehr gern“, begründet Hans-Georg Burger sein Engagement. „Das soll ruhig jeder sehen.“ Zur Wuppertaler Familienfeier ist er übrigens auch gekommen, um sich neue Hasenaufkleber zu besorgen. Damit seine Passion auch in Zukunft seine besondere Beziehung zu Vaillant dokumentieren.



Seit 1888 Maschinenbau des Vaillant Hasen – ein alterer Werbeträger für die Baugruppe und die Markt-Beziehung.



Seit für Groß und Klein die Familienfeier.

jenseits der üblichen Fachpartner auch einmal auf persönlicher Ebene aus“, sagte Herbert Kuschel, Regionaler Verkäufer Rhein-Ruhr. Auch Deutschland-Geschäftsführer Dr. Marc Andre Groot war vor Ort, um die Gäste persönlich zu begrüßen und sich mit den anwesenden Partnern auszutauschen. „140 Jahre Vaillant sind ein guter Grund, um die unseren Kunden und Mitarbeitern zu bedanken“, sagte der Deutschland-Chef. „Die Innovationen, die uns zum führenden Anbieter im Markt für Heiz- und Lüftungstechnik gemacht haben, wären ohne ihren unermühten Einsatz nicht möglich gewesen.“ Unter die zahlreichen Besucher mischte sich außerdem immer wieder ein ganz besonders sympathischer Vaillant-Kollege: Eine als Hase kostümierte junge Vaillant-Mitarbeiterin führte charmant die Werbeträger für die Tombola. Mit Erfolg: schließlich wirkten viele Preise von Jubiläumsgeldern über Reiseplatzscheine bis hin zum Werkzeugkasten. Und die Mitarbeiter haben noch etwas Gutes: denn Vaillant spendet die Erlöse

nik gemacht haben, wären ohne ihren unermühten Einsatz nicht möglich gewesen.“ Unter die zahlreichen Besucher mischte sich außerdem immer wieder ein ganz besonders sympathischer Vaillant-Kollege: Eine als Hase kostümierte junge Vaillant-Mitarbeiterin führte charmant die Werbeträger für die Tombola. Mit Erfolg: schließlich wirkten viele Preise von Jubiläumsgeldern über Reiseplatzscheine bis hin zum Werkzeugkasten. Und die Mitarbeiter haben noch etwas Gutes: denn Vaillant spendet die Erlöse

VAILLANT - 140 JAHRE VERANTWORTUNG

„Seit der Unternehmensgründung im Jahr 1874 übernimmt Vaillant Verantwortung für seine Kunden, seine Mitarbeiter und die Gesellschaft“, sagt Dr. Carsten Vogtschneider, Vorsitzender der Geschäftsführung der Vaillant Group. „Wir sind Teil der Lösung für globale Fragen zu Klimaschutz, effizientem Einsatz von Energie und Rohstoffen/Bedarfsplanung. Mit unseren Technologien tragen wir erheblich zu Ressourcenparadoxien bei.“ Durch wegweisende Innovationen ist Vaillant heute einer der führenden Hersteller auf dem Heiztechnikmarkt. Meilensteine waren im Jahr 1894 der Gas-Badeofen, „geschlossenes System“ und die heute nicht mehr wegzudenkende Zentralheizung aus dem Jahr 1924. Im aktuellen Privatpartnersystem die Bedeutung regenerativer Energien unter anderem mit Wärmepumpen und Solarthermie weiter zu. Produkte wie Boschheizkraftwerke,

Zeitraum-Gaswärmepumpen und Heizgeräte auf Brennstoffzellenbasis runden das zukunftsorientierte Portfolio ab. Das markante Logo der Marke Vaillant hat Johann Vaillant bereits im Jahr 1809 als Schutzmarke angemeldet. Der Firmengründer zahlt damit auch zu den Marktpionieren. Heute ist das prägnante Kennzeichen eines der bekanntesten europäischen Marken überfast. Bis heute ist die Gründungsstadt Remscheid im Bergischen Land Hauptstadt der Vaillant Group, die neben Vaillant heute weitere, international tätige Marken der Heiztechnikbranche umfasst. Das Unternehmen befindet sich bis zum heutigen Tag als Familienbetrieb. Weitere Informationen zur Unternehmensgeschichte, Innovationen von den Kundenverhältnissen und die Möglichkeit, eine eigene Zukunftsvision zu erstellen, finden Sie auf unserer Jubiläumssite im Internet unter www.140jahrevaillant.de.



VAILLANT SAKT DANKE!
Dr. Marc Andre Groot
Allen anderen möchte ich hier meinen Dank aussprechen. 140 Jahre Vaillant – eine stolze Erfolgsgeschichte verdanken wir Ihrem unermühten Einsatz aus dem Fachhandwerk, Ihre Unterstützung, Ihr Engagement und die tägliche Einsatz haben eine gemeinsame Sache erreicht, ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit!

„GUTE GESCHÄFTE UND GLÜCKLICHE KUNDEN“ Michaela Hayn, Hayn-Haustechnik, Steinhilber

Vor drei Jahren hat Michaela Hayn den Betrieb von ihren Vätern übernommen – und geht erfolgreich ihren Weg im handwerklichen Bereich. „Ich bin da ja von klein auf reingewachsen“, sagt die Trumpftechnikerin. Zudem ist das für mich nichts Neues.“ Mit Vaillant arbeitet der Familienbetrieb seit mittlerweile 19 Jahren zusammen. Das gute Qualität der Produkte und der zuverlässige, kompetente Kundendienst überzeugen auch Michaela Hayn. „Wir haben von Beginn an zu 99 Prozent Vaillant erworben“, sagt sie. Und was wünscht sie ihrem Partnerunternehmen für die Zukunft? „Weiterhin gute Geschäfts- und glückliche Kunden.“



Die Kundinnen sind Vaillant Mitarbeiterinnen, die bei der Bedienung der Future Studio zu unterstützen.

der Aktion an der 500-Kinderfeier im Gebäude selbst sorgte die Ausstellung „140 Jahre Vaillant – Vergangenheit – Gegenwart – Zukunft“ für informative Unterhaltung. Ein Besuchermagnet war das einzigartige Future Studio. In futuristisch gestalteten Sesseln konnten die Gäste via iPad ihre ganz persönliche Vision vom Leben und Arbeiten in 140 Jahren erstellen. Auch diese Aktion machte nicht nur Spaß, sondern leistete darüber hinaus einen kreativen Beitrag. Für die eingereichten Zukunftsvisionen konnte Vaillant ebenfalls an die Organisation 500-Kinderfeier mit der die Unternehmen in einer strategischen Partnerschaft verbunden ist.

Die Partner nahmen dieses Dankeschein gerne entgegen – genauso wie die komplett neu gestalteten Trainingsräume des Kundenthorums, die Interessierten bei optimalen Kundenkontakten

„AUF DER SICHEREN SEITE“ Wolfgang und Kerstin Läßig, Läßig Installationsbetrieb Heizung und Sanitär, Bodelwitz

Kurz vor der Monats-1988 gründete Wolfgang Läßig seinen Sanitärbetrieb. Ein Jahr später stand er vor der Entscheidung: Weitermachen oder aufgeben. „Wir wussten ja damals überhaupt nicht, was auf uns zukam“, erinnert sich der Sanitärer. Er entschied sich fürs Weitermachen. Eine gute Wahl, bestätigt heute auch Junior-Trainer Läßig, der den Bodelwitzer Betrieb gemeinsam mit seinem Vater führt. „Wir sind seit 1990 mit Vaillant eng verbunden“, sagt Wolfgang Läßig. „Wir hatten immer ein sehr gutes Verhältnis zu den Mitarbeitern und zum Kundendienst. Die lassen einen nie im Regen stehen. Deshalb finden wir uns von Beginn an mit Vaillant auf der sicheren Seite.“ Die 150-Kilometer-Anreise zur Familienfeier im Leipziger Kundenthorum haben die beiden gerne in Kauf genommen. „Für uns war das selbstverständlich, heute hier gemeinsam zu feiern. Schließlich gehören wir zur Familie“, erklärt Tobias Läßig.

Vaillant vep magazin Ausgabe 2014



Die junge Wissenschaft der ALTERSKRANKHEITEN

„The greatness of a nation can be judged how well it cares for its dependant members.“ Dieser Satz, 1976 während des Präsidentenwahlkampfes in Amerika vom damaligen Senator Hubert Humphrey ausgesprochen, bringt die Bedeutung der Geriatrie für die moderne Gesellschaft auf den Punkt. Geriatrie ist nicht nur ein spezielles medizinisches Fachgebiet. Mehr als das ist sie auch eine kulturelle Leistung, da sie zum Ausdruck bringt, wie eine Gesellschaft mit ihren betagten und hochbetagten Mitgliedern umgeht.

Erst seit wenigen Jahrzehnten werden die Krankheiten und Beschwerden der Betagten und Hochbetagten kontinuierlich erforscht und gesondert behandelt. Die wesentliche Ursache hierfür liegt im Wandel der Bevölkerungsstruktur, vor hundert Jahren gab es einfach noch nicht so viele alte Menschen wie heute. Die schlechtere medizinische Versorgung, Kriege, aber auch die hohen Geburtenraten waren dafür verantwortlich, dass die über 60-jährigen damals nur einen geringen Anteil an der Gesamtbevölkerung ausmachten. Dies hat sich in den letzten Jahrzehnten dramatisch geändert. Der Bevölkerungsanteil der über 60-jährigen von rund 8% vor dem Ersten Weltkrieg und 15% im Jahr 1950 stieg inzwischen auf über 20%. Diese Entwicklung wirkt sich auf die moderne Medizin aus und konfrontiert sie verstärkt mit den Bedürfnissen einer betagten und hochbetagten Bevölkerung und damit mit geriatrischen Kernfragen.

Krankheit Alter oder Alterskrankheit?

Wurden in der Renaissance noch spezielle diätetische Texte für Greise verfasst mit dem Ziel einer deutlichen Lebensverlängerung, so änderte sich die Einstellung der Mediziner gegenüber dem Alterungsprozess während des 17. und 18. Jahrhunderts deutlich. Heilkundler dieser Zeit diskutierten nun die These, ob das Altern selbst als Krankheit anzusehen sei. Dieser Ansatz führte dazu, dass die Beschwerden alter Menschen nicht oder nicht ausreichend behandelt wurden, da die als Auslöser dieser Beschwerden betrachtete Krankheit „Alter“ unheilbar war.

Die Interpretation des Alters als eigenständige, nicht behandelbare Krankheit wurde von dem in Wien geborenen Amerikaner J.L. Nascher (1863-1944) in Frage gestellt. Das folgende Erlebnis während seines Medizinstudiums zeigt dies eindrucksvoll: Eine

Gruppe von Studenten wurde in ein Pflegeheim gebracht. Eine alte Frau humpelte zu ihm mit mehreren Klagen. Der untenrichtende Arzt sagte, sie würde wegen des hohen Alters leiden. „Und was kann dagegen getan werden?“ fragte der Student Nascher. „Nichts!“. War hohes Alter dann eine schmerzhafte, unheilbare Erkrankung, an der diejenigen leiden, die alt werden, und bei welcher nichts getan werden kann? Nascher verneinte diese Frage entschieden. Er setzte sich Zeit seines Lebens mit alterskrankheitsbezogenen Fragestellungen auseinander und prägte den Begriff der Geriatrie. 1914 publizierte er mit „The Diseases of Old Age“ ein vielbeachtetes wegweisendes geriatrisches Lehrbuch.

Die Geschichte der Geriatrie als medizinisch-klinischer Subspezialität hat ihren Ursprung in Großbritannien und basiert auf der Arbeit Dr. Marjorie Warrens (1897 - 1960). Sie leitete ab ca. 1930 die Langzeitabteilung eines Londoner Krankenhauses, in der über 700 betagte, und damit als nicht behandelbar geltende, Patienten regelmäßig verahrt wurden; die ärztliche Verantwortung für solche Langzeitpatienten beschränkte sich damals meist auf das Ausstellen von Todesbescheinigungen. Dr. Marjorie Warren hingegen verstand ihre Aufgabe anders: Sie realisierte, dass sehr viele ihrer damaligen Patienten schlecht bis überhaupt nicht medizinisch untersucht worden waren, dass sie nicht oder falsch behandelt wurden und dass oft mit wenig medizinischem Aufwand ein massiver Zuwachs an Lebensqualität für den Patienten zu gewinnen war. Diese Erkenntnis veranlasste sie dazu, Untersuchungen und individuelle Behandlungsformen für die in ihrer Obhut stehenden Patienten durchzuführen. Der Erfolg ließ nicht lange auf sich warten: Fast die Hälfte der vorher mit dem Stempel „unheilbar“ versehenen Menschen konnten wieder in ihre früheren Wohnverhältnisse zurückkehren.

Beflügelt von diesem positiven Resultat forderte Dr. Warren, kranke betagte Patienten nicht mehr in Akutkrankenhäusern bis zu ihrem Ableben aufzubewahren, sondern in spezielle geriatrische Abteilungen aufzunehmen. Ihre Forderung fiel auf fruchtbaren Boden und kennzeichnete die Geburtsstunde der geriatrischen Klinik in Großbritannien.

Dieser neue Umgang mit alten Patienten blieb nicht lange auf Großbritannien beschränkt. Auch in Skandinavien, USA und Deutschland wurden bald die ersten geriatrischen Einrichtungen ins Leben gerufen.

Lebensverlängerer und Altersforscher

In Deutschland ist die Geriatrie untrennbar mit den Namen Christoph Wilhelm Hufeland und besonders auch Max Bürger verbunden:

C. W. Hufeland (1762 - 1836) entwarf in seinem 1796/97 erschienenen und zum medizinischen Bestseller seiner Zeit avancierten Werk „Makrobiotik – oder die Kunst, das menschliche Leben zu verlängern“ einen umfassenden Plan für gesunde und weise Lebensführung. Seine Ausführungen, wie z. B. die Darstellung der „Verkürzungsmittel des Lebens“ und der „Verlängerungsmittel des Lebens“, wurden nicht nur von seinen Zeitgenossen hoch geschätzt. Auch heute besitzen viele seiner damaligen Empfehlungen noch Gültigkeit und finden sich in leicht abgewandelter Form in aktuellen Lehrbüchern zum Thema Hygiene wieder.

Max Bürger (1885 - 1966) gilt mit seiner Grundlagenforschung und seinen theoretischen Arbeiten über das Altern als Begründer der Gerontologie in Deutschland. Der besondere Ansatz seiner Untersuchungen lag darin, dass sie nicht nur ältere Menschen betrafen, sondern Personen aller Altersstufen, vom ersten bis zum siebten Lebensjahrzehnt, einbezogen. Sie entsprachen somit der Vorstellung, dass das Altern nicht allein als ein Phänomen der höheren Lebensjahre zu betrachten sei, sondern den Menschen während seines ganzen Lebens begleite. Bürger prägte die Definition des Alterns als „eine als Funktion in der Zeit entstehende Veränderung der lebenden Substanz“. Das Altern interpretierte er dementsprechend als einen sich während des ganzen Lebens abspielenden, dauernden Wandlungsprozess. Mit diesem Ansatz trug Bürger wesentlich zur Entwicklung der Geriatrie als dem medizinischen Teil der Gerontologie bei.

Suche nach der eigenen Identität

Die Geriatrie ist heute noch lange nicht mehrheitlich als eigenständige medizinische Disziplin anerkannt. Das Verständnis dafür, dass die spezifischen Merkmale, Bedürfnisse und Erwartungen älterer Patienten einen gesonderten, interdisziplinären medizinischen Ansatz erfordern, hat sich noch nicht vollständig durchgesetzt. Dies liegt unter anderem daran, dass die theoretische Beschreibung der grund-

sätzlichen Merkmale der Geriatrie lange Zeit vernachlässigt wurde. Allein mit der Berufung auf Standardmerkmale wie Alter und Multimorbidität ließ sich in den etablierten Medizingebieten mit einem bereits hohen Anteil alter Menschen kein Verständnis für die Notwendigkeit geriatrischer Spezialisierung erreichen.

Die nach wie vor andauernde Suche nach der eigenen Identität wirkt sich auch auf den geriatrischen Alltag aus. So sind Lehrstühle für Geriatrie in Deutschland Mangelware und nur wenige Universitäten verfügen über eigene geriatrische Abteilungen oder Kliniken. Entsprechend klein ist auch der Kreis der auf geriatrische Fragen spezialisierten Ärzte und Therapeuten, die sich zudem oft, verglichen mit Kollegen anderer Fachrichtungen, als eher nahezu exotischen Minderheit zugehörig fühlen.

Dringender Entwicklungsbedarf

Ansichts der stetig wachsenden Zahl Betagter und Hochbetagter und der damit einhergehenden Anforderungen an eine breite und professionelle geriatrische Versorgung besteht erheblicher Entwicklungsbedarf. Dies macht auch der vierte Altenbericht der deutschen Bundesregierung deutlich: „Eine ausreichende Berücksichtigung geriatrischer und gerontologischer Expertise in der Medizin in Deutschland steht noch aus. An der notwendigen Eigenständigkeit des Fachs Geriatrie und des dringenden Bedarfs an Aus-, Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen auf diesem Sektor kann aus der Sicht der Kommission, die den Altenbericht erstellt hat, jedenfalls heute kein Zweifel mehr bestehen.“ ■



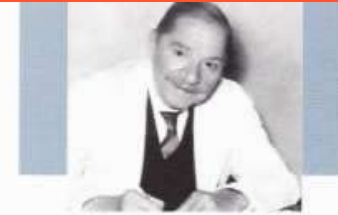
PASCOE

Naturmedizin im Spektrum

Ausgabe 3/2002

MAX FERDINAND BÜRGER

ALTERN IST KEINE FRAGE DES ALTERS



Der Internist Max Ferdinand Bürger gilt als der Begründer der Gerontologie in Deutschland. Seine Grundlagenforschung und theoretischen Arbeiten über das Altern beeinflussten maßgeblich die Entwicklung der Gerontologie und Geriatrie.

Wissenschaftler mit Leib und Seele

Wendet man sich der wissenschaftlichen Betrachtung des Alters zu, so stößt man unweigerlich auf Max Ferdinand Bürger. Am 16.11.1885 erblickte er das Licht der Welt in Hamburg. Während seines Medizinstudiums zog es ihn in die Ferne und er studierte an den renommierten Universitäten von Würzburg, Kiel, Berlin, München und Straßburg.

Nach Abschluss seines Studiums begann Bürger zügig, die Karriereleiter zu erklimmen: Im Jahr 1918 erhielt er seine erste Professur für Innere Medizin und pathologische Physiologie in Kiel. 1929 übernahm er die ärztliche Leitung des Stadtkrankenhauses Osnabrück. Und bereits 1931 verließ er Osnabrück wieder und übernahm die Position des Direktors der medizinischen Universitätsklinik Bonn. Hier blieb er bis 1937, als ihm die Universität Leipzig die Position des Direktors der medizinischen Klinik und Ordinarius für Innere Medizin anbot. Bürger zögerte nicht lange und trat mit großem Schaffensdrang seine neue Position in der damals größten Einrichtung dieser Art in Deutschland an. Diese Entscheidung sollte er nicht bereuen, fand er doch hier seine wahre Bestimmung: Bis zu seiner Emeritierung im Jahr 1957 und noch darüber hinaus befasste er sich intensiv mit der Erforschung des Alterns und erwarb sich damit seinen Ruf als Begründer der Gerontologie in Deutschland. Am 5. Februar 1966 starb Max Bürger in Leipzig im Alter von 81 Jahren.

Biomorphe und Lebensmelodie

Bürger stellte eine für die damalige Zeit völlig neue These auf: Er ging davon aus, dass das Altern ein Phänomen sei, das nicht nur ältere Menschen wie eine Krankheit befälle, sondern das die Menschen völlig unabhängig von ihrem Lebensalter beträfe. Diese Ansicht brachte er in seinem 1947 erschienenen wegweisenden Lehrbuch „Altern und Krankheit als Problem der Biomorphose“ auf den Punkt: Alter ist hier definiert als „jede irreversible Veränderung der lebenden Substanz als Funktion der Zeit“.

Bürger hielt als Folge dieser Erkenntnis eine neue Bezeichnung des Alterungsprozesses für angebracht. Er entschied sich für den Begriff Biomorphose als Synonym für alle Veränderungsprozesse, die der Organismus im Laufe seines Lebens durchmacht. Plakativ sprach er in diesem Zusammenhang auch von der Lebensmelodie, die die Entwicklung aller Lebewesen von der Geburt bis zum Tod begleitet. Bürger beobachtete, dass sich die Biomorphose bei Individuen innerhalb derselben Altersstufe unterschiedlich auswirkt. Je nachdem, wie sich der Untersuchte ernährt, wie seine seelische Befindlichkeit ist und welches genetische Erbe er mit sich herumträgt, spielt die Bürger'sche Lebensmelodie schneller oder langsamer. Dementsprechend mehr oder weniger ausgeprägt sind die Alterungserscheinungen des Betroffenen.

Ausgezeichnetes Lebenswerk

Max Bürger widmete den Großteil seines Lebens der Erforschung des Alterns. Den verbleibenden Rest nutzte er aber keineswegs, um „die Seele baumeln zu lassen“. Im Gegenteil, quasi nebenbei entdeckte er das Glukagon, ein zweites Hormon der Bauchspeicheldrüse. Zudem untersuchte er Lipodosen, Fettstoffwechselstörungen und die Wirkungen des Insulins und bereicherte damit die medizinische Grundlagenforschung. Auch die sich damals entwickelnde

Sportmedizin weckte sein Interesse und er schuf eine neuartige Kreislaufuntersuchung. Gemeinsam mit Kollegen aus den Niederlanden, England, Österreich und Frankreich nahm er schließlich 1928 an den Olympischen Spielen in Amsterdam teil, um erstmals größere sportmedizinische Untersuchungen vorzunehmen.

Trotz dieser enormen wissenschaftlichen Produktivität blieb Bürger Arzt mit Leib und Seele. Er gebärdete sich nicht als „Halbgott in Weiss“, sondern war ein Mensch zum Anfassen, mit einem offenen Ohr für die Ängste und Sorgen seiner Patienten.

Bürger lag viel daran, die Gerontologie zu institutionalisieren und sie damit fest in der Gesellschaft zu verankern. Zu diesem Zweck gründete er 1938 in Leipzig die „Deutsche Gesellschaft für Altersforschung“ als Zusammenschluss von Geriatern. Die Gesellschaft firmiert heute unter dem Namen „Deutsche Gesellschaft für Gerontologie und Geriatrie“ und verleiht seit 1976 alle zwei Jahre den Max-Bürger-Preis für besondere Verdienste um gerontologische bzw. geriatrische Forschungsinhalte.

Bürgers umfangreiches Wirken wurde 1956 erstmals ausgezeichnet. Er erhielt vom deutschen Ärztesamt die Paracelsusmedaille für seine besonderen wissenschaftlichen Verdienste. 1961 bekam er zudem für sein wissenschaftliches Lebenswerk von der Deutschen Akademie für Naturforscher die Cotheniusmedaille verliehen.

