

MyMa^{360°} Mayen

Special

Dominik Zieseemer

Klappe zu, Ton ab

Portrait

SÜSSE VERFÜHRUNG

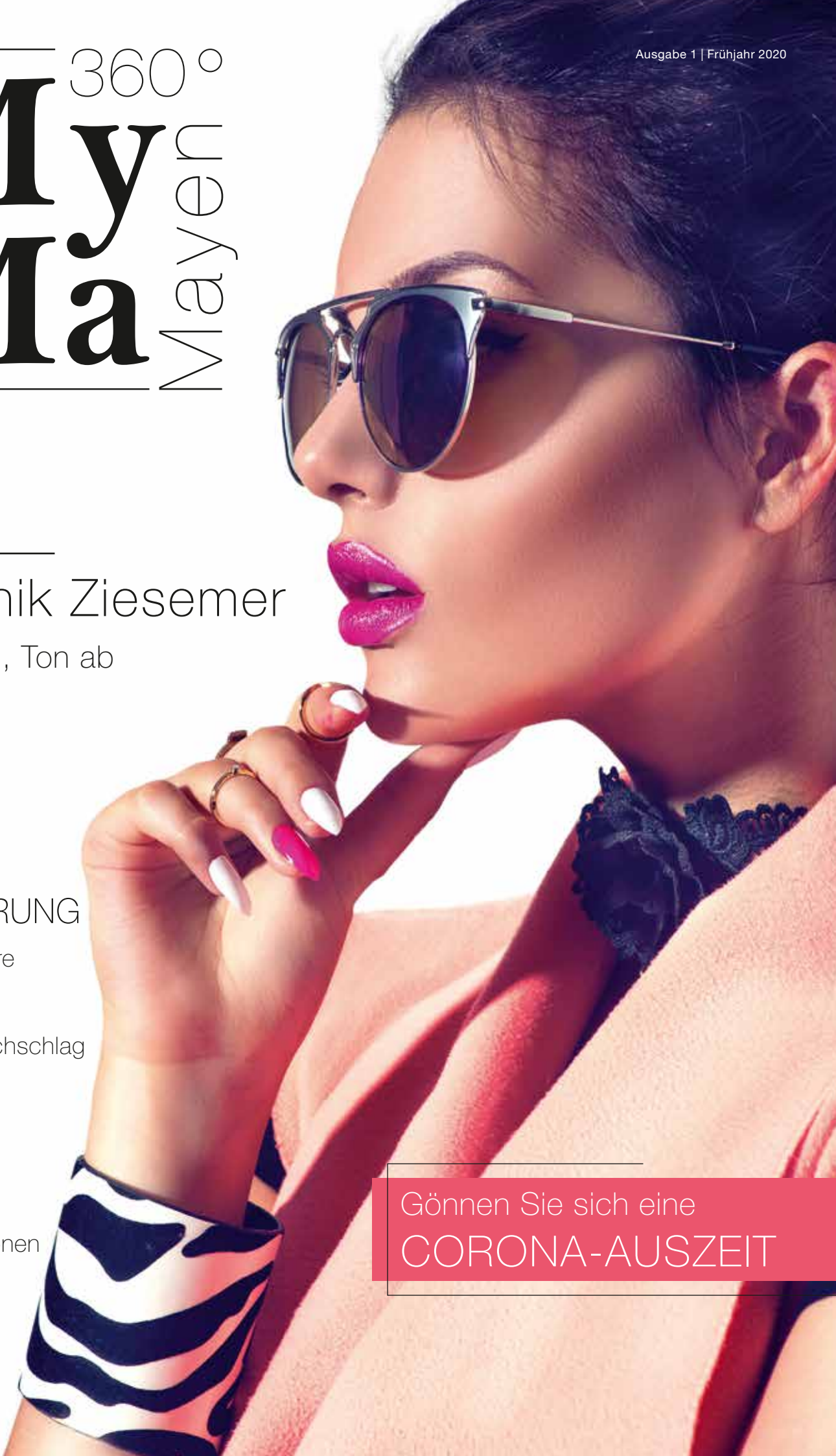
Chefpâtissière
Lucia Kranz
sorgt für den
richtigen Nachschlag

Let's Play

AviveHD

ist 23 und
hat 1,6 Millionen
Abonnenten

Gönnen Sie sich eine
CORONA-AUSZEIT



Alexander Müller
Vertriebsleiter Privatkunden
Marktbereich Andernach und Umgebung

Herzblut schafft Nähe.



Einfach mit Herzblut!

„Wir sind unseren Kunden näher als alle anderen Finanzdienstleister: mit 400 Kolleginnen und Kollegen aus der Region, in 28 Beratungszentren und SB-Filialen und der Sparkassen-App auf Ihrem Smartphone. Während andere zentralisieren, sind wir mit Herzblut gerne persönlich für Sie da. Das ist MY-KSK.“

Alexander Müller

 **Kreissparkasse
Mayen**

EDITORIAL

CORONA-AUSZEIT



Die Entwickler von **MyMa 360° Mayen**, Christian Thielen und René Kuhmann, bei der Abnahme der finalen Seiten vor der Corona-Pandemie.

Liebe Leserinnen und Leser,

die Corona-Pandemie hat die Welt fest im Griff und betrifft auch unsere aktuellen Magazin-Veröffentlichungen. Eigentlich hätten Sie diese Ausgabe schon Anfang April genießen können, doch aufgrund der sich täglich ändernden Entwicklung haben wir die bereits angelaufene Produktion gestoppt und einzelne Seiten aktualisiert neugedruckt.

Ja, das Corona-Virus ist ein ernstzunehmender und tückischer Gegner, der Menschenleben gefährdet und kostet. Zugleich trifft es unsere Gesellschaft an den vermutlich wichtigsten und sensibelsten Stellen – in der sozialen Gemeinschaft und in der Wirtschaft.

Und umso mehr dieses Virus unserer Gemeinschaft und den Unternehmern im Land und insbesondere in unserer Region schadet, müssen wir den Blick aus unserer Sicht nach vorne richten und uns die Frage stellen: Wie geht es nach Corona weiter?

Wir haben mit Gewerbetreibenden aus unterschiedlichen Branchen gesprochen und alle begrüßten die schrittweisen Lockerungen, die seit Mitte April Einzug gehalten haben. Gemeinsam hoffen wir auf weitere in den kommenden Monaten. Dabei werden wir alle gemeinsam die Anforderungen für Hygiene und Infektionsschutz umsetzen und versuchen, den Kunden dennoch ein Einkaufserlebnis zu bieten.

Mit dieser Ausgabe voller Lifestyle- und Trend-Themen sowie einzigartigen Geschichten aus der Region und besonderen und individuellen Angeboten von Gewerbetreibenden möchten wir Ihnen als Leser die Chance auf etwas Normalität ermöglichen. Gönnen Sie sich eine Corona-Auszeit und entspannen Sie sich beim Durchblättern dieser Ausgabe.

Vergessen Sie dabei bitte nicht die vielen Einzelhändler und Dienstleister vor Ihrer Haustür, die zu einer Vielzahl auch in diesem Magazin vertreten sind und auch in Krisenzeiten mit hohem Einsatz aktiv sind. Wenn Sie ein Produkt oder eine Dienstleistung dieser Ausgabe interessiert, kaufen Sie es bei den Werbetreibenden lokal, es stärkt unsere Heimat und die Vielfalt in unserer Region.

Unsere Magazine finden Sie an über 300 ausgewählten Auslagestellen. Wenn Sie zukünftig dazu gehören möchten, lassen Sie es uns jederzeit wissen.

Ihre Geheimtipps und Meinungen sind uns übrigens sehr wichtig – scheuen Sie sich nicht, uns zu kontaktieren.

Mehr zum Magazin und zu uns finden Sie auch auf: www.myma-360.de

Herzliche Grüße

René Kuhmann
Verlagsleitung

Christian Thielen
Magazinleitung

INHALT

- 6 | WUMMS**
Dominique Zieseemer ist ein Mann mit (Fernseh)-Format
- 14 | BESSER HÖREN
Digitalisierung der Hörakustik
- 16 | SÜSSE VERFÜHRUNG**
Lucia Kranz sorgt für den richtigen Nachschlag
- 20 | FINANZTIPP
Wie man in nachhaltige und zukunftsfähige Werte investiert
- 22 | PLAYTIME**
Lukas Michels ist Deutschlands bekannter YouTuber AviveHD
- 28 | FASHION TRENDS
Das ist im Frühjahr/Sommer 2020 angesagt
- 30 | SCHLAG AUF SCHLAG
Max Schmitt ist eines der größten Golf Talente Deutschlands

- 36 | ABTAUCHEN UND AUFTANKEN
Die Vulkantherme Bad Bertrich und ihre einzigartige Bade-, Sauna- und Wellnesslandschaft
- 44 | EXPERTEN-TIPP
Investitionen und steuerliche Förderung
- 45 | DETOX FÜR DIE HAUT
So kann der Körper richtig entgiften
- 48 | OLDTIMER
Ralph Grieser und die Welt der automobilen Klassiker
- 56 | DER REGELBRECHER
Die unglaubliche Erfolgsgeschichte des Ikke Hüftgold
- 64 | NATÜRLICH IM TREND
Nachhaltigkeit und haargesunde Rezepturen
- 66 | BUCHTIPP
Pouring Art: Kunst selbstgemacht

- 68 | ALEXANDER'S CATERING
feiert sein Vierjähriges
- 74 | CLASSIC BLUE IST DIE FARBE DES JAHRES
Knallfarben adé, jetzt ist Zeit für Besinnlichkeit
- 76 | ACHIM LOHNER
backt aus Leidenschaft – eine Unternehmergeschichte
- 80 | ARBEITSZEITEN RICHTIG DOKUMENTIEREN
Die praktische Umsetzung im Betrieb
- 82 | MISSION POSSIBLE
Stephan Horch paddelt für saubere Meere
- 87 | STILMITTEL
Unverzichtbare Klassiker – mehr als nur modisches Zubehör

- 90 | LUST AM BESSER-WOHNEN
Die wichtigsten Trends der imm cologne
- 92 | UNTER DIE HAUT UND MITTEN INS HERZ
Denise Bartlett geht mit ihrer Tattokunst neue Wege
- 98 | GOLDFINGER AUF TALENTSUCHE
Eberhard Pacak mischt seit 33 Jahren im Musikbizz mit
- 103 | 200 JAHRE GESCHICHTE
Schiefer aus Mayen für die Welt
- 104 | FREESTYLE-MOUNTAINBIKE
Lukas Schäfer hat Weltklasse-Niveau
- 105 | AMBIENTE FRANKFURT
Naturliebe trifft Art deco



6



16



22



36



82



48



98



104

IMPRESSUM

Verlag für Anzeigenblätter GmbH
Hinter der Jungenstraße 22
56218 Mülheim-Kärlich

GESCHÄFTSFÜHRUNG:
Litsa Papalitsa

KONZEPTION & UMSETZUNG:
René Kuhmann & Christian Thielen
(V.i.S.d.P.)

REDAKTION:
Karin Adelfang | Edith Billigmann
Christian Thielen

FOTOGRAFIE INNENTEIL:
stock.adobe.com | Peter Seydel
Christof Henninger | Edith Billigmann
Marcel Gregory Stock

FOTOGRAFIE TITEL:
©Subbotina Anna - stock.adobe.com

GESTALTUNG & DESIGN:
sapro GmbH

DRUCK:
Druckerei Hachenburg GmbH

ANZEIGEN:
Sarah Sach | René Kuhmann

VERTEILUNG:
An ausgewählten Auslagestellen
in Mayen & Umgebung

MyMa 360° Mayen erscheint
in 2020 zweimal pro Jahr.
Nächste Ausgabe: Herbst 2020.



UND DANN HAT ES WUMMS GEMACHT

Ein Mann mit (Fernseh-)Format: Seit über 20 Jahren moderiert und konzeptioniert der Polcher Dominique Ziesemer Shows für den NDR

Hätten seine Eltern Erst- und Zweitnamen getauscht, sein Vater nicht auf der französischen Schreibweise bestanden und seine Mutter ihre Vorliebe für lange Haare nicht an dem Jungen ausgelebt - ja, dann hätte es Dominique Lars Ziesemer (50) ein wenig einfacher in seiner Kindheit gehabt. „Die

Verwechslung mit einem Mädchen lag schon gefährlich nah“, schmunzelt der gebürtige Polcher noch heute. Aber er hat sich schließlich mit seinem Namen angefreundet und eine Menge draus gemacht. In der Polcher Historie ist der bekannte NDR-Reporter als berühmter Sohn der Stadt gelistet.

Text: Edith Billigmann | Fotos: Edith Billigmann, ©NDR

Seit zwei Jahrzehnten wohnt Ziesemer schon in der Hansestadt Hamburg, arbeitet dort für den NDR, zunächst als fester Freier, nun seit zwei Jahren in Festanstellung. Doch für Besuche seiner Eltern und seiner Heimat auf dem Maifeld nimmt er sich Zeit, gerne auch mit seinen Söhnen Bruno (13) und Emil (9).

Dass Dominique mal ins journalistische Fahrwasser driften sollte, war zu Schulzeiten nicht klar erkennbar. Zwar hatte er schon als Chefredakteur die Schülerzeitung erfolgreich geführt und darin auch die kritische Auseinandersetzung nicht gescheut, aber mit seiner Liebe zum Fach Mathematik war eigentlich der Weg fürs Mathestudium vorgegeben. Bei einem ersten Besuch an der Uni Mainz, so Ziesemer im Rückblick, glaubte er sich jedoch in einer Fremdsprachenvorlesung. So hatte er sich das nicht vorgestellt. Also entschied er sich für mehr Lebensfreude und startete ein Studium der Publizistik und Politikwissenschaften. Die Suche nach dem zweiten Nebenfach gestaltete sich schwieriger. Am Ende wurden es die Filmwissenschaften. Die Uni verließ er 1996 mit dem Magister in der Tasche.

Seine ersten journalistischen Sporen verdiente sich Dominique zu Studentenzeiten bei dem noch jungen Fernsehsender MYK-TV in Polch, der sich unorthodox in die bisher von Print und Radio geprägte regionale Medienlandschaft gedrängt hatte. Für den 20-Jährigen eine spannende Zeit, in der - weil noch nicht professionalisiert und daher auch nicht dem bürokratischen Diktat unterworfen - man sich ausprobieren konnte und vieles noch möglich war.

