

NÄHER BETRACHTET ...



...wenn Sie momentan jemanden nicht sitzend, sondern stehend Radfahren sehen, dann könnten Sie mich gesehen haben. Nicht weil ich besonders sportlich und rasend schnell vom Wohnort zum Arbeitsplatz kommen will, nicht weil ich für ein Radrennen Steherqualitäten trainiere. Nein, der Grund hat was mit mangelnder Steherqualität zu tun. Ich bin von der Leiter gefallen, weil diese nicht stehen bleiben wollte.

Äpfel wollte ich ernten. Die schönsten Exemplare, die die letzte Herbstsonne noch aufgesogen haben, hängen bekanntlich an den unzugänglichsten Wipfeln und Zipfeln. Und um so ein Zipfelchen hat sich die Leiter gedreht und mich abgeworfen, als ich gerade einen knackigen Kandidaten in den Griff kriegen wollte. Die Äpfel konnte ich retten, weil ich den Korb nach oben gehalten hab, aber die unsanfte Landung auf dem Allerwertesten, der noch dazu mit dem Steiß auf ein ganz und gar nicht weiches Metallteil fiel, konnte ich nicht verhindern. Nun habe ich den Spott der Kollegen zu ertragen, wenn ich mich wie ein alter Greis aus dem Stuhl mehr schlängelte als richtig erhebe.

Wer den Schaden hat, braucht bekanntlich für den Spott nicht sorgen. Ich aber ertrage es leicht, denn es hätte wahrlich schlimmer kommen können. Der blaue Hintern ist zu verschmerzen. Ärgern tue ich mich nur, dass ich bei der Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ nicht mitgemacht habe. Zumal ich nun beweisen kann, dass mich kaum was daran hindern kann, mit zwei Rädern in die Redaktion zu rollen und ich vielleicht die Chance gehabt hätte, einen schönen Preis zu gewinnen, vielleicht eine standstichere Leiter oder eine Kletterhose mit eingebautem Airbag am Hinterteil. Die wär' doppelt gut – momentan.

Stefan Rammer

„Kulinarischer Führer“: Wer will mit dabei sein?

Freyung-Grafenau (pnp). Im Rahmen eines EU-Projektes hat die Volkshochschule des Landkreises Freyung-Grafenau ein Manuskript für einen ca. 120-seitigen „Kulinarischen Führer durch den Landkreis Freyung-Grafenau“ erarbeitet. Das Ergebnis soll, reichlich illustriert, in einer Auflage von 15 000 Exemplaren erscheinen und über drei Jahre hinweg Gültigkeit haben. 20 namhafte gastronomische Betriebe aus dem Gesamtgebiet des Landkreises haben sich bislang daran beteiligt und wollen damit unter dem Motto „auf neuen Wegen zum Erfolg“ bei einheimischen Gästen und Touristen ihre Lokale und Spezialitäten vorstellen. Gefördert wird dieses Projekt aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds. Für Restaurants, die über die Sommersaison noch nicht die Zeit fanden, sich daran zu beteiligen, soll im Januar ein Nachhol-Seminar veranstaltet werden, damit sie ebenfalls bei diesem „Kulinarischen Streifzug“ berücksichtigt werden können. Jeder teilnehmende Betrieb wird in diesem Führer in Wort und Bild auf zwei bis drei Seiten redaktionell vorgestellt, zudem steht den Restaurants die Umschlag-Rückseite zur eigenen Werbung zur Verfügung. Jeder Betrieb erhält 500 Exemplare zur eigenen Verfügung. Wer sich von den ortsansässigen Betrieben innerhalb der Landkreisgrenzen für eine Beteiligung an diesem ersten FRG-Restaurant-Führer interessiert, sollte sich mit einem Anruf oder einer E-Mail direkt mit dem Team der VHS unter der Tel. 08552/9665-0, E-Mail „info@vhs-freyung-grafenau.de“ in Verbindung setzen.

IHK-Gremium sieht positive regionale Entwicklung

Tagung im Modehaus Garhammer – Neupositionierung der Tourismusregion Bayerischer Wald

Waldkirchen (ihk/rs). Die regionale Wirtschaftsentwicklung im Landkreis Freyung-Grafenau verläuft weiterhin positiv. Dieser Tenor wurde anhand ausgewählter Beispiele in der internen Sitzung des IHK-Gremiums Freyung-Grafenau verdeutlicht, für die man sich als Tagungsort eines der renommiertesten Unternehmen der Region, das Modehaus Garhammer, ausgesucht hatte.