Anerkennung bis heute

Max Bürgers Lebenswerk findet bis heute große Anerkennung. Dies zeigen die zahlreichen gerontologischen und geriatrischen Einrichtungen, die nach dem Mentor der deutschen Altersforschung benannt sind, wie z. B. das Max-Bürger-Zentrum in Berlin. ■



Frauengesundheit im Wandel der Jahrhunderte

„Frauenheilkunde“ bedeutete in den vergangenen Jahrhunderten in erster Linie Geburtshilfe. Die Medizin steckte noch in den Kinderschuhen; Schwangerschaft und Geburt zählten zu den größten Gesundheitsrisiken einer Frau.

Die heute im Fokus stehenden Krankheiten wie Herzinfarkt, Schlaganfall und Krebs waren fast bedeutungslos, da viele Frauen gar nicht alt genug wurden, um eine dieser Erkrankungen zu erleiden.

Frauenleiden mit Geschichte

Typische Frauenleiden wie z. B. die Menstruationsbeschwerden sind seit Jahrtausenden bekannt. Neben diesen Klassikern hat es in der Geschichte auch Frauenkrankheiten gegeben, die weniger mit der weiblichen Physik, als vielmehr mit dem in der Gesellschaft verankerten Frauenbild verbunden sind. Nicht zuletzt war natürlich auch die fehlende Kenntnis grundlegender medizinischer Zusammenhänge für die Existenz bestimmter Erkrankungen verantwortlich.

Antike Klassiker

Die ersten Hinweise auf Menstruationsbeschwerden stammen aus dem alten Ägypten (ca. 1850 v. Chr.), in den aus dieser Zeit überlieferten Schriften finden sich bereits Behandlungstipps für unregelmäßige und ausbleibende Blutungen sowie für Hypermenorrhoe. Auch gibt es Hinweise auf Myome und Tumoren der Gebärmutter. Zur Behandlung solch klassischer weiblicher Beschwerden werden in erster Linie ätherische Öle empfohlen. Daneben gibt es aber auch Therapievorschläge, die aus heutiger Sicht recht befremdlich erscheinen. So rät man Frauen mit unregelmäßiger Menstruation, Esszenen eines Hyänenrisses auf der Beckengegend zu verreiben, um so die Blutung anzuregen.

In der Regel giftig

Im Laufe der Zeit liefert die Menstruation reichlich Stoff für Spekulationen. Stellt Hippokrates (460–377 v. Chr.) die Regelblutung noch recht harmlos als „Abgabeprozess überschüssiger weiblicher Körperflüssigkeit“ dar, so berichtet Plinius der Ältere (23–79 n. Chr.) bereits von der „Unreinheit“ menstruerender Frauen. Er beschreibt, dass in ihrer Nähe der Wein verderbe, das Saatgut unfruchtbar werde und Gras und Gartenpflanzen verdorren. Paracelsus schließlich erklärt 1520 die Existenz eines Menstruationsgiftes, des „Menotoxins“, dessen Vorhandensein erst Mitte der 1950er Jahre wissenschaftlich widerlegt wird. Der natürliche Vorgang der Regelblutung wird daher über Jahrhunderte hinweg als ansteckende Frauenkrankheit betrachtet. Während der Menstruation werden Frauen weitestgehend vom öffentlichen Leben ausgeschlossen.

Naturheilkunde gegen Aberglauben

Im Mittelalter gelten chronische Verfehlungen bzw. göttliche Strafen sowie Geister und Zauberei als Ursachen von Krankheiten. Die weibliche Blutung sei ein giftiger Ausfluss, welcher der Sünde entspringe. Frauen stehen aufgrund ihrer körperlich bedingten stärkeren Nähe zur Natur im Verdacht, dem Teufel nahe zu sein. Die Behandlung von Frauenkrankheiten ist dementsprechend stark vom herrschenden Aberglauben geprägt.

Die Äbtissin Hildegard von Bingen hebt sich vor diesem dunklen Hintergrund wohltuend ab. Sie sieht physikalische Fehler in der Mechanik der Körpersäfte sowie seelische Beschwerden als Auslöser von Erkrankungen und gibt naturheilkundlich geprägte Therapieempfehlungen. So besteht ihr Rat für eine „mulier, quae inuatu multa menstrua inordinate patitur“, also

eine Frau mit unregelmäßiger, sehr starker Monatsblutung, in der Gabe kalter Umschläge und dem Aufliegen gekochten Selleries auf Schenkel und Bauch. Zudem empfiehlt sie in diesem Fall, alzu schwere körperliche Arbeit zu vermeiden und statt dessen wühlende Massagen zu genießen.

Gefahr durch mangelnde Hygiene

Im 18. Jahrhundert treten die ersten Kindbettfieber-Epidemien auf, etwa jede 10. Wöchnerin fällt ihnen zum Opfer. Hinsichtlich der Ursachen dieser Erkrankung etablierten sich abenteuerliche Theorien. So werden Vermutungen über die negativen Auswirkungen von Luftveränderungen und Erdbeben angestellt. Es wird sogar behauptet, dass unbekannte außerirdische Einflüsse für die Entstehung der Krankheit verantwortlich seien. Ignaz Semmelweis (1818–1865) findet schließlich die wahre Ursache für die gefährliche Infektion heraus. Er erkennt, dass das Kindbettfieber durch mangelnde Hygiene in den Krankenhäusern ausgelöst wird: Sezeräume und Unterkünfte der Patientinnen liegen in den Kliniken oft dicht beieinander. Viele der behandelnden Ärzte untersuchen ihre Patientinnen direkt im Anschluss an eine Autopsie, ohne sich vorher die Hände zu waschen. So gelangen Leichenteilchen in deren Blutkreislauf, wo sie eine Blutvergiftung auslösen. Semmelweis führt die Desinfektion durch Waschung der Hände mit einer Lösung aus Chlorkalk ein und kann dadurch die Sterblichkeit der Frauen drastisch senken.

Flucht vor gesellschaftlichen Zwängen

Das 19. Jahrhundert gilt als Jahrhundert der Hygiene. Fast ausschließlich Frauen leiden an dieser Erkrankung, die mit verschiedenartigsten Merkmalen, wie z. B. Halluzinationen, Amnesien und Lähmungen, sowie typischen Verhaltensmustern (Dramatisierung und exaltiertes Verhalten) einhergeht. Heute vermutet man, dass die damaligen kulturellen Anforderungen an die „ideale“ Frau das Krankheitsbild entscheidend beeinflussten: So finden die rollenspezifischen Einschränkungen des

Verhaltensrepertoires und der Bewegungsfreiheit ihren Ausdruck in den für die Hysterie oft typischen körperlichen Lähmungserscheinungen. Zudem bietet die Hysterie ein Ventil, um aus der stark einengenden Frauenrolle auszubrechen: Bei den hysterischen Anfällen können unterdrückte Gefühle und Bedürfnisse ohne Schutz- und Schamgefühle ausgelebt werden.

Die Hysterie verschwindet mit dem sich ändernden Frauenbild. Frauen erlangen im Laufe der Zeit immer weitgehende Freiheiten. Die Einführung der „Pille“ Anfang der 1960er Jahre markiert einen Höhepunkt dieser Entwicklung, ermöglicht sie doch den Frauen, ihre Sexualität ohne Angst vor einer ungewollten Schwangerschaft auszuüben. Zu dieser Zeit entsteht ein neues, bis heute gültiges Frauenbild: Frauen sollen unabhängig und selbstständig, gleichzeitig aber auch treusorgende Ehefrauen und liebende Mütter sein. Diese Rollenvorgabe manifestiert sich auch im neuen Schönheitsideal: Frauen müssen schlank sein, nur dann gelten sie als schön. Diese neuen gesellschaftlichen Anforderungen führen zum verstärkten Auftreten anderer psychosomatischer Erkrankungen bei Frauen: Magersucht und Bulimie gelten als typisch weibliche Erkrankungen und zumindest die Bulimie wird häufig als die moderne Form der Hysterie bezeichnet. Beide Krankheiten werden als Reaktion auf ein starres, als nicht erfüllbar empfundenes Rollenbild interpretiert. Magersüchtige Frauen entziehen sich der Beurteilung anhand des gesellschaftlich fixierten Frauenbildes, indem sie ihren Körper in seiner vorpubertären mädchenhaften Form belassen. Bulimikerinnen hingegen identifizieren sich mit der Frauenrolle und versuchen, dieser gerecht zu werden. Bei ihren Essanfällen erleben sie sich jedoch als unkontrolliert und abhängig und leben so im ständigen Widerspruch zwischen Idealbild und realem Empfinden. Durch das auf die Essanfälle folgende Erbrechen versuchen sie, diesen Widerspruch aufzulösen.

Frauengesundheit heute: gender mainstreaming

Es ist schon lange bekannt, dass einige Erkrankungen nahezu ausschließlich beim einen oder beim anderen Geschlecht auftreten. Darüber hinaus gibt es jedoch Krankheiten, die beide Geschlechter betreffen, sich aber bei Männern und Frauen in unterschiedlicher Form äußern. Das Bewusstsein hierfür hat sich in der jüngsten Vergangenheit geschärft. Verantwortlich für die geschlechtsspezifischen Unterschiede sind nach neuen Erkenntnissen neben den physischen Besonderheiten auch Unterschiede in Sozialisation und Lebenssituation von Männern und Frauen.

Ein besonders eindringliches Beispiel für die geschlechtsabhängige Symptomatik ist der Herzinfarkt. Dieser galt lange Zeit als typische Männerkrankheit. Erst in der jüngeren Vergangenheit belegten Studien, dass der Herzinfarkt für Frauen jenseits der 50 Todesursache Nummer eins ist. Bisher wird er jedoch bei Frauen häufig verkannt, da sie andere Symptome als Männer aufweisen. Auch sterben Frauen mit einem Herzinfarkt oft, bevor sie die Klinik erreichen. Im Ernstfall ist niemand da, der den Krankenwagen rufen könnte, da Frauen aufgrund ihrer höheren Lebenserwartung ihre Partner meist überleben und im Alter dann alleine wohnen.

Die Erkenntnis, dass Männer und Frauen unterschiedlich erkranken, hat zu einem neuen Ansatz innerhalb der Medizin geführt. Das sogenannte „gender mainstreaming“ bezeichnet die geschlechterspezifische Ausrichtung von Forschung und Therapie. Auf diese Weise sollen Diagnose und Behandlung sowohl „typisch weiblicher“ als auch „typisch männlicher“ Krankheitsbilder optimiert werden. ■



PASCOE

Naturmedizin im Spektrum

Ausgabe 3/2002

HERMINE HEUSLER-EDENHUIZEN DEUTSCHLANDS ERSTE FRAUENÄRZTIN

Hermine Heusler-Edenhuizen war die erste in Deutschland ausgebildete und praktizierende Frauenärztin. Da Schulbildung und Studium zu ihrer Zeit für Frauen nicht vorgesehen waren, musste sie sich die Erfüllung ihres Berufswunsches gegen die massiven Vorurteile ihrer männlichen Zeitgenossen hart erkämpfen.

Ungewöhnlicher Lebensraum

Hermine Edenhuizen wurde 1872 bei Emden als Tochter eines Landarztes geboren. Ihre Mutter starb, als sie neun Jahre alt war, so dass sie zusammen mit sechs Geschwistern vom Vater großgezogen wurde. Wie damals üblich, sollte sich ihre Bildung auf den Besuch eines Pensionats beschränken, in dem „höhere Töchter“ all das lernen, was sie brauchten, um nach der Hochzeit einen Haushalt führen und einen Mann unterhalten zu können. Hermine wollte mehr, ihr wacher Geist begnügte sich nicht lange mit Musizieren und Handarbeiten. Sie träumte davon, Ärztin zu werden.

Weiterbildung in Berlin

1890 erfuhr sie von den in Berlin durch die Frauenrechtlerin Helene Lange organisierten „Gymnasialkursen für Frauen“, die Mädchen auf das Abitur vorbereiteten. Hermine Edenhuizen war von dieser Idee begeistert. Ihr Vater hingegen hielt wenig davon, seine Tochter allein nach Berlin gehen zu lassen, galt die Hauptstadt doch als gefährlicher Sündenpfuhl. Es gelang ihr jedoch, den Vater zu überzeugen und schließlich ab 1894 die Gymnasialkurse zu besuchen. Nach zähem Ringen mit den Behörden um die Zulassung zu den Prüfungen schloss sie im Jahr 1898 ihr Abitur mit der Note „gut“ ab.

Allein unter Männern

Theoretisch hatte Hermine Edenhuizen nun die Voraussetzung für ein Studium erworben. Allerdings waren Frauen an den Universitäten nur als Gasthörerinnen zuge-

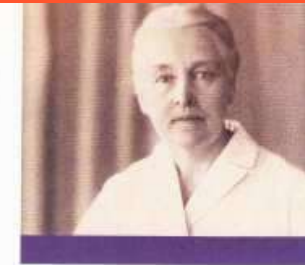
lassen. Und selbst dieses „Privileg“ war keineswegs selbstverständlich, vielmehr mussten die Frauen jeden Dozenten persönlich um Erlaubnis bitten, an den Vorlesungen teilnehmen zu dürfen. Nachdem Hermine und ihre Mitstreiterin Frida Busch alle Genehmigungen eingeholt hatten, begann der Studienalltag mit 300 männlichen Kommilitonen. Diese empfanden es als Zumutung, zusammen mit zwei Frauen studieren zu müssen und ließen die beiden Studentinnen dies durch ständige Spötteleien, Pfeife und Buhrufe während der Vorlesungen deutlich spüren.

Deutschlands erste Frauenärztin

Dies alles konnte die Entschlossenheit von Hermine Edenhuizen jedoch nicht beeinträchtigen. Sie begann ihr Medizinstudium in Berlin, wechselte für ein Semester nach Zürich, wo das Studium der Frauen bereits nahezu selbstverständlich war, absolvierte ihre klinische Ausbildung in Bonn und machte in Halle ihr Physikum. 1903 schloss sie ihr Studium mit der Note „sehr gut“ ab. Mit ihrer Dissertationsarbeit zum Thema „Eiweißausscheidungen im Urin Schwangerer und Gebärender“ (einem Hinweis auf die noch heute sehr gefährliche Gestose) provozierte sie im selben Jahr summa cum laude. An der Universitätsfrauenklinik Bonn erhielt Frau Dr. Edenhuizen anschließend als erste Frau eine bezahlte Assistentenstelle und schloss dort 1909 die Facharztbildung zur „Spezialärztin für Frauenkrankheiten und Geburtshilfe“ ab.

Skandal in Bonn

Während ihrer Ausbildungszeit in Bonn lernte Hermine Edenhuizen ihre große Liebe, den Allgemeinmediziner Dr. Otto Heusler, kennen. Der Arzt war allerdings bereits verheiratet, so dass die Beziehung schnell zum gesellschaftlichen Skandal wurde. Hermine ging daher im Herbst 1909 nach Berlin, wo sie eine eigene Praxis als „Spezialärztin für Frauenkrankheiten und Geburtshilfe“ eröffnete. Gleichzeitig führte sie an der „Klinik weiblicher Ärzte“



chirurgische Eingriffe durch. Die räumliche Distanz konnte jedoch die Liebe zwischen Dr. Heusler und Dr. Edenhuizen nicht beenden. Er ließ sich schließlich scheiden, folgte Hermine Edenhuizen nach Berlin und sie heirateten im Jahr 1912.

Kampf dem Kindbettfieber

Trotz intensiver hygienischer Vorsorgemaßnahmen erlebte Hermine Heusler-Edenhuizen Fälle von Kindbettfieber in ihrer Praxis. Als Ursache hierfür machte sie Keime verantwortlich, die vom Mann während des Geschlechtsverkehrs übertragen würden. Folglich wies die Ärztin jede werdende Mutter auf die Gefahr hin, die von einem ungeschützten Geschlechtsverkehr kurz vor der Geburt ausgehe. Seither erlebte sie nie wieder einen Fall von Kindbettfieber bei ihren Patientinnen.

Engagement ein Leben lang

Hermine Heusler-Edenhuizen war über ihren Beruf hinaus auch frauenpolitisch engagiert. So gründete sie 1924 den „Bund deutscher Ärztinnen“, dessen Vorsitzende sie bis zum Jahr 1928 blieb. Zudem setzte sie sich immer wieder vehement gegen den Paragraphen 218 ein. Entsprechend ihrer Überzeugung „Mutterschaft in jedem Stadium erfordert Fürsorge und Schutzgesetze, aber keine strafende Faust“ forderte sie, weniger die Frauen zu bestrafen, sondern vielmehr stärker die Männer zur Verantwortung zu ziehen.

Bis 1945 praktizierte Hermine Heusler-Edenhuizen als Frauenärztin in Berlin. Danach kehrte sie in ihre alte Heimat Ostfriesland zurück, wo sie eine Praxis auf Burg Pewsum, ihrem Elternhaus, eröffnete. 1950 kam sie erneut nach Berlin, wo sie im Jahr 1955 im Alter von 82 Jahren an einem Schlaganfall starb. ■



Mitarbeitermagazine

YOU – Das Marktblatt
Ausgabe 3/2014
METRO Cash & Carry
Deutschland



AUF ACHSE

Klein, aber oho: Seit rund drei Monaten touren die Mini Trucks von METRO und C+C SCHAPER durch die Republik. Ihre Mission? Den Kunden vor Ort so richtig Lust auf unsere kulinarischen Spezialitäten zu machen und sie auf die Jubelwochen einzustimmen

Eine tolle Idee der METRO, sich mit so auffälligen Fahrzeugen bei den Kunden zu präsentieren*, „Nachdem unsere 150 Mitarbeiter das mediterrane Sortiment am Mini Truck probiert und für gut befunden haben, haben wir umgehend aus diesen Produkten ein Gericht kreiert und auf die Speisekarte gepackt“, loben begeisterte METRO-Kunden die Mini Truck-Tour. Auch C+C SCHAPER-Kunden sind angetan von den kleinen Flitzern: „Einzüglig“, „Super Sache – probieren, riechen, anfassen“ und „Toll, dass ihr euch den Kopf zerbrecht, wie ich mein Geschäft besser betreiben kann“, lauteten einige der Aussagen vor Ort. Als Herzstück der Jubiläumsfeierlichkeiten ist die Mini Truck-Tour also ein Riesenerfolg. Und ein schöner Türöffner für die daran anschließenden Jubelwochen, bei denen die Märkte ihre Kunden mit vielen tollen Aktionen überraschen. Noch bis zum großen Jubiläumssinale Ende Oktober sind die mobilen Probierstationen bundesweit auf Achse und werden währenddessen bestimmt noch viele weitere Fans gewinnen!

GUT ZU WISSEN

Jeder METRO- und C+C SCHAPER-Markt bekommt in der Woche vor seiner Jubelwoche im METRO- beziehungsweise C+C SCHAPER-Look gebündelte Mini Trucks gestellt. Die kleinen Fahrzeuge sind gefüllt mit kulinarischen Spezialitäten aus dem mediterranen Sortiment an ausgewählten Artikeln wie Hausweinen oder Frischfisch. Bei der Vorbereitung der Tour reicht das ganze Marktteam mit an, von der Warenbestellung bis zur Beladung der Mini Trucks. Anschließend besuchen Verkaufsheiter und Kundenmanager eine Woche lang mit den Fahrzeugen ausgewählte Kunden, die direkt am Wagen die Köstlichkeiten probieren können.

YOU – Das Marktblatt

Ausgabe 3/2014

WOLGAST UND BERLIN-FRIEDRICHSHAIN

Zwei Märkte im Osten Deutschlands – in jeweils besonderer Lage: C+C SCHAPER Wolgast liegt in unmittelbarer Nähe der beliebten Ferieninsel Usedom. Die METRO Berlin-Friedrichshain befindet sich im pulsierenden Herzen der Hauptstadt



Begrüßt ihre Kunden gern persönlich Marktleiterin Heidrun Julius, hier bei einer Verkostung zusammen mit Bernd Beyer von der Firma Nassand

STARKES SAISONGESCHÄFT

Wolgast wird auch als „Tor zur Insel Usedom“ bezeichnet, da man von hier über eine Brücke direkt auf die Ostseeinsel gelangt. „Unser Geschäft ist stark saisonabhängig. Im Sommer ist sehr viel los, im Winter flacht es ab“, berichtet Heidrun Julius, die seit 2012 den C+C SCHAPER-Markt in Wolgast leitet. Der Tourismus ist der Umsatzbringer Nummer eins in der Region. „Sobald die Sonne scheint, brummt unser Markt“, so Julius. Die größte Nachfrage kommt von Hotels, Gaststätten, Kiosken und Strandkorbverleiher.

SERVICE FÜR STAUGEPLATZE

Und für die gibt es einen ganz besonderen Service: Die Brücke nach Usedom ist ein echtes Nadelöhr, Staus gehören zum Alltag. Für Kunden des C+C SCHAPER-Markts bedeutet das oft einen großen Zeitverlust. Genau dafür hat sich Heidrun Julius mit ihrem Team etwas einfallen lassen: Die Kunden können vor dem Marktbesuch telefonisch, via E-Mail oder Fax ihre Bestellung aufgeben. Die Ware wird dann vorkommissioniert und steht zur Abholung bereit, das spart wertvolle Zeit. Auch sonst setzt Heidrun Julius auf Serviceorientierung: So ist etwa seit April 2014 ein Verkaufsberater im Außendienst aktiv, der Abholkunden betreut.

IM HERZEN DER GROSSSTADT

Ob Ostbahnhof, Alexanderplatz oder East Side Gallery: Viele Attraktionen sind nur einen Katzensprung entfernt von der METRO Berlin-Friedrichshain. „Wir sind hier am Hotspot der Hauptstadt, mitten im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg, der sich rasant entwickelt“, so Frank Niemann, Geschäftsführer des Markts, der zu den umsatzstärksten in Deutschland gehört. Entsprechend bunt ist die Landschaft: Top-Gastronomie gehört ebenso dazu wie Szene-Bars, ECKKneipen und Start-up-Firmen. Genauso abwechslungsreich ist das Sortiment, das nach Umbau und Wiedereröffnung des Markts im August 2013 im neuen Glanz erstrahlt – vom großen Weinumidor bis zur reichen Auswahl an Frischfleisch. Sogar Aquarien gibt es, mit einem vielfältigen Angebot an Lebewesen. Nicht ohne Grund wurde die Abteilung 2013 mit dem Seafood Star für die beste Fischtheke im Cash & Carry-Segment ausgezeichnet.