„Der Zufall hat in meinem Leben immer eine große Rolle gespielt.“

Nach dem Magister-Examen wird es ernst. Auf seine Bewerbungen erhält er zwei Zusagen, doch zum Gewissenskonflikt werden sie nicht. Denn das Volontariat beim NDR hat eindeutig die größere Anziehungskraft als die Mitarbeit in einem Meinungsforschungsinstitut. „Der Zufall hat in meinem Leben immer eine große Rolle gespielt“, sinniert Dominique, „und der Humor“ - und erzählt dann, wie er zur Quizsendung „Wer hat's gesehen?“ kam: „Ich hatte mich um eine ausgeschriebene Stelle als Programmplaner beworben, aber die war bereits vergeben. Dennoch wollte der Programmverantwortliche mich kennenlernen.“ Die Situation wird immer abstruser und Dominique fühlt sich vorgeführt wie bei der versteckten Kamera, als ihm schließlich bekannte Titelmelodien vorgespielt werden, die er erraten soll. Er kennt sie alle - und bekommt den Job, ein Konzept zu entwickeln, „sinnloses Wissen ins Fernsehen zu bringen“. Bei Fragen wie „Wie viele Streifen hat Biene Maja?“ und „Wie viele Frauen hatte Ben Cartwright?“ schnellen die Einschaltquoten in die Höhe. Die beiden Folgen, die er für den NDR produziert, sind so erfolgreich, dass sie bis 2015 weitergeführt werden. 2010 wurde die 100. Folge ausgestrahlt.



Ziesemer stellt mit ehemaligen VIVA-Moderatorin Milka Loff Fernandes die größten Popsongs des Nordens vor, moderiert für die ARD die Sendung „Ratgeber Technik“, dreht für „Unser starker Norden“.




**Automobile
BECKER**

FAHRZEUGAUFBEREITUNG
**mobile
car cleaning**

**FAHRZEUGVERKAUF
FAHRZEUGANKAUF
FAHRZEUGAUFBEREITUNG**

**Wir finden
Ihr Traumauto,
ob Polo oder
Porsche!**



**Zur Schwanenkirche 13
56761 Brachtendorf**

**Telefon:
026 53 - 7 17 98 21
www.becker-autohandel.de**



Knapp über 50 probiert sich Ziesemer noch einmal neu aus. Beispielsweise mit der erfolgreichen Show „Treckerfahrer dürfen das“ im NDR-Gebiet oder der Politsatire „Bohemian Browser Ballett“ auf Facebook und YouTube. Und seit zwei Jahren führt er als Redakteur die Sportsatire „WUMMS“, die sich an 14- bis 29-Jährige richtet. Das Format ist gerade mit dem Civis-Journalistenpreis ausgezeichnet worden und hat sich mit dem Ramos-Song, immerhin 34 Millionen Mal auf YouTube aufgerufen, zum erfolgreichsten Format von FUNK (dem gemeinsamen Angebot von ARD und ZDF im Netz) entwickelt.



Nach dem Volontariat beim NDR will sich Ziesemer nicht in einer Festanstellung binden und arbeitet als Freier Mitarbeiter. Mit seinem unleugbaren Hang, die Welt nicht ganz so ernst zu sehen, entwirft er weitere Formate wie „Wann war eigentlich?“, „Talk und Spiele“ und „Alles Lügen“. In der Satiresendung „Extra 3“ ist er die Stimme in der Rubrik „Die Sendung mit dem Klaus“.



Seine erste große Moderatorsendung mit 1,5 Millionen Zuschauern übernimmt er 2004. Sechs Jahre moderiert er für die ARD den „Ratgeber Technik“, landet mit zwei seiner verrückten Moderationen bei Harald Schmitt. „Wir haben zum Beispiel einen Rap über Taschenwärmer gemacht, so mit brennenden Fässern und Hintergrundchor - wohlgernekt in der ARD! Den Rap fand Schmitt so bescheuert, dass er in seiner Sendung schön darüber hergezogen ist“, lacht Ziesemer.

2009 ist die Zeit für Veränderungen.

2009 ist die Zeit für Veränderungen. Ziesemer moderiert für den NDR sechs Folgen von „DAS!“, bei dem er Studiogäste auf die Couch bittet, „Unser starker Norden“ zusammen mit Inka Schneider und die größten Popsongs mit der ehemaligen VI-VA-Moderatorin Milka Loff Fernandes. Mit Rainer Blank produziert er die „Kultautos der Deutschen“, arbeitet zusätzlich als Dozent für das Medienbüro Hamburg. 2009 sitzt er in der Jury des internationalen Fernsehpreises „Rose d'Or“.



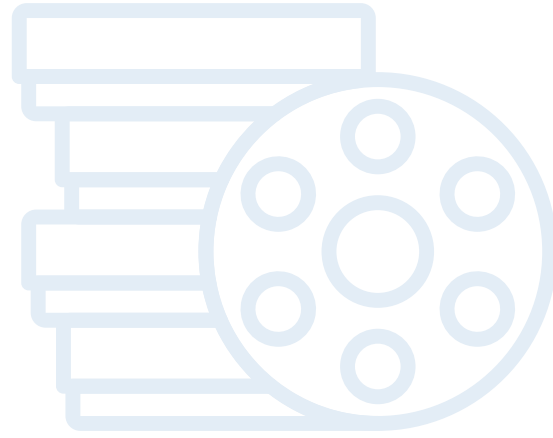
Fernsehen in die Wiege gelegt – Das etwas andere Portrait

Am 23. März 1969 reißt Dominique Ziesemer seinen Vater Hans jäh aus der idyllischen Fernsehlandschaft. Er will endlich das Licht der Welt erblicken, sein Vater aber hat ganz andere Interessen und würde die Geburt seines Sohnes zum jetzigen Zeitpunkt gerne hinauszögern. Ein alter Krimi mit vier dubiosen Nonnen hält ihn in seinen Bann. Doch Vater Hans muss erkennen, dass die Gesetze der Natur stärker sind, und beugt sich, wenn auch mürrisch, dem Unvermeidlichen. Jahre später recherchiert Dominique in alten Zeitschriften, um das Film-Geheimnis endlich zu lüften, aber er wird nicht fündig...

Die Schülerzeitung mit dem sprechenden Titel „Orakel“ gibt den nächsten entscheidenden Hinweis auf seine berufliche Karriere. „Ich hatte grundsätzlich ein angespanntes Verhältnis zum Direktor“, formuliert es Dominique vorsichtig. Das wird auch nicht besser, als er in der Abi-Zeitung eine fiktive Rede für den Schulleiter schreibt (Wie er sie denn halten würde, wenn er dürfte) und daneben ein „süßes“ Ferkelchen mit Karnevalsmütze abbildet...



Ermahnungen und Belehrungen vom Vater gibt es keine, dafür sind sich die beiden zu ähnlich – außer bei ihrer Liebe zu den Fußballvereinen Kaiserslautern (Vater) und Frankfurt (Sohn). Als Hans das erste Mal als Bürgermeister-Kandidat antritt, zieht Dominique als jüngstes Mitglied in den Gemeinderat ein und muss sich „als junges Gemüse“ so einiges anhören. Ob hier schon die Grundlagen für seine späteren politischen Satireformate gelegt wurden? Wir wissen es nicht...



... ein „Braver“ ist Dominique Zieseemer nicht.

Auch wenn Vater Hans in höchsten Tönen von seinem „liebsten“ und immer gut gelaunten Sohn spricht, ein „Braver“ ist Dominique Zieseemer nicht. Mit provokanten Fragen lockt er seine Studiogäste in der Sendung „DAS!“ aus der Reserve. Das gelingt ihm gut, bis auf eine Ausnahme: Mario Adorf. „Der hat alles weggelächelt“, sagt Dominique noch immer fasziniert. „Dem kann nix und keiner was anhaben.“ Und so ist die Frage „Sind Sie ein Macho?“ bis heute unbeantwortet geblieben...



Im Sport kennt sich Dominique Zieseemer gut aus, hat in jungen Jahren beim VfB Polch Fußball gespielt, später Tennis und jetzt – nach einem späten Einstieg in den Ski-Sport mit all seinen Tücken und der ärztlichen Diagnose Bänderriss – ist Golfen angesagt. Das Tanzbein schwingt er auch – gemeinsam mit Ehefrau Ulrike beim Lindy-Hop.

Das Kindheitstrauma, aufgrund eindeutiger Indizien wie Vorname und lange Haare der weiblichen Kategorie zugeordnet zu werden, hat er überwunden. Verschwunden ist er aus dieser Zielgruppe aber deshalb noch lange nicht. Postsendungen an Frau Dominique Zieseemer mit Flügelbinden zur Testung oder Parfümpröbchen für die Dame sind auch heute keine Seltenheit...

Hier, auf dem alten Sportplatz, hat Dominique seine „Fußballkarriere“ ausgelebt.



Auf der Durchreise machen Vater und Sohn gerne Halt im „guten, alten Bahnhof“ in Polch. Fürs Foto muss der neue Pächter Oleg Untilov (re.) ebenso vor die Kamera wie dessen alter Koffer als Ausstellungsstücke.



Dominique Zieseemer bei der Moderation „Alles Lügen“.



ANZEIGE

CUSTOM DESIGN MADE IN GERMANY
Individuell konfigurieren unter WWW.POISON-BIKES.DE

CADMIUM | PRO SPORT | TRAPEZ-UNISEX

LITHIUM URBAN
27,5" PLUS | BROSE DRIVE ANTRIEBSSYSTEM

POISON
MEIN UNIKAT

E-BIKE-KOMPETENZ-CENTER IN NICKENICH
Wir bieten Reparatur aller Fahrradmodelle mit **Hol und Bringservice**.
Radius 20 km ab Standort Nickenich.

DIGITALISIERTE HÖRAKUSTIK

Die neueste Generation ist kleiner, smarter und besser



Verschiedene Hörsituationen fordern Hörgeräten unterschiedliche Leistungen ab – für die neueste Technik heute kein Problem mehr. Sitzt man im überfüllten Restaurant, bewegt sich in einer Menschenmenge oder möchte man sich gemütlich daheim in Ruhe unterhalten: smarte Geräte können sich auf die gewünschte Situation einstellen und das ganz automatisch. Viele Hintergrundgeräusche machten das Verständnis früher oft schwer, vor allem, wenn der Geräuschpegel variiert oder man sich auf leise Töne konzentrieren musste. Die Zeiten sind vorbei.

Eine besondere Herausforderung sind oftmals noch Situationen wie der gemütliche Fernsehabend, ein Kinobesuch oder gar das telefonieren mit Smartphones. Doch der Hörakustikmarkt geht in Sachen Hightech mit der Zeit: so kann man heutzutage sogar Telefongespräche führen, ohne das Mobiltelefon überhaupt zur Hand nehmen zu müssen. Dasselbe gilt für das perfekte Klangerlebnis bei Multimedia-Geräten und Smart-Fernsehgeräten. So werden moderne Hörgeräte zum unverzichtbaren Begleiter, der in jeder Lebenssituation das passende Klangerlebnis ermöglicht. ■



Wir schätzen die
PERSÖNLICHE BEZIEHUNG
zu unseren Kunden und begeistern mit
INDIVIDUELLER BERATUNG
sowie
ERSTKLASSIGEM SERVICE.

Besser Hören - Mehr Erleben!

REINNARTH
Hörgeräte GmbH

Am Brückentor 15 | 56727 Mayen | Telefon: (02651) 2822
www.reinnarth-hoergeraete.de

DANKE FÜR MEHR ALS 30 JAHRE!



Audi Discovery Days



Sofort verfügbar. Sofort abfahren.

Entdecken Sie attraktive Sonderkonditionen
auf alle sofort verfügbaren Modelle.

Ein attraktives Leasingangebot:

z. B. Audi A4 Avant 35 TDI, S tronic, 7-stufig*.

* Kraftstoffverbrauch l/100 km: innerorts 4,3; außerorts 3,5; kombiniert 3,8; CO₂-Emissionen g/km: kombiniert 100; CO₂-Effizienzklasse A+. Angaben zu den Kraftstoffverbräuchen und CO₂-Emissionen sowie CO₂-Effizienzklassen bei Spannweiten in Abhängigkeit vom verwendeten Reifen-/Rädersatz.

Brillantschwarz, Businesspaket, Sportlederlenkrad, Sitzheizung vorne, Einparkhilfe Plus, Gepäckraumklappe elektr. öffend und schließend, Außenspiegel elektr. einstel-,beheiz- und anklappbar, Fernlichtassistent, Audi virtual cockpit plus, Audi Sounssystem, AUDI Phone box, Innenspiegel automatisch abblendend, MMI Navigation, Klimaautomatik, u.v.m.

€ 296,- monatliche Leasingrate	Leistung:	120 kW (163 PS)	Sollzinssatz (gebunden) p.a.:	0,52 %
	Fahrzeugpreis: inkl. Überführungskosten	€ 49.145,-	Effektiver Jahreszins:	0,52 %
	Leasing Sonderzahlung:	€ 4.500,-	Vertragslaufzeit:	48 Monate
	Nettodarlehensbetrag (Anschaffungspreis):	€ 40.902,-	Jährliche Fahrleistung:	10.000 km
			48 monatliche Leasingraten à	€ 296,-
			Gesamtbetrag:	€ 18.708,-

Ein Angebot der Audi Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorner Straße 57, 38112 Braunschweig, für die wir als ungebundener Vermittler gemeinsam mit dem Kunden die für den Abschluss des Leasingvertrags nötigen Vertragsunterlagen zusammenstellen. Bonität vorausgesetzt. Es besteht ein gesetzliches Widerrufsrecht für Verbraucher.

Etwaige Rabatte bzw. Prämien sind im Angebot bereits berücksichtigt.

Abgebildete Sonderausstattungen sind im Angebot nicht unbedingt berücksichtigt. Alle Angaben basieren auf den Merkmalen des deutschen Marktes.

Scherer GmbH & Co. KG

Koblener Str. 178 - 180, 56727 Mayen
Tel.: 0 26 51 / 49 20-0

ServiceInfo.MYA@scherer-gruppe.de, <https://www.scherer-mayen.audi>

DIE SÜSSE VERFÜHRUNG

Konditormeisterin
und Chefpâtissière
Lucia Kranz sorgt
für den richtigen
Nachschlag

Text: Edith Billigmann | Fotos: Marcel Gregory Stock, Peter Seydel

Ein wenig ungeduldig ist sie schon: Lucia Kranz (28), ihres Zeichens Konditormeisterin und Chefpâtissière im Restaurant des 5-Sterne-Hotels „Villa Rothschild“. Als sie nach dem Abitur ein Jahr auf den angepeilten Studienplatz für Grundschulpädagogik warten soll, entschließt sie sich kurzerhand für den Ausbildungsberuf zur Konditorin. Und landet in der „kleinen, feinen, romantisch angehauchten“ Backstube des damals alteingesessenen Neuwieder Café Tillmann's.