Wie die Sitzung zeigte, erfährt die neue Marketing-Initiative des Tourismusverbandes Ostbayern die einhellige Zustimmung der regionalen Unternehmensvertreter. Das von Alexander Anetsberger vorgestellte Projekt einer Neupositionierung der Tourismusregion Bayerischer Wald wird als positives Beispiel für eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung des gesamten Landkreises gesehen. Außerdem wurde in der vom IHK-Gremiumsvorsitzenden Hans Hilz geleiteten Sitzung über die Hauptschul-Initiative der bayerischen Staatsregierung diskutiert. Wichtig war den versammelten Unternehmern, dass die Schulpolitik im ländlichen Raum ein angemessenes Gewicht erfahre und somit der Hauptschule als Einrichtung ein positiveres Image und damit ein höheres Gewicht verliehen werde.

Weitere Aspekte der IHK-Gremiumssitzung betrafen die konjunkturellen Erwartungen der Wirtschaft, rechtliche Fragen zum GmbH-Recht und der Künstlersozialkasse, sowie zur IHK-Wahl 2008.

Im Anschluss an die Sitzung des IHK-Gremiums Freyung-



IHK-Hauptgeschäftsführer Walter Keilbart (von rechts) und der Gremiumsvorsitzende für Freyung-Grafenau, Hans Hilz, unterhalten sich mit den Garhammer-Inhabern Christoph und Franz Huber über die so positive Ausstrahlung des Modehauses und seine Bedeutung für die ganze Region.

(Foto: Steiml)

Grafenau fand ein öffentliches Unternehmengespräch mit den Modehaus-Inhabern Franz und Christoph Huber sowie rund 60 Unternehmern und Führungskräften im Modehaus Garhammer statt. Kernthema des Gesprächs war die Philosophie des Unternehmens Garhammer.

Gremiumsvorsitzender Hans Hilz freute sich über das große Interesse und erinnerte an die gute Zusammenarbeit auch mit und im Gremium: Franz Huber sei seit 1992 Mitglied des Ausschusses, seit 1994 stellvertretender Gremiumsvorsitzender,

seit 1994 auch Mitglied im obersten Kammerorgan, der IHK-Vollversammlung. Und seit 1998 vertrete Franz Huber auch die IHK im Präsidialrat Niederbayern.

Modehaus Garhammer, das sei engagierte Geschäftsführung am Puls der Zeit, seien Innovation, überregionale Bekanntheit mit regionalem Traditionsbewusstsein, sei hervorragendes Marketing, bester Service, Qualität und Kundennähe.

Über das Erfolgsgeheimnis referierte Christoph Huber, für

den bei all der Fülle an international hochstehenden Modemarken, deren aktuelle Kollektionen im Haus gezeigt werden, eine Philosophie Vorrang hat: Die „Marke Garhammer“ soll als unverwechselbare Position in den Köpfen und Herzen der Kunden sein: „Wer an Mode denkt, soll an Garhammer denken!“ Mode und Menschen in einer unverwechselbaren Atmosphäre zusammenbringen, sei das Streben.

In Sachen Mode sei man ständig auf allen nationalen und internationalen Messen

unterwegs und man wolle mit dem Sortiment herausragen aus der „Grauen Masse der Vergleichbarkeit“. Eine tragende Säule im Konzept seien die motivierten, top geschulten Mitarbeiter. Der Kunde sei mehr als König und man wolle ihn unabhängig vom aktuellen Modeangebot mit viel Dienstleistung – vom kostenlosen Parken über das Gläschen Sekt bei der Anprobe bis zu den regelmäßig hochkräftigen Events – begeistern.

Ein Eckpfeiler Garhammers sei auch die Regionalität. „Garhammer gehört zu Waldkirchen und wird es in dieser Form auch nur in Waldkirchen geben“, betonte Christoph Huber und erinnerte an die 111-jährige Geschichte des Hauses, das auch in Zeiten der Globalisierung auf die lokale Verwurzelung setzt. Gerade heute suchten Menschen Werte wie Verlässlichkeit, Vertrauen, emotionale Nähe und man sehe es als Verpflichtung an, vor Ort in der Region den Menschen diese Werte zu geben. Das habe man unter anderem auch als Hauptsponsor der Gartenschau unter Beweis gestellt.

Das das Konzept bestens ankommt, zeigt der Einzugsbereich, aus dem regelmäßig Kunden Waldkirchen und Garhammer ansteuern, um auf 6800 Quadratmetern in die Welt der Mode einzutauchen.

Dass tat dann auch die Tagungsteilnehmer, die sich mit den Inhabern auf Besichtigungstour durch das Haus machten – und dabei auch ein wenig hinter die Kulissen blicken konnten.