DER HIMMEL FÜR FUSSBALLFREUNDE

Einzigartig ist auch das Dach des Markts: Hier befindet sich ein Fußballfeld, der sogenannte Fußballhimmel. Schulen und Vereine können hier kostenlos kicken, ein Teil des sozialen Engagements des Markts. „Auch eine Mitarbeiter-Mannschaft trät-



Ausgezeichnetes Highlight: die Fischabteilung der METRO Berlin-Friedrichshain



Die ungewöhnliche Kulisse des Fußballhimmels auf dem Dach der METRO Berlin-Friedrichshain verleiht Kundenevents eine ganz besondere Note

niert dort oben“, berichtet Niemann. Außerdem finden in luftiger Höhe stimmungsvolle Kundenevents statt, wie zum Beispiel Weinproben.

Danke, METRO!

Ein Rückblick auf das Jahr 2010

Zwölf ereignisreiche Monate liegen hinter uns. Sie waren nicht immer einfach. Doch trotz mancher Herausforderungen haben wir gemeinsam vieles erreicht. Möglich gemacht hat das der Einsatz aller Kolleginnen und Kollegen.

Frischer geht's nicht

Dass die METRO auf bestem Weg ist, modernster Großhändler Deutschlands zu werden, zeigt auch das neu eröffnete **Fisch-Logistikzentrum** bei Frankfurt. Von hier aus werden nicht nur Standorte in Deutschland versorgt. Auch Großmärkte in Tschechien, der Slowakei und Ungarn erhalten ihren Frischfisch aus Groß-Carau. Indem die Warenströme in Flughafennähe gebündelt werden, reduziert sich die Lieferzeit für Frischfisch und Meeresfrüchte um die Hälfte und Bestellungen lassen sich kurzfristig erfüllen.



2011 können Frau Muth und Meeresfrüchte werden gibt Woche im Fisch-Logistikzentrum umgeschlagen.

Komfortabler Einkauf

C+CSchäper hat eine erfolgreiche Lösung auf den Weg gebracht, um den Kunden die Arbeit zu erleichtern. In Singen und Lafr ist mit dem neuen **Drive-In-Konzept** der Einkauf wesentlich bequemer geworden. Bei der hogatec 2010 war der Schäper Drive-In eine der Neuheiten, mit denen wir für Gesprächsstoff sorgten.

Erfolgreicher Service

Noch bequemer als ein Einkauf im Großmarkt ist es für die Gewerbetreibenden, wenn die METRO zu ihnen kommt. Der **Belieferungsservice** ist einer unserer erfolgreichsten Wachstumsbereiche. Allein in den ersten neun Monaten betrug der Umsatz im Belieferungsgeschäft 108 Millionen Euro – im Vergleich zu 72 Millionen im Vorjahreszeitraum. Um die Belieferung weiter zu verbessern, hat die METRO die Prozesse in der Rhein-Main-Region zentral gebündelt. Künftig übernimmt das neue regionale Zustelldepot in Weiterstadt die Belieferung aller Kunden in diesem Gebiet.



Eröffnung des regionalen Zustelldepots in Weiterstadt Mitte November

Moderne Märkte

Kunden zu begeistern, ist die Grundvoraussetzung für nachhaltiges Wachstum. Deshalb investieren wir kräftig in unsere Großmärkte. Beispiel Schwelm. Dort eröffnete im November einer der **modernsten METRO-Standorte** in Deutschland. Zudem konnten wir acht Umbauten bei laufendem Betrieb erfolgreich abschließen. Die Großmärkte in Dortmund-Despel, St. Augustin, Oldenburg, Mainz-Kastel, Weiterstadt, Kassel, München-Freimann und Koblenz präsentieren sich übersichtlicher, freundlicher und zum Teil ergänzt um neue Abteilungen.

Insgesamt acht Modernisierungen und drei Neubauten in einem Jahr – das ist ein echter Kraftakt, den wir ohne den engagierten Einsatz aller beteiligten Kolleginnen und Kollegen nicht in dieser kurzen Zeit hätten bewältigen können. Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!



Mit einem Stück METRO-Forde begrüßen GL Andreas Döwenspek (l.), Isichen Stöbbe, Bürgermeister der Stadt Schwelm (m.) und Arnd Biele, Geschäftsführer Vertrieb (r.) die Kunden im neu eröffneten Großmarkt Schwelm.

Auf Wachstumskurs

Mit ehrgeizigen Plänen ins neue Jahr

Wir haben eine Vision: Die METRO soll Deutschlands modernster Großhändler werden – und in Sachen Kundenorientierung den Wettbewerb hinter sich lassen. Ein fernes Ziel? Keineswegs. Denn gemeinsam haben wir die ersten erfolgreichen Schritte in Richtung Top-Position bereits getan. Im kommenden Jahr werden wir weiter zulegen – die Zeichen stehen auf Wachstum:

→ Zwischen Nordsee und Alpenrand nutzen 5.600 Gewerbetreibende den Service, Tendenz steigend. Ziel ist es jetzt, den Bereich weiter auszubauen und noch effizienter zu organisieren. Sichtbare Fortschritte macht die METRO dabei unter anderem in Weiterstadt. Hier nahm das regionale Zustelldepot Rhein-Main Mitte November offiziell seinen Betrieb auf. Nach einem erfolgreichen Start plant die METRO, 2011 weitere Zustelldepots in Ballungsgebieten zu eröffnen.



→ Im Service gewinnt die Gastrofachberatung immer mehr an Bedeutung. Im Austausch mit den METRO-Profis erhalten die Gastronomen Tipps und Ideen rund um die Ausstattung ihres Betriebs. Bundesweit sind bereits 60 Gastrofachberater im Einsatz. Für 2011 sind weitere Stellen in diesem Bereich geplant. ◀

Carry On

Ausgabe
4/2010

METRO
Cash & Carry
Deutschland

„Immer am Ball bleiben“

METRO-BA-Studentin Katharina Gapp (24) hat als eine von bundesweit nur zehn Preisträgern den mit 6.000 Euro dotierten Stiftungspreis Goldener Zuckerhut für qualifizierte Nachwuchskräfte gewonnen – eine große Ehre für die METRO.

Frau Gapp, Sie haben gerade einen der wichtigsten Förderpreise der Lebensmittelbranche gewonnen. Was bedeutet Ihnen diese Auszeichnung?

Sehr viel! Mit dem Preisgeld kann ich meinen beruflichen Traum verwirklichen: Ich möchte an meinen Bachelor BWL, Fachrichtung Handel, ein Masterstudium Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement anschließen. Das wäre mir ohne das Preisgeld nicht so ohne Weiteres möglich, da dieser Studiengang kostenpflichtig ist. Davon abgesehen, ist die Auszeichnung natürlich eine große Ehre für mich und macht mich sehr stolz.



Frau der Praxis

Katharina Gapp hat sich früh für die METRO entschieden. Hier hat sie 2006 ihre Lehre zur Groß- und Außenhandelskauffrau begonnen und 2008 als eine der Besten ihres Jahrgangs in Berlin mit IHK-Auszeichnung abgeschlossen. Anschließend nahm sie ihr Bachelorstudium BWL mit Schwerpunkt Handel auf, das sie voraussichtlich im kommenden Jahr abschließen wird.

Wie haben Sie die Preisverleihung erlebt?

Das war schon ziemlich aufregend, mein Abi-Ball war nichts dagegen. Die Auszeichnung fand im Rahmen des LZ-Kongresses am 5. November in der Berliner Philharmonie vor mehreren Hundert Gästen statt. Auf der Bühne erhielten wir unsere goldgerahmten Urkunden.

Frau Gapp, Sie arbeiten im Großmarkt Berlin-Friedrichshain und studieren gleichzeitig an der Berliner Hochschule für Wirtschaft und Recht. Warum haben Sie sich für diese duale Ausbildung entschieden?

Ich war schon immer an praktischer Arbeit interessiert, will aber zusätzlich die Chancen nutzen, die mir ein Studium eröffnet. Der unschlagbare Vorteil eines dualen Studiums ist der direkte Praxisbezug: Ich kann das, was ich an der Uni lerne, sofort im Großmarktalltag erproben und sehe schnell, was sich umsetzen lässt und was nicht.

Warum haben Sie sich für den Handel entschieden? Was fasziniert Sie an dieser Branche?

Die Menschen! Mir macht es Spaß, mit Menschen umzugehen, sie zu beraten und gemeinsam mit ihnen Lösungen für ihre Pro-



bleme zu finden. Das bietet der Handel wie keine andere Branche.

Und was gefällt Ihnen an der METRO?

Ich mag den intensiven persönlichen Kontakt zu den Kunden im Großmarkt. Der wird bei uns sehr gepflegt. Doch die lokale Ebene ist nicht alles – wie alle Handelsunternehmen müssen auch wir uns zunehmend globalen Herausforderungen stellen. Ich persönlich finde, dass METRO Cash & Carry das sehr gut hinkriegt. Wir sind sehr wandlungsfähig – das macht auch die Arbeit hier so spannend. ◀



Stiftungspreis Goldener Zuckerhut

Die Stiftung Goldener Zuckerhut wurde 1990 auf gemeinsame Initiative von Handel, Industrie und Lebensmittelzeitung gegründet. Ziel der Stiftung ist die Förderung der Weiterbildung qualifizierter Nachwuchskräfte der Ernährungswirtschaft. Zu diesem Zweck werden die Stiftungserträge in Form von Förderpreisen ausgeschüttet, deren Vergabe jährlich im Rahmen der Branchenveranstaltung Goldener Zuckerhut erfolgt.

Carry On
Ausgabe 4/2010

Frohes Fest!

Die letzten Wochen des Jahres sind gerade im Handel turbulent – das Weihnachtsgeschäft hält uns bis Heiligabend schwer auf Trab. Mit diesen Seiten möchten wir ein wenig vorweihnachtliche Stimmung in Ihren Alltag zaubern und Sie auf die Feiertage einstimmen.



Alle Jahre wieder:

Weihnachtsaktionen der Großmärkte

Ab Anfang Dezember wird es in den Großmärkten weihnachtlich. Drei Beispiele:

Gans umsonst

„Gans umsonst“ heißt die Aktion der METRO, bei der Kunden ab einem bestimmten Umsatzvolumen eine ganze Gans umsonst erhalten. Da wird das ein oder andere Federvieh bestimmt auf dem heimischen Esstisch der Kunden landen.

Von drauß' vom Walde komm ich her
In München freuen sich besonders die Kinder der METRO-Kunden auf den 4. und 5. Dezember. Denn dann treffen sie im Großmarkt den Nikolaus persönlich. Der sieht nicht nur beeindruckend aus in seinem langen, roten Mantel und mit seinem buschigen weißen Bart; er verteilt auch kleine Geschenke an die potenziellen Nachwuchs-gastronomen.

Lecker, lecker
Glühwein, Bratwurst und Waffeln sättigt gibt es ab Anfang Dezember vor dem Großmarkt Dortmund. So gestärkt, steht einem Besuch des Verkaufstands für Weihnachtsbäume nichts im Weg. Denn so eine Tanne kann ganz schön schwierig sein – besser, man hat etwas Gutes im Magen. ◀

Auf die letzte Minute:

Weihnachtsgeschenke für Spätzügler

Wieder mal keine Zeit gehabt, Geschenke zu kaufen? Kein Problem. Diese schönen Dinge können Sie auch kurz vor Heiligabend noch bei ihrer METRO erwerben. Das Beste daran: Alles ist bereits fix und fertig als Geschenk verpackt.

Für Naschkatzen



Geschenkpaket „Schokotraum“
7-teiliges Schokoladen-

Für Kuschelfreunde



Geschenkpaket „Kaminzeit“

Tischkamin mit Steinen zur Dekoration, 0,75-l-Flasche Claus C. Jacob Dornfelder „Classic“, Q.b.A., trocken, vollmundig, 125-g-Packung Lindt Hauchdünne Täfelchen Edelbitter. **16,79 Euro.**

Für Pasta-Fans



Geschenkpaket „Pasta De Luxe“

Abtropfsieb, Pastalöffel, Spaghettiportionierer, 500-g-Packung Casare



Lametta, Gesang und Gaumenschmaus:

So feiern die Kollegen

Lila Weihnachten

„Wir feiern einfach und gemütlich mit Familie und Freunden, singen und reden viel, gehen zur Kirche. Unser Traditionessen am Heiligabend sind Bratwürstl mit Sauerkraut. Den Baum schmücken wir auf alle Fälle in Lila, mit reichlich Lametta und Lichterketten.“
Michael Schönwetter, Substitut Freizeit

Besuch bei den Kindern

„An Heiligabend arbeitet entweder mein Mann oder ich bis zum Mittag, darum vertagen wir das große Fest auf den ersten Weihnachtstag. Wir feiern bei unserer Tochter, zusammen mit der Familie unseres Schwiegersohns und unserem Enkel.“
Marlies Köhniener, Substitutin

Oma kocht

„Weihnachten haben wir volles Haus. Die Großeltern, unsere Tochter, meine Schwester und meine Nichte feiern mit uns. Zu unseren Weihnachtsritualen gehören Musizieren und ein Festtagsessen von Oma – jedes Jahr ein anderes, leckeres Menü.“
Anja Mayer, BTL-Assistentin



Wild und würzig:

Weihnachtsbraten mal anders

Für alle, die keine Lust auf traditionelle Weihnachtsgerichte wie Gans, Karpfen und Co. haben, ist der leckere Wildschweinbraten genau das Richtige.

Weihnachtlicher Wildschweinbraten mit Zimt-Orangen-Soße

Zutaten für 4 Portionen:
1 kg Wildschweinbraten, 2 Lorbeerblätter, 8 Pfefferkörner, 4 Wacholderbeeren, 4 Gewürznelken, 4 Stangen Zimt, 80 ml Orangenkör, 500 ml Rotwein, Salz, Pfeffer, 4 EL Öl, 250 ml Bratensoße, 200 ml Sahne, 1 EL Orangenschalen, klein geschnitten, 1 TL Zimt, 1 TL Zucker

Zubereitung:

1. Für die Beize Lorbeerblätter, Pfefferkörner, Wacholderbeeren, Nelken, Zimt, Orangenkör und Rotwein mischen, in einen Topf geben und den Braten so hineinlegen, dass er komplett von der Flüssigkeit bedeckt ist. Den Topf verschließen und zwei bis drei Tage in den Kühlschrank stellen. Das Fleisch ab und zu wenden.
2. Fleisch aus der Beize nehmen, abtropfen lassen und gut trocken tupfen, mit Salz und Pfeffer würzen. Ofen auf 200° Grad vorheizen. Öl im Bräter erhitzen. Braten ringsum scharf anbraten. Beize durchsieben und zum Braten geben. Die Bratensoße angeben. Fleisch im Ofen zirka 90 Minuten garen.
3. Braten herausnehmen und warm stellen. Sahne mit Orangenschalen Zimt und Zucker verrühren, in die Soße geben und abschmecken. Braten aufschneiden, mit Soße anrichten. Dazu passen Mandel-Brokkoli und Spätzle.



Die METRO wünscht allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern fröhliche Weihnachten und einen guten Rutsch ins neue Jahr 2011!

Carry On
Ausgabe 4/2010

Dem Genuss auf

Das neue Kernsortiment begeistert Kunden und Mitarbeiter

Bühne frei für kulinarische Köstlichkeiten: Seit Juni sind die neuen Kernsortimente für HoReCa- und Trader-Kunden bei der METRO und C+C SCHAPER erhältlich. Die Carry On zieht eine erste Bilanz: Wie erfolgreich läuft die Vermarktung? Wie ist die Resonanz der Kunden? Und welche der neuen Artikel kommen besonders gut an?

Monatlang wurden Informationen gesammelt und analysiert. Kunden befragt und Speisekarten ausgewertet. Das Resultat ist unser neues Kernsortiment, das exakt auf die Bedürfnisse der HoReCa- und Trader-Kunden zugeschnitten ist – vom Kiosk an der Ecke über das gutbürgerliche Landhausrestaurant bis hin zum Metzger mit Cateringservice. Die Aufgabe ist jetzt, die Kunden von den neuen Angeboten zu überzeugen. Ein erster Meilenstein auf diesem Weg war die Veranstaltung „Fit for Kunde“, Kundenmanager und Geschäftsleiter der METRO kamen Anfang Juni in der Düsseldorf Zentrale zusammen, um die neuen Produkte kennenzulernen und zu probieren. Denn nur wer das Sortiment kennt, kann seine Kunden dafür begeistern. Nach dieser Devise handelten auch die Marktleiter und Verkaufsberater von C+C SCHAPER – und trafen sich unter dem Slogan „Alles was Sie wollen“, um die neuen Sortimente live in Augenschein zu nehmen.

Auf Deutschland-Tournee

„Die Veranstaltung Fit for Kunde war für uns nach vier langen Planungsphasen der erste Höhepunkt“, sagt Frank Schmidt, Bereichs-



Fit for Kunde, Düsseldorf

leiter TGM. Noch während der erfolgreichen Auftaktveranstaltung stellte sich die Frage: Wie tragen wir die Begeisterung in die Fläche? Für Erol Yildizgözer, Bereichsleiter Zentrale Vertriebsleitung, war schnell klar: Wir gehen mit den neuen Sortimenten auf Deutschland-Tournee – und so startete bereits Ende Juli eine bundesweite Roadshow durch die Regionen: „Fühlen, schmecken, sich inspirieren lassen, unsere neuen Produkte mit allen Sinnen erleben. Das ist der beste Weg, unsere Kunden zu begeistern“, sagt Erol Yildizgözer, der die Roadshow gemeinsam mit Frank Schmidt und seinem Team zentralseitig betreute.



„Die Zeiten ändern sich“

Interview mit Frédéric Schumacher, Bereichsleiter Zentrales Kundenmanagement

Herr Schumacher, Sie setzen auf eine starke Sales Force. Was ist damit gemeint? Ganz klar: Für uns muss das Thema Verkauf wieder stärker im Vordergrund stehen. Wir brauchen Kundenmanager, die unsere Produkte mit Leidenschaft vertreiben und unsere Kunden langfristig an uns binden. Früher waren wir es gewohnt, dass die Kunden zu uns kommen. Heute müssen wir umdenken und die METRO zu den Kunden bringen. Die Zeiten ändern sich und damit auch das Anforderungsprofil der Kundenmanager.

der Spur

Auftakt im Süden

Die Auftaktveranstaltung der Roadshow fand in der METRO München-Freimann statt. Die Kunden des Großmarkts und der angrenzenden Standorte Brunnthal, Pasing und Augsburg waren eingeladen, die neuen Produkt-Highlights selbst zu verkosten – von den Käse- und Wurstspezialitäten bis zu den Antipasti-Varianten. Die Gäste erwartete unter anderem ein mediterraner Marktstand mit diversen Probierständen. Mit von der Partie: Sternekoch Patrik Jaros, der im Restaurant über Besonderheiten der Sortimente informierte und Zubereitungstipps gab.



METRO München-Freimann

Roadshow sorgt für Aha-Effekt

Die nächste Station: Esslingen. Dort standen rund 600 Profikunden aus den Großmärkten Esslingen, Kornau, Ulm, Karlsruhe und Freiburg auf der Gästeliste. Bereits am Vormittag kamen die Abteilungsleiter in den Genuss der neuen Köstlichkeiten, um ihr Wissen an ihre Teams weitergeben zu können. „Das Event war gigantisch und die Kunden waren begeistert“, berichtet Geschäftsleiter Thomas Klein. Für ihn gab es viele Aha-Effekte, etwa als ein namhafter

„die Zeiten ändern sich“

inwiefern tragen die Kernsortimente dazu bei, eine starke Sales Force zu etablieren? Mit dem neuen Angebot heben wir uns von der Konkurrenz ab und stärken unsere Vorreiterrolle im Großhandel. Wir haben die Attraktivität unseres Sortiments erheblich gesteigert, denn wir sind bei diesem Prozess exakt auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden eingegangen, die uns ganz klar gesagt haben: Ihr habt nicht die Produkte, die wir brauchen. Genau hier haben wir gegengesteuert. Mit dem mediterranen Sortiment haben wir jetzt die besten Verkaufsargumente an der Hand. Nichts anderes sage ich meinen Kundenmanagern: Ihr habt die Argumente, geht raus und nutzt sie.



Gastronom der Region die eingelegten Artischocken als die besten lobte, die er jemals außerhalb Italiens probiert habe. „Es hat mich verblüfft, wie positiv die Kunden die Qualität der Produkte bewertet haben.“ Zu verdanken war dies insbesondere Restaurantleiter Michael Dräger, der aus den neuen Produkten eigene Gerichte kreierte, etwa Hähnchenbrustfilet mit Estragon und Serrano-Schinken.



METRO Esslingen

Roter Teppich für die Kernsortimente

Die dritte Station der Roadshow war Sankt Augustin. Hier erwartete die Kunden ein roter Teppich, der direkt ins Restaurant führte. Dort stand ein attraktiver Marktstand im Mittelpunkt, auf dem die neuen mediterranen Spezialitäten zum Probieren bereitstanden. Beteiligt an dem Event waren die Großmärkte Sankt Augustin, Köln-Godorf, Leverkusen, Koblenz und Siegen. Bilanz vor Ort: positive Kundenstimmen, anregende Gespräche und eine gute Atmosphäre – eingefangen für das Carry On-Titelbild.



METRO Sankt Augustin

Großartiges geleistet

Das Finale der Genuss-Tournee fand in Hamburg-Altona statt. Zu den Favoriten zählten an diesem Tag unter anderem die Desserts und Petits Fours. Viele Kunden waren positiv überrascht, dass die Convenience-Artikel schnelle Komplettlösungen für ihren Nachtschicht bieten. Neben Probierstationen gab es auch eine Café-Ecke im Großmarkt, die zum persönlichen Gespräch mit den Kundenmanagern einlud. Die Bilanz der Roadshow: Rund 1.600 Kunden haben an vier Orten und innerhalb von vier Wochen die neuen Sortimente für sich entdeckt. „Die Roadshow zeigt, dass wir Großartiges leisten können, wenn

Das sind die Beliebtesten

Weich bis würzig

Dieser handwerkliche Käse wird in Olivet an den Ufern des Loiret hergestellt. Durch die Ummantelung aus Aschereife der Käse schneller, während Pfeffer und Heu ein besonderes Aroma geben.



Bon appétit

Tartelettes, kleine Mürbeteig-Tortenböden, werden in Frankreich traditionell mit Früchten belegt – und zum Kaffee oder als Dessert gereicht. Profikunden erhalten sie bei uns als Tiefkühlkost in den Sorten Apfel und Himbeere.