Dort kann sie ihre künstlerische Ader gestaltend ausleben. Und vor allem: Sie fühlt sich wohl. „Für mich war sehr schnell klar, dass ich Konditorin werden möchte. Am Anfang waren alle anderen skeptisch“, sagt die Mendigerin. „Aber heute sind alle begeistert.“



„... Am Anfang
waren alle anderen skeptisch“,
sagt die Mendigerin.
„Aber heute sind alle begeistert.“

Grund dazu haben sie genug: Lucia wird 2014 Landessiegerin der Konditorenjugend, im gleichen Jahr 2. Siegerin im Bundesleistungswettbewerb „Die gute Form des Handwerks“ und dann 2018 Siegerin im „Championat du Chocolat“. Ein Jahr später sieht es verdächtig nach einem weiteren Sieg aus, aber weil das Podest instabil ist und das Schokoladenwerk verrutscht, muss sie aus den Einzelteilen spontan etwas Neues kreieren. „Meine größte Bewährungsprobe“, wie sie heute sagt. Dennoch kann sie unter allen Schaustücken einen guten 6. Platz belegen. Das Publikum feiert sie als „Siegerin der Herzen“.

Immer höher, immer weiter

Lucia ist ehrgeizig. Als Prüfungsbeste im Bezirk der Handwerkskammer Koblenz schließt sie ihre Konditorenausbildung 2014 ab, macht ein Jahr später ihren Meister. 2018 folgt der Abschluss zur Staatlich geprüften Betriebswirtin. Mit ihrer Bewerbung bei Villa Rothschild landet sie einen Treffer. Dort ist sie nicht unbekannt, hat bereits ein Jahr im 2-Sterne-Restaurant gearbeitet und kann Referenzen der Patisserie L'Art Sucré in Wiesbaden und des Sternerestaurants Yoso in Andernach vorweisen.

Nun koordiniert sie zwei Produktionsküchen in Königstein und Falkenstein, führt sogenannte Tortengepräche mit den Kunden, entwickelt Desserts à la Carte sowie Konzepte für Weihnachten, Silvester und den berühmt-berühmten G8-Gipfel. Der findet einmal im Jahr mit wechselnder nationaler Besetzung statt. Zum großen Gourmetgipfel, bei dem acht Spitzenköche an offenen Food-Stationen ihre Eigenkreationen präsentieren, entwickelt Lucia das komplette Dessertmenü für 350 Gäste.

Auch wenn der Job der jungen Frau viel abverlangt, Familie und Freunde haben bei ihr einen hohen Stellenwert. Das liegt zum einen an der stark musikalisch und künstlerisch ausgerichteten Familie, in der sie sich geborgen fühlt,

zum anderen an den vielen Bekanntschaften, die ihr noch von Schule und Ausbildung erhalten geblieben sind. Dass sie den anfallenden Festen und Feiern dann auch den besonders verführerisch-süßen Touch verleiht, ist für sie selbstverständlich.

Die Leidenschaft für Gebäck und Torten geht bei Lucia schon lange über den beruflichen Part hinaus. „Das Championat du Chocolat hat mir viele Türen geöffnet“, sagt sie und verweist auf die SWR-Sen-

dung „Kaffee oder Tee“, bei der sie freitags Rezepte zum Nachbacken vorstellt.

Aber es gibt noch mehr, was sie reizt. Die Deutsche Meisterschaft beispielsweise, zu der sie sich im letzten Jahr beworben hat. „Wurde leider aufgrund mangelnder Teilnehmerzahl abgesagt“, bedauert sie - nicht ohne den nächsten Joker schon im Ärmel zu haben: Vielleicht sehen wir die fleißige Konditorin aus Mendig das nächste Mal beim „Großen Profibacken“ auf SAT1. ■

„Das Championat du Chocolat hat mir viele Türen geöffnet.“



KONTAKT

Lucia Kranz

facebook/lucia.kranz.5
instagram/zluciz



LUCIA KRANZ

- Geboren am 9. November 1991 in Neuwied, aufgewachsen in Mendig
- Kommt aus einer musikalischen Familie, spielt wie ihre Schwester Antonia selbst Klavier, hat eine Zwillingsschwester Pia (Bass & Gitarre), mit Christoph Kranz einen Onkel, der das Mendiger Talentforum leitet, und mit Großonkel Herbert Kranz - Initiator des Mendiger Talentforums und Ehrenbürger von Mendig - einen engagierten Förderer von Kultur und Vereinsleben
- Macht alles mit Leidenschaft: Reiten, Zeichnen und Backen
- Beginnt nach dem Abi am Andernacher Kurfürst-Salentin-Gymnasium eine Konditorenausbildung, macht dann ihren Meister und schließlich den staatl. Geprüften Betriebswirt
- Hat für L'art Sucré in Wiesbaden und Yoso in Andernach gearbeitet
- Ist jetzt Chefpâtissière bei Villa Rothschild
- Backt in der SWR-Sendung „Kaffee oder Tee“

IHRE GRÖSSTEN ERFOLGE:

- Landessiegerin im Leistungswettbewerb der rheinland-pfälzischen Konditorenjugend in Koblenz 2014
- 4. Siegerin beim Bundesleistungswettbewerb für das Konditorenhandwerk in München 2014
- 2. Siegerin im Bundesleistungswettbewerb „Die gute Form – Handwerker gestalten“ in München 2014
- Siegerin beim Championat du Chocolat in Koblenz 2018

Mit ihrem Schaustück „Creation mystique“ hat Lucia Kranz die Herzen der Jury erobert.



ANZEIGE

HANDWERKSKUNST IN DER 5. GENERATION



JH JUWELIER HEINECKE
GOLDSCHMIEDE –ATELIER



☎ 02651/ 2830 oder 903024
🌐 juwelierheinecke.de
✉ info@juwelierheinecke.de
📍 Marktstraße 19 56727 Mayen



EXPERTENRAT

In nachhaltige und zukunftsfähige Werte investieren

VORTEILE nachhaltige Geldanlage

- umfasst Umwelt-, soziale und wirtschaftliche Aspekte
- Beachtung von Ausschlusskriterien wie Kinderarbeit oder Produktion von Rüstungsgütern
- bietet attraktive Renditechancen
- bedeutet Investieren mit gutem Gefühl

Nachhaltigkeit ist kein Modetrend, sondern gewinnt in allen Lebensbereichen immer mehr an Bedeutung. Das gilt auch für das Thema Geldanlage. Noch sind nachhaltige Fonds ein Nischenprodukt, werden aber – da sind sich Finanzexperten einig – enorm an Bedeutung gewinnen. Der Bundesverband deutscher Banken befragte 2019 deutsche Bürger im Rahmen der Studie „Nachhaltige Geldanlage, Wissen und Engagement der Deutschen“. Ein zentrales Ergebnis: Erst fünf Prozent der Befragten haben bislang ihr Geld in nachhaltige Geldanlagen investiert. Mehr als die Hälfte der Befragten, die nachhaltige Geldanlagen kennen, aber sie noch nicht nutzen – und damit 14 Prozent aller Befragten –, können sich gut oder sehr gut vorstellen, künftig in diese Anlageklasse zu investieren. Ziel einer nachhaltigen Geldanlage ist es, eine Balance aus wirtschaftlichen, ökologischen, ethischen und sozialen Faktoren zu finden, um sich auch langfristig zukunftsfähig aufzustellen.

Umwelt, Soziales und Führungsqualitäten sind wichtige Kriterien

Wenn Sie Ihr Geld nachhaltig anlegen, hat das viele Vorteile. Nachhaltige Fonds werden anhand klarer Vorgaben und mit Hilfe eines dreistufigen Auswahlverfahrens definiert. Bei der Bewertung von Investitionen werden die sogenannten ESG-Kriterien Umwelt (Environment), Soziales (Social) und Führungsqualitäten (Governance) berücksichtigt. Im ersten Schritt werden infrage kommende Anlagen einer eingehenden Nachhaltigkeitsanalyse unterzogen. Im zweiten Schritt erfolgt die Beachtung der Ausschlussregeln. Unternehmen, die beispielsweise Kinderarbeit tolerieren oder Rüstungsgüter produzieren, werden ausgeschlossen. Gleiches gilt für Länder, die beispielsweise die Todesstrafe zulassen. Im dritten Schritt wählt die Bank unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsanalyse Einzeltitel nach deren Renditechancen aus. Solche Fonds bieten somit eine interessante Anlagemöglichkeit für alle Anleger, die nachhaltige und soziale Verantwortung wahrnehmen möchten, ohne dabei auf attraktive Renditechancen zu verzichten. ■

KONTAKT

Konstanze Ganswin

ist Ihre Ansprechpartnerin zum Thema nachhaltige Geldanlage bei der Volksbank RheinAhrEifel eG:

konstanze.ganswin@voba-rae.de

Gesellschaft für
Qualitätsprüfung mbH

BESTE BANK
2019 *vor Ort*

1. Platz
Bad Neuenahr-Ahrweiler,
Mayen & Neuwied

 Volksbank
RheinAhrEifel eG

Wir sind Heimat!

www.geprüfte-beratungsqualität.de

Test: September 2019

Im Test: Bad Neuenahr-Ahrweiler 4 Banken,

Mayen 4 Banken, Neuwied 6 Banken

Getestet: Privatkundenberatung

*Basis-Finanzanalyse für Privathaushalte. Weitere Details finden Sie auf unserer Homepage.



Auszugsweise Abbildung der
DIN
77230*

WENN NICHT JETZT, WANN DANN?

Text: Edith Billigmann | Fotos: Edith Billigmann, ©AviveHD



Wie aus Lucas Michels Deutschlands bekannter YouTuber AviveHD wurde
 ▶ 1,6 Millionen Abonnenten folgen ihm

Bei 1 Million Abonnenten gibt's von YouTube den Gold Play Button. 2018, fünf Jahre nach Gründung seines eigenen Kanals AviveHD, hält Lucas die begehrte Auszeichnung in seinen Händen.

Wann weiß man eigentlich, dass man berühmt ist? „Erst, wenn fremde Leute auf Dich zukommen und Fotos mit Dir machen wollen“, sinniert der YouTuber Lucas Michels (23), besser bekannt unter seinem Künstlernamen AviveHD. „Krass war das“, meint er. Dabei sei doch alles Step by Step gegangen. Begonnen hat Lucas 2013 mit Gaming-Videos. Heute zählt der Kottenheimer mit 1,6 Millionen Abonnenten zu den einflussreichsten deutschen Let's Playern.

Dabei musste er sich in seinen Anfängen häufig dumme Sprüche zum Thema YouTube anhören. „Das hat mich dann aber ganz besonders motiviert“, sagt Lucas. „Da hab ich mir gedacht: Jetzt erst recht.“

Seine Sturheit hat sich für den jetzt 23-Jährigen auf jeden Fall bezahlt gemacht. Auch sein Wagnis, kurz vor der Fachhochschulreife einen anderen Weg einzuschlagen. Als er von „Ruf Reisen“ das Angebot erhält, für einen Werbedeal auf YouTube nach Australien zu reisen, zögert er nicht lange und sagt zu. Dass die Abprüfung in den gleichen Zeitraum fällt, ist ärgerlich, aber nun mal nicht zu ändern. „Das war meine große Chance“, meint er heute rückblickend. Bereut hat er seine Entscheidung nicht.

„Ich finde das, was ich mache, einfach cool und das kommt dann auch so rüber. Aber vielleicht ist es auch meine hohe Lache, die ansteckt.“

Als Let's Player mit 1,6 Millionen Abonnenten und 422.620.742 Klicks (Stand Dezember 2019) ist er für Gaming-Dienste ein lukrativer Werbepartner. Und er hat sich mittlerweile auch auf eigene Füße gestellt. Gemeinsam mit seinem langjährigen Freund und Geschäftspartner Nico Kuhlmann (22) hat er vor einem Jahr die Agentur Social Bird gegründet, mit der er Social Media Marketing und Social Media Management für Firmen anbietet. Das Geschäft läuft gut, wie eben alles, was Lucas anpackt. Doch begonnen hatte alles im Stillen ...

Ganz heimlich, ganz verschämt

Bei seinen Videoaufnahmen wollte Lucas keine Zuschauer haben. „Hab mich als Jugendlicher vor meinen Eltern dafür geschämt“, sagt er heute. Und es dauert bis zum 100.000sten Abo, bis er seinen Eltern gesteht, was er tatsächlich macht. Doch die reagieren entspannt und Lucas ist erleichtert. Und manchmal, wenn auch selten, ist Papa Mario bei einem Video-Dreh dabei. „Der hat einen super Humor und kommt bei den Zuschauern gut an“, freut sich der Sohn.

Worauf sein eigener Erfolg beruht? Lucas überlegt: „Ich finde das, was ich mache, einfach cool und das kommt dann auch so rüber. Aber vielleicht ist es auch meine hohe Lache, die ansteckt.“

JOBELIUS

Edle Spirituosen seit 1959

So genießt die
Region



www.jobelius.de

Peter Jobelius e.K.
 Moselweinstraße 1
 56812 Valwig/Mosel

Telefon: 02671 9773-0
 Fax 02671 9773-90
 E-Mail: info@jobelius.de





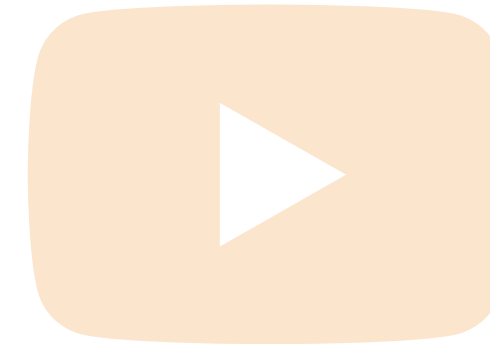
Wie alles begann

2008 lädt Lucas sein erstes Video hoch. Weitere folgen. An Geld verdienen ist nicht zu denken. Doch Lucas wächst mit der noch jungen Szene mit und schafft sich sein Entrée, indem er Kanalbanner und Intros für andere YouTuber macht. 2013 gründet er seinen eigenen YouTube-Kanal „AviveHD“. „Der Name hatte keine besondere Bedeutung. Avive habe ich von meinem Gamertag übernommen und HD steht für High Definition. Das war damals in der YouTuber-Szene so üblich.“ Irgendwann kann der junge Mann mit seiner Arbeit Geld verdienen. Weil seine Videos immer häufiger angeklickt werden, werden wichtige Netzwerke auf ihn aufmerksam. Studio 71 (Teil der ProSiebenSat.1 Media SE und eines der weltweit führenden Multi-Platform-Networks und Anbieter digitaler Inhalte und Web-Produktionen) und Divimove (YouTube Partnernetzwerk, an dem RTL Group mit der Tochterfirma FremantleMedia Anteile hat) wollen ihn exklusiv haben. „Das waren zwar nur ein paar Euro, aber es war cool“, meint er. „Ich ging ja noch zur Schule.“ Die aber ist der limitierende Faktor. Denn gleichzeitig Videos zu konzeptionieren und zu produzieren, dabei auch noch den zahlreichen Eventeinladungen zu folgen und sich gleichzeitig

auf die Abiturprüfung vorzubereiten, passt nicht unter einen Hut. Bei der Einladung nach Australien trifft er die schon längst überfällige Entscheidung, professioneller YouTuber zu werden. Mittlerweile arbeitet Lucas nicht mehr exklusiv. Er hat seinen eigenen Thumbnail-Designer und einen Cutter, der seine Videos schneidet. Ein professionelles Management kümmert sich um seine Engagements.