Das Fundament für die Marke „Bayerischer Wald“ steht

Alle wichtigen Akteure und Entscheidungsträger der Region arbeiten am Markenbildungsprozess mit

Freyung-Grafenau (pnp). Mit sechs Strategie-Workshops und Multiplikatoren-Veranstaltungen in allen Bayerwald-Landkreisen gestalteten rund 400 Entscheidungsträger aus Politik, Tourismus, Wirtschaft, Kultur und Gastronomie das neue Bild der zukünftigen Marke „Bayerischer Wald“ und legten dabei die inhaltliche Ausrichtung für die Vermarktungskampagne fest.

Alexander Anetsberger, der neue Marketingchef für den Bayerischen Wald unter dem Dach des Tourismusverbandes Ostbayern e.V., zieht nach einer zweiwöchigen „Roadshow“ ein positives Fazit zum Markenbildungsprozess: „Unsere Strategie, mit dem Motto '100% Heimat. Ich mach mit!' alle wichtigen Leistungsträger und Akteure im Bayerischen Wald für die Mitarbeit am Markenbildungsprozess zu motivieren, hat gefruchtet. Wir haben viele kon-

troverse Diskussionen geführt, die alle in einem verbindlichen Ziel gekoppelt mit einem klaren Auftrag mündeten. So werden wir – der Tourismusverband Ostbayern e.V. und die von uns beauftragte Agentur bis Ende des Jahres eine neue, aufmerksamkeitstarke Marke für den Bayerischen Wald der Öffentlichkeit präsentieren.“

Damit in Verbindung steht ein gleichfalls innovatives wie nachhaltiges Kommunikations- und Vermarktungskonzept. „Bereits Anfang 2008 werden wir mit der operativen Umsetzung beginnen“, so Anetsberger.

Alle Foren waren einheitlich der Meinung, dass die Faszination der Natur- und Kulturlandschaft des Bayerischen Waldes als Leistungsversprechen und Schwerpunkt im Markenkern umzusetzen sind. Dabei ist neukonfigurierten Produktlinien

Rechnung zu tragen: Unter den Arbeitstiteln „Naturerlebnis“, „sanfter Sport“ und „Wohlfühlregion“, die unter anderem auch die Aspekte Wellness und Gesundheit beinhalten, ist die „Vermarktungstory“ für den Bayerischen Wald zu konzipieren und im Rahmen eines vernetzten Kommunikationskonzeptes darzustellen.

Dabei sind bestehende „Leuchtturmprodukte“, wie die Familienregion mit „Urlaub auf dem Bauernhof“ oder „Familienland“ einzubinden. Der alles überstrahlende naturgegebene Leuchtturm ist die Natur selbst: Der Arber und der Nationalpark gleichermaßen wie die flächendeckende Waldregion Deutschlands oder die Donauhöhen und -städte mit ihrer Flusslandschaft und ihren Kulturstätten. Künstliche Leuchttürme, wie etwa der Ski-Worldcup am Arber oder Pullmann-

City, haben das Potenzial, als Image- und Publikumsmagneten noch stärker in den Fokus der Vermarktung gestellt zu werden.

Die strategische Positionierung muss die geografische Lage im Dreiländereck Deutschland, Tschechien, Österreich widerspiegeln und soll emotional bayerisch-böhmische Traditionen revitalisieren.

Der Geschäftsführer des Tourismusverbandes Ostbayern e.V., Dr. Michael Braun, fasst die anstehende strukturelle Modifikation zusammen: „Um mittel- und langfristige in Sachen Qualität zu punkten, muss eine Qualitäts- und Serviceoffensive in Hotellerie und Gastronomie die externen Vermarktungsaktivitäten flankieren. Die Tourismusakademie in Cham, die Aktivitäten des Tourismus-Service-Centers Regen sowie die Industrie- und Handelskam-

ern werden hier – im Sinne aller – aktiv eingebunden. Um effizient und wettbewerbsfähig agieren zu können, wird eine wesentliche Aufgabe darin bestehen, werbliche und vertriebliche Aktivitäten gezielt zu bündeln. Wir müssen weg vom Kirchturmdenken – hin zu einer schlagkräftigen Gesamtstruktur, wie uns das beispielsweise die erfolgreichen Tourismus-Destinationen Südtirol und Kärnten vorleben.“

Die Marketingoffensive hat zum Ziel, zunächst den Bekanntheitsgrad des Bayerischen Waldes weiter zu erhöhen und mit konkreten Bildern und Angeboten zu unterlegen. Über die Verbesserung des Images soll mittel- und langfristige eine zahlungskräftige Klientel gewonnen werden. Dabei werden kurzfristig bestehende Zielgruppen noch intensiver an den Bayerischen Wald gebunden.

Wie kann ich die Sprachlosigkeit gegenüber dem Nachbarn überwinden?