Frisch aus dem „Öldorado“

Auch pur ein Genuss: Zusammen mit Balsamico lässt sich das Olivenöl Non Filtrato von Barbera hervorragend als Dip mit Weißbrot genießen. Durch sein fruchtiges Aroma ist es auch ideal für Salate geeignet.



wir alle an einem Strang ziehen“, so Frank Schmidt. „Dass die Kunden so begeistert reagiert haben, macht uns alle sehr stolz. Es ist erstaunlich, was hier in kurzer Zeit auf die Beine gestellt wurde.“ Nach diesem starken Auftakt kann es voller Elan in die nächste Runde gehen. Neue Vermarktungsaktivitäten und weitere Roadshows sind bereits in Planung. <



METRO Hamburg-Altona

Carry On
Ausgabe
4/2010

Broschüren

Willkommen im Future Store

Eine Reise in die Zukunft des Handels



Heute die Zukunft des Handels entdecken



Rheinberg hat außer schönen Landschaften noch mehr zu bieten. Die charmante Kleinstadt lockt immer mehr Freunde innovativer Handelstechnologien an den Niederrhein. Denn seit April 2003 können sie hier einen Blick in die Zukunft der Branche werfen – im METRO Group Future Store erproben Handel und Industrie technologische Lösungen, die das Einkaufen für die Kunden künftig noch komfortabler machen. **Intelligente Waagen**, **Info-Terminals** oder moderne **Selbstzahlkassen** sorgen für einspannendes Shoppen und machen den Aufenthalt zu einem einmaligen Erlebnis.

Stehen Sie durch und erkunden Sie selbst die Zukunft des Handels. Dieser Führer begleitet Sie auf Ihrer Reise. Sie erfahren Wissenswertes über Geschichte und Sehenswürdigkeiten des Future Stores. Spannende Hintergrundinformationen sowie exklusive Tipps und Empfehlungen für Ihre individuelle Besichtigungstour runden das Angebot ab. Die Reiseleitung übernimmt Familie Schneider – Vater, Mutter, Sohn und Tochter kennen sich bestens aus mit allen technologischen Feinheiten.

Los geht's – die METRO Group Future Store Initiative wünscht einen angenehmen Aufenthalt im Verbrauchemarkt der Zukunft!

5

Info-Terminals

Service de luxe – Info-Terminals bieten den Kunden das gewisse Extra: Kochrezepte, Weinempfehlungen sowie Informationen über Eigenschaften, Herkunft und Nährwerte der Lebensmittel stehen auf dem Programm.

Wissenswertes für Technikfreunde
Was hat Sie schon?

Dücker & Mait, Hevel, RHM, Kraft Foods, L'Oréal, Nestlé, Procter & Gamble, Procter & Gamble, Sonopress, T-Systems, Wincoor Hoesler, WMS



sich geändert. Beim Einkauf zählen Preis, von einem modernen Verbraucher – individuelle Beratung und umgibt. Mehrere Produkte stehen wertvoll. Die Einkaufsberater erfüllen diese Bedürfnisse. Ein Info-Terminal zeigt, wer wissen will, welche Rezepten lassen, enthält praktische Tipps am Beispiel der Fleischreihe. Es informiert zudem über die Herkunft von Fleisch und Milchprodukten, Kartoffeln und Kiwis stammen. Info-Terminals Beauty je nach Hauttyp die Pflege von Säugling und Kleinkind. Eine besondere Service bieten sich Kunden, die eine CD, DVD oder eine RFID-Lesegeräte halten, können in der Ferne ansehen oder Spielabschnitte

mit einer besonderen Funktion ausgestattet. Einem bestimmten Wein aus, kann er Flaschen im Regal anzeigen lassen. Ein befestigter Beamer – das so genannte optische Wegweiser projiziert ein Bild der Flasche vor dem Regalstandplatz des Weines.

Freunde

dem Computer mit Touchscreen, einem alten Thermodrucker. Die Info-Terminals sind mit RFID-Lesegeräten ausgestattet.

Wussten Sie schon...

Wo Ihr Frühstück herkommt? Am InfoTerminal E können Sie die auf dem E aufgedruckte Nummer eingeben und erhalten Angaben zu dessen Herkunft und zur Haltung der Hühner.

METROAG: Willkommen im Future Store

METROAG: Die METRO GROUP und RFID

Informationen zur neuen Technologie im Handel

Die METRO Group und RFID

powered by SAP NETE, IBM, SYSTEMS, CIBO SYSTEMS, FUJITSU SERVICES, SIEMENS, FUJITSU, SIEMENS COMPUTERS

Die Abkürzung RFID steht für Radiofrequenz-Identifikation. Fortschritte der Technologie ist es möglich, Daten automatisch per Funk zu erfassen.

Was ist RFID?

2

Eine Antenne und ein winziger Computerchip. So sieht ein RFID-Transponder aus.

Was ist RFID?

RFID ist keine gänzlich neue Technologie. Sie wird bereits seit den 1970er Jahren kommerziell genutzt, beispielsweise in der Luftfahrt oder in der Container-Logistik. In den vergangenen Jahren ist die Entwicklung der Technologie deutlich vorangeschritten. Neue Anwendungsmöglichkeiten verbessern zum Beispiel die Sicherheit von Patienten oder die Qualität von Produkten.

Effiziente Prozesse

Schon heute optimieren Kliniken in New York, Mailand, Duisburg und Jena mithilfe von RFID die Behandlung von Patienten und reduzieren gleichzeitig ihre Verwaltungskosten. Auch zum Schutz der Umwelt wird die Technologie eingesetzt: Ein Bremer Entsorgungsumwirtschafter kuppelt mit RFID beispielsweise die Abfallgebühren an die Zahl der Entwürfen und schafft so Anreize, Müll zu vermeiden. Bei der Einbringung von Elektroschrott kann die Radiofrequenz-Identifikation künftig ebenfalls zum Einsatz kommen. Eindeutig gekennzeichnete Bauteile lassen sich automatisch identifizieren, wodurch sich ihre Wiederaufbereitung vereinfacht und beschleunigt.

Erhöhte Sicherheit

Neue Nutzungsmöglichkeiten ergeben sich auch durch die Verbindung von RFID und Sensortechnologie. So hat zum Beispiel das Stuttgarter Unternehmen Gebe Pharma ein Pilotprojekt abgeschlossen, bei dem der Weg von licht-, temperatur- und feuchtigkeitsempfindlicher Medikamenten entlang der Prozesskette mithilfe von Radiofrequenz-Identifikation und

3

Bestand im Blick: Rollboxen bei der Schweizerischen Post

Behältertyp: Rollbox	90	0000
Losnummer	0098	00
	000212	

→ Nummer der Rollbox

4

entsprechender Sensoren dokumentiert wurde. Stieg die Temperatur während des Transports über einen kritischen Wert, schickte das System automatisch einen Warnhinweis.

Eindeutige Identifikation

Herzstück von RFID ist der Smart Chip, ein winziger Computerchip mit Antenne. Konsumgüterindustrie und Handel bringen ihn beispielsweise mit einem Klebetikett auf logistischen Einheiten, Handelseinheiten oder einzelnen Produkten an. Auf dem Smart Chip, wie er in der Konsumgüterwirtschaft zum Einsatz kommt, ist eine Nummer gespeichert, der sogenannte Elektronische Produktcode (EPC).

Dieser dient dazu, Versandebenen und Produkte eindeutig zu identifizieren. Der EPC verweist autorisierte Nutzer über eine spezielle Software auf in einer Datenbank hinterlegte Informationen – zum Beispiel Hersteller, Versandtermin, Preis, Gewicht und Mindesthaltbarkeitsdatum. Erfasst ein Lesegerät den EPC, wird der Nummerncode den Informationen im Warenwirtschaftssystem des Händlers zugeordnet. Dort erfolgt eine automatische Aktualisierung der Angaben. So können die Unternehmen stets nachvollziehen, wo sich eine mit dem Smart Chip versehene Lieferung gerade befindet.



WIR FEIERN! 50 JAHRE METRO 55 JAHRE SCHAPER

50
METRO

55
SCHAPER



2014 FEIERN WIR GEBURTSTAG:
Vor 50 Jahren eröffnete der erste METRO-Großmarkt, ganze 55 Jahre sind seit der Geburtsstunde von C+C SCHAPER vergangen. Dieses besondere Jahr wollen wir besonders feiern. Werfen Sie doch schon mal einen Blick durchs Schlüsselloch und erfahren Sie mehr über unsere Jubiläumsaktionen.

Herzlichst,
Dominique Minnaert



Vorsitzende der Geschäftsführung
METRO Cash & Carry Deutschland GmbH

Veronika Pountcheva



Geschäftsführerin C+C SCHAPER

ES WAR EINMAL ... METRO UND C+C SCHAPER - EINE ERFOLGSGESCHICHTE

DEUTSCHLANDS FÜHRENDE GROSSHÄNDLER - DAS SIND METRO UND C+C SCHAPER HEUTE mit rund 15.000 (METRO) bzw. 2.500 (C+C SCHAPER) Mitarbeitern und mehr als 50.000 Produkten. Der Grundstein für diesen Erfolg wurde Mitte des vergangenen Jahrhunderts gelegt: 1959 eröffnete der erste C+C SCHAPER-Markt in Hannover; 1964 folgte der erste METRO-Markt in Mülheim an der Ruhr. Heute verfügt C+C SCHAPER über 51 Märkte bundesweit, METRO ist in Deutschland mit 56 Großmärkten präsent. Hinzu kommen 690 METRO-Standorte in Europa und Asien.

1959
In Hannover eröffnet der erste C+C SCHAPER-Markt. Weitere Märkte folgen in Braunschweig, Göttingen, Goslar und Holzmissen.



1960ER- UND 1970ER-JAHRE
Die METRO eröffnet viele weitere Standorte in Deutschland, etwa in Aschen, Braunschweig, Stuttgart und Wuppertal.



HOME.METROGROUP-NETWORKING.COM/JUBILAEUM-MCCD

1980ER-JAHRE
Der Computer hält Einzug in den Alltag der Gewerbetreibenden; die METRO passt ihr Angebot schnell an die neuen Bedürfnisse ihrer Kunden an.



2002
C+C SCHAPER übernimmt 20 BRAR C+C-Märkte und betreibt damit Ende 2002 insgesamt 54 Standorte.



1986
Die Aska Gruppe, zu der auch C+C SCHAPER seit 1987/1988 gehörte, wird in den Metro-Konzern integriert. Verschmelzung von Aska, Kaufhaus AG, Kaufhof und Deutsche SB-Kauf zur METRO AG.



2009
Die METRO führt in Deutschland den Belieferungsservice an.



2004
Das Handelsunternehmen C+C SCHAPER blickt auf eine lange Tradition zurück und feiert mit seinen Kunden 125-jähriges Bestehen.



2013
Business Model Migration (BMM) hält Einzug bei METRO und C+C SCHAPER, um die Märkte in ein neues Geschäftsmodell zu überführen. Der Standort in Hainahn macht bei C+C SCHAPER den Anfang. METRO setzt BMM zunächst in Köln, Schwelm und Berlin um.

Impressum:
Vertragsgeschäftsbereich
METRO Cash & Carry
Deutschland
Metrostraße 2
40225 Düsseldorf
Publikationsdatum
November 2013

HOME.METROGROUP-NETWORKING.COM/JUBILAEUM-SCD

WO GEHTS HIER ZUR PARTY?

Finden Sie den Weg durchs Labyrinth!



WICHTIGES MITGLIEDER-RECHT:
DAS BILD DIENT NUR ZUR ILLUSTRATION. METRO GROUP NUTZT KEINE DATEN FÜR WERBUNG ZWECKE. METRO GROUP VERWENDET KEINE DATEN FÜR WERBUNG ZWECKE. METRO GROUP VERWENDET KEINE DATEN FÜR WERBUNG ZWECKE.



METRO Cash & Carry Deutschland:
Pixibuch zum 50-jährigen Jubiläum

Jede Menge Leben!



INI Aktiv

Ein sicherer Arbeitsplatz für
alle Mitarbeiter!

Infobroschüre zum Thema:
„Gewalt am Arbeitsplatz“

inkl. Präventions- und Nachsorgeangebote der INI,
sowie Netzwerk und Kontaktadressen

Einführungsworte

Liebe Leserin, lieber Leser,

niemand spricht gern darüber, dennoch ist das Thema präsent: Gewalt im Berufsleben. Gerade in der Pflege neigen betroffene Mitarbeiter dazu, erlebte Aggressionen zu verdrängen. Zu groß ist die Angst, dass Kollegen oder Vorgesetzte die eigene Kompetenz und Professionalität in Frage stellen. Dabei kann es gerade in unserem Beruf zu Gewaltergebnissen kommen – denn wo viele Menschen intensiv auf emotionaler Ebene miteinander arbeiten, entstehen immer wieder Spannungen und Differenzen, die eskalieren können.

Ist es tatsächlich zu einem Übergriff gekommen, gilt es, schnell und effektiv zu handeln, um eventuell auftretende Symptome einer posttraumatischen Belastungsstörung zu vermeiden.

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber stehen wir unseren Mitarbeitern dabei mit einem ausgefeilten Konzept zur Seite. Denn wir möchten allen Kolleginnen und Kollegen einen Arbeitsplatz bieten, an dem sie sich wohl und sicher fühlen. Doch sehen Sie selbst – auf den folgenden Seiten erfahren Sie mehr über das Thema Gewaltprävention und -Nachsorge bei der INI.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme, aufschlussreiche Lektüre.

Herzlichst, *Angi Seidenreich*

Seite 4

Gesichter der Gewalt

Der abfällige Kommentar eines Kollegen. Der gezielt ins Gesicht geworfene Papierflieger. Das spielerische Ziehen an den Haaren. Bei ihrer täglichen Arbeit erleben unsere Mitarbeiter immer wieder solche und ähnliche Situationen. Doch wo endet der Spaß und wo beginnt die Gewalt?

Gängigen Definitionen zufolge bei der Anwendung von physischem oder psychischem Zwang. Doch ob ein bestimmtes Verhalten tatsächlich als Zwang und somit als Übergriff erachtet wird, variiert von Mensch zu Mensch. Sicher werden die meisten Schlägen, Boxen oder Treten, also eindeutige körperliche Aggression, als Gewalt einstufen. Gerade jedoch bei psychischen Formen ist das Erleben sehr individuell. Was mancher bereits als Grenzüberschreitung empfindet, bemerken andere nicht einmal. Denn Gewalt wird subjektiv wahrgenommen und hat viele Gesichter: Sie kann physischer oder psychischer Natur sein. Sie kann unter Kollegen in Form von Mobbing auftreten. Auch seitens unserer Klienten kann es zu aggressiven Übergriffen kommen. Doch wie auch immer Gewalt sich manifestiert – Sie zehnet die Betroffenen. Neben möglichen körperlichen Schäden können vor allem die seelischen Folgen gravierend sein.

¹ Brockhaus Multimedial 2003.



Seite 6

Notfall für die Seele

Gewalt verletzt die Seele. Opfer von Gewalt können posttraumatische Belastungsstörungen entwickeln mit Symptomen wie Flashbacks, Alpträume, Schlafstörungen, Reizbarkeit und Konzentrationschwierigkeiten. Gerade bei Übergriffen durch Klienten oder Kollegen und Vorgesetzten kommen zudem oft Schuld- und Schamgefühle bei den betroffenen Mitarbeitern hinzu. Denn die Gewaltopfer stellen nach dem Ereignis nicht selten ihre Kompetenz in Frage und suchen die Schuld für das Geschehene in ihrem eigenen Verhalten. Die Scham über ihr vermeintliches Versagen hindert viele daran, sich aktiv Hilfe zu suchen. Stattdessen versuchen sie, das Erlebte zu verdrängen und – so gut es geht – weiter zu arbeiten. Doch gerade dieses Verdrängen kann die seelische Notlage vertiefen. Uns als verantwortungsvollem Arbeitgeber liegt deshalb das aktive Angebot von professionellen Gewaltpräventions- und Nachsorgemaßnahmen ganz besonders am Herzen.



Seite 7

Aus der Praxis

Überall dort, wo viele Menschen zusammen kommen, können Spannungen und Aggressionen auftreten. So auch im täglichen Umgang mit unseren Klienten. Eskaliert eine solche Situation, fühlen sich die betroffenen Mitarbeiter meist nicht nur ohnmächtig, sondern verspüren zudem ausgeprägte Selbstzweifel und Schuldgefühle. So wie Martina S. (fiktiver Name). Die Heilpädagogin arbeitet seit mehr als 20 Jahren in der Behindertenerbetreuung. 2013 erlebte sie einen Übergriff, der sie lange belastet hat. „Es geschah wie aus dem Nichts heraus,“ erinnert sich die 41-Jährige. „Ein autistischer Jugendlicher, zu dem ich eigentlich eine sehr gute Beziehung hatte, attackierte mich plötzlich während einer Gruppenstunde. Er riss mir die Haare büschelweise aus, kratzte, trat und boxte. Nur mit Hilfe von Kollegen konnte ich mich aus der Situation befreien.“

Martina S. reagierte auf das Erlebnis wie so viele Opfer von Gewalt im Berufsleben – Sie machte einfach weiter, als sei nichts passiert. Tröstete Klienten und Kollegen, die das Geschehen miterlebt hatten, und absolvierte ihre restliche Dienstzeit. Erst am Abend spürte sie, wie sehr der Übergriff sie traumatisiert hatte. „Zu Hause brach alles über mich zusammen. Große Unruhe ergriff mich, Vorwürfe, Selbstzweifel und Schuldgefühle begannen, mich zu quälen: Warum



Seite 8

Plädoyer für professionelle Hilfe

gerade ich? Was denken meine Vorgesetzten von mir, was die Kollegen? Ich bin nicht kompetent genug! Ich bin schwach! Ich schäme mich!“ In den folgenden Wochen fiel es Martina S. schwer, ihre Arbeit zu erledigen. Sie war unsicher, stellte ihr Handeln und Verhalten permanent infrage und las in den Blicken von Vorgesetzten und Kollegen den stummen Vorwurf, versagt zu haben.

„Was mir fehlte, war eine einfühlsame und professionelle Betreuung“, sagt die Heilpädagogin. „Aber da gab es nichts, niemand kam auf mich zu, um mir Hilfe anzubieten“. Die suchte sie sich schließlich selbst. Ausgiebige Recherchen zeigten ihr, dass sie nicht allein war mit ihren Gefühlen, sondern dass ihre Reaktionen vollkommen normal waren. Auch das Gespräch mit ihren Vorgesetzten, das sie nach großer Überwindung letztendlich doch suchte, half ihr, das Erlebte zu bewältigen. Heute geht es Martina S. wieder gut. Doch sie betont: „Die Zeitspanne, in der ich das Erlebte verarbeitet habe, hätte viel kürzer sein können, wenn ich von Anfang an professionelle Hilfe gehabt hätte.“



Seite 9

Initiative
Integratives Leben:
Broschüre
Gewaltprävention



Dermatologische Praxis
Dr. med. (RO) Katja Schnier
 Fachärztin für Dermatologie u. Venerologie
 Allergologin

Wir sind gerne für Sie da.

Wir stehen für ehrliche Medizin. Das heißt, dass Sie in unserer dermatologischen Praxis alles erhalten, was wirklich medizinisch erforderlich ist. Dazu gehört neben den üblichen Kasseneinstellungen ein breites Spektrum zusätzlicher Behandlungsmethoden (IGeL, individuelle Gesundheitsleistungen).

Für unsere Wahlleistungen gelten selbstverständlich dieselben hohen Qualitätsstandards wie für alle anderen Angebote unserer Praxis. Unsere Gesundheitsleistungen stellen wir Ihnen gemäß der Gebührenordnung der Ärzte (GOÄ) in Rechnung.

Für Ihre individuelle Behandlung vereinbaren Sie bitte persönlich oder telefonisch einen Termin in unserer Praxis.

Unsere Sprechzeiten:
 Wir sind montags, dienstags und donnerstags von 8.00 bis 12.00 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr sowie mittwochs von 15.00 bis 18.00 Uhr und freitags von 8.00 bis 12.00 Uhr für Sie da.

So erreichen Sie uns:
 Dermatologische Praxis
 Dr. med. (RO) Katja Schnier
 Neue Mitte Haarszpitz
 Fuldaer Str. 221
 45149 Essen

Tel. 0201 - 70 46 07
 www.dkschnier.de








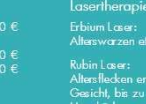

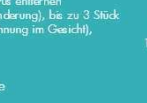



Ehrliche Medizin für Ihre Haut



**Rundum gut behandelt:
 Unsere Wahlleistungen**

Ambulante Operationen • Besenreiserverödung •
 Faltenunterspritzung • FotoFinder® • Fruchtsäurepeeling •
 Fußpflege • HydraFacial™ • Lasertherapie

Preisliste
 Dermatologische Wahlleistungen

 <p>Podologie Medizinische Fußpflege Nagelkuren zur Entfernung von Fußpilz bis zu 3 Nägeln ab 4 Nägeln</p>	<p>30,00 € 50,00 € 75,00 €</p>	 <p>Ambulante Operationen Fibroome (gutartige Geschwülste des Bindegewebes) bis zu 5 Stück bis zu 10 Stück bis zu 15 Stück bis zu 30 Stück mehr als 30 Stück</p>	<p>25,00 € 45,00 € 60,00 € 95,00 € 140,00 €</p>	 <p>Allerswarzen Gesicht pro Stück Körper bis zu 3 Stück Körper bis zu 10 Stück Körper mehr als 10 Stück</p>	<p>45,00 € 45,00 € 90,00 € 145,00 €</p>	 <p>Muttermal klein, pro Stück groß, pro Stück</p>	<p>60,00 € 80,00 €</p>	<p>Milien (Grießkörner) bis zu 5 Stück</p>	<p>30,00 €</p>	 <p>Besenreiser veröden inklusive Verödemittel, pro Sitzung</p>	<p>50,00 €</p>	<p>Alle Preise verstehen sich inklusive 19 % Mehrwertsteuer.</p>	<p>Lasertherapie Erbium Laser: Allerswarzen etc. entfernen, pro Stück</p>	<p>80,00 €</p>	 <p>Rubin Laser: Allersflecken entfernen Gesicht, bis zu 3 Stück Handrücken, pro Seite Talonwunden entfernen</p>	<p>120,00 € 100,00 € ab 50,00 €</p>	 <p>KTP Laser: Blutschwämmchen, Spindennetze entfernen (spinnennetzartige Gefäßveränderung), bis zu 3 Stück Rosacea entfernen (Gefäßzeichnung im Gesicht), pro Sitzung</p>	<p>60,00 € 120,00 €</p>	 <p>Kosmetische Dermatologie HydraFacial™ Behandlung mit dem patentierten HydraFacial™ System zur Akneltherapie oder als Anti-Aging</p>	<p>80,00 €</p>	 <p>Fruchtsäure-Peeling: für ein glattes, abgemäßigtes Hautbild</p>	<p>80,00 €</p>	 <p>Faltenunterspritzung mit Hyaluronsäure, (Restylane) pro Sitzung</p>	<p>ab 250,00 €</p>	 <p>FotoFinder® Fotodokumentation bei der Hautkrebsvorsorge</p>	<p>81,00 €</p>	<p>Alle Preise verstehen sich inklusive 19 % Mehrwertsteuer.</p>
--	--	---	---	---	--	---	-------------------------------------	--	----------------	---	----------------	--	--	----------------	---	---	---	--------------------------------------	--	----------------	---	----------------	--	--------------------	--	----------------	--

Dr. Katja Schnier, Dermatologin:
 Flyer IGeL

EXPOSÉ

45239 ESSEN-WERDEN, FORSTMANNSTRASSE 12 – NEUBAUFILM IM KERNSANIERTEM JUGENDSTILHAUS MIT ZWEI MAISONNETTE-RESIDENZEN
LUXUS-OASEN IN TOP-LAGE

www.pro-casa.com

WILLKOMMEN IN WERDEN. HISTORISCHER CHARME – MODERNE LEBENSART.