Er schafft eigene lustige Formate, zeigt Tricks und kommentiert als Gamer angesagte Spiele, ganz aktuell Fortnite. Sein Leben hat sich geändert, sagt er. Seinen Freundeskreis wählt er ganz bewusst aus. „Wenn einer sich plötzlich nach 10 Jahren an mich erinnert und Kontakt möchte, werde ich misstrauisch.“ Manchmal sitzen Fans auf der Treppe, die auf ihn warten und gerne ein Foto oder auch ein paar Tipps haben möchten.

„Aber das ist weniger geworden, seitdem ich nicht mehr in Mayen wohne“, meint Lucas. Das störe ihn auch nicht so sehr wie die Neider, die auch schon mal sein Auto zerkratzt haben. Insgesamt lasse es sich aber mit dem Promifaktor gut leben. In Kottenheim, wo er mit Freundin Alina wohnt und wo auch seine Eltern leben, bleibt er gerdet. ■



ANZEIGE

HÜRTER

Die ganze Welt des textilen Sonnenschutzes

Hürter Autosattlerei

Kottenheimer Weg 33 · 56727 Mayen
Tel.: 0 26 51 / 94 69 68 · Fax: 0 26 51 / 4 21 50
info@huerter-mayen.de
www.huerter-mayen.de

Besuchen Sie unsere Ausstellungenräume:
Mo-Fr 08:00-18:00 Uhr – Sa 10:00-12:00 Uhr

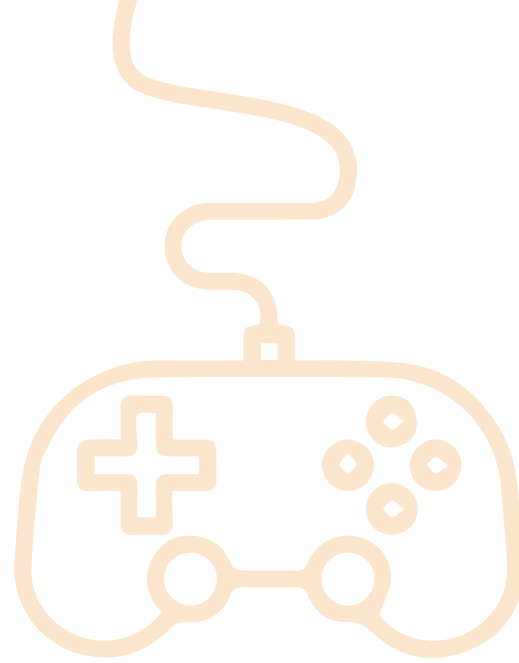
Designmarkisen
Made in Germany

markilux.com

markilux
Die Beste unter der Sonne

LUCAS MICHELS ALIAS AVIVEHD

- Geboren am 23. Oktober 1996, erblickt im Mayener Krankenhaus das Licht der Welt, wächst in Kottenheim auf, wo er auch heute noch mit Freundin Alina, Katze Money und Sprachassistentin Alexa lebt
- Ist ein deutscher Let's Player mit 1,6 Millionen Abonnenten; auf seinem Kanal befinden sich 1491 Videos (Stand Ende Dezember 2019)
- Hat ein Faible für Technik und Informatik, seinem ursprünglichen Schwerpunkt-Fach an der Fachoberschule in Mendig, entscheidet sich aber 2015 gegen das Fachabitur für eine Karriere als YouTuber
- Hat 2013 den eigenen YouTube-Kanal „AviveHD“ gegründet und es innerhalb von fünf Jahren auf 1 Million Abonnenten gebracht
- Sein Format „Fortnite Murder“ zählt inzwischen 39 Folgen
- Hat einen Plan B und Anfang 2019 mit Nico Kuhlmann eine eigene Firma, die Agentur Social Bird, gegründet
- Reist viel und gerne, kann aber auch gut zu Hause entspannen



Ab nach Draußen

Fingerfood für den Picknickkorb

Eine Pause vom Alltag an der frischen Luft tut gut: Frühling und Sommer locken nach draußen. Dabei hat man gerne was Leckeres dabei. Frisches Obst, Käse und

Salzgebäck sind eine gute Grundlage. Doch ein wenig raffinierter darf es auch sein. Hier ein Rezept für den gelungen gepackten Picknickkorb.



Avocado French Toast

Zutaten für 4 Personen

- 1 Zitrone
- 1 reife Avocado
- 1 mittelscharfe, rote Peperoni
- 125 g Cocktailtomaten
- 3 Stängel Staudensellerie
- 1 Handvoll junger Salat
- 3 Eier
- 125 ml Milch (1,5 %)
- Salz, Pfeffer, geriebene Muskatnuss
- 4 große Scheiben Bauernweißbrot (oder 8 kleinere Scheiben, ca. 200 g)
- 100 g Butter
- 2 EL weißer Sesam
- 11 EL Olivenöl

REZEPT

Text: Karin Adelfang/ Foto: Weihenstephan

Die Zitronenschale hauchdünn abschälen und fein schneiden, den Zitronensaft auspressen. Avocado der Länge nach halbieren, den Stein entfernen. Das Fruchtfleisch mit einem Löffel aus der Schale lösen und in dünne Scheiben schneiden. Mit etwas Zitronensaft marinieren. Peperoni waschen, längs halbieren und in Streifen schneiden, dabei die Kerne entfernen. Cocktailtomaten waschen und halbieren. Staudensellerie und Salat ebenfalls waschen, den Sellerie in Scheiben schneiden, Salat trocken schleudern.

Eier und Milch verquirlen und mit Salz, Pfeffer und Muskatnuss kräftig würzen. Die Brotscheiben halbieren, mit Avocado und Peperoni belegen, mit Salz und Pfeffer würzen

und zu vier Sandwiches zusammenklappen. Vorsichtig durch den Eier-Milch-Mix ziehen und mit Sesam bestreuen. In einer großen Pfanne die Butter aufschäumen lassen, Avocado French Toasts darin bei mittlerer Hitze goldbraun und knusprig ausbacken.

In der Zwischenzeit Tomaten, Sellerie, Zitronenschale und Salat mit Salz, Pfeffer und Zitronensaft würzen, etwas Olivenöl zugeben, locker mischen. Avocado French Toasts aus der Pfanne nehmen, auf Küchenpapier abtropfen und auf Teller legen, den Salat auf die vier Sandwiches verteilen, gleich servieren.

Guten Appetit!

FASHION TRENDS

Frühjahr / Sommer 2020

Der Sommer bringt die Farben zurück.

In der Damenmode wird es luftig und bunt. In leichten und fließenden Stoffen feiern Kleider und Röcke ihr Comeback.

Neben der weiten Hosenform, der Culotte, wird der Plisseerock zum Must-Have des Sommers. Basic-Shirts, dezente Tops mit Spitze und leichte Blazer lassen sich perfekt zu den weiten Unterteilen kombinieren.

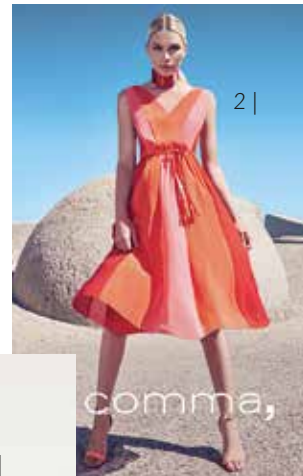
In den Sommeroutfits werden leuchtende und frische Farben mit Natur- und Erdtöne gemischt. Knallige Accessoires und stylische Sneaker geben dem Frühlings-Look den letzten Schliff.

1| GUESS 2| COMMA 3| CAMBIO 4| BRONX

1|



2|



3|



4|



WOMAN

MAN

1|



3|



2|



4|



Lässigkeit steht bei den Herren an erster Stelle.

In der Businessmode und zu besonderen Anlässen bieten modische Anzüge in hellen Farbtönen und schmaler Silhouette, gerne mit verkürzter Hose, eine Alternative zum klassischen Anzug. In Kombination mit einem Shirt oder einem Hemd mit Stehkragen wird der Anzug zum Hingucker der aktuellen Saison.

Die Freizeitmode wird durch kräftige Neonfarben und eine Vielfalt an Mustern neu interpretiert.

1| CINQUE 2| NO EXCESS
3| BURKELY 4| CINQUE Shoes

MODE-TIPPS

vom Fashion-Experten aus dem Modehaus Küster

Philipp Reindahl
Abteilungsleiter
Damen & Herren



SEASON OPENING



Erleben Sie unsere neuen Marken und Flächen in einer stylischen Atmosphäre:

Mango Shop

Männerreich

**Kurvenreich
bis Gr. 52**

s.Oliver
BLACK LABEL

KÜSTER
Mode. Vielfalt. Erleben. In Mayen.

Modehaus Küster GmbH + Co // Marktplatz 16 // 56727 Mayen
www.modehaus-kuester.de // Let's get social: [f](#) [i](#) [g+](#) [t](#)

MANGO

CINQUE

BOSS

OPUS

DRYKORN

MOS MOSH

RICH & ROYAL

CAMBIO

SELECTED

S.OLIVER

MARC O'POLO

COMMA

NO EXCESS

SOMEDAY

TOMMY HILFIGER

SET

CAMEL ACTIVE

GUESS

TRIANGLE

SAMOON

MAVI

RAFFAELLO ROSSI

... UND VIELE MEHR



SCHLAG AUF SCHLAG

Der Senkrechtstarter Max Schmitt ist
eines der größten Golftalente Deutschlands

Text: Edith Billigmann; Fotos: Edith Billigmann; © TaylorMade Golf





Max Schmitt gehört zu den ganz großen Nachwuchstalenten im Golfsport. In seiner ersten Saison als European Tour Mitglied war er 2019 der Jüngste unter den Profis. „Schon ein merkwürdiges Gefühl“, meint der 21-jährige Andernacher, der mit einem Handicap von +6,6 – zu diesem Zeitpunkt das Beste, das ein deutscher Amateur jemals erreicht hat – Anfang 2018 ins Profilager wechselte.

Nach einem herausragenden Start als geteilter 7. bei seinem European Tour Debut in Mauritius verlief die restliche Saison – wie er selbst sagt – etwas holpriger. Klick gemacht habe es zwischendurch im Mai 2019 kurz vor dem Turnier „Made in Denmark“, bei dem er mit dem vierten Platz seine bisher beste Platzierung erreicht hat. „Da habe ich mein Gefühl beim kurzen Spiel, insbesondere Putten, wiedergefunden“, so der nachdenkliche junge Mann, der es geschafft hat, innerhalb von zwei Jahren zeitweise über 30 Kilo abzuspecken. Jetzt ist er bei circa 70 Kilo angelangt und will wieder zulegen. „Aber nur an Muskelmasse“, meint er lachend. „Eine Meisterleistung, fast ein Wunder, dass seine Schwingwerte darunter so gut wie gar nicht gelitten haben“, merkt sein Manager Sebastian Orth (37) an. Angesagt sind jetzt Krafttraining und Ernährungsberatung. „Golfsport ist und wird immer athletischer“, so Orth weiter. Eine gute Fitness und ein gesundes Körperbewusstsein seien wesentliche Voraussetzungen dafür, gut im Profisport mithalten zu können.

Doch Golfen hat weniger mit Kraft als vielmehr mit Technik zu tun. Und die ist bei Max bis ins Kleinste ausgefeilt. Seine Stärke: ein sehr hoher Eintreffwinkel (Attack Angle), den er mit seinem Driver mit extrem wenig Loft, einer Schrägflächenneigung von nur 7,5 Grad, spielt. Damit kommt er auf eine Schlägerkopfgeschwindigkeit von über 180 km/h. Seine Schwäche: Jeden Putt aus vier bis sechs Metern lochen zu wollen. „Dabei lasse ich noch die meisten Schläge“, meint er und sein Manager fügt hinzu: „Eine wirkliche Schwäche

ist das nicht, sein Anspruch ist nur sehr, sehr hoch.“ Ebenso entscheidend, wenn nicht sogar noch bedeutender, ist für jeden Golfer die mentale Verfassung. „Was passiert zwischen den beiden Ohren?“, formuliert es Orth salopp und meint damit die enorme Disziplin und mentale Anstrengung, denen jeder Profigolfer vor dem nächsten Schlag ausgesetzt ist. „Man ist sich weitestgehend selbst überlassen und hat so viel Zeit, darüber nachzudenken, was passiert“, wirft Max ein. „Es reicht ja nicht aus, 17 Loch gut zu spielen. Das 18. muss auch gut sein.“

Ziel: unter die Top 110 der Geldrangliste zu kommen

Mit dem ersten Jahr in der höchsten Europäischen Liga sind Max und sein Manager Sebastian durchaus zufrieden. Max hat es auf Platz 129 im sogenannten Race to Dubai geschafft, verpasst damit jedoch eine Platzierung unter den Top 110 der Geldrangliste, die eine volle Spielberechtigung für das kommende Jahr erhalten. Das gelingt jedes Jahr nur einer Handvoll der Rookies, wie die Profineulinge genannt werden. Somit startet Max als viertbesten Deutscher in einer kleineren Kategorie in die neue European Tour Saison 2020. Sein Ziel: natürlich die volle Spielberechtigung für 2021. Wenn er sich dort auf Dauer etablieren und dann irgendwann für die US PGA-Tour qualifizieren kann, dann hat Max, der jetzt schon eine ganz Großer ist, sich seinen Lebensraum erfüllt.

Karrierestart im elterlichen Garten

Max' Karriere begann im Garten seiner Eltern. „Da aber noch mit Plastikschlägern“, erzählt er lachend. Schon die Großeltern hatten ein Faible für den weißen Sport. Seine Oma spielt auch heute noch im Golfclub Westerwald in Dreifelden. „Meinem damaligen Heimatclub“, wie Max betont. Denn aufgewachsen ist der heutige Andernacher in Hachenburg. Sein jetziger Heimatclub ist der Golfclub Rheinhessen „Hofgut Wißberg St. Johann“. Dort bereitet sich der ambitionierte Sportler gemeinsam mit seinem Trainer Jan Pelz auf die neue Saison vor.

Wer mehr als Dreiviertel des Jahres unterwegs ist, hat fürs Privatleben nicht viel Zeit, schon gar nicht für andere Hobbys. „Tennis spielen ist ab und zu noch drin, aber andere Sportarten muss ich wegen der großen Verletzungsgefahr meiden“, sagt der leidenschaftliche Skifahrer bedauernd. Weil sein Herz aber für den „teilweise in Deutschland unterschätzten“ Golfsport schlägt, setzt er sich für die Förderung der Jugendarbeit ein.