Ortsbäuerinnen-Seminar „Notfallbetreuung und Hilfe nach traumatischen Ereignissen“ der Land- und forstwirtschaftlichen Sozialversicherung

Von Norbert Peter

Hohenau. Wie rede ich mit meinem Nachbarn, der mit dem Schlepper seine Tochter überfahren hat? Was sage ich zu dem Landwirt, der den Baum fällt, der seinen Vater traf? Gar nicht leicht, die richtigen Worte zu finden, da jeder Mensch anders reagieren kann. Mit diesen Fragestellungen haben sich elf Ortsbäuerinnen oder Stellvertreterinnen aus dem Landkreis beim Seminar „Notfallbetreuung – Gesprächsführung und Hilfe nach traumatischen Ereignissen“ der Land- und forstwirtschaftlichen Sozialversicherung Niederbayern/Oberpfalz und Schwaben im Gasthof Schreiner befasst.

Bei diesem zweitägigen Seminar, geleitet von Fred Weisz als Sicherheitsberater der Land- und forstwirtschaftlichen Berufsgenossenschaft und der Dipl.-Sozialpädagogin Regina Eichinger, ging nicht um eine Therapie, son-



BBV-Kreisobmann Alois Rosenberger (rechts) und die Kreisbäuerin Regina Rekowski (2. Reihe 5. rechts) dankten mit den Seminarteilnehmerinnen den Referenten Fred Weisz (2. Reihe 2. v. links) und Regina Eichinger (vorn 2. v. links) für das vermittelte fundierte Rüstzeug.

(Foto: Peter)

dern darum, die Sprachlosigkeit nach solchen schlimmen Ereignissen zu überwinden. „Mit das Schlimmste nach dem Tod meines Mannes war, dass mir die Nachbarn und die Bekannten aus dem

Weg gegangen sind, als hätte ich eine ansteckende Krankheit“, bekannte einmal eine Bäuerin gegenüber Fred Weisz.

Dieses Treffen gab Hilfestellung für diejenigen, die in solchen Si-

tuationen helfen wollen und für jene, die sich unsicher fühlen im Umgang mit den Betroffenen. „Wir bieten diese Hilfe an, weil wir den Bedarf erkannt haben“, betonte Regina Eichinger. „Weiter wollen wir den Zusammenhalt auf den Dörfern und im Berufsstand auch in besonders schweren Situationen unterstützen.“

Seit gut zwei Jahren bietet die Land- und forstwirtschaftliche Sozialversicherung diese Seminare an. Welche Symptome weisen auf eine Traumatisierung hin? Regina Eichinger führte aus, jeder Mensch hat eine Seele, eine Psyche, und er ist beileibe kein Roboter. Gefühlsregungen seien daher verständlich, „wenn das Leben durch einen Notfall auf einmal sehr schwer wird“. Dabei spiele die Technik der Gesprächsführung für den Betroffenen eine dominierende Rolle. „Wie redet man, was braucht der Betroffene?“

Einen breiten Raum nahm ein, wie man beurteilen kann, ob der Betroffene eine professionelle Hilfe braucht: Nicht aufdrängen, sondern in Ruhe besprechen und den Sinn einer weiteren Hilfe erklären. Feingefühl sei gefragt, da sich jeder Mensch anders verhalten kann. Manche geben ihre Seele preis, andere wiederum sind durch das traumatisierte Ereignis verstockt.

Jede helfende Hand muss aber auch erkennen, dass man vor lauter Hilfe Selbstfürsorge benötigt. „Auf sich selber schauen“, sei wichtig, ohne dabei die wichtige und schwierige Aufgabe nicht aus den Augen zu verlieren.

„Dieses Seminar hat mir viel gebracht, den Rücken gestärkt und wertvolles Rüstzeug vermittelt“, erklärte Burgi Rodler, die Dorfhelferinnen-Einsatzleiterin. „Wenn auf dem Bauernhof ein Kind geboren wird, so ist dies ein freudiges

Ereignis. Wenn aber eine Dorfhelferin zu einer Notfallbetreuung gerufen wird, dann ist dies sehr bitter“.

Burgi Rodler ist dabei die erste Ansprechpartnerin, wenn eine Dorfhelferin benötigt wird. Da erläutert der Anrufer den Grund des Bedarfs „und da kommt man ins Gespräch“. Die richtigen Worte zu finden, darin sieht Burgi Rodler eine besondere Aufgabe.

Auch Maria Donaubauber lobte das Seminar, „das die Augen für traumatisierte Ereignisse geöffnet und uns mit Tipps versorgt hat, die uns wirklich bei einer Notfallbetreuung helfen“. Die BBV-Kreisbäuerin Regina Rekowski, selbst Seminarteilnehmerin, dankte mit BBV-Kreisobmann Alois Rosenberger den Referenten Fred Weisz und Regina Eichinger, die mit dem kostenlosen Seminar „unserem Bauernstand eine wertvolle Hilfe an die Hand gegeben haben“.