EXPOSÉ | FORSTMANNSTRASSE 12 | ESSEN-WERDEN

In Essens grünen Süden gelegen, blickt Werden auf eine mehr als 1.000-jährige Geschichte zurück. Dem zeugen historische Bauten wie Altkirche und Schützhammer, Stadtmauer und malerische Fachwerkhäuser. Das mittelalterliche Flair schafft eine stimmungsvolle Kulisse für moderne Lebensart. Exklusive Geschäfte, feine Gastronomie und viele Galerien prägen die Gassen der Altstadt. Nicht zu vergessen die Grandexot und Jugendstil Häuser in der Nachbarschaft. Auch für den täglichen Bedarf ist bestes gesorgt – Supermärkte, prämiertes Fleischnorm, Bäckereien, schöne Boutiquen, Schreib- und Spielwarengeschäfte sind zahlreich vertreten. Vom Alltag erdrossen lässt es sich am nahe gelegenen Baldeneyssee. Ob Jagen, Fahrrad fahren oder Spazieren gehen – entlang des wunderschönen Rundweges genießen Sie die Natur in vollen Zügen. Wer lieber auf dem Wasser ist, kann segeln, rudern oder Kanu fahren. Außerdem locken drei Golfplätze, Tennisplätze und Sportplätze. Kulturfreunde schätzen die Veranstaltungen der Folkwang-Universität für Musik, Tanz und Theater. Familien mit Kindern treffen sich auf den schön gestalteten Spielplätzen. Für den Nachwuchs gibt es außerdem ein umfassendes Betreuungsangebot aus zehn Kindergärten, vier Grundschulen und zwei Ganztages. Die Kliniken Essen-Süd sowie zahlreiche Arztpraxen sichern eine hochwertige medizinische Versorgung. So bietet Werden eine rundum gelungene Mischung aus perfekter Infrastruktur, naturnaher Erholung und gebotenen Lebensstil – und ist damit für junge Familien ebenso attraktiv wie für anspruchsvolle Senioren.

ERSTE ADRESSE FÜR FIRST CLASS WOHNTRÄUME

Die Forstmannstraße gehört nicht nur in Werden, sondern in ganz Essen zu den begehrtesten Lagen. Das hat gute Gründe: Vor hohen Bäumen gesäumt, reiht sich besonders im hinteren Abschnitt Gründerzeitvilla an Gründerzeitvilla. Weiter vorn überzeugen wunderhübsche, liebevoll restaurierte Jugendstilhäuser mit nostalgischem Charme. Auf das Auto lässt sich hier gut verzichten – sowohl die Werdener Innenstadt als auch der Baldeneyssee sind in wenigen Minuten fußläufig oder mit dem Fahrrad erreichbar. Die Forstmannstraße vereint alle Vorzüge des Citynahen Wohnens mit der Ruhe und Gesiegenheit klassischer Villengegenden. Nutzen Sie diese außergewöhnliche Chance und werden Sie heimisch in einer der begehrtesten Top-Lagen von Essen.

IHR HAUS IM HAUS. RUHE GENIEßEN. MITTEN IM LEBEN.

Ihre künftige Luxusresidenz befindet sich hinter einer Denkmalgeschützten, sanierten Jugendstilfassade. Im historischem Kleid bieten die Wohnungen modernes Wohnen auf höchstem Niveau. Rücksicht und Dach sind wärmedämmend. Die historische Fassade wird fachgerecht restauriert. Die moderne Gas-Zentralheizung mit Brennwerttechnik gewährleistet eine hocheffiziente Energieernutzung. Hinter der geschmackvoll kolibrierten, stückverzierten Frontfassade befinden sich eine Garten-Wohnung und eine Wohnung mit Dachterrasse. Zwei edelste Wohn-Träume der Extraklasse mit separaten Zugängen und abgetrennten Kellerräumen. Also praktisch wie ein Haus im Haus, denn jeder kann auf Wunsch sich wie der alleinige Nutzer eines Hauses fühlen. So genießen Sie Ruhe und Individualität wie in einem Einfamilienhaus. Ein neu hinzugefügter Anbau mit aufgesetzter Dachterrasse schafft noch mehr Licht und Raum in den beiden Edel-Residenzen.

Über Erdgeschoss und erstes Obergeschoss erstreckt sich eine rund 187 qm umfassende Wohn-Oase. Die neu integrierte Treppe verbindet Keller-, Erdgeschoss und erstes Obergeschoss. An den geeigneten Empfangsbereich im Erdgeschoss schließt sich ein weitläufiger Wohn- und Essbereich mit großzügiger, offener Küche an. Die erste Etage bietet viel Raum für Schlafen, Kind, Arbeiten, Baden und Ankleiden. Zweites Obergeschoss und Dachgeschoss beherbergen den zweiten Wohnraum die luxe. Auf ca. 162 qm bleiben auch hier keine Wünsche offen. Vom großzügigen Wohnbereich und der integrierten offenen Küche auf der unteren Etage über Schlaf- und Kinderzimmer, Ankleideraum, Wellness-Bad und Gästezimmer auf der zweiten Ebene. Grundriss noch variabel. Aufzug, Sauna und Kamin sind optional zu ergänzen.

Pro Casa Immobilien:
Vermarktungs-Exposé



Pressearbeit



Modenschau bei Dizon Fashion

Sommerliche Wohlfühlmode in der Fashion-Oase

Essen, 7. März 2016 – Lust auf Sommer, Sonne, Urlaubsfeeling? Dann nichts wie hin zur Frühjahr-/Sommerschau von Dizon Fashion. Bei bunten Drinks gibt es jede Menge Lieblingsstücke von Trendmarken wie La Fee Maraboutee, YaYa und Tom Joules. Los geht es am 8. April 2016 um 17.30 Uhr in der Fashion-Oase in Essen-Schönebeck, Brausewindhang 64.

„frauensache“ war gestern. Heute präsentiert Ricarda Bergmann unter dem Namen Dizon Fashion lässig-feminine Markenmode in ihrer Trend-Boutique. Zur Neueröffnung gibt es eine Modenschau ganz im Zeichen von Fernweh, Reiselust und Urlaubs-Feeling. In entspannter Wohlfühl-Ambiente präsentieren die Models Fashion-Highlights im Bohemien-Stil. Elegante Röcke, Kleider, Hosen und Blusen von La Fee Maraboutee werden kombiniert mit Lederoberteilen von Rino & Pelle und bunten Halstüchern von Tif Tiffy. Dazu das Must have der Saison: Sneakers von P448-You can surf later. Stilvolle Akzente setzen außerdem casuals des niederländischen Labels YaYa und ausgesuchte Trendstücke des green labels Madness. Ein weiterer Hingucker: Die vom Flair der Londoner Blumenmärkte inspirierten Gummistiefelchen von Tom Joule. „Ich möchte meinen Kundinnen aus der riesigen Fashion-Fülle die echten it peaces bieten.“, betont Ricarda Bergmann. Wer bei der Show auf den Geschmack gekommen ist, kann anschließend gleich ausgiebig shoppen. „Alles, was auf dem Laufsteg gezeigt wird, hängt kurz danach wieder im Laden“, verspricht sie.

Entspannt shoppen in der „Fashion-Oase“

Für ihre Wohlfühlmode hat Ricarda Bergmann eine außergewöhnliche Ladenidee entwickelt: Ihre Boutique befindet sich im liebevoll ausgebauten Untergeschoss ihres Privathauses im malerischen Essen-Schönebeck – eine Fashion-Oase in lässig-edler Atmosphäre. Bei Kaffee oder Tee können Besucherinnen hier ganz in Ruhe in der aktuellen Kollektion stöbern, neue Lieblingsstücke entdecken, sich auf Wunsch beraten lassen oder einfach ein

1



bisschen plaudern. „Dizon Fashion ist so etwas wie ein moderner ‚Tante Emma‘-Laden“, erklärt die Inhaberin. Übrigens: Im Zuge des Neustarts hat Ricarda Bergmann auch kräftig in die Geschäftsausstattung investiert: Neue Regale und Präsentationsflächen machen noch mehr Lust darauf, die modischen Lieblingsstücke anzufassen und auszuprobieren.

Start frei für den Neubeginn

Die Frühjahr-/Sommerschau von Dizon Fashion ist der Auftakt für den Neubeginn: Von 2010 bis heute hieß Ricarda Bergmanns Geschäft „frauensache“. Doch der Name erwies sich mit der Zeit als zu beliebig, er „trifft nicht länger den Kern meines Geschäftskonzeptes“, erklärt die Inhaberin. Deshalb entschied sie sich Mitte 2015 für einen Relaunch. „Dizon ist mein Mädchennamen, er bedeutet für mich, zu meinen Wurzeln zurückzukehren.“ Zugleich unterstreicht der neue Name den sehr persönlichen, beinahe familiären Ansatz von Dizon Fashion. Denn: „Dizon Fashion ist mehr als eine Boutique“, sagt Ricarda Bergmann. „Dizon Fashion ist Treffpunkt und Wohlfühlzone für Frauen, die sich immer wieder neu in punkto Mode inspirieren lassen möchten.“ In Sachen Inspiration hat Ricarda Bergmann noch viele Überraschungen auf Lager, vom Mode-Workshop über Sommer- und Weihnachtsmärkte bis zur Farb- und Stil-Beratung. Da kommt garantiert keine Langeweile auf.

Auf einen Blick

Was: Dizon Fashion – Modenschau Frühjahr/Sommerkollektion
Wann: Freitag, 8. April 2016, 17.30 Uhr
Wo: Brausewindhang 64
45359 Essen-Schönebeck
www.bergmann-mode.de

2



PRESSEEINLADUNG

zur Frühjahr-/Sommer-Modenschau von Dizon Fashion

Sehr geehrte/r Herr/Frau XY,

ausgesuchte Lieblingsstücke statt seelenloser Massenware, entspanntes Stöbern statt Shoppingstress, Oase im Grünen statt Großstadtheftik: Das ist Dizon Fashion. Bisher unter dem Namen „frauensache“ bekannt, vertreibe ich ab April 2016 mit Dizon Fashion lässig-feminine Wohlfühlmode von Trendmarken wie La Fee Maraboutee, YaYa und Madness.

Zur Neueröffnung gibt es eine exklusive Modenschau ganz im Zeichen von Sommer, Sonne, Reiselust und Urlaubs-Feeling. Dazu lade ich Sie herzlich ein:

Frühjahr-/Sommer-Modenschau von Dizon Fashion

Wann: Freitag, 8. April 2016, 17.30 Uhr
Wo: Dizon Fashion, Brausewindhang 64, 45359 Essen

Informieren Sie sich über aktuelle Mode-Highlights und feiern Sie bei bunten Drinks eine fröhliche Sommerparty in meiner grünen Fashion-Oase. Für Fragen und Gespräche stehe ich Ihnen im Vorfeld und nach der Show sehr gerne zur Verfügung.

Bitte geben Sie mir bis zum 4.4.2016 per E-Mail an ricarda.bergmann@dizon.de oder telefonisch unter 0201- 6 85 86 34 Bescheid, ob ich mit Ihnen rechnen darf. Über einen Abdruck der beigefügten Pressemitteilung würde ich mich freuen. Vielen Dank.

Herzliche Grüße,

Ricarda Bergmann
Dizon Fashion

Dizon Fashion

Pressearbeit anlässlich des Marken-Relaunches



Veranstaltungstipp

Designkunst trifft Wohnkultur

Schönes und Gutes für die ganze Familie

Wer Schönes und Leckeres mag, ist hier goldrichtig: Am Samstag, 5. September 2015, lädt *arcus Natürlich Wohnen* zu einer Veranstaltung für die ganze Familie. In dem Einrichtungshaus sind die *DesignNomaden* zu Gast. Die ambitionierten Gestaltungskünstler präsentieren ihre Werke inmitten der liebevoll inszenierten Wohnlandschaften. Kulinarische Genüsse aus aller Welt und ein buntes Rahmenprogramm versprechen einen kurzweiligen Tag für Groß und Klein. Der Eintritt ist frei.

Bochum-Wattenscheid, 25. August 2015 – Von unkonventionellem Schmuck über innovative Leuchtobjekte, handgefertigte Taschen, pflegeleichte Tischsets aus LKW-Platte, originellen Skulpturen und Objektmöbeln bis hin zu zeitloser Designermöbel für Damen und Kinder reicht das Spektrum der *DesignNomaden*. Die Gestalter aus dem Ruhrgebiet wandern mit ihren Objekten durch die Region und gastieren in verschiedenen „Oasen“. Am 5. September 2015 steht *arcus Natürlich Wohnen*, der Wattenscheider Spezialist für natürliches Einrichten, auf dem Plan. In der ehemaligen Fabrikhalle an der Berliner Straße präsentieren die Gestalter ihre Glanzstücke inmitten vielfältiger Wohnlandschaften. „Wir haben viele schöne Dinge im Gepäck“, sagt Ute Mäuser von den *DesignNomaden*. „In die authentischen Wohnwelten eingebettet, erwachen unsere Objekte so richtig zum Leben.“ Gabriele Rütters, Inhaberin von *arcus Natürlich Wohnen*, ergänzt: „Die Besucher erwarten spannende Einblicke in die Welt des modernen, naturnahen Wohnens.“

Gute Stimmung garantiert

Ergänzend zur Ausstellung gibt es Spaß und Unterhaltung mit den Klängen von Saitenwist. Dahinter steckt Christian Schigulski. Der Essener macht frische, mitreißende Musik für Kinder. Für bleibende Erinnerungen sorgt Doro Ostgathe, ebenfalls Mitglied der *DesignNomaden*. Die Illustratorin zeichnet während des Auftritts von Saitenwist in Minutenschnelle treffsichere Porträts der Zuschauer – ein schönes Andenken an einen ereignisreichen Tag. Stärken können sich große und kleine Besucher mit Leckereien aus aller Welt. Jonny vom Essener Restaurant Johnnys EssKULTur bietet einige seiner internationalen Spezialitäten im Pavillon auf dem Außengelände an.

Happy Birthday!

„Wir feiern aktuell unser 30-Jähriges Jubiläum.“, sagt Gabriele Rütters, die *arcus Natürlich Wohnen* 1985 als erstes ökologisches Einrichtungshaus im Ruhrgebiet gründete. „Deshalb wollen wir unseren Kunden sowie allen Kunst- und Designinteressierten aus der Region etwas ganz Besonderes bieten.“ Die Wahl fiel auf

1



Die *DesignNomaden*, denn „die nachhaltigen, individuellen und gestalterisch anspruchsvollen Produkte passen perfekt zu unseren natürlichen Designermöbeln“, so Gabriele Rütters. Übrigens: Wer ein wenig Designkunst mit nach Hause nehmen möchte, kann dies tun. Alle ausgestellten Werke sind käuflich. Und auch der Verkauf im Einrichtungshaus läuft am Veranstaltungstag wie gewohnt.

Auf einen Blick: *DesignNomaden* zu Gast bei *arcus Natürlich Wohnen*

Samstag, 5. September 2015

10.00 – 18.00 Uhr

arcus Natürlich Wohnen

Berliner Straße 107

44867 Bochum-Wattenscheid

*arcus Natürlich Wohnen wurde 1985 als erstes ökologisches Einrichtungshaus im Ruhrgebiet von der Innenarchitektin und Baubiologin Gabriele Rütters gegründet. Die rund 1.000 Quadratmeter große Ausstellung in einer ehemaligen Fabrikhalle zeigt individuelle Küchen- und Essplatzlösungen, Polstermöbel und Stühle, Schränke, Betten und vieles mehr aus komplett natürlichen Materialien. Die persönliche Beratung, die kreative Entwicklung ganzheitlicher Einrichtungskonzepte sowie die individuelle Planung und Möbel nach Maß für das Wohn-, Schlaf- und Esszimmer machen *arcus Natürlich Wohnen* aus. Als langjähriges Mitglied im europäischen Verband Ökologischer Einrichtungshäuser war *arcus Natürlich Wohnen* an der Entwicklung des Öko-Control-Labels beteiligt. Unter dem Motto „Alles aus einer Hand“ arbeitet *arcus Natürlich Wohnen* mit Netzwerkpartnern zusammen. Sie erweitern das Angebotsspektrum um Handwerksleistung, Feng Shui Beratung, Baubiologische Haus- und Grundstücksuntersuchungen sowie Events mit Vorträgen, Workshops und Kochshows.*

Die DesignNomaden sind eine Gruppe von Gestaltern aus dem Ruhrgebiet, die sich dem Suchen und Finden schöner Dinge verschrieben haben. Sie wandern mit ihren Produkten durch die Region und gastieren in verschiedenen „Oasen“. Die DesignNomaden, das sind Ute Mäuser – Ute Mäuser Design, Andrea Kührers – ModeKührers, Leonie Schülke – Lopewenart, Doro Ostgathe- Illustration, Sven Ricken – Illustri plus, Stephanie Jereb – Hoespuppe, Oliver Markus Werner – Skulptjekte, Kirsten Jankowski – Zwei machen Schmuck.

Pressekontakt:

silbengold
konzeption redaktion
Sabine Schrör
Brämer Straße 1c
45239 Essen
0201-4683908
info@silbengold.eu
www.silbengold.de

2



PRESSEEINLADUNG

Bochum-Wattenscheid, 25. August 2015

Sehr geehrte Damen und Herren,

arcus Natürlich Wohnen wird 30!

Das wollen wir feiern – und holen uns dafür interessante Gäste ins Haus: Die *DesignNomaden* gastieren am 5. September 2015 in unseren Räumlichkeiten an der Berliner Straße. Inmitten der vielfältigen Wohnlandschaften zeigen die Gestaltungskünstler aus dem Ruhrgebiet ihre aktuellen Glanzstücke – von unkonventionellem, hochwertigem Schmuck über innovative Leuchtobjekte, handgefertigte Taschen- und Objektmöbel bis hin zu zeitloser Designermöbel für Damen und Kinder. Für Stimmung sorgt Saitenwist. Bleibende Erinnerungen schafft die Illustratorin Doro Ostgathe mit ihren treffsicheren Porträts. Eine kleine Auswahl an leckeren Snacks aus aller Welt zaubert Jonny von Johnnys EssKULTur.

Zu unserer Veranstaltung laden wir Sie herzlich ein:

Was: *DesignNomaden* zu Gast bei *arcus Natürlich Wohnen*

Wann: 5. September 2015, 10.00 Uhr – 18.00 Uhr

Wo: *arcus Natürlich Wohnen*
Berliner Straße 107
44867 Bochum-Wattenscheid

Wir freuen uns, Sie am 5. September 2015 persönlich zu begrüßen. Für Fragen stehen Ihnen die *DesignNomaden* und ich vor Ort sehr gerne zur Verfügung.

Mit den besten Grüßen,

Gabriele Rütters
Inhaberin *arcus Natürlich Wohnen*

arcus Natürlich Wohnen
Gabriele Rütters, Telefon: 02327-3 07 80, E-Mail: info@arcus-natur.de, www.arcus-natur.de

arcus Natürlich Wohnen

Pressearbeit rund um die Veranstaltung „DesignNomaden bei arcus“

Kultur in Essen – Veranstaltungen/Termine

Mal was anderes

Essener Unternehmerinnen zeigen Ihre kreative Seite

Essen, 17. Juni 2015 – Am 15. Juni öffnete die von „Schöne Aussichten – Verband selbständiger Frauen“ präsentierte Ausstellung „Die andere Seite“ ihre Pforten. In den Räumen des ecos office center in Borbeck stellen die Unternehmerinnen Dr. Natalia Balcázar, Martina Hoff, Irmgard Krahe und Anne Hermanski noch bis zum 29. August 2015 ihre ausgefallenen Kunstwerke vor. Den Auftakt bildete die gut besuchte Vernissage am Abend des 15. Juni.

Ab 19.00 Uhr konnten sich die geladenen Gäste am 15. Juni vom kreativen Talent der vier Unternehmerinnen überzeugen. Rund 50 Bilder, Zeichnungen und Fotografien erwarteten die Besucher. Die anwesenden Künstlerinnen standen für Fragen und Gespräche zur Verfügung. „Diese Ausstellung gibt uns die Gelegenheit, unsere kreative Seite in den Fokus zu rücken“, sagt Gastgeberin Anne Hermanski, Vorstandsmitglied des Regionalverbands Ruhr von „Schöne Aussichten“ und Geschäftsführerin des ecos office center. Denn alle vier Frauen sind im wirklichen Leben erfolgreiche Unternehmerinnen. Das eigene künstlerische Schaffen sehen sie nicht nur als spannendes Hobby, sondern auch als Inspirationsquelle für ihren beruflichen Alltag. „Kreativität ist eine der wichtigsten Voraussetzungen, um mit dem eigenen Unternehmen erfolgreich zu sein“, erklärt Anne Hermanski. „Kunst und Business ergänzen sich deshalb ganz hervorragend“.

Reizvolle Gegensätze

Starke Kontraste in Stil, Technik und Ausdruck begründen den Charme der vielseitigen Ausstellung. So strahlen die großflächigen, abstrakten Bildlandschaften von Martina Hoff eine wohlthuende Ruhe aus – komplett in Grün und Blau gehalten, beinahe geometrisch anmutend, doch immer wieder durchbrochen von ineinander fließenden Farbelementen. „Malen entspannt mich und bringt mich auf andere Gedanken“, sagt die Inhaberin des Landschaftsarchitekturbüros Hoff. „In meinen Bildern spiegeln sich die vielfältigen Eindrücke, die ich täglich draußen bei der Arbeit sammle“. Kräftige Farben, schwungvolle Linien und eine beinahe überschäumende Lebendigkeit sind dagegen

typisch für die Collagen von Anne Hermanski. „Schöne Landschaften an sich reizen mich nicht besonders“, sagt sie. „Erst wenn die kulturelle Leistung der Menschen sichtbar wird, wird es für mich interessant.“ Ihre Bilder entstehen mit einer Technik, bei der Fotos beziehungsweise Fotofragmente durch Ölmalerei verbunden werden. Wieder ganz anders präsentieren sich die fein gearbeiteten, manchmal wie ziseliert wirkenden Bildcollagen von Irmgard Krahe. Die Geschäftsführerin der Essener Fach- und Kongressbuchhandlung buchkontext nutzt Techniken wie Druckgrafik, Malerei und Collage für Ihre künstlerische Arbeit. Zudem experimentiert sie mit verschiedenen Materialien, etwa Strukturpapier, Tinten und Tuschen sowie Farbpigmente. Abgerundet wird die Ausstellung von der inspirierenden Fotokunst der gebürtigen Spanierin Dr. Natalia Balcázar. Die selbständige Umwelt- und Energieeffizienzberaterin fotografiert seit mehr als 25 Jahren verrostete Gegenstände. Ihre Bilder belässt sie im ursprünglichen Zustand, es wird nichts geschönt oder nachbearbeitet. „Ich möchte das Ursprüngliche, Unverfälschte zeigen, um einen Kontrapunkt zu setzen gegen den heute allgegenwärtigen Perfektionismus.“ Kunstinteressierte können die facettenreiche Ausstellung noch bis zum 29. August 2015 von Montag bis Freitag zwischen 9.00 Uhr und 17.00 Uhr besuchen.