Seit 2020 ist er Botschafter für die „Regionale Stiftung für Jugend und Sport“, die der Sportmediziner Dr. Peter Billigmann vor 10 Jahren ins Leben gerufen hat. Dort wächst auch schon das nächste junge Golftalent heran: die 12-jährige Nina Hölzenbein vom GC Cochem, die mit insgesamt 170 Schlägen ihren ersten Titel in der Damenklasse geholt hat. ■

ANZEIGE



luxvenum



WIR BIETEN:

- individuelle LICHTPLANUNG für Privat- und Geschäftskunden, auch persönlich in unserem Showroom in Faid
- Komplettlösungen für SMART HOME Systeme wie KNX, DALI, Zigbee, auch Sprachsteuerung für Amazon Alexa Echo, Google & Apple Home; 230V & 24V
- riesige Auswahl & Konfigurationsmöglichkeiten, sowie außergewöhnliche DESIGNS und Qualität zu fairen Preisen

luxvenum
 luxvenum LED GmbH | GF/CEO: Lukas Staffen
 Am Kreisel West 12 | 56814 Faid
 Telefon 02672 9598998 | info@luxvenum.com
 www.luxvenum.com



MAX SCHMITT

- Geboren am 10. Mai 1998, aufgewachsen in Hachenburg, lebt nun in Andernach
- Kam zwar nicht mit dem Golfschläger zur Welt, ist aber genetisch vorbelastet durch Oma und Vater
- Ist 1,83 m groß und bringt zurzeit 70 Kilo auf die Waage bei einem Ausgangsgewicht von 101 Kilo vor gut zwei Jahren
- Ist Golf-Profi, trainiert im Golfclub Rheinhessen Wißberg St. Johann
- Wurde mit 15 Jahren deutscher Jugendmeister, gewann 2015 die Einzel- und die Teamwertung des European Young Masters mit Team Deutschland, wurde 2016 Deutscher Mannschaftsmeister mit dem Team Golfclub Rheinhessen, erreichte mit Team Germany den 2. Platz beim Junior World Cup in Japan und gewann die Jacques Léglise Trophy in der U18 für Team Europa.
- Gewann als Amateur auf der Pro Golf Tour drei Turniere bei nur 10 Turnierstarts, hat die BMW International Open in München als bester Amateur abgeschlossen und sich für die Challenge Tour qualifiziert.
- Wechselte als Vierter der Amateurweltrangliste ins Profilager; auch sein Handicap von +6,6 ist das beste, das zu diesem Zeitpunkt ein deutscher Amateur erreicht hat
- Belegte bei seinem ersten Turnier als European-Tour-Mitglied in Mauritius den geteilten 7. Platz
- Hatte bei einem European Tour Turnier in Südafrika sein vielleicht schwerstes Spiel, als er nicht abgekochtes Kranwasser getrunken hatte . . .
- Hat es in kürzester Zeit auf die European Tour geschafft und kann vom Golfsport gut leben
- Wünscht sich weitere und kostengünstigere Möglichkeiten für Golf-Einsteiger und hofft für seine Sportart in Deutschland auf mehr Popularität
- Engagiert sich für die Nachwuchsförderung, ist Botschafter für die „Regionale Stiftung für Jugend und Sport“

ABTAUCHEN UND AUFTANKEN

Die Vulkantherme Bad Bertrich ist Deutschlands einzigartige Bade-, Sauna- und Wellnesslandschaft mit Thermalwasser zum Relaxen und fünf Saunen zum Dampf ablassen

Text: Edith Billigmann | Quelle: Vulkaneifeltherme Bad Bertrich | Fotos: Edith Billigmann, AdobeStock | ©Vulkaneifeltherme

Zwischen Trier und Koblenz erstreckt sich der „13. Eifeler Maarsee“ mit einem wunderbaren Blick auf die steilen, fast schon märchenhaft bewaldeten Hänge . . . Ganz abwegig ist der Gedanke an ein weiteres Maar nicht, ist doch die Vulkaneifeltherme als Bäderlandschaft in Bad Bertrich zwar von Menschenhand errichtet, wird aber von Deutschlands einziger Glaubersalzquelle gespeist. Mit über 500 Quadratmetern Wasserfläche und einer großzügigen Sauna- und Wellnesslandschaft gilt das Bertricher Staatsbad als Ort der Entspannung und Erholung.

Vielschichtig wie eine Vulkanlandschaft ist auch das Konzept der Vulkaneifeltherme. „Naturnah“, formuliert es Michael Krämer (50) ganz begeistert. Krämer, seit 2003 Geschäftsführer, ist ein Kind der Vulkaneifel. In Bad Bertrich ist er aufgewachsen, hat bei der Staatsbad Bad Bertrich GmbH seine Ausbildung absolviert, diese dann zur Weiterbildung verlassen, um dann 1994 dorthin zurückzukehren. „Weil ich die Eifel so liebe“, wie er unumwunden zugibt.

Vier Jahre lang, von 2007 bis 2010, hat er den Neubau der Vulkaneifeltherme zu einer modernen Bäder-, Sauna- und Wellnesslandschaft intensiv begleitet. „Rund 17 Millionen Euro haben wir zwischenzeitlich investiert“, fasst er zusammen und meint damit das Gesamtvolumen, das bis 2018 getätigt wurde. Denn nach Abschluss der eigentlichen Bauphase war ein Nachbessern aufgrund der gestiegenen Nachfrage erforderlich. 2012 wurde um eine zweite Liegehalle erweitert, 2015 um eine Außensauna, der sogenannten Eifelhütte. 2018 erfolgte der bereits dritte Erweiterungsbau im Saunabereich mit Galerie und neuem Ruhebereich, bei dem 50 Liegeflächen geschaffen wurden.

Gut 160.000 Gäste zählt das Unternehmen im Jahresdurchschnitt, davon alleine 60.000 im Saunabereich. Therapie- und Wellnessangebote nutzen etwa 20.000 Besucher. In 2021 ist eine weitere Außensauna geplant. „Die Anlage wird ständig modernisiert und weiterentwickelt“, kündigt Krämer an und gibt Einblicke in das vielfältige Angebot von Bad, Sauna und Wellness.



Saunalandschaft

Den fünf Erlebnissaunen zur Seite stehen Dampfbad und Behandlungsräume für Anwendungen mit Seifenschaum ebenso wie umfangreiche Ruheräume und eine Kaminlounge mit Saunagastromonomie. Die Lavalichts sauna, die Schiefersauna, die Vulcanusschmiede, die Vulkansauna und die Eifelhüttensauna führen allesamt auf die Spur des Vulkanismus. Der neue Ruhebereich „Galerie“ mit Saunaaußenbecken (32° C) und der große Saunagarten laden zum Abkühlen ein. Die Badgastronomie mit Innen- und Außenterrasse bietet neben Aussichten ins Bad und auf Bad Bertrich gesunde Genussperspektiven. Neben den großzügigen Ruheräumen auf allen Etagen dient das Dachgeschoss mit Blick über die Therme gänzlich als Sauna-Ruheraum. Die Saunalandschaft wurde vom Deutschen Saunabund mit Premium ausgezeichnet.

Vitalwelt

Zugänge vom Foyer wie auch von der Badewelt führen in die Behandlungsräume für die vielseitigen Wellness-Behandlungen. Ob klassische Massagen, fernöstliche Heiltechniken, Vital- und Wellnessanwendungen oder auch cranio-sacrale Methoden für die Körper-Balance und Entspannung - die Auswahl ist groß und auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnitten. „Es gibt auch Anwendungen für Paare oder auch speziell nur für Männer“, erläutert Krämer und zeigt sich damit als Kenner der Szene.

Die Badewelt

Hier gibt es viel Platz für wohltuende Entspannung und ausgiebiges Vergnügen im heilenden Thermalwasser: 550 Quadratmeter Wasserfläche, 1,35 Meter Tiefe innen und außen, Heißsitz- und Bewegungsbecken (36°C). Die sanfte Massage des 32°C naturwarmen Bertricher Wassers aktiviert das Herz-Kreislauf-System und lockert Muskeln und Gelenke.

SIE MÖCHTEN MyMa 360° KOSTENFREI ERHALTEN?



JETZT ANFORDERN
www.myma-360.de

Gerne nehmen wir Sie in
unseren Verteilerkreis auf.

Einfach und kostenfrei
abonnieren unter:

myma@amwochenende.de
02651 7016-24
www.myma-360.de



„Die heilende und lindernde Wirkung des Bad Bertricher Glaubersalz-Thermalwassers ist wissenschaftlich anerkannt.“

Deutschlands einzige Glaubersalztherme

Aus einer vulkanischen Bruchspalte in 2300 Metern Tiefe steigt das mineralische Wasser mit einer Temperatur von 32°C an die Erdoberfläche. Seine Temperatur sowie der Gehalt und die Zusammensetzung an wertvollen Mineralien machen das Bad Bertricher Glaubersalz-Thermalwasser einzigartig in Deutschland. Die nächste Quelle befindet sich im tschechischen Karlsbad.

Seine heilende und lindernde Wirkung insbesondere bei Gelenkerkrankungen und Beschwerden des Magen-Darm-Traktes ist wissenschaftlich anerkannt und wird deshalb auch heute noch in Trink- und Bädereuren zu therapeutischen Zwecken eingesetzt. Die Römer waren die ersten, die die Thermalquelle einfassten und das warme Wasser für Kuren nutzten. Die Glaubersalz-Bergquelle verdankt ihren Namen dem deutschen Apotheker und Chemiker Johann Rudolph Glauber (1604-1670), der die spezielle Zusammensetzung des Salzes definiert hatte.

Das 13. Maar

Das Zentralbecken mit den Außenanlagen ist in Anlehnung an ein Maar, dem wassergefüllten Vulkankrater, gestaltet. Regionale Materialien und landschaftliche Besonderheiten finden sich in der Gebäudegestaltung wieder. Ein grauer skandinavischer schieferähnlicher Quarzit spannt den Bogen

zur Eifel mit den örtlichen Stützwänden als Natursteinwand in Moselländer Grauwacke. Farbige Putzflächen, dunkles Holz, helles Feinsteinzeug und schieferfarbener Naturstein greifen immer wieder die ortstypischen Besonderheiten auf.

Ökologisch durchdacht

Aus dem Thermalwasser, das mit 32°C an die Oberfläche tritt, wird für Badzwecke in der Therme oder zur Nutzung im Hotel Eisen und Mangan herausgefiltert. Der Trinkbrunnen im Kursaalgebäude (nicht im Kurmittelhaus) bleibt davon unberührt und wird direkt von der Quelle versorgt.

Die Wärme des überschüssigen Wassers wird in Verbindung mit der Wärmepumpenanlage auch für Heizzwecke verwendet. Überschüssiges Wasser wird dem Becken kontinuierlich zugeführt, was sich positiv auf die Frischwasserqualität auswirkt. Im Gegenzug wird gefiltertes Wasser entnommen, abgekühlt und den Toilettenanlagen sowie dem Tauchbecken im Saunabereich zugeführt. Ebenso werden damit die Fußböden in den Saunakabinen abgekühlt und alle Filterbehälter rückgespült. Aufgrund der ökologischen Einmaligkeit des Projektes und der ökonomischen Betriebsweise wurde die Anlage von der EU und dem Land Rheinland-Pfalz gefördert. Mit dem Einsatz der Wärmepumpen konnten die jährlichen CO²-Emissionen um ca. 150 Tonnen reduziert werden. ■



MICHAEL KRÄMER

- Wurde am 5. Dezember 1970 in Alf geboren, ist aufgewachsen in Bad Bertrich
- Ist verheiratet mit Alicja, hat zwei Jungs im Alter von 17 und 20
- Wurde von 1988 bis 1991 im Staatsbad Bad Bertrich zum Bürokaufmann ausgebildet
- Hat 1994 seinen Betriebswirt für Tourismus gemacht und ist zum Staatsbad als Marketing-Assistent zurückgekehrt, wurde dort drei Jahre später Marketingleiter
- Hat 2003 die Geschäftsführung übernommen und den Neubau der Vulkaneifeltherme vorangetrieben; Fertigstellung 2010. Drei Erweiterungen sind bereits 2012, 2015 und 2018 erfolgt, die vierte **in 2021** geplant
- Hobbys: leidenschaftlicher Tennisspieler, muss aber aufgrund einer Knie-OP pausieren; ansonsten Golfspielen, Lesen, Reisen



KONTAKT

Vulkaneifeltherme
 Clara-Viebig-Straße 3 - 7
 56864 Bad Bertrich
 Telefon: 02674 - 913070
www.vulkaneifeltherme.de

Be yourself.



Selfness ist in. Lust darauf? Dann ab in die Vulkaneifeltherme. Zum Abtauchen und Auftanken im heilenden Thermalwasser von Deutschlands einziger Glaubersalztherme. Zum Wegschmelzen in einer der fünf Erlebnissaunen. Und zu Wellness-Behandlungen, die keine Wünsche offen lassen. Täglich von 9 bis 22 Uhr. In der Clara-Viebig-Str. 3-7 in Bad Bertrich, Telefon 02674-913070, www.vulkaneifeltherme.de

**vulkaneifel
therme** 

Die Vitalquelle in Bad Bertrich

100% Forschungsinvestition – 25% Steuerförderung



Diplom-Kaufmann
Thorsten Daniels,
Partner,
Wirtschaftsprüfer/
Steuerberater

Deutschland führt zur Stärkung des Unternehmensstandorts und zur Steigerung der Attraktivität für Neuansiedlungen Investitionsentscheidungen erstmals eine steuerliche Förderung von Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten in Höhe von bis zu EUR 500.000 pro Jahr ein – und dies unabhängig von Unternehmensgröße, Rechtsform oder Branche.

Am 29. November 2019 wurde mit dem sogenannten Forschungszulagengesetz eine steuerliche Förderung von Forschung und Entwicklung, insbesondere für kleine und mittelgroße Unternehmen geschaffen. Hiermit verfolgt die Bundesregierung das Ziel international wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen für Unternehmen zu schaffen, ohne dass die größeren Unternehmen von der Förderung gänzlich ausgeschlossen werden.

Forschungs- und Entwicklungsvorhaben

- Steuerlich begünstigt sind Forschungs- und Entwicklungsvorhaben in den Kategorien Grundlagenforschung, industrielle Forschung oder experimentelle Entwicklung, welche nach dem 1. Januar 2020 begonnen wurden.

Förderung

Eigenbetriebliche Forschung

- Förderfähig sind die Lohnkosten der mit der Forschung betrauten Arbeitnehmer sowie die dazugehörigen Sozialversicherungsbeiträge. Hierfür ist eine nachprüfbar dokumentierte Dokumentation zu erstellen. Diese dürfte, wenn Arbeitnehmer gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen oftmals nicht ausschließlich für das förderfähige Vorhaben eingesetzt werden, angesichts der dann nötigen Lohnaufteilung mit administrativem Aufwand verbunden sein.