Auf einen Blick: Ausstellung „Die andere Seite“

Wann: 15.6. (Vernissage) – 29.6.2015 (Finissage ab 16.00 Uhr), Montag bis Freitag 9.00 – 17.00 Uhr
Wo: ecos office center, Weidkamp 180, 45356 Essen
Was: Rund 50 Exponate von Dr. Natalia Balcázar, Martina Hoff, Irmgard Krahe und Anne Hermanski. Eintritt frei.

Schöne Aussichten – Verband selbständiger Frauen
Pressemitteilung für die Vernissage zur Ausstellung
„Die andere Seite“



**METRO Cash & Carry unterstützt Mannheimer Sternekoch
Christian Krüger vertritt Deutschland im Finale des Bocuse d'Or 2015**

Düsseldorf/Lyon, Januar 2015 – METRO Cash & Carry Deutschland unterstützt Christian Krüger, deutscher Finalist des Bocuse d'Or 2015, mit hochwertigen Produkten und umfassender Expertise auf seinem Weg an die internationale Kochspitze. Am 28. Januar 2015 tritt der Mannheimer Sternekoch zusammen mit seinem Commis Christian Döhner beim Finale des Bocuse d'Or an. Der international renommierte Wettbewerb findet alle zwei Jahre im Rahmen der Gastronomie-Fachmesse SIRHA im französischen Lyon statt und gilt als der Oscar unter den Kochwettbewerben.

Nach dem Gewinn des Bocuse d'Or Germany im Februar 2014 und dem erfolgreichen Abschneiden beim europäischen Vorentscheid in Stockholm im Mai 2014, vertritt der Mannheimer Sternekoch Christian Krüger Deutschland im Finale des Bocuse d'Or. „Wir freuen uns sehr, dass Christian Krüger es mit seinem Können ins Finale dieses prestigereichen internationalen Kochwettbewerbs geschafft hat“, sagt Axel Hluchy, Vorsitzender der Geschäftsführung von METRO Cash & Carry Deutschland. „Wir haben Christian Krüger auf seinem langen Weg von Stuttgart über Stockholm bis nach Lyon begleitet und ihn tatkräftig unterstützt.“ Zur Vorbereitung auf den Wettbewerb hatte METRO Cash & Carry Deutschland eigens eine Kochbox im Mannheimer METRO-Großmarkt für Christian Krüger eingerichtet, in der er zusammen mit seinem Commis Christian Döhner sein Finalmenü unter Wettbewerbsbedingungen trainiert hat. Nach einer intensiven Vorbereitungsphase fiebert der talentierte Koch nun dem großen Finale in Lyon entgegen: „Der Bocuse d'Or ist eine der begehrtesten Trophäen in der internationalen Spitzengastronomie“, sagt Christian Krüger, Inhaber und Küchenchef des Mannheimer Gourmetrestaurants „Axt“. „Ihn zu gewinnen, wäre ein Highlight meiner bisherigen Laufbahn.“

Kulinarische Kreationen auf Goldniveau

Im Finale müssen die Teilnehmer jeweils ein Fisch- und ein Fleischgericht zubereiten. Als Zutat für das Fleischgericht wurde Perlhuhn von der Jury definiert, erst im November haben die Teilnehmer erfahren, dass es sich bei dem Fischgericht um Forelle handelt. Die frischen Zutaten für den Wettbewerb werden zu einem großen Teil von METRO Cash & Carry Frankreich bereitgestellt, so etwa die frischen Perlhühner und Forellen. Auch Obst und Gemüse für die Beilagen der

1

Member of METRO GROUP



Finalgerichte liefert die französische Landesgesellschaft des Großhandelsprofis exklusiv. Sie werden auf dem sogenannten Frischemarkt zur Verfügung gestellt und die Teilnehmer können im Vorfeld des Wettbewerbs ihre Produkte dort frei auswählen. „Die Bedürfnisse der Profikunden und der hochwertigen Gastronomie sind für uns ein wichtiger Orientierungspunkt, an dem wir unser Angebot messen und entwickeln“, sagt Frank Schmidt, Leiter Zielgruppen-Management bei METRO Cash & Carry Deutschland. Während des Finales haben die Kandidaten rund fünfeinhalb Stunden Zeit, um ihre kulinarischen Kunstwerke zu kreieren. Danach beginnt die Jury mit der Verkostung und bewertet die Speisen nach den Kriterien Geschmack, Kreativität und Optik. Am 28. Januar um 17.30 Uhr erfolgt die Preisverleihung. Kochlegende Paul Bocuse, der den Wettbewerb 1987 ins Leben gerufen hat, wird die Preisverleihung persönlich begleiten.

Gastronomisches Großereignis

Die perfekte Bühne für das gastronomische Großereignis bietet die Gastro-Fachmesse SIRHA, die vom 24. bis zum 28. Januar 2015 in Lyon stattfindet. In der Halle 6.3 (Paul Bocuse Halle) gehen am 27. und 28. Januar insgesamt 24 Kandidaten, unter anderem aus Europa, Asien und Lateinamerika, beim Bocuse d'Or an den Start. Alle Finalisten kochen live vor Publikum und unter den Augen der prominent besetzten Jury aus internationalen Spitzenköchen. Den Vorsitz hat in diesem Jahr der Franzose Thibaut Ruggeri, der den Bocuse d'Or 2013 gewonnen hat. Ehrenpräsident der Jury ist in diesem Jahr der US-amerikanische Spitzenkoch Grant Achatz.

Weitere Informationen unter www.bocusedor.com

Die METRO Cash & Carry Deutschland GmbH betreibt mit ihren beiden Marken METRO Cash & Carry und C-SCHAPER mit mehr als 15.000 Mitarbeitern 107 Cash & Carry-Märkte in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens, das international in 27 Ländern mit mehr als 750 Märkten aktiv ist. Die METRO GROUP zählt zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen. Sie erzielte einen Umsatz von rund 63 Mrd. € im Geschäftsjahr 2013/14. Das Unternehmen ist in 30 Ländern an rund 2.200 Standorten tätig und beschäftigt rund 250.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO GROUP basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbstständig am Markt agieren: METRO/MAKRO Cash & Carry - international führend im Großhandel, Media Markt und Saturn - europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte, Real SB-Warenhäuser sowie Galeria Kaufhof Warenhäuser. Weitere Informationen unter: www.metrogroup.de

2

Member of METRO GROUP

METRO Cash & Carry Deutschland
Pressemitteilung Bocuse d'Or 2015



Saarlandtage bei der METRO Saarbrücken

Regionales im Rampenlicht

Deftig und raffiniert präsentiert sich die typische saarländische Küche: Ob Lyoner oder Dippelappes, Hoorische Knepp oder Gefillde – Gastronomen wissen, dass traditionelle Köstlichkeiten aus der Region bei ihren Gästen hervorragend ankommen. Die frischen und hochwertigen Zutaten dafür gibt es bei der METRO in Saarbrücken, wie die Aktion Saarlandtage derzeit eindrucksvoll zeigt: Vom 13. bis zum 18. April 2015 locken zahlreiche Attraktionen rund um das regionale Sortiment. Herzstück ist die Saarland Straße im Food-Bereich. Dort präsentiert das Team um Geschäftsleiter Klaus-Peter Eisenbarth alle landestypischen Spezialitäten aus dem METRO-Sortiment. Impulse und Ideen für die Zubereitung der Köstlichkeiten vermitteln Showkoch-Veranstaltungen und Verkostungen. Auch für Unterhaltung ist gesorgt: Gute Laune garantiert das Comedy-Duo Jääb & Jolanda. Bei einem Gewinnspiel winken den Besuchern viele attraktive Preise. Besonders kleine Gäste fasziniert der vier Meter lange Dinosaurier, den das Gondwana Erlebnis-Museum dem Großmarkt am 16. und 17.4.2015 zur Verfügung stellt. Wissenswertes zur Region bieten Infostände des Gastronomieverbandes DEHOGA Saar sowie der Bergbau-Landesausstellung „Das Erbe“. Zudem ist das Erlebnis-Museum Gondwana mit einem eigenen Stand vertreten.

Genießen für den guten Zweck

Wer sich bei so viel Programm stärken möchte, kann dies am Grill- und Bierwagen auf dem Parkplatz tun. Und dabei sogar noch für den guten Zweck spenden – denn alle Erlöse aus dem Bier- und Rostbratwurstverkauf, die am Freitag, 17.4.2015, und Samstag, 18.4.2015, erzielt werden, kommen dem Kinderhospiz Saarbrücken zugute.

Member of METRO GROUP

METRO Cash & Carry Deutschland
Presstext Aktionstage METRO Cash & Carry Saarbrücken



HINTERGRÜNDE:

Das Wein- und Spirituosenortiment von METRO Cash & Carry Deutschland

50 Jahre Weingenuss mit besten Produkten aus aller Welt

Vom schlichten Hauswein bis zum exklusiven Kennertropfen, vom Traditionswiskey bis zum trendigen Szenetrink, flaschenweise oder als Kartonware – Das breite Wein- und Spirituosenangebot von METRO Cash & Carry Deutschland überzeugt Gastronomen seit Jahrzehnten. International erfahrene Sommeliers und professionelle Weinfachberater unterstützen die Kunden bei der Auswahl der passenden Tropfen.

Restaurantbesitzer, Barbetreiber und Hoteliers, die bei der Gestaltung ihrer Wein- und Spirituosenkarte den Rat kompetenter Experten wünschen, sind bei METRO Cash & Carry Deutschland an der richtigen Adresse: International erfahrene Sommeliers sind im Einsatz, um die Kunden vor Ort in ihren Betrieben umfassend und kompetent zu beraten. Die Experten geben ihr Wissen außerdem bei kostenlosen Weintrainings in den Großmärkten weiter. Zudem verfügt jeder Standort von METRO Cash & Carry und C+C SCHAPER über gut geschulte Weinfachberater, die auf Wunsch beim Einkauf unterstützen – ein einmaliges Angebot in der Branche. Die ausgewiesenen Weinkenner überzeugen mit ihrem breiten Wissen und ihrer Leidenschaft für die vielfältigen Produkte.

Erlusene Auswahl

Auch das Sortiment von METRO Cash & Carry Deutschland sucht seinesgleichen: 2.000 Wein- und Spirituosenartikel stehen zur Wahl. Darunter sonnenverwöhnte Weine aus Spanien, Italien und Frankreich, Berühmtheiten aus Übersee, ausgewählte Raritäten aus Ungarn, Griechenland und Portugal sowie edle Tropfen der besten deutschen Winzer. Aufgrund der kontinuierlich steigenden Nachfrage nach regionalen Produkten machen die hochwertigen Weine aus Deutschland mittlerweile mehr als die Hälfte des Weinsortiments aus. Auch die Preise decken eine große Bandbreite ab – Von Preiseinstiegsartikeln bis zu exklusiven, hochwertigen Raritäten wie dem seltenen Tignanelli oder der Weinkone Chateau Petrus, finden Gastronomen für jeden Bedarf die passenden Tropfen. Flexibilität bieten zudem verschiedene

Member of METRO GROUP



Gebindeformen – So gibt es bei METRO Cash & Carry Deutschland neben der klassischen Flaschenabfüllung ausgesuchte Premiumweine auch als Kartonware: In der sogenannten Bag-In-Box halten die Getränke noch bis zu zwei Monate nach Anbruch. Für Gastronomen, die ihrem Restaurant eine besonders individuelle Note verleihen möchten, hält METRO Cash & Carry Deutschland immer wieder limitierte Abfüllungen bereit sowie ein exklusives Bestellsortiment mit rund 400 Premiumweinen, Sekt- und Champagnersorten. Passendes Zubehör wie Thermometer, Kühlschränke, Kapselschneider und vieles mehr rundet das erlesene Angebot ab. Kunden können sämtliche Artikel direkt in den Großmärkten oder über den Belleferungsservice beziehen

Am Puls der Zeit

Damit Gastronomen bei METRO Cash & Carry und C+C SCHAPER stets genau die Produkte finden, die gerade besonders beliebt sind, wird das Sortiment regelmäßig um aktuelle Trends ergänzt. Für diesen Sommer setzen die Weinexperten beispielsweise auf trockene Roséweine – Ein Trend, der aus Frankreich nach Deutschland kommt. Ein weiterer Tipp ist „Inge“, ein einhaltiges Getränke mit Ingwer. Auch Weinmischgetränke wie Rosé mit Pampelmuse liegen im Trend. Bei den Spirituosen sagen die Weinkenner von METRO Cash & Carry Deutschland weißem Port mit Tonic-Wasser oder Gurke und Limette eine steile Karriere als sommerlicher Aperitif voraus.

Professionell präsentiert

Die Weinkompetenz von METRO Cash & Carry Deutschland spiegelt sich nicht zuletzt in der anspruchsvollen Präsentation der Produkte in den Großmärkten. Die Wein- und Spirituosenabteilungen überzeugen mit einem übersichtlichen, gut strukturierten Aufbau und einem ansprechendem Design. Besonders edle Weine, Sekt-, Champagnersorten und Spirituosen werden an 12 Standorten in exklusiven Weinhumidoren präsentiert. Darin herrschen optimale Bedingungen von 16 Grad Temperatur und einer Luftfeuchtigkeit von 70 Prozent. In anderen Großmärkten stehen Klimakühlschränke bereit, in denen rund 60 Artikel aus dem Exklusivsortiment lagern. Auf die gesamte Vielfalt müssen die Kunden aber an keinem Standort verzichten. Denn die Mitarbeiter bestellen auf Wunsch Produkte aus den Humidoren und lassen sie innerhalb kürzester Zeit anliefern.



HINTERGRÜNDE:

Das mediterrane Sortiment von METRO Cash & Carry Deutschland

Südländische Originale für die Mittelmeerküche

Pasta in allen Variationen, knusprige Pizza, cremige Mousse, frische Tapas, Moussaka und Kebab haben die Speisekarten in Deutschland längst erobert. Die damit verbundene Nachfrage nach Originalprodukten aus den Mittelmeerländern deckt METRO Cash & Carry Deutschland seit Mitte 2013 mit einem speziellen Sortiment ab.

Restaurants mit mediterran geprägter Küche machen heute mehr als die Hälfte des gesamten gastronomischen Angebots in Deutschland aus. Auch auf den Speisekarten klassisch-gutbürgerlicher Gaststätten schlägt sich die Beliebtheit südländischer Spezialitäten nieder: Nahezu jedes Lokal hierzulande offeriert seinen Gästen auch internationale Speisen wie Tomate Mozzarella, Spaghetti Napoli, französische Zwiebelsuppe oder Mousse au Chocolat. Viele Küchenchefs vermissen allerdings lange Originalprodukte aus den Mittelmeerländern, auf die sie bei der Zubereitung ihrer Rezepte schwören. Diese Lücke hat METRO Cash & Carry Deutschland 2013 mit der Einführung eines Sortiments italienischer, spanischer und französischer Köstlichkeiten geschlossen. Anfang 2014 wurde das Angebot um bewährte Klassiker aus Griechenland und der Türkei erweitert.

Erliesene Auswahl

Exquisite Öle und Essige, italienische Pasta-Variationen, vorportionierte Amuse-Gueules sowie Tartelettes, Macarons und eine breite Auswahl an Antipasti bilden den Kern des mediterranen Angebots. Zu den Highlights gehört etwa die Pasta Garofalo. Die „Königin der Pasta“ wird seit mehr als 200 Jahren von einem der führenden Premium-Teigwaren-Hersteller Italiens hergestellt. Auch die grünen Oliven in Salzlake des traditionsreichen sizilianischen Familienbetriebs Ferlito Salvatore sind beliebt bei den Kunden von METRO Cash & Carry Deutschland. Spitzenqualität zu einem günstigen Preis-Leistungsverhältnis bietet das hochwertige Premium-Olivenöl Barbera Olio Extravergine di Oliva. Speziell für die von der Mittelmeerküche inspirierte Sternegastronomie finden sich erlesene Salze im Sortiment, wie Le Guérandais, ein grobes Meersalz aus der Bretagne. Eine typisch-italienische Delikatesse

Member of METRO GROUP



sind die eingelegten Feinschmecker-Wildzwiebeln „Lampascioni“, die als delikate Vorspeise oder Fingerfood überzeugen. Auch türkische und griechische Profi-Kunden finden bei der METRO zahlreiche Originalprodukte, zum Beispiel eingelegten Schafskäse von Erzerum oder Joghurt nach griechischer Art von Paladin.

Vor Ort inspiriert

Insgesamt beinhaltet das mediterrane Sortiment rund 470 Artikel. Bei der Auswahl haben die Experten der METRO ganz genau hingeschaut: Category Manager und Target Group Manager sind im Vorfeld gemeinsam mit Patrik Jaros, Gastronomieberater und Präsident des Bocuse d'Or Deutschland, eigens nach Italien, Spanien und Frankreich gereist. In den METRO-Märkten vor Ort haben sie genau beobachtet, welche Produkte einheimische Profi-Kunden bevorzugt kaufen. Genau diese fanden schließlich den Weg in die Regale der deutschen Märkte. Auch bei der Auswahl der griechischen und türkischen Artikel ließen sich die Experten von den Vorlieben der einheimischen METRO-Kundschaft inspirieren. Der Schwerpunkt des Angebots von METRO Cash & Carry Deutschland liegt allerdings auf Spezialitäten aus Italien. Und das aus gutem Grund – schließlich hat die Italienische Küche den mit Abstand größten Anteil an der mediterran geprägten Gastronomielandschaft in Deutschland.

Überzeugend entwickelt

Seit seiner Einführung hat sich das Sortiment für die authentische Mittelmeerküche hervorragend entwickelt und ist heute aus dem Angebot nicht mehr wegzudenken. Ein Grund dafür liegt in der Exklusivität vieler Artikel, die so in Deutschland ausschließlich bei der METRO erhältlich sind. Hinzu kommt das durchweg günstige Preis-Leistungsverhältnis. Außerdem hat METRO Cash & Carry Deutschland von Beginn an kräftig in das neue Sortiment investiert: So konnten Kunden die neuen Artikel im Rahmen der Einführung bei zahlreichen Events mit Verkostungen und Show-Kochen in den Märkten und auf Messen live kennenlernen. Auch heute gibt es immer wieder Sonderaktionen, bei denen die mediterranen Köstlichkeiten im Mittelpunkt stehen. Die Produkte kommen übrigens nicht nur bei Gastronomen hervorragend an. Auch andere Kundengruppen fragen die südländischen Spezialitäten verstärkt nach.

sil | ben | gold 
konzeption
redaktion

Digital

NetDoktor.de

Diverse Healthcare-Texte

www.netdoktor.de


NetDoktor
Wissen für Ihre Gesundheit

Krankheiten Symptome Medikamente Alternativenmedizin Gesundheit Services Community

Sie sind hier: Startseite > Zahnpflege > Zungenreinigung

Zungenreinigung

Von Sabine Schrör



Frischer Atem, gesunde Zähne, festes Zahnfleisch – eine regelmäßige **Zungenreinigung** kann dazu beitragen. Schließlich tummeln sich 60 bis 80 Prozent aller Mikroorganismen der Mundhöhle im Belag auf dem Zungenrücken. Von dort aus können sie Mundgeruch, Karies und Parodontitis (Zahnfleischschwund) verursachen. Lesen Sie hier, wie Sie Ihre Zunge reinigen und welche Mittel gegen Zungenbelag helfen.

Was bringt die Zungenreinigung?

An der rauhen Oberfläche der Zunge bleiben abgestorbene Zelleile der Mundschleimhaut und Nahrungsreste besonders leicht hängen. Sie bilden einen meist weißlichen Belag, der Bakterien einen idealen Nährboden bietet. Mit unangenehmen Folgen: Die Mikroorganismen begünstigen möglicherweise Karies und Parodontitis.

Mit einer Zungenreinigung können Sie den Belag auf der Zunge entfernen – und mit ihm einen großen Teil der Bakterien. So lautet zumindest die Theorie – Wissenschaftlich belegt ist die Wirksamkeit der Zungenreinigung zur Vorbeugung von Karies und Parodontitis nicht. Einige Untersuchungen zeigen aber leicht positive Effekte einer Zungenreinigung. Unumstritten ist unter Zahnmedizinern, dass das Zunge putzen zumindest nicht schädlich ist.

Zungenreinigung bekämpft Mundgeruch

Experten gehen davon aus, dass Mundgeruch in 85 bis 90 Prozent aller Fälle im Mundraum entsteht und nicht im Magen, der eine seltenere Ursache für schlechten Atem ist. Die Schuld am schlechten Geruch geben Mediziner unter anderem bestimmten, auf der Zunge ansässigen Bakterien. Diese bilden aus abgestorbenen Schleimhautzellen und Nahrungsresten flüchtige Schwefelverbindungen, die den Atem unangenehm riechen lassen.

Das regelmäßige Zunge Säubern verhindert diese ungünstige Allianz und beugt so Mundgeruch vor. Und es gibt noch einen weiteren Effekt der Zungenreinigung: Wer regelmäßig seine Zunge putzt, verbessert die Sensibilität der Geschmacksknospen und stärkt sein Geschmacksempfinden.

Zungenbelag loswerden – so geht's

Es gibt verschiedene Mittel, die Zungenbelag entfernen. Hausmittel wie Salbei, Myrrhe und Thymian töten die Keime auf der Zunge ab. Sie können die Kräutertinkturen entweder mit einem Wattestäbchen auf die Zunge auftragen oder verdünnt als Mundspülung verwenden. Den Zungenbelag entfernen Sie auch auf mechanische Weise, indem Sie viel harte Nahrung zu sich nehmen: Das Kauen von rohem Obst und Gemüse sowie Brotkrusten löst leichten Belag von selbst.

Wenn der Zungenbelag dennoch bleibt oder Sie sich vorwiegend von weicher oder flüssiger Kost ernähren müssen, können Sie für die Zungenreinigung zu mechanischen Hilfsmitteln greifen. Etwa zu einem Esslöffel: Fahren Sie zur Zungenreinigung mehrmals sanft mit der Innenseite in langen Bahnen von hinten nach vorn über den Zungenrücken. Achten Sie darauf, möglichst weit hinten zu beginnen, denn auf dem letzten Zungendrittel befinden sich die meisten Bakterien.

Gerade bei den ersten Malen verspüren Sie dabei vielleicht einen Würgereiz. Diesen vermeiden Sie, indem Sie vor Beginn der Zungenreinigung die rausgestreckte Zunge mit einem Tuch umfassen und nach unten ziehen. Bei der Esslöffel-Methode zur Zungenreinigung sollten Sie besonders vorsichtig vorgehen, da die zu scharfen Löffelkanten die Zunge verletzen können.

Weniger geeignet für die Zungenreinigung ist die Zahnbürste. Sie ist schlicht zu hoch und stößt deshalb schnell an das empfindliche Zäpfchen im Rachen – Würgereiz garantiert.

Apple



iPhone 6 16 GB
nur **9,95 €***
im Tarif MagentaMobil L
mit Top-Smartphone

Jetzt kaufen



Symptom-Checker

Was steckt hinter Ihren Beschwerden? Der Symptom-Checker hilft Ihnen, mögliche Ursachen zu finden. **Symptom-Checker jetzt starten**



Quiz: Verstehen Sie Sex-Geflüster?

18 Fragen

Bambi-Sex, Vaginismus, Orgastische Manschette – wissen Sie was das bedeutet? Sex hat seine eigene Sprache. Hier können Sie sie lernen.

Zum Quiz

Beliebte Videos



Was ist eine Hypothyreose?

03:14

Richtig Fieber

Spezielle Mittel gegen Zungenbelag

Mittlerweile gibt es zahlreiche weitere Mittel gegen Zungenbelag. Sie wurden speziell für die Zungenreinigung entwickelt. Die Gefahr, sich damit zu verletzen, ist entsprechend gering. Zudem sind Zungenreiniger besonders lang und schmal, so dass sich mit ihnen der hintere Teil der Zunge gut erreichen lässt, ohne dass man würgen muss. Diese Produkte zur Zungenreinigung finden Sie in vielen Apotheken und Drogeriemärkten:

- Zungenschaber
- Zungenbürste
- Zungenpasta

Der Zungenschaber löst die obere Schicht des Zungenbelags, während die Zungenbürste auch die tieferen Ebenen erreicht. Am besten geeignet für die wirksame Zungenreinigung ist eine Kombination: ein Zungenreiniger mit einer Bürsten- und einer Schabeseite. Mit der Bürstenseite lockern Sie den Belag gründlich auf, anschließend tragen Sie ihn mit der Schabeseite sanft ab.

Achten Sie darauf, den Zungenreiniger auf dem hinteren Drittel Ihrer Zunge anzusetzen und dann sanft nach vorn in Richtung Zungenspitze zu ziehen. Üben Sie dabei nur leichten Druck aus, um die empfindliche Zungenoberfläche nicht zu verletzen. Für Kinder gibt es übrigens spezielle Zungenreiniger. Sie sind kleiner als die Modelle für Erwachsene und mit besonders weichen Borsten ausgestattet, um die empfindlichere kindliche Mundschleimhaut zu schonen. Die Zungenreinigung sollte idealerweise täglich, ergänzend zum Zähne putzen durchgeführt werden.

Sie können bei der Zungenreinigung noch eine spezielle Zungenpasta auf den Zungenreiniger geben. Damit lassen sich zusätzlich Wirkstoffe auftragen. Meist handelt es sich dabei um Zinkverbindungen. Diese sollen die flüchtigen Schwefelverbindungen, die für schlechten Atemverantwortlich sind, neutralisieren.

Übrigens: viele Zahnarztpraxen bieten mittlerweile eine professionelle Zungenreinigung mit einem sogenannten Zungensauger an. Die Behandlung dauert etwa fünf Minuten und ist eine gute Alternative, wenn Sie Ihre Zunge nicht selbst reinigen möchten.

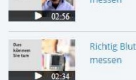
Zungenbelag: Wann müssen Sie zum Arzt?

Eine belegte Zunge ist in der Regel harmlos, sie kann aber auch Anzeichen für bestimmte Erkrankungen sein. Solange keine Beschwerden wie Zungenbrennen, Fieber oder ein allgemeines Krankheitsgefühl vorliegen und sich der Zungenbelag nicht stark verändert, müssen Sie nicht zum Arzt. Stellen Sie aber Veränderungen fest, beobachten Sie diese einige Tage. Bleibende Auffälligkeiten sollten Sie von Ihrem Zahnarzt oder Hausarzt abklären lassen.

Zungenreinigung: Ursprung in fernöstlicher Heilkunde

Die Schulmedizin beschäftigt sich noch nicht lange mit dem Thema Zungenreinigung. Ganz anders die traditionelle chinesische Medizin: Sie sieht die Zunge als wichtiges Organ, dessen Wohlergehen die Gesundheit anderer Organe wie Leber und Nieren beeinflusst. Nach dem Motto "Zunge gut, alles gut", pflegen Asiaten ihre Zungen deshalb seit Jahrhunderten gezielt mithilfe regelmäßiger **Zungenreinigung**.

messen




Richtig Blutdruck messen

NetDoktor.de

Diverse Healthcare-Texte

www.netdoktor.de



NetDoktor
Wissen für Ihre Gesundheit


NetDoktor durchsuchen

Krankheiten Symptome Medikamente Alternativmedizin Gesundheit Services Community

Neu auf dem Markt » Artikel » Zahnbleichen » Zahnbleichen

Zähne bleichen

Von Zahne-Ärztin



Verfärbte Zähne sind zwar meist nicht unbedingt aus gesundheitlicher Sicht problematisch, können sich aber sehr schnell zu einem optischen Problem entwickeln. Wenn sich die Zähne dunkler färbten, kann die Zahne-Ärztin Ihnen helfen, indem Sie Ihnen ein Zahne-bleichmittel empfehlen, das Ihre Zähne wieder weißer machen kann.

Warum die Zähne bleichen?

Kaffee, Tee, Traubensaft, Rotwein, Kohlen und Nikotin, aber auch bestimmte Medikamente wie Antibiotika können dazu führen, dass die Zähne dunkler werden. Auch das Rauchen kann dazu beitragen, dass die Zähne dunkler werden. Zum Beispiel kann ein übermäßiger Zigarettenkonsum dazu beitragen, dass die Zähne dunkler werden.

Wer bleichen will, muss sich oft eine wirksame und zugleich schonende Zahne-bleichung, um die dunklen Zähne wieder hell zu machen, anstrengen. Dies ist meist eine Zahne-bleichung, die von einem professionellen Zahnarzt durchgeführt wird. Wenn Sie zu Hause bleichen wollen, gibt es auch Zahne-bleichmittel, die Sie zu Hause verwenden können. Das sogenannte Zahne-bleichmittel kann die Zähne um mehrere Helligkeitsstufen aufhellen.

Das Mittel zur Zahne-bleichung (z. B. Karbamidperoxid) setzt sich zusammen aus Karbamid (ein Salz aus Wasserstoff, Kohlenstoff, Sauerstoff und Stickstoff) und Wasserstoffperoxid (H₂O₂). Der Wasserstoffperoxid wird in eine saure Lösung überführt, die die Zähne um mehrere Helligkeitsstufen aufhellen kann. Die Farbstoffe werden durch diese chemische Reaktion (Oxidation) abgebaut. Die Farbstoffe werden durch diese chemische Reaktion (Oxidation) abgebaut.

Sie können sich ein Zahne-bleichmittel in einer Apotheke oder in einem Zahnarztbüro kaufen. Sie können auch ein Zahne-bleichmittel kaufen, das Sie zu Hause verwenden können.

Zähne selbst aufhellen

Wie dasjenige funktioniert, was die Zahne-bleichung ebenfalls aufhellen können, lesen Sie hier: [Zähne selbst aufhellen](#).

Diese erzielen Sie jedoch nur sehr begrenzte Ergebnisse. Zähne bleichen beim Zahnarzt wirkt viel intensiver. Denn der Zahnarzt kann mit höher konzentriertem Karbamidperoxid Ihre Zähne bleichen, so dass Ihr Gebiss um einiges mehr weißer wird, als es bei der Zahne-bleichung zu Hause der Fall ist.

Professionelles Bleichen: Zähne bleichen beim Zahnarzt

Bevor der Zahnarzt Ihnen jedoch ein Bleichmittel empfiehlt, schaut er sich Ihre Zähne und Zahnfleisch genau an. Denn Ihr Zahnfleisch muss für die Bleichung komplett gesund sein. Ansonsten kann das Mittel beim Zähne bleichen in die kariösen Zähne eindringen und Schäden verursachen. Auch das Zahnfleisch muss gesund sein. Bei Blut in den Zähnen und kariösen Zähnen ist eine Zahne-bleichung nicht möglich. Bei kariösen Zähnen ist eine Zahne-bleichung nicht möglich. Bei kariösen Zähnen ist eine Zahne-bleichung nicht möglich.

Wichtig zu wissen ist außerdem, dass sich Zahnfüllungen und Verklebungen aus Kunststoff oder Kunststoff wie Kronen und Brücken nicht bleichen lassen. Sie behalten ihre Farbe auch nach dem Zähne bleichen. Der Zahnarzt kann die Zahnfüllungen oder Verklebungen durch neue Füllungen austauschen.

Außerdem dürfen die Verklebungen nicht zu tief in den Zahnschmelz hineinragen, weil das Bleichmittel dort nicht ausreichend wirkt. Sind die Zähne in tieferen Schichten verfärbt, ist deshalb eine leichte Abrasion des Zahnschmelzes beim Zähne bleichen vorzuziehen.

Wenn Sie gemeinsam mit Ihrem Zahnarzt entscheiden, Ihre Zähne bleichen zu lassen, besteht der Zahnarzt zunächst die Zahne-bleichung mittels einer professionellen Zahne-bleichung (z. B. von Abstrichen und Verklebungen). Was danach noch dunkel ist, wird mithilfe der Zahne-bleichung (z. B. von Abstrichen und Verklebungen) entfernt. Sie können sich Ihre Zähne bleichen.

In-office Bleaching

Am weitesten verbreitet ist das sogenannte In-office Bleaching. Dazu erstellt der Zahnarzt zunächst einen Abdruck von Ihrem Gebiss. Davon ausgehend fertigt er Ihnen eine Kunststoffschale an, die perfekt an Ihre individuelle Zahnform angepasst sind.

Schauen mit dem vom Zahnarzt bereit gestellten Karbamidperoxid-Gel. Dann setzen Sie die Schalen ein, je nach Anweisung Ihres Arztes abends für einige Stunden oder über Nacht. Nach zwei bis drei Wochen haben Sie die gewünschte Zahne-bleichung in der Regel erreicht. In dieser Zeit kontrolliert Ihr Zahnarzt regelmäßig, wie stark die Zähne bereits gebleicht sind und ob Nebenwirkungen auftreten.

- In-office Bleaching**
Eine andere Methode, mit der Sie Ihre Zähne bleichen lassen können, ist das in-office Bleaching in der Zahnarztpraxis. Dabei erhält der Zahnarzt eine individuell angepasste Karbamidperoxid-Form, die Sie beim In-office Bleaching, Freilegende Zahne-bleichmittel sind das komplette Zahnfleisch und ist vorher vollständig abgedeckt. Das stark konzentrierte Bleichmittel dieser empfindlichen Stellen nicht angreift. Das in-office Bleaching bricht die Zähne sehr viel schneller als das Home Bleaching, da der Kontakt so hoch konzentriert ist, in der Regel reichen zwei bis drei Sitzungen aus, um die gewünschte Zahne-bleichung zu erreichen.
- In-office Bleaching**
Nach Hause und schneller können Sie Ihre Zähne bleichen lassen mit dem power Bleaching, das ebenfalls in der Zahnarztpraxis stattfindet. Zusätzlich zum Bleichmittel wird der Zahnarzt eine energiegeleitete Lichtquelle zum Bleichen (z. B. Laserlicht oder Laserlicht) ein, mit der er die Zähne bleicht. Die Wärme beschleunigt das Bleichen erheblich, wodurch es sichergestellt ist, dass die gesamte Zahne-bleichung nach etwa sechs Wochen nachfolgt und die Zähne dann genauso hell sind wie nach einer In-office Bleichung.
- Whitening-Bleach**
Zahne-bleichungen nach Wurzelbehandlungen besteht der Zahnarzt mit dem sogenannten whitening-bleach. Zunächst entfernt er das alte Zahne-bleichmittel aus dem Zahne-bleichmittel, um den Zahne-bleichmittel zu entfernen. Anschließend verbleicht er die Öffnung professionell, nach etwa einer Woche wird der Zahn wieder gebleicht, der Zahnarzt entfernt den Zahne-bleichmittel und ersetzt ihn durch ein neues. Das geschieht etwa zwei bis dreimal, bis das Zähne bleichen die gewünschte Wirkung erzielt hat. Wenn es um Behandlungen mit der Zahne-bleichung geht, sind die empfindlichen Stellen des Zahne-bleichmittel zu stark geschwächt, nach jeder der Bleichbehandlung verschleißt der Zahnarzt den Zahn endgültig.

Zähne so weiß wie Schnee?

Der Zahnarzt misst anhand von standardisierten Farbskalen, wieviel heller die Zähne durch das Bleichen werden. Zwei bis drei Farbstufen lassen sich erreichen. Die Deutsche Gesellschaft für Ästhetische Zahnheilkunde empfiehlt, es mit dem Zähne bleichen nicht zu übertreiben. Das Ziel sollten demnach natürlich schöne statt künstlich wirkende, schneeweiße Zähne sein. Wie hell die Zähne werden, hängt von ihrer genetischen bedingten – Ursprungsfarbe ab. Manche Menschen haben von Natur aus dunklere Zähne als andere.

Wie lange hält Bleaching?

In der Regel hält der aufhellende Effekt nach dem Zähne bleichen zwischen drei und fünf Jahren an. Wie lange die Zähne tatsächlich heller bleiben, hängt davon ab, welche Nahrungs- und Genussmittel Sie konsumieren. Rotwein, Traubensaft, Kaffee, Tee, und Nikotin färben frisch aufgehellte Zähne schneller wieder dunkel. Grundsätzlich können Sie nach einigen Jahren erneut die Zähne bleichen lassen. Wichtig ist nur, dass Sie nicht permanent die Zähne bleichen, denn der Zahnschmelz ist nach dem Bleaching etwas weniger widerstandsfähig gegen Abrieb.

Zähne bleichen – Risiken und Nebenwirkungen

Zahnärzte wenden das Bleaching seit vielen Jahren erfolgreich an. Bei kariessfreien Zähnen und gesundem Zahnfleisch sind Nebenwirkungen beim Zähne bleichen so gut wie ausgeschlossen. Die Zähne können höchstens kurzfristig empfindlicher auf Wärme- und Kälte reaktivieren. Spätestens zwei bis drei Tage nach dem Zähne bleichen verschwindet dieser Effekt jedoch wieder, oft sogar schon nach wenigen Stunden. Meist beugen Zahnärzte der erhöhten Zahne-bleichempfindlichkeit vor, indem sie die Zähne nach dem Bleaching fluoridieren.

Zahnzusatzversicherung

Bis zu 100% der Zahnärztliche, Ohne Wartezeit & Sofort-Leistung.



Wer sollte nicht Zähne bleichen?

Grundsätzlich nicht Zähne bleichen sollten Schwangere und Kinder. In der Schwangerschaft steigt der Hormonspiegel. Dies bewirkt unter anderem, dass das Zahnfleisch stärker durchblutet und lockerer wird. Es ist deshalb empfindlicher und leicht zu beschädigen. Bei Kindern und Jugendlichen unter 16 Jahren ist der Zahnschmelz noch nicht völlig ausgereift. Deshalb sollten Sie bis zum 16. Lebensjahr bei Ihrem Nachwuchs nicht die Zähne bleichen. Nicht Zähne bleichen sollten außerdem Menschen mit nah an der Zahnoberfläche liegenden Zahnnerven, vielen und großen Füllungen, überempfindlichen Zähnen oder Rissen im Zahnschmelz sowie Zahnsparagengeräten.

Zähne bleichen im Alter

Bei jüngeren Menschen lassen sich mit dem Bleaching bessere Ergebnisse erzielen als bei älteren. Der Grund dafür liegt darin, dass der Zahnschmelz mit den Jahren durch Abrieb schwächer wird. Irgendwann ist er so dünn, dass das darunter liegende dunklere Zahnbein zum Vorschein kommt. Dann hilft auch das beste Bleichmittel nichts. Stattdessen empfehlen Zahnmediziner sogenannte Veneers. Die hauchdünnen Keramikschalen ersetzen den Zahnschmelz. **Zähne bleichen** wird so überflüssig.

Stifterverband für die deutsche Wissenschaft

MERTON Magazin: Reportage zum Thema Studium mit Behinderung

www.merton-magazin.de

MERTON
 Onlinemagazin des Stifterverbandes

🔍 MENÜ (7/9) MERKLISTE (0)

UNGEHINDERT STUDIEREN. MIT BEHINDERUNG.
 Der Anteil der Studierenden mit einer Behinderung oder einer chronischen Erkrankung liegt deutschlandweit bei sieben Prozent. Wie kommen die Betroffenen im Hochschulalltag zurecht?
 27.05.2016

BEDIENUNGSANLEITUNG FÜR DAS NEURONETZ
 Eine praktische Handreichung von Patrick Breitenbach für das Internet der Zukunft.
 24.05.2016

LEHRERBILDUNG DARF KEIN ABFALLPRODUKT SEIN
 Video-Interview: Bei der Ausbildung der Lehrer liegt noch Vieles im Argen, kritisiert Wolf-Rüdiger Feldmann.
 23.05.2016

FASZINATION TIEFSEE
 Forschergeist: Die Meeresforscherin Angelika Brandt nimmt uns mit auf eine Expedition ins Ungewisse.
 20.05.2016

PROFESSOREN DES VAKUUMS

MERTON
 Onlinemagazin des Stifterverbandes

🔍 MENÜ (7/9) MERKLISTE (0)

UNGEHINDERT STUDIEREN. MIT BEHINDERUNG.
 Der Anteil der Studierenden mit einer Behinderung oder einer chronischen Erkrankung liegt deutschlandweit bei sieben Prozent. Wie kommen die Betroffenen im Hochschulalltag zurecht?
 27.05.2016

BEDIENUNGSANLEITUNG FÜR DAS NEURONETZ
 Eine praktische Handreichung von Patrick Breitenbach für das Internet der Zukunft.
 24.05.2016

LEHRERBILDUNG DARF KEIN ABFALLPRODUKT SEIN
 Video-Interview: Bei der Ausbildung der Lehrer liegt noch Vieles im Argen, kritisiert Wolf-Rüdiger

Ungehindert studieren. Mit Behinderung.

VERÖFFENTLICHT AM 27.05.2016

Der Anteil der Studierenden mit einer Behinderung oder einer chronischen Erkrankung liegt deutschlandweit bei sieben Prozent. Angesichts von aktuell rund 2,76 Millionen Studierenden in Deutschland sind das knapp 193.000 Menschen. Wie kommen die Betroffenen im Hochschulalltag zurecht? Sabine Schrör begleitete eine mobilitätseingeschränkte Studierende in Kassel.

🕒 LESEZEIT: 8 MINUTEN

TEXT: SABINE SCHRÖR >

Kopfsteinpflaster, dieses verflixte Kopfsteinpflaster. Uneben und rutschig vom Regen, macht es den Weg zum Campus Center der Universität Kassel an diesem trüben Aprilmorgen zum Balanceakt. Erst recht, wenn die Schuhe dünn besohlt sind und sich deshalb jede Kante schmerzhaft in die Fußsohlen bohrt. Doch was für Fußgänger einfach nur lästig ist, wird für Rollstuhlfahrer zur Herausforderung. „Man muss aufpassen, wo man langfährt“, sagt Katharina Tielmann. „Sonst bleibt man schnell stecken oder kippt sogar um.“ Die 25-Jährige weiß, wovon sie spricht. Schließlich bewältigt sie den holprigen Untergrund seit knapp zwei Jahren fast täglich in ihrem schwarzen Rollstuhl.

MERTON
 Onlinemagazin des Stifterverbandes

🔍 MENÜ (7/9) MERKLISTE (0)

UNGEHINDERT STUDIEREN. MIT BEHINDERUNG.
 Der Anteil der Studierenden mit einer Behinderung oder einer chronischen Erkrankung liegt deutschlandweit bei sieben Prozent. Wie kommen die Betroffenen im Hochschulalltag zurecht?
 27.05.2016

BEDIENUNGSANLEITUNG FÜR DAS NEURONETZ
 Eine praktische Handreichung von Patrick Breitenbach für das Internet der Zukunft.
 24.05.2016

LEHRERBILDUNG DARF KEIN ABFALLPRODUKT SEIN
 Video-Interview: Bei der Ausbildung der Lehrer liegt noch Vieles im Argen, kritisiert Wolf-Rüdiger Feldmann.
 23.05.2016

Katharina Tielmann ist von Geburt an querschnittsgelähmt. Seit Oktober 2014 studiert die gebürtige Wittenerin Soziale Arbeit an der Universität Kassel. Heute steht ein Seminarbesuch auf dem Programm. Dafür muss sie in die erste Etage des Instituts für Sozialwesen. Geschickt navigiert sie durch die engen Gänge in Richtung Fahrstuhl. Der ist jedoch bereits mit zwei Kommilitonen besetzt und bietet keinen Platz mehr für die junge Frau im Rollstuhl. Sie wartet die nächste Fahrt ab. Im Seminarraum angekommen, steuert sie zielsicher auf ihren Stammsitz zu – direkt am Eingang, ganz am Anfang der langen Tischreihen. Allerdings verhindert dort eine Säule die Sicht auf die Dozentin. „Nicht so schlimm“, sagt Katharina Tielmann. „Dafür kann ich meinen Platz bequem erreichen. Mit Rollstuhl ist es schwierig, weiter in die Mitte zu gelangen.“ Doch auch vom Rand aus bringt sich die angehende Sozialarbeiterin aktiv ins Geschehen ein, beteiligt sich rege an der Diskussion und hat sichtlich Spaß an der Veranstaltung. Schwierig wird es für sie nur, als sich feste Gruppen zur Teamarbeit zusammensetzen sollen. Dabei benötigt sie die Hilfe ihrer Mitstudierenden, die Tische und Stühle beiseiteschieben.

STUDIEREN MIT BEEINTRÄCHTIGUNG - DATEN UND FAKTEN

ÜBERBLICK >

STUDIENDAUER >

FÄCHER- UND HOCHSCHULWAHL >

ABSCHLUSSART >

Stifterverband für die deutsche Wissenschaft

MERTON Magazin: Reportage zum Thema Studium mit Behinderung

www.merton-magazin.de

MERTON
Onlinemagazin des Stifterverbandes

MEINÜ (79) MERKLISTE (0)

UNGEHINDERT STUDIEREN. MIT BEHINDERUNG.