Auftragsforschung

- Bei der Auftragsforschung werden 60% des an den Auftragnehmer gezahlten Entgelts berücksichtigt.

Der Unternehmer als Forscher

- Bei forschenden Einzelunternehmern und Gesellschaftern von Personengesellschaften können nachgewiesene

ne Eigenleistungen in pauschalierter Höhe (EUR 40 je Arbeitsstunde, maximal 40 Arbeitsstunden pro Woche) berücksichtigt werden.

Durch den breiten Zugang zur Forschungszulage sollte die Zulage europarechtskonform sein und somit ein gewisses Maß an Planungssicherheit für Neuinvestitionen bieten.

Höchstbetrag und Forschungszulage

- Die Forschungszulage beträgt 25% der Bemessungsgrundlagen, die auf EUR 2 Mio. limitiert ist, so dass jährlich maximal EUR 500.000 in Anspruch genommen werden können.
- Die Forschungszulage wird vollständig auf die festgesetzte Einkommen- oder Körperschaftsteuer angerechnet. Sofern die Forschungszulage die festgesetzte Steuer übersteigen sollte, erfolgt eine Erstattung, so dass es bei Unternehmen in Verlustphasen zu einer Auszahlung von bis zu 100% kommen kann.

Der Gesetzgeber hat die Möglichkeit der Kumulierung ausdrücklich vorgesehen, sodass die Nutzung der neuen Forschungszulage andere Förderungen oder Beihilfen nicht ausschließt.

Es empfiehlt sich in jedem Fall eine detaillierte Analyse geplanter oder bereits begonnener Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten im Hinblick auf deren Förderfähigkeit.

Im Kontext des internationalen Steuerwettbewerbs stellt die Forschungszulage einen wichtigen Schritt zu einer höheren Standortattraktivität Deutschlands für immaterielle Werte dar. ■

Investition in die Zukunft dank Steuerzulage

Wie Sie ab 2020 eine jährliche Steuerförderung für Forschung und Entwicklung von bis zu 500.000 € erhalten, erklären wir Ihnen gerne in einem persönlichen Gespräch.

Braun-Daniels • Daniels

Die Experten von BDD für Steuerrecht, Wirtschaftsberatung und Wirtschaftsprüfung zeigen Ihnen, wie Sie den Überblick in einer immer komplexer werdenden Welt behalten.

www.daniels-partner.de



DETOX FÜR DIE HAUT

Entgiftungsprozesse sorgen für gepflegte und strahlende Haut

Schadstoffe im Körper zeigen sich als Allererstes auf der Haut. Süßigkeiten, Zucker, Alkohol und fettiges Essen lassen den Blutzuckerspiegel rasant ansteigen und dehydrieren den Körper, was zu unreiner Haut, trockenen Hautpartien, fahle Haut, Juckreiz und Rötungen führen kann.

Selbst bei einem großen Detox-Programm mit Darmreinigung und anschließender Ernährungsumstellung ist zunächst mit einer Verschlimmerung der Hauterscheinungen zu rechnen.

Hierbei kann die Naturkosmetik die Haut allerdings wunderbar unterstützen. Spezielle lymphstimulierende Massagen mit fein angestimmten Wirkstoffsynergien helfen dem Organismus bei der Entgiftung.

„GLOWY SKIN IS ALWAYS IN!“



INSTITUT FÜR
KOSMETIK



Für zu Hause sind Wechselduschen und Bürstenmassage ein gutes Mittel den Entgiftungsprozess zu beschleunigen. Badenbäder als Voll- oder als Fußbad sind sehr wirkungsvoll. Die Gesichtshaut sollte in dieser Zeit ganz auf den jeweiligen Hautzustand individuell gepflegt werden. Vorzugsweise sanfte Peelings auf Enzymbasis. Auf zu stark körnige Peelings sollte generell verzichtet werden. Sie verursachen feine Mikrorisse in der Haut und die vor schädlichen Umwelteinflüssen schützende Hautbarriere wird verletzt. Feuchtigkeitsverlust und Entzündungen sind die Folge.

Frischekick für die Haut

Sehr zu empfehlen sind sanfte Masken mit Lindenblüten, Salbei, Malve oder Aloe Vera und warme Gesichtskompressen mit Kräuterwirkstoffen z. B. Hamamelis, Minze, Bartflechte oder Rhodiola. Der Kräuteraufguss sollte ca. zehn Minuten zugedeckt ziehen. Die Gesichtskompressen können dann sanft auf das Gesicht gelegt werden und dort einige Minuten verweilen. Die Entfaltung der Kräuterwirkstoffe fördern dabei zudem den Entgiftungs- und Entschlackungsprozess.

Für die innerliche Anwendung zur Stärkung des Bindegewebes kann Schachtelhalm als Tee aufbereitet werden. Als Kur werden 4 bis 6 Wochen lang täglich 3 Tassen Schachtelhalm-Tee empfohlen.

Mit einem ganzheitlichen Detox-Programm kann die Haut wieder strahlen, der Teint wird verfeinert und klar, Unreinheiten werden gemindert und der frühzeitigen Hautalterung wird entgegengewirkt. ■



Silke Kalenborn Naturkosmetikerin & Visagistin



www.silkekalenborn-khus.de



Ernteweg 44 | 56743 Mendig
Tel. 02652 9580220
silke-kalenborn@t-online.de



Oldtimer sind ein Lebensgefühl!

Ralph Grieser hat seine Passion zum Beruf gemacht / Seine Firma DEPOT3 gehört zu Deutschlands größten Oldtimer-Zentren

Text: Edith Billigmann | Fotos: Christof Henninger, ©privat/Grieser



„DEPOT3“ ist markenunabhängig und führt Reparaturen und Restaurationen an allen Modellen durch.



DER BESONDERE ORT. FÜR OLDTIMER UND IHRE LIEBHABER.

WIR SIND IHR ANSPRECHPARTNER FÜR ALLE FRAGEN RUND UM IHREN OLDTIMER:

- AN- UND VERKAUF VON OLDTIMERN
- REPARATUR UND RESTAURATION
- TROCKENEISSTRAHLEN
- TÜV-PRÜFSTÜTZPUNKT
- FINANZIERUNG UND VERSICHERUNG
- FACHGERECHTE EINLAGERUNG UND PARKEN
- VIELFÄLTIGE OLDTIMER-REISEN

JEDEN 2. MITTWOCH IM MONAT.
OLDTIMER-ESPRESSOFAHRTEN AB 17 UHR.
ANMELDUNG UNTER EVENTS@DEPOT3.DE

Die Welt der automobilen Klassiker ist eine ganz besondere. Sie ist Entschleunigung und Beständigkeit in einer schnelllebigen Zeit. Oldtimer sind Lebensgefühl und Statement zugleich - und Ralph Grieser (49) liebt sie über alles. So sehr, dass er vor fünf Jahren seinen Job an den Nagel hing und sich mit seinem Oldtimer-Unternehmen „DEPOT3“ in Mülheim-Kärlich selbstständig gemacht hat. „Es war eine Herzensentscheidung“, sagt er. Und die war offenbar vollkommen richtig. Bereits nach zwei Jahren konnte Grieser die Früchte seiner Arbeit ernten und seine Firma um eine weitere Halle für die Einlagerung von Oldtimern erweitern.

Als Ralph Grieser 1997 sein Studium als Diplom-Ingenieur (FH) abschließt, hat er bereits eine Ausbildung als Maschinenbauer hinter sich. „Ich habe schon als Jugendlicher lieber abends in der Garage an Fahrzeugen geschraubt, als in die Disco zu gehen“, erzählt er schmunzelnd. Dabei war das Thema Oldtimer immer präsent. Doch aus seinem geliebten Hobby einen Beruf zu machen - den Gedanken hatte er lange Zeit vor sich hergeschoben.

Nach seinem Studium öffnen sich viele Türen. Lange Jahre ist er für eine Unternehmensberatung im Bereich Prozess- und Qualitätsmanagement tätig, wechselt schließlich in die IT-Branche, leitet dort Projekte, u.a. für große Unternehmen wie BASF - einem seiner späteren Arbeitgeber -, ist deutschland- und europaweit unterwegs.

Irgendwann wird das Thema Oldtimer immer präsenter - und Grieser wagt den für ihn einzig richtigen Schritt. Er kündigt seinen gut bezahlten Job als Vorstandsmitglied und macht sich selbstständig. Die Tage zwischen Weihnachten und Neujahr 2015/16 sind für ihn entscheidend. Seine Idee eines großen Reparatur- und Verkaufsbetriebs für Oldtimer will er auf dem 7700 m² großen Gelände in Mülheim-Kärlich verwirklichen. Er zeichnet, plant, kalkuliert. Doch sein Architekt bremst ihn erst einmal aus. Zu groß die Pläne, zu hoch die Finanzierung. Also speckt Grieser ab und verzichtet auf die Halle, die er dann doch zwei Jahre später umsetzen kann.

„Ich bin schon ungeduldig und wollte damals schnell mein Oldtimer-Zentrum eröffnen. Daher fiel es mir leicht, meine ganze Energie in meinen Traum hineinzusetzen“, fährt Grieser in seinen Erzählungen fort. Der Name für sein Unternehmen ist schnell gefunden: „DEPOT3 heißt das Baugebiet, steht für Lagerstätte und unsere drei Standbeine“, erklärt er. Als da wären: Oldtimer, Services und Events. „Wir bieten einen Full-one-Service“, fügt er hinzu. „Ich wollte nur Oldtimer verkaufen, bei denen wir auch in der Lage sind, sie zu reparieren. Alle Gewerke sind aus einer Hand. Das unterscheidet uns von den Classic-Remisen.“

Doch für Grieser ist insbesondere auch die zwischenmenschliche Begegnung aller Oldtimer-Interessierten wichtig. „DEPOT3 ist auch eine Begegnungsstätte für Gleichgesinnte“, be-



FOLGEN SIE UNS GERNE:
[depot3_oldtimer](https://www.instagram.com/depot3_oldtimer)



GEBRÜDER-PAUKEN-STRASSE 13
TEL: 0 26 31 / 95 65 424

56218 MÜLHEIM-KÄRLICH
WWW.DEPOT3.DE

tont er. „In den vergangenen drei Jahren haben wir eine Community aufgebaut, die diesen Ort schätzt und eine entspannte Zeit bei uns verbringt.“ Zum Beispiel bei gemeinsamen Espresso-Ausfahrten oder auch Oldtimer-Reisen. Grieser weiß, wovon er spricht. Der Veranstaltungskalender umfasst in diesem Jahr nämlich nicht nur regionale Touren, sondern auch mehrtägige Oldtimer-Reisen nach Österreich, in die Schweiz, nach Italien oder auch nach Frankreich. „Und bei den Reisen für und mit unseren Kunden steht neben dem Fahren mit den alten Schätzchen auch immer die Begegnung mit besonderen Menschen im Vordergrund.“

An seiner Oldtimer-Leidenschaft dürfen aber auch andere partizipieren, denn Grieser engagiert sich für gemeinnützige Institutionen wie „Helft uns

leben e.V.“ und die „VOR-Tour der Hoffnung“. So hat er beispielsweise eigens für den guten Zweck einen alten Audi 200 umgebaut, um Kindern mit Handicap die Mitfahrt in einem Oldtimer zu ermöglichen. Im vergangenen Jahr waren es über 40 Kinder, denen Ralph Grieser und sein Team eine glückliche Zeit schenken konnten. In diesem Jahr werden es – dank Audi – über 150 Kinder sein, die als Co-Pilot eine Runde mitfahren werden. Über 15 Mal wird der Wagen in diesem Jahr zum Einsatz kommen, unter anderem bei den Nürburgring-Classics (Termin wegen Corona noch offen). ■



Als Assistentin der Geschäftsführung und im Veranstaltungsmanagement unterstützt Kerstin Degen seit Sommer 2019 das DEPOT3-Team.





RALPH GRIESER

- Geboren am 15. September 1970 in Duisburg
- Hat mit der CDU-Politikerin Julia Klöckner die Liebe seines Lebens gefunden: Hochzeit 2019
- Hat Maschinenbauer gelernt, anschließend gleichnamiges Studium aufgenommen und als Diplom-Ingenieur (FH) abgeschlossen
- Seit 2017 Inhaber und Geschäftsführer von „DEPOT3“, Deutschlands größtem Oldtimer-Zentrum, das alle Leistungen aus einer Hand anbietet
- Bietet darüber hinaus alles rund um den Oldtimer an, angefangen vom Verkauf, über Reparatur bis hin zur Event-Location, aber auch Ausfahrten und Reisen
- Ist fasziniert von der Technik und dem Fahrgefühl ohne ABS; meint: „Da spürt man die Straße im Lenkrad“
- erinnert sich noch gerne an seinen 1. Oldtimer, einen Fiat Spider 124
- erinnert sich nicht so gerne an den Suzuki SJ 413, einen Überschlag, den er beim Instandsetzen fast abgepackelt hätte. „Ist noch mal gut gegangen und lange her“, meint er lachend
- DEPOT3-Newsletter: Anmeldung unter www.depot3.de

GOURMET

Wild

Gesund & schlank
dank 100 % Wild

Einzigartig in Europa

Gourmet Wild

Wir garantieren
echte 100 % Wild.



Fettarm

Lactosefrei

Glutenfrei

100 % natürlich
ohne geschmacksverstärkende
Zusatzstoffe

Alle Infos online unter: www.gourmet-wildmanufaktur.de oder telefonisch unter: +49 6439 92 96 110

DER REGEL- BRECHER

Ikke Hüftgold darf alles, was Matthias Distel im bürgerlichen Leben tunlichst lassen sollte – die unglaubliche Erfolgsgeschichte

Interview: Edith Billigmann | Fotos: Edith Billigmann, ©Summerfield Group

Schlagersänger wollte er nie werden. „Ums Verrecken nicht“, wie es Matthias Distel, bekennender Limburger, vor gut 10 Jahren freimütig formuliert hat. „Erst recht nicht mit so einem Dreck wie Ballermann-Musik.“ Die aber hat er mit den Jahren lieben gelernt. „Weil das Publikum fröhlich und ausgelassen darauf feiert und auf unseren Konzerten für ein paar Stunden den Alltag vergisst.“

Das sein Alter Ego Ikke Hüftgold so durch die Decke gehen würde, damit hatte Distel nicht gerechnet. Verkleidet mit Perücke und goldenem Trainingsanzug hatte er sich 2009 zum ersten Mal im Bierkönig vors Mallorca-Publikum gewagt und war dort sehr schnell zur Kultfigur geworden. Heute zählt er mit zu den meist gebuchten deutschen Künstlern, tritt vor über 50.000 Menschen auf und plant eines der größten Medienzentren in der Region.

„Auf der Bühne kann ich als Ikke die Sau rauslassen, kann meine Kindheit und Jugend ausleben, kann pöbeln und werde dafür noch bezahlt.“



Herr Distel, Sie haben lange Jahre ein Millionenpublikum mit Liedern wie „Dicke Titten, Kartoffelsalat“ oder „Anthony Modeste“ in den Bierkönig nach Mallorca gelockt. Bei Plasberg haben Sie sich strikt gegen Billigtourismus ausgesprochen. Wie passt das zusammen?

Matthias Distel: Den Ballermann-Tourismus habe ich ja nicht erfunden. Ein Publikum, das sich selbst nicht so ernst nimmt, sucht sich sein Pendant. Eine Satirefigur wie Ikke Hüftgold, die Themen wie Alkohol und Sex drastisch überzeichnet, war hier genau richtig. Im Privatleben bin ich kein Sexist und Alkohol spielt kaum eine Rolle. Wenn ich in Sendungen wie Plasberg eingeladen werde, bedeutet das für mich, dass ich als der Künstler und Produzent Matthias Distel ernst genommen werde.

Sie haben mit Ikke Hüftgold stürmische Zeiten erlebt. Man denke an Ihr Markenzeichen, den erhobenen Mittelfinger.

Matthias Distel: Ja, der war aus der Not geboren. Am Anfang meiner Karriere wurde ich oft ausgebuht. Einmal stand der ganze Bierkönig Kopf und alle haben mir den Mittelfinger gezeigt. Da habe ich den Spieß einfach umgedreht. Das war vielleicht der entscheidendste Moment in meiner Karriere. Seit dieser Zeit trete ich mit erhobenem Haupt und Mittelfinger vors Publikum und werde entsprechend begrüßt.

Sie bezeichnen Ikke als Satirefigur, die alles darf, was Matthias Distel besser nicht sagen sollte.

Matthias Distel (lacht): Das stimmt. Ikke ist mein Ventil. Er muss sich nicht an die Regeln halten, die ihm die Gesellschaft auferlegt hat. Auf der Bühne kann ich als Ikke die Sau rauslassen, kann meine Kindheit und Jugend ausleben, kann pöbeln und werde dafür noch bezahlt.

Das Satireargument haben Sie auch angeführt, als Sie wegen Ihres Songs „Urensohn“ öffentlich angegriffen wurden.

Matthias Distel: So sehe ich das auch heute noch. Mit meinem Song habe ich Timo Werner vor den Schmähesängen, die gegen ihn als deutschen Fußball-Nationalspieler in Umlauf waren, in Schutz genommen. Fragen Sie mal Timo Werner, wie er das sieht.

Als Jugendlicher haben Sie in einer Hardrock-Band gespielt. Wie wird man als bekennender Heavy Metal-Fan zur Ballermann-Ikone?

Matthias Distel: Musik war immer meine Leidenschaft, aber Geld verdienen konnte ich damit nicht. Deshalb habe ich an einer Ausschreibung für ein Kinderhörspiel teilgenommen und auch die Zusage erhalten. In dieser Zeit habe ich Dominik de Leon als Produzenten kennengelernt. Sein Kollege Kai Sommerfeld wollte uns provozieren: Macht mal was Asoziales, macht mal Ballermann-Musik, hat er gemeint. Für uns war das der letzte Dreck, für Sommerfeld der Beweis, dass wir's nicht können. Also habe ich ihn weggeschickt, zwei Kisten Bier von der Limburger Aral-Tankstelle zu holen. Als er zurückkam, hatte ich mit „Deodorant“ meinen ersten Ballermann-Song geschrieben.

Und Ihr musikalisches Talent für derbe Partymusik haben Sie dabei entdeckt?

Matthias Distel: Ja, genau so war's. Die Lieder gingen mir leicht von der Hand. Aber wir hatten bekloppte Lieder und bescheuerte Texte und kein Sänger wollte mit diesem Schund auf die Bühne gehen. Da ist es schließlich an mir hängen geblieben. Ich wollte aber nicht erkannt werden. Da war noch eine ganze Menge Schamgefühl dabei. Ich hatte ja schließlich zwei kleine Kinder und damals noch einen guten Ruf zu verlieren. Dominik hatte dann die Idee mit der Perücke und dem Namen.

Der Erfolg hat Ihnen Recht gegeben. Mittlerweile gehören Sie mit Ihrem Geschäftspartner Dominik de Leon zu den erfolgreichsten Partyschlager-Produzenten Deutschlands. Das scheint Ihnen aber nicht zu genügen, denn Sie haben das Feld der Comedy für sich entdeckt.

Matthias Distel: Wir haben den Comedy-Park ins Leben gerufen, hatten im August vergangenen Jahres die erste Veranstaltung. Hier schon mal zum Vormerken: In diesem Jahr geht es auf Deutschland-Tour mit Oliver Pocher, Bülent Ceylan, Tom Gerhardt und Matze Knop.

Und was machen Sie, wenn's mit Musik und Comedy mal nicht mehr so klappen sollte?

Matthias Distel: Dann nehme ich wieder die Motorsäge in die Hand. Ich kann von mir behaupten, dass ich keinerlei Allüren habe. In bin mit meiner Gartenbaufirma, die ich seit 20 Jahren besitze und die sich mittlerweile zum größten Gartendienstleister im Limburger Raum gemausert hat, regelrecht geerdet. Da wird immer ein Plätzchen für mich frei sein. ■



ANTRIEBS-TECHNIK
Fachbetrieb



andreas
fuhrmann
antriebs- & krantechnik



Andreas Fuhrmann
Antriebs- & Krantechnik
Am Mückenstück 7
56729 Kehrig
02651/70595-0
www.fuhrmann-kehrig.de



TV-AUFTRITTE UND SONSTIGE MEDIALE FORMATE MIT UND ÜBER

INKE HÜFTGOLD

Ikke Hüftgold sagte seinem Publikum, er sei im »Oberbayern« nicht mehr erwünscht, weil er angeblich »die Asozialen« anziehe

Wer hasst wen am Ballermann?

PAPA ROOBER ZIEHT DEN JOK

Ikke Hüftgold sei ein Freigeist, sagt sein Alter Ego Matthias Distel. Er selbst sei ganz anders

MATTHIAS DISTEL ALIAS IKKE HÜFTGOLD

- Matthias Distel (43) bezeichnet sich selbst als „Nischenphänomen“. Mit Produzent Dominik de Leon (43) teilt er sich die (noch) in Bendorf und Neuwied-Gladbach ansässige Firma „Summerfield Group“, die alleine auf Mallorca 19 Künstler und DJs unter Vertrag hat. Ganz neu dabei: Moderator und Schauspieler Mola Adebisi. „Summerfield“ hat mit dem Rapper Leon Machère und seinen 2,4 Millionen Abonnenten auf YouTube einen der Top-Influencer.
- War als jugendlicher Frontman in einer Heavy-Metal-Band, hat sich autodidaktisch Klavier und Gitarre beigebracht und kann superschnell texten. Nach der „Sommerfeld-Attacke“ produziert er gemeinsam mit Dominik zahllose Partysongs und beeindruckt damit den erfolgreichen Partysänger und Alleinunterhalter Peter Wackel. „Was seid Ihr für verrückte Hunde! So ein geiles

Video und so ein bescheuerter Song“, meint er zum YouTube-Video der angehenden Ballermann-Künstler. Mit zwei Liedern verpflichtet er Matthias und Dominik für sein Album. Im Oktober 2009 tritt Ikke Hüftgold mit einer Riesen-Promotion im Bierkönig auf. Matthias Distel kommt mit seiner Performance so gut an, dass er ein halbes Jahr später wieder antreten darf. Der Vertrag ist ihm sicher. Vier Jahre später schafft er mit „Dicke Titten, Kartoffelsalat“ den Durchbruch, 2017 ist er der meist gebuchte Mallorca-Künstler.

- Ist Songwriter und Produzent für Willi Herren, Jürgen Milski, Mia Julia, Menderes, Lorenz Büffel und viele mehr. Schreibt mit „Mallorca, da bin ich daheim“ für Mia Julia und „Johnny Däpp“ für Lorenz Büffel die Partyschlagerhits des Jahres 2015 und 2016. Für „Johnny Däpp“ gibt's 2018 die Goldene Schallplatte.



- 2012 gewinnt er den Ballermann-Award in der Kategorie Bester Newcomer, steigt 2014 mit Willi Herren und dem Titel „So gehen die Gauchos“ zum ersten Mal in die deutschen Charts ein.
- Wird verhaftet, als er für RTL das Eimersaufverbot überzeugend testet, sorgt 2014 für die berühmte Dosenbierschlacht, weil er trotz verhängtem Alkoholverbot 4.000 Freibierdosen verteilt. Daraufhin Auftrittsverbot beim Bierkönig.
- Nach Streit wegen Berichterstattung über Timo Werner in der Bildzeitung fliegt er im Bierkönig endgültig raus. „Das Beste, was mir passieren konnte“, sagt er heute. Den Streit mit dem Axel Springer-Verlag hat er nie beigelegt.
- Seit 2018 hat er am bulgarischen Goldstrand Alleinstellungsmerkmal. Alle Künstler stehen bei „Summerfield Music“ unter Vertrag.
- Sieht Ikke Hüftgold als Satirefigur, die – ähnlich wie Atze Schröder – die Verbalakrobatik durchzieht. Sieht sich als Sprachrohr der Gesellschaft, als „positiven und friedlichen Dienstleister am Volk“.
- Ist bekennender Limburger („Werde aus Eschhofen nie wegziehen“) und liebt seine Familie über alles.
- Neben Musikwahn, Gartenbaufirma und Familie hat er das Feld der Comedy entdeckt und 2019 den Comedy-Park ins Leben gerufen.
- Seit März 2020 ist das größte Medienzentrum in Heiligenroth bei Montabaur bezugsfertig – mit Fernseh- und Tonstudios, einer eigenen Movie- und Grafikabteilung, einer Booking-Agentur und einem unabhängigen Internetradio.

KONTAKT

Summerfield Group

Media – Music – Booking – Management
Am Hölzchen 2
56170 Bendorf

www.summerfield-group.com



Eiscafé Torri

Marktplatz 6 · 56727 Mayen
Tel.: 02651 495 498 8



Ristorante Torri

Marktplatz 10 · Mayen
Tel.: 02651 710 188



Öffnungszeiten:
Montag – Sonntag: 11 – 23 Uhr

NATÜRLICH Σ TREND

Nachhaltigkeit und haargesunde Rezepturen beim Top-Hair-Stylisten

Umweltschutz und gutes Aussehen schließen sich heutzutage nicht mehr aus. Darauf haben sich auch schon handverlesene Salons von Hairstylisten eingestellt. Schließlich tut weniger Chemie nicht nur der Natur, sondern auch der eigenen Gesundheit gut. Dem tragen auch die Produzenten von Haarkosmetik Rechnung.

Im Idealfall sieht das so aus: naturbasierte Inhaltsstoffe in den Rezepturen, also hauptsächlich vegane Inhaltsstoffe. Diese Wirkstoffe aus der Natur sind deutlich milder als chemische Alternativen. Zusätzlich sind natürliche Inhaltsstoffe eine deutlich bessere Wahl, da Menschen zunehmend Unverträglichkeiten z.B. gegenüber chemischen Zusammensetzungen aufweisen. Und natürlich kommen diese Kosmetikprodukte ohne Tierversuche aus. Auch die schonende Verarbeitung der Inhaltsstoffe, sowie ihre nachhaltige Verpackung spielen eine besondere Rolle.

Was dabei trotzdem nicht zu kurz kommt: Sanfte Shampoos, die schonend, natürlich und effektiv reinigen. Treatments, die selbst zerstörtes Haar wieder in eine seidige Mähne verwandeln, Stylingprodukte für einen glamourösen oder casual Look, sowie eine High End-Haarfarbe, die durch ihre Leuchtkraft überzeugt.



Und welchen Look trägt man dieses Jahr? Diese Frisurentrends 2020 hat und Friseurmeister Matthias Herkenrath verraten:

Der Long Bob

Im Trend liegen in diesem Jahr zwar besonders auch kurze Schnitte, aber doch auch als Long Bob oder mit Pony zählt der Bob 2020 zu den angesagtesten Frisuren. Sein besonderer Vorteil: Diese Trendfrisur steht jeder Frau, denn sie passt sich jedem Gesicht an. Wer etwas mehr wagen will, versieht ihn mit leichten Wellen, dann wirkt er besonders lässig. Und so muss das aussehen: Im Bild verleiht Matthias Herkenrath dem Wellen-Long Bob seiner Geschäftspartnerin Jana Meißner den letzten Schliff.



Der Fransen-Pony

Natürlichkeit, ist dieses Jahr ganz wichtig. Doch je natürlicher die Haare fallen sollen – wenn sie dabei noch gut aussehen sollen, ist ein guter Schnitt enorm wichtig. Das trifft vor allem auf den Trend Fransen-Pony zu. Wichtig ist es, den Pony nicht zu gewollt zu stylen, sondern ihn ganz natürlich fallen zu lassen – erst dadurch entsteht das gewünschte fransige Finish. Grundsätzlich verleiht ein Pony einem Gesicht, egal ob rund, oval, herzförmig oder viereckig, seinen individuellen Ausdruck. Der Haarschnitt kann dem Gesicht ein jugendliches Aussehen verleihen und es interessanter machen, wird jedoch nicht die richtige Länge geschnitten, hängt man die Augenpartie unvorteilhaft zu.

Lange Haare

Immer angesagt: Lange Haare – aber bitte gepflegt und gut geschnitten. Auch hier sind Wellen angesagt. Ob die Natur sie schenkt oder ein wenig nachgeholfen werden muss: Lange Locken, gerne auch leicht gekräuselt, wirken einfach immer gut und sehr natürlich. Stil und Klasse, vereint mit tollem Farbglanz. ■

Text: Karin Adelfang | Fotos: Newsha/Baumann Fotografie

Exklusiv Partner

NEWSHA

PRIVATE HAIRCARE

Nachhaltig
vegan und
tierversuchsfrei

Jetzt **TERMIN**
vereinbaren
0179 7295908
02651 8059484



HERKENRATH

FRISEURE

Neustr. 27 | Mayen

Tel. 02651 8059484

HerkenrathFriseure



ALLES FLIEßT ...

Abstraktes Spiel mit den Farben



Pouring Art
Entdecke 20 spannende Techniken –
Double Swirl, Open Cup, Swipe und Co.
Mit Video-Tutorial zu jeder Pouring-Technik

Gebundenes Buch, emf-Verlag
144 Seiten
ISBN: 978-3-96093-557-5

Echte Hingucker für die eigenen vier Wände selbst gemacht, auch wenn man gar nicht malen kann? Kein Problem mit dem neuen Trend Pouring Art. Diese Acryl Fließtechnik erlebt seit einiger Zeit einen echten Hype in den USA und auch hierzulande verbreitet sich die Technik wie die Farben auf der Leinwand... Open Cup, Double Swirl, Funnel Pouring, Ballon Dipping – das sind Bezeichnungen für Kunsttechniken, die einfach Spaß machen.