Der Anteil der Studierenden mit einer Behinderung oder einer chronischen Erkrankung liegt deutschlandweit bei sieben Prozent. Wie kommen die Betroffenen im Hochschulalltag zurecht?
37.05.2016

BEDIENUNGSANLEITUNG FÜR DAS NEURONETZ

Eine praktische Handreichung von Patrick Breitenbach für das Internet der Zukunft.
24.05.2016

LEHRERBILDUNG DARF KEIN ABFALLPRODUKT SEIN

Video-Interview: Bei der Ausbildung der Lehrer liegt noch Vieles im Argen, kritisiert Wolf-Rüdiger Feldmann.
23.05.2016

FASZINATION TIEFSEE

Forschergelst: Die Meeresforscherin Angelika Brandt nimmt uns mit auf eine Expedition ins Ungewisse.
20.05.2016

PROFESSOREN DES VAKUUMS



Katharina Tielmanns nächstes Ziel ist die Bibliothek. Der Weg dorthin ist kurz, wie fast alle Wege zwischen den Institutionen der Universität – ein großer Vorteil für mobilitätseingeschränkte Studierende. Außerdem sind alle Gebäude barrierefrei zugänglich. So auch die derzeit im Umbau befindliche Bibliothek: Die Stufen zwischen Eingangstür und Bibliotheksräumen bewältigt Katharina Tielmann mithilfe eines Treppenlifts; eine Übergangslösung, bis der komplexe, auch in Sachen Barrierefreiheit richtungweisende Umbau des Gebäudes abgeschlossen ist. Während der Lift sie nach oben befördert, müssen die anderen Bibliotheksbesucher warten, denn das Gerät beansprucht die ganze Breite der Treppe. „Geht leider nicht schneller“, ruft Katharina Tielmann, der die Situation ein wenig unangenehm ist. Doch niemand drängt oder nörgelt, alle warten geduldig, bis die Kommilitonin oben angekommen ist. Die Bibliothek ist gut besucht, zahlreiche Studierende sind zwischen den eng beieinanderstehenden Regalreihen unterwegs. Katharina Tielmanns Rollstuhl ist zwar schmal, dennoch ist es schwierig, ihn ohne Zusammenstöße durch die Gänge zu manövrieren. Gut, dass sie dank eines Blicks in den Bibliothekscomputer genau weiß, wo sie die benötigte Literatur findet. Apropos Literatur – auch sie ist barrierefrei zugänglich an der Universität Kassel. Schließlich studieren dort auch Sehbehinderte und Blinde. Für diese Kommilitonen sind gedruckte Texte eine der größten Hürden. Deshalb bietet die Hochschule neben speziellen Computerarbeitsplätzen für Sehbehinderte einen Literaturumsetzungsdienst an. Dessen Mitarbeiter scannen studienrelevante Texte ein und wandeln sie mithilfe besonderer Software in geeignete Formate wie Audio-, Großdruck- oder Vorlesedateien um.

12:45 UHR: MITTAGESSEN IN DER MENSA

MERTON
Onlinemagazin des Stifterverbandes

MEINÜ (79) MERKLISTE (0)

UNGEHINDERT STUDIEREN. MIT BEHINDERUNG.

Der Anteil der Studierenden mit einer Behinderung oder einer chronischen Erkrankung liegt deutschlandweit bei sieben Prozent. Wie kommen die Betroffenen im Hochschulalltag zurecht?
37.05.2016

BEDIENUNGSANLEITUNG FÜR DAS NEURONETZ

Eine praktische Handreichung von Patrick Breitenbach für das Internet der Zukunft.
24.05.2016

LEHRERBILDUNG DARF KEIN ABFALLPRODUKT SEIN

Video-Interview: Bei der Ausbildung der Lehrer liegt noch Vieles im Argen, kritisiert Wolf-Rüdiger Feldmann.
23.05.2016

FASZINATION TIEFSEE

Forschergelst: Die Meeresforscherin Angelika Brandt nimmt uns mit auf eine Expedition ins Ungewisse.
20.05.2016

PROFESSOREN DES VAKUUMS

Nächste Station: die Mensa. Ein Nebeneingang verfügt über eine Rampe für Rollstuhlfahrer. Dort ist Katharina Tielmann mit ihrer Freundin Anne und mit Christoph Trüper verabredet. Der Koordinator für Studium und Behinderung sitzt ebenfalls im Rollstuhl und kennt Katharina Tielmann seit ihrem Studienbeginn in Kassel. „Ein Studium eröffnet Menschen mit Behinderung so viele Lebenschancen und Möglichkeiten der Teilhabe. Viele Betroffene wissen aber gar nicht, welche Hilfen ihnen die Universität bietet, diese Chancen bestmöglich zu nutzen“, sagt der 33-Jährige. Mit seinem Team berät er Betroffene persönlich, unterstützt sie bei der Beantragung von Hilfsleistungen und bringt die Bedürfnisse seiner Klientel in die Arbeit der Hochschulgremien ein. Auch in puncto Nachteilsausgleich informiert und berät die Koordinationsstelle. Den nimmt übrigens auch Katharina Tielmann in Anspruch. Aufgrund ihrer Beeinträchtigung benötigt sie mehr Zeit für schriftliche Prüfungen, die sie dank des bewilligten Nachteilsausgleichs auch bekommt. Zeit braucht sie auch für die Mittagspause, denn in der Mensa herrscht Hochbetrieb. Man hat den Eindruck, alle Studierenden der Universität drängen gleichzeitig zur Essensausgabe. Doch die Räume sind so großzügig angelegt, dass sich die beiden Rollstuhlfahrer dennoch entspannt fortbewegen können. Nachdem sie ihre Mahlzeiten zusammengestellt haben, dauert es ein wenig, bis ein freier Tisch gefunden ist. Dort angekommen, schiebt Anne die Stühle zur Seite, damit Katharina Tielmann und Christoph Trüper ihre Rollstühle parken können. Während des Essens wird viel geredet und gelehrt – wie an den anderen Tischen auch.

ETWAS MEHR PLATZ

„Ich würde mir wünschen, dass die Seminarräume etwas mehr Platz bieten. Und in den Hörsälen wäre ein Zugang für Rollis auch in der Saalmitte super.“



MERTON
Onlinemagazin des Stifterverbandes

MEINÜ (79) MERKLISTE (0)

UNGEHINDERT STUDIEREN. MIT BEHINDERUNG.

Der Anteil der Studierenden mit einer Behinderung oder einer chronischen Erkrankung liegt deutschlandweit bei sieben Prozent. Wie kommen die Betroffenen im Hochschulalltag zurecht?
37.05.2016

BEDIENUNGSANLEITUNG FÜR DAS NEURONETZ

Eine praktische Handreichung von Patrick Breitenbach für das Internet der Zukunft.
24.05.2016

LEHRERBILDUNG DARF KEIN ABFALLPRODUKT SEIN

Video-Interview: Bei der Ausbildung der Lehrer liegt noch Vieles im Argen, kritisiert Wolf-Rüdiger Feldmann.
23.05.2016

FASZINATION TIEFSEE

Forschergelst: Die Meeresforscherin Angelika Brandt nimmt uns mit auf eine Expedition ins Ungewisse.
20.05.2016

PROFESSOREN DES VAKUUMS

14:10 UHR: ZURÜCK NACH HAUSE

Nach rund eineinhalb Stunden ist es Zeit für Katharina Tielmann, nach Hause zu fahren. Sechs Stationen mit der Bahn, wie jeden Tag. Sie muss noch lernen für eine Klausur, die in der folgenden Woche ansteht. Wie sie ihren Studienalltag bewertet? „Im Großen und Ganzen bin ich sehr zufrieden“, fasst sie zusammen. „Ich würde mir höchstens wünschen, dass die Seminarräume etwas mehr Platz bieten. Und in den Hörsälen wäre ein Zugang für Rollis auch in der Saalmitte super. Dann müsste ich nicht immer ganz vorn oder ganz hinten sitzen.“ Und natürlich das Kopfstützproblem. „Das wäre schon super, wenn das ersetzt werden würde.“



VIELFALT GESTALTEN



Um mehr Vielfalt an Hochschulen zu fördern, hat der Stifterverband das Auditierungswerkzeug „Vielfalt gestalten“ ins Leben gerufen. Es begleitet und berät die Hochschulen dabei, Strukturen, Angebote, Instrumente und Maßnahmen für diverse Studierendengruppen zu konzipieren, diese Gruppen in den Hochschulalltag zu inkludieren und zum Studienerfolg zu führen. Die Universität Kassel hat den zweijährigen Auditierungsprozess durchlaufen und im Frühjahr 2016 erfolgreich abgeschlossen.

ALLES ZUM DIVERSITY AUDIT

MERTON NEWSLETTER

Alle Bereiche | Monatlich | E-MAIL

Promedica Plus

Redaktion der B2C-Webseite



Startseite | Unsere Leistungen | Immer an Ihrer Seite | Über uns | Aktuelle Nachrichten | Standorte | Kontakt



Immer an Ihrer Seite

Mehr Nähe, mehr Service, mehr Kontakt und Austausch: Das PROMEDICA PLUS-Modell der 24h Betreuung & Pflege zu Hause bietet Unterstützung und Entlastung im Alltag.

[Jetzt informieren](#)

Modell der 24h-Betreuung

Das vertraute häusliche und soziale Umfeld sind besonders wichtig, denn es vermittelt Geborgenheit und Sicherheit. Die 24 Stunden Betreuung & Pflege zu Hause von PROMEDICA PLUS ermöglicht es Betreuungsbedürftigen, so lange wie möglich in den eigenen vier Wänden zu leben.

Beratung und Vermittlung

Mit unserer Rund-um-Betreuung müssen weder der Pflegebedürftige, noch die Angehörigen auf das gewohnte, familiäre Miteinander verzichten. Über unsere PROMEDICA PLUS Bedarfsanalyse stellen wir sicher, dass die passende Betreuungskraft für die individuellen Bedürfnisse vermittelt wird.

Rufen Sie uns an

Kostenlose Hotline*

0800 / 333 658 555

*aus dem deutschen Festnetz und Mobilnetz

[Ihr Kontakt zu uns](#)

www.promedicaplus.de/leistungen-betreuung-und-pflege-zu-hause/

24 Stunden Betreuung & Pflege > Unsere Leistungen

Betreuung & Pflege zu Hause

Daheim statt Pflegeheim – Die Leistungen von PROMEDICA PLUS

Betreuungsbedürftigen Menschen ein würdiges Leben im vertrauten Umfeld zu ermöglichen – das ist unsere Mission. Das Modell der **24h Betreuung & Pflege zu Hause** bietet Ihren hilfebedürftigen Angehörigen professionelle Unterstützung im Alltag. Und entlastet Sie von den vielfältigen, zeitintensiven Aufgaben, die eine professionelle Rundum-Betreuung mit sich bringt. **Geschulte osteuropäische Betreuungs- und Pflegekräfte aus Polen, Rumänien, Bulgarien sowie der Slowakei** kümmern sich fürsorglich um die Bedürfnisse ihrer Kunden. Zuverlässig, ohne Risiko und im Einklang mit der deutschen und europäischen Gesetzgebung. **PROMEDICA PLUS** – für ein würdiges Leben daheim statt im Pflegeheim.

Betreuung & Pflege zu Hause: Rund-um gut versorgt

Mit zunehmendem Alter kommt es oft zu gesundheitlichen Einschränkungen. Das können kleinere Beeinträchtigungen etwa im Hinblick auf Beweglichkeit und Mobilität sein. Häufig sind es jedoch ernste Erkrankungen wie Demenz, die den Betroffenen schnell weitgehend hilflos machen. Alltägliche Aufgaben, die früher nebenbei erledigt wurden, entwickeln sich für Senioren dann zur Herausforderung. Kochen, putzen, waschen, ankleiden, der Gang zur Toilette oder auch der Spaziergang im Park lassen sich nicht mehr allein bewältigen. Dann stehen die Angehörigen vor der Frage: Besser die **Betreuung & Pflege zu Hause** oder im Pflegeheim? Studien zeigen, dass die meisten hilfebedürftigen Menschen so lange wie möglich in der vertrauten Umgebung bleiben möchten. Sie dort neben Beruf und eigener Familie selbst zu betreiben, überfordert viele Angehörige jedoch auf die Dauer. Die Lösung: Eine professionelle 24h **Betreuung & Pflege zu Hause** durch sorgfältig ausgewählte und geschulte osteuropäische Betreuungskräfte. Die fürsorglichen, meist polnischen Betreuungs- und Pflegekräfte von PROMEDICA PLUS unterstützen hilfebedürftige Senioren:

- in der Hauswirtschaft
- bei alltäglichen Aktivitäten
- bei der Körperpflege
- bei der Ernährung
- hinsichtlich ihrer Mobilität

Rufen Sie uns an

Kostenlose Hotline*

0800 / 333 658 555

*aus dem deutschen Festnetz und Mobilnetz

Ihr Kontakt zu uns

Die mit * markierten Felder sind erforderlich.

Vorname *

Nachname *

0490 | Telefon * (Ortsvorwahl und Rufnummer)

E-Mail * | Postleitzahl *

Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden? *

Nachrichte

Gewünschtes Rückrufdatum

Gewünschte Rückrufrzeit *

Einwilligung Datenschutzerklärung * 7

[Absenden](#)

Unsere Standorte

Gerne möchten wir Ihnen behilflich sein und den benötigten Bedarf zusammen mit Ihnen ermitteln.

www.promedicaplus.de/leistungen-betreuung-und-pflege-zu-hause/seniorenbetreuung/koerperpflege/

Betreuungsangebot

24 Stunden Betreuung & Pflege > Unsere Leistungen > Betreuungsangebot > Körperpflege

Körperpflege – frisch und gepflegt

Nach einem Unfall oder infolge einer Erkrankung ist die Beweglichkeit älterer Menschen häufig eingeschränkt. Alltägliche Dinge wie Zähneputzen, Duschem, Baden oder der Gang zur Toilette lassen sich dann nicht mehr allein bewältigen. Viele Senioren scheuen sich jedoch, bei dem intimen Thema Körperpflege fremde Hilfe anzunehmen. Hier sind Fingerspitzengefühl und Einfühlungsvermögen seitens der Betreuungskraft gefragt. Die Betreuungskräfte von PROMEDICA PLUS sind darin geschult, diese Tätigkeiten sorgfältig, einfühlbar und mit der nötigen professionellen Distanz durchzuführen. So helfen sie Ihren Kunden dabei, sich rundum wohl zu fühlen und in Würde zu leben.

Rufen Sie uns an

Kostenlose Hotline*

0800 / 333 658 555

*aus dem deutschen Festnetz und Mobilnetz

Ihr Kontakt zu uns

Die mit * markierten Felder sind erforderlich.

Vorname *

Nachname *

0490 | Telefon * (Ortsvorwahl und Rufnummer)

E-Mail * | Postleitzahl *

Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden? *

Nachrichte

Gewünschtes Rückrufdatum

Gewünschte Rückrufrzeit *

Einwilligung Datenschutzerklärung * 7

[Absenden](#)

Körperpflege – frisch und gepflegt

Nach einem Unfall oder infolge einer Erkrankung ist die Beweglichkeit älterer Menschen häufig eingeschränkt. Alltägliche Dinge wie Zähneputzen, Duschem, Baden oder der Gang zur Toilette lassen sich dann nicht mehr allein bewältigen. Viele Senioren scheuen sich jedoch, bei dem intimen Thema Körperpflege fremde Hilfe anzunehmen. Hier sind Fingerspitzengefühl und Einfühlungsvermögen seitens der Betreuungskraft gefragt. Die Betreuungskräfte von PROMEDICA PLUS sind darin geschult, diese Tätigkeiten sorgfältig, einfühlbar und mit der nötigen professionellen Distanz durchzuführen. So helfen sie Ihren Kunden dabei, sich rundum wohl zu fühlen und in Würde zu leben.

Diese Aufgaben erledigen die Betreuungskräfte von PROMEDICA PLUS im Bereich Körperpflege:

- Waschen (Talgwäsche, Gaskörperwäsche)
- Duschem
- Baden
- Zahnpflege
- Kämmem
- Rasieren
- Richten der Kleidung

Bei Bedarf helfen unsere Betreuungskräfte auch fachgerecht und routiniert bei der Darm- und Blasenentleerung sowie beim Wechsel von Inkontinenzartikeln:

- Wasserlassen
- Stuhlgang
- Wechseln von Windeln
- Wechseln bzw. Entleeren von Urin- oder Stomabeutel

www.promedica-plus.de/franchise/

Ihr großer Trumpf: Persönlichkeit

Das Herzstück Ihrer Arbeit als PROMEDICA PLUS Berater ist die persönliche Beratung betreuungsbedürftiger Senioren und ihrer Angehörigen vor Ort sowie die Vermittlung von individuell passenden Betreuungslösungen.

[Jetzt informieren](#)

Franchise-Nehmer im Zukunftsmarkt

Ein starker Wachstumsmarkt. Ein gesellschaftlich relevantes, sinnstiftendes Tätigkeitsfeld. Interessante, abwechslungsreiche Aufgaben. Ein durchdachtes, vielfach bewährtes Franchise-Konzept. Mit PROMEDICA PLUS bauen Sie Ihr eigenes Geschäft im Zukunftsmarkt Seniorenbetreuung auf.

[Weiterlesen](#)

Gemeinsam erfolgreich durch Franchising

Als Franchise-Partner von PROMEDICA PLUS starten Sie von Beginn an durch. Denn Sie profitieren von unserem bewährten Geschäftskonzept der 24 Stunden Betreuung & Pflege durch geschulte, onsenologische Betreuungskräfte. Nutzen Sie unsere jahrelange Erfahrung und Expertise.

[Weiterlesen](#)

Rufen Sie uns an

Kostenlose Hotline*

0800 / 200 22 301

*aus dem deutschen Festnetz und Mobilnetz

Kontaktformular

Die mit * markierten Felder sind erforderlich.

Vorname *

Nachname *

0049 Telefon * (Ortsvorwahl und Rufnummer)

E-Mail * Postleitzahl *

Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden? *

Nachrichte

Einwilligung Datenschutzerklärung *

www.promedica-plus.de/franchise/

Startseite Unser Angebot Vorteile Franchising Ihr Erfolgsweg Über uns Aktuelles Kontakt

PROMEDICA PLUS Franchise

PROMEDICA PLUS Franchise > Vorteile Franchising

Franchise-System von PROMEDICA PLUS

Umfassend unterstützt – Leistungen für unsere Franchise-Partner

PROMEDICA PLUS und die **Promedia24 Gruppe** stehen Ihnen als Franchise-Geber mit dem Wissen und der Erfahrung zweier marktführender Unternehmen tatkräftig zur Seite.

Wir unterstützen Sie nicht nur mit unserem guten Namen und dem bewährten Franchising-Geschäftsmodell der **24 Stunden Betreuung & Pflege zu Hause**. Darüber hinaus erwartet Sie ein **umfangreiches Leistungspaket**, das Sie ganz konkret im täglichen Geschäft voran bringt. Schon mit **wenig Eigenkapital** können auch Sie **Franchise-Nehmer werden** und an unserer Geschäftsidee teilhaben.



Die Vorzüge als freier Unternehmer genießen und zugleich die Sicherheit einer starken Gemeinschaft spüren – als Franchise-Partner von **PROMEDICA PLUS** können Sie beides. Denn in Ihrem **Franchise-Gebiet** sind Sie der Chef und tragen die volle Verantwortung für den Erfolg Ihres Geschäfts.

Zugleich erhalten Sie als Franchise-Nehmer: tatkräftige Unterstützung durch erfahrene Partner: **PROMEDICA PLUS** und die **Promedia24 Gruppe** bieten Ihnen eine am Markt etablierte Marke, ein bewährtes Geschäftsmodell und viele hilfreiche Marketing- und Vertriebswerkzeuge, die sie im Tagesgeschäft voranbringen. Außerdem sind Sie von Anfang

Rufen Sie uns an

Kostenlose Hotline*

0800 / 200 22 301

*aus dem deutschen Festnetz und Mobilnetz

Kontaktformular

Die mit * markierten Felder sind erforderlich.

Vorname *

Nachname *

0049 Telefon * (Ortsvorwahl und Rufnummer)

E-Mail * Postleitzahl *

Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden? *

Nachrichte

Einwilligung Datenschutzerklärung *

Promedica Plus

Redaktion der B2B-Webseite

Dr. Andrea Becher, PROMEDICA PLUS Willich

Erfolgsgeschichten

PROMEDICA PLUS Franchise > Vorteile Franchising > Erfolgsgeschichten > Dr. Andrea Becher, PROMEDICA PLUS Willich


Dr. Andrea Becher, PROMEDICA PLUS Willich

Den Menschen zur Seite stehen

Andrea Becher lernte die Möglichkeit der häuslichen Rund-um-Betreuung durch eine Erfahrung in der eigenen Familie kennen. „Damals merkte ich, dass es nicht leicht war, etwas Passendes und Seriöses zu finden“, erzählt die heutige Franchise-Partnerin von PROMEDICA PLUS. Als studierte Biologin war sie 18 Jahre lang in der pharmazeutischen Industrie tätig und sammelte dort zunächst im Vertrieb Erfahrungen, bevor sie im Marketing Karriere machte.

„Gut strukturiert und fundiert“

„Durch die Selbstständigkeit reizte mich eigentlich schon immer“, erzählt die 50-Jährige. Vor fünf Jahren begann sie dann konkret, sich beruflich neu zu orientieren und eine Aufgabe zu suchen, mit der sie sich voll und ganz identifizieren konnte. Bei ihrer Recherche stieß die Willicherin auf PROMEDICA PLUS, damals noch unter dem Namen pflegesagenturplus am Markt. Ihr erster Eindruck: „Das System wirkte sinnvoll, gut strukturiert und fundiert“. Und: „Es passte perfekt zu meinen Kompetenzen und beruflichen Erfahrungen.“ Im persönlichen Gespräch bestätigte sich dieser Eindruck: Mit ihrer Freude am Umgang mit Menschen, der Erfahrung im Marketing und im Umgang mit Multiplikatoren im medizinischen Bereich war sie auch für das Unternehmen eine interessante Partnerin. Die Verdienstmöglichkeiten erschienen ihr gut, selbst mit einem konservativ erstellten Businessplan, und „es passte auch menschlich“, wie sie sagt. 2011 startete sie dann als Franchise-Nehmerin für die Region Willich, Kaarst und Meerbusch.



Marketing und Kundenberatung

Während anfangs vor allem Marketingaktivitäten im Vordergrund standen – etwa Vorträge, Direktmarketing, Zeitungsanzeigen oder das Kontaktieren von Multiplikatoren – liegt der Schwerpunkt ihrer Arbeit heute in der Kundenberatung.

Rufen Sie uns an

Kostenlose Hotline*

0800 / 200 22 301

*aus dem deutschen Festnetz und Mobilnetz

Kontaktformular

Die mit * markierten Felder sind erforderlich.

Vorname *

Nachname *

0049 Telefon * (Ortsvorwahl und Rufnummer)

E-Mail * Postleitzahl *

Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden? *

Nachrichte

Einwilligung Datenschutzerklärung *

[Absenden](#)

Erfolgsgeschichten



silbengold konzeption redaktion

Sabine Schrör Bremerstraße 1c 45239 Essen Fon: 0201-4693908
Mobil: 0172-2932655 info@silbengold.eu www.silbengold.eu