Genauere Anleitungen dazu mit tollen Beispielen, die wirklich Lust machen, es einmal selbst auszuprobieren, bietet der Band „Pouring Art“ von Lars Runge. Die Ergebnisse sind farbenfrohe, unvorhersehbare Kreationen mit abwechslungsreichen Gestaltungsmöglichkeiten. Mit einigen Hilfsmitteln ist hier jedes Werk wie ein Experiment, wie ein kreatives Spiel, das einmalige und aufsehenerregende Resultate schafft.

Natürlich sind tolle Ergebnisse kein „Selbstläufer“. Mit dem Buch bekommt man alle Informationen über die richtigen Materialien, Fehlerquellen und mehr. Damit ist der Weg frei, gut angeleitet, eigene Erfahrungen zu sammeln. ■

Text: Karin Adelfang | Fotos: emf-Verlag

Der Autor:

Lars Runge ist im Internet bekannt als „Tiktus color Art“ und hat mit seinen Anleitungen zur Pouring Art auf youtube mehr als 420000 Follower. Seine Anleitungen werden teils mehr als 3 Millionen mal angesehen.

Der gebürtige Berliner Lars Runge lebt und arbeitet in Oberösterreich. Neben der abstrakten Malerei entdeckte er 2018 das Acryl gießen (Pouring) für sich.

Schnell entwickelte sich sein eigener Stil, der im November 2018 seinen Weg zur Videoplattform YouTube fand.





SASCHA NINI

TANZT AUF VIELEN HOCHZEITEN

Alexander's Catering feiert sein Vierjähriges.
Wie auf dem hässlichen Autohof-Entlein
ein erfolgreiches Event-Catering-Unternehmen entstand

Text: Edith Billigmann | Fotos: Christof Henninger, ©Sascha Nini



Wieviel Mitarbeiter er heute habe? Sascha Nini (46) hält inne. „Zu zweit begonnen, heute in Spitzenzeiten über 100“, sagt er dann. Wenn er da an die Anfänge denke, sei nicht damit zu rechnen gewesen, dass Alexander's Catering so schnell Fuß fassen würde. Wobei das noch untertrieben ist. Denn er gilt mittlerweile als der führende Caterer für Eventveranstaltungen in der Region. Doch zurück ins Jahr 2000.

Das Koblenzer Schängelche Sascha Nini hat gerade sein BWL-Studium beendet und ein freiwilliges Praktikum bei Nature One, der Eventagentur des größten europäischen Festivals der elektronischen Tanzmusik, begonnen. Ein Türöffner, wie sich herausstellen soll, denn Nature One gilt als Visitenkarte. So sieht es der neue und auf eine junge Zielgruppe ausgerichtete Radiosender Big FM auch und vertraut ihm den Eventbereich an. Nini steigt auf bis zum Marketingleiter und dem neu geschaffenen Bereich für Organisationsentwicklung. Als er zur WAZ Mediengruppe wechselt, hat er als Marketing- und Eventleiter 13 Sender unter sich und startet groß angelegte Marketingkampagnen.

Den konzerninternen Einsparungen fällt Nini 2010 zum Opfer, wechselt vom Angestelltenverhältnis in die Selbstständigkeit und gründet die Unternehmensberatung „SASCHA NINI“ mit den Schwerpunkten Konzeption, Entwicklung und Umsetzung von Events zur Kundenbindung. „Ein Glücksfall“, wie er im Nachhinein findet. Er nimmt Kontakt

MyMa^{360°} Mayen

NACH DER AUSGABE IST VOR DER AUSGABE!

Das Trend-Magazin MyMa 360° in herausragender Papierqualität, mit einer Auflage von 8.000 Exemplaren wird an über 300 Auslagestellen in Mayen und Umgebung, als Frühjahrs- und Herbstausgabe verfügbar sein und Leser/innen mit Themen begeistern, die wirklich interessieren.



Sie und Ihr Unternehmen möchten auch

an **MyMa 360°** mitwirken?

Dann werden Sie Medienpartner in der nächsten Ausgabe.

Kontaktieren Sie uns gerne!

myma@amwochenende.de | 02651 70 16-24 | www.myma-360.de

zu Alexander Hüllen auf, dem Inhaber des Event-Caterings, bei dem er zu Studentenzeiten im Servicebereich und als Koch ausgeholfen hat. 2011 gründet er mit ihm gemeinsam die Alexander's Gastro GmbH, übernimmt den Marketingbereich und die Geschäftsführung und schafft es, das Unternehmen am Markt wieder zu etablieren. Vier Jahre später trennen sich die Wege der beiden Inhaber. Sascha Nini zieht von Klostergut Besselich nach Urmitz auf das ehemalige Gelände des Seat Autohauses Faßbender und schafft das Unmögliche: Nach drei Monaten Umbau kann am 16. März

2016 eröffnet werden. Wo ehemals die Hebebühnen standen, steht heute ein großer Küchenblock. In der ehemaligen Schlosserei befindet sich die jetzige Patisserie. Und wo früher Reifen montiert wurden, sieht man heute die Kühlhäuser. „Es war eine sehr intensive Zeit“, umschreibt der Geschäftsmann die kräftezehrende und nervenzehrende Umbauphase, bei der er als gelernter Maschinenschlosser selbst kräftig mit anpackt. „Tagsüber war ich im Blaumann, zwischendurch und am Abend habe ich Kundengespräche geführt.“



Die Manpower-Investition hat sich gelohnt. Heute zählt Alexander's Catering bei einem Jahresumsatz von 3 Millionen Euro 25 Festangestellte, 80 Aushilfen (in Spitzenzeiten auch mehr) und um die 600 Auslieferungen. Bei Events wie etwa beim Bomag-Zelt für die Innovation-Days am Deutschen Eck und bei großen Firmen-Veranstaltungen (von Compu-Group, EVM, Allianz, Wepa, Lotto, Canyon, Fahrrad Franz, Hoefer, Sparkasse, Intersport Krumholz, Skylotec etc.) ist die Organisation das A und O – Sascha Ninis Steckenpferd.

„Wir punkten mit guter Qualität, großer Leistungsfähigkeit und hoher Geschwindigkeit“, fasst Nini die Pluspunkte zusammen, die ihn von vielen seiner Konkurrenten unterscheiden. „Dafür muss das Betriebsklima stimmen, jeder Mitarbeiter in seiner Wertigkeit erkannt und entsprechend gewürdigt und gefördert werden“, betont Sascha Nini und möchte sich auch hier von anderen positiv abheben. „Respekt ist das Zauberwort“, meint er und zählt dann die 21 Locations auf, zu denen sich ab 2021 vielleicht noch die Rhein-Mosel-Halle gesellen wird. Denn auch hierfür hat sich Sascha Nini mit Alexander's Catering beworben. Für seine kreative Unternehmensleistung hat er 2019 den „Regionalen Gründerpreis“ erhalten. ■

„Wir punkten mit guter Qualität, großer Leistungsfähigkeit und hoher Geschwindigkeit.“



SASCHA NINI

- Geboren am 3.12.1973 als Koblenzer Schängelche
- Verheiratet mit Annika und Vater von Noel (8) und Zoe (12)
- Wohnt in Eitelborn
- Hat den „Regionalen Gründerpreis für kreative Unternehmensleistung 2019“ erhalten
- Hat Maschinenschlosser gelernt, auf dem zweiten Bildungsweg sein Fachabi gemacht und an der Koblenzer FH BWL studiert – Schwerpunkt Marketing und Unternehmensführung
- Hat während des Studiums bei Alexander's Event-Catering im Service und in der Küche gearbeitet
- War bei Nature One, Big FM, der WAZ-Gruppe und schließlich selbstständiger Unternehmensberater mit Schwerpunkt Eventmanagement
- Gründete 2011 gemeinsam mit Alexander Hüllen die Alexander's Catering Gastro GmbH; führt seit 2014 den Betrieb als alleiniger Inhaber und Geschäftsführer. Firmensitz ist das ehemalige Autohaus in Urmitz; Jahresumsatz 3 Millionen
- Ist Organisationstalent und liebt es, Strukturen zu schaffen
- Legt Wert auf hochwertige Produkte, kauft möglichst regional ein; ist Fast Food-Gegner
- Bietet Full Service bei Hochzeiten (durchschnittlich 120 im Jahr), Firmenevents, privaten Feiern
- Hat Locations in: Alexander's Eventwerk am Firmensitz in Urmitz; Gut Nettehammer in Miesenheim bei Andernach; Hofgut Bergerhof in Dörnberg, Villa Kalles am Rhein; Schloss Burg Namedy; Burg Pymont; Kruppsche Halle und Sayner Hütte; Obere Mühle; Kapuzinerkloster; Gastwerk; Hof Tilia; Fort Konstantin; Burg Brohleck; Stadt- und Kongresshalle Vallendar; CGM Innovationsforum; Kulturhalle; Stadthalle Boppard; Luxor; Bürgerhaus Urbar; Halle 129 in Mayen
- Seit einem halben Jahr kann man auch im Online-Shop ganz einfach bestellen: shop.alexanders-catering.de



alexander's ONLINE KÜCHE

Ihr Catering einfach online bestellen



Exzellentes Catering für Ihre Feier!

Unser vielseitiges Catering-Angebot jetzt auch ganz einfach online bestellen!

Sie suchen einen erfahrenen Caterer, der Sie professionell bei Ihrem Firmenevent, Ihrer Hochzeit oder der privaten Feier betreut? Sie verlangen perfekten Service, erstklassige und persönliche Beratung sowie höchste Qualität und Zuverlässigkeit? Dann sind Sie bei uns an der richtigen Adresse.

Unsere kreative Küche in Gourmet-Qualität verbunden mit exzellentem Service und einzigartigen Locations steht für die Verbindung von Leidenschaft für gutes Essen und Perfektion. Lassen Sie sich von unseren Kreationen verwöhnen – egal ob bei Ihnen zuhause oder in einer exklusiven Eventlocation. Den kulinarischen Möglichkeiten ist bei Alexander's Catering nur eine Grenze gesetzt: Ihr persönlicher Geschmack. Durch unsere individuelle Menü-

oder Buffetplanung berücksichtigen wir Ihre Wünsche und Vorstellungen. So erfahren Sie hautnah, wie wir unseren Wahlspruch „Liebe zur Perfektion verbindet...“ in die Tat umsetzen. Eine Übersicht unseres vielfältigen Angebots erhalten Sie auf unserer Homepage unter www.alexanders.de oder bestellen Sie Ihr Wunsch-Catering direkt in unserem Online-Shop unter shop.alexanders-catering.de.

alexander's
CATERING

Alexander's Catering · Brückenstraße 29 · 56220 Urmitz
Tel. 026 30/96 48 -10 · kontakt@alexanders.de
www.alexanders.de · shop.alexanders-catering.de



WIE DER ENDLOSE OZEAN



„Dieser klassische Blauton strahlt Ruhe, Souveränität und Bezogenheit aus“ – so beschreibt Pantone DIE Trendfarbe 2020 Classic Blue. Die Sehnsucht nach Ruhe, Harmonie und Geborgenheit ist also nun auch hier angekommen, nachdem in den letzten Jahren Knallfarben wie Living Coral, Ultraviolett oder Greenery vorherrschten. Vorteil beim Einsatz im Styling ist hier sicher die breite Kombinationsmöglichkeit, sei es mit eher pastelligen Tönen oder eben doch intensiveren Farbtönen. Wer Ruhe und Harmonie ausstrahlt und dies auch gern mit seinem Outfit betonen möchte, kombiniert diverse Blautöne mit Grau und Nude. Als „Ankerfarbe“ ist Classic Blue aber auch geradezu prädestiniert für das Spiel mit ergänzenden Accessoires, die farblich durchaus etwas „over the top“ gehen dürfen, wie richtig knallige Sommerfarben.

Psychologisch flößt die Farbe Vertrauen und Zuversicht ein, womit sie natürlich wie geschaffen für den Einsatz im Wohnbereich macht: als beruhigender Grundton an der Wand oder als Akzentfarbe für Möbelfronten und Accessoires. ■



ÜBER PANTONE COLOR OF THE YEAR

Seit mehr als 20 Jahren hat Pantone Color of the Year einen maßgeblichen Einfluss auf die Produktentwicklung und auf Kaufentscheidungen in zahlreichen Branchen, einschließlich Mode, Inneneinrichtung und industrielles Produktdesign sowie Produktverpackung und Grafikdesign.

Text: Karin Adelfang/ Fotos: Pantone, Fashionpress, Villeroy & Boch

JAGUAR E-PACE

FAHRBEREIT,
WENN SIE ES SIND.

JAGUAR



SOFORT UND VOR ORT: ATTRAKTIVE FRÜHJAHRSAANGEBOTE

Der Jaguar E-PACE. Eine wahre Größe unter den Kompakt-SUV – nicht zuletzt dank seiner bis zu 1.234 Liter Ladevolumen. Mit seinem fahrerorientierten Cockpit sowie dem optionalen intelligenten Allradantrieb mit Active Driveline ist er voll auf Performance ausgelegt. Und dennoch einer der Effizientesten seiner Klasse. Eben unverkennbar ein Jaguar.

Überzeugen Sie sich selbst im Rahmen einer Probefahrt.

BRITISH PREMIUM CARS GMBH

In den Sieben Morgen 2, 56077 Koblenz-Arenberg
Tel.: 0261 962470, E-Mail: info@premium-automobile.de

british-premium-cars.de

BRITISH
PREMIUM CARS
GMBH

BACKEN

IST SEINE LEIDENSCHAFT

Vom Bäckergehilfen zum Unternehmer – Achim Lohner erzählt, wie aus der elterlichen Kleinbäckerei in Cochem das Großunternehmen in Polch entstanden ist

Interview: Edith Billigmann | Fotos: Edith Billigmann, Peter Seydel, ©Fotostudio Schwarz Mayen

Backen ist eine Wissenschaft für sich. Und die hat Achim Lohner in frühester Jugend für sich entdeckt. Aufgewachsen im schönen Moselort Cochem, war er schon als Kind mit dem Bäckerhandwerk seines Vaters vertraut. Nach dessen plötzlichem Tod musste der damals 28-Jährige unerwartet die ganze Verantwortung für Familie und Betrieb übernehmen. „Das habe ich niemals bereut“, sagt der heute 72-Jährige, der aus dem ehemaligen 8-Mann-Betrieb das Großunternehmen „Die Lohner's“ mit 2000 Mitarbeitern geschaffen hat.

Zurzeit zählt das Unternehmen mit Sitz in Polch 165 Filialen. Doch das könnten schon Zahlen von gestern sein, denn Lohner's expandiert kontinuierlich. Und das auch nach dem angekündigten Rückzug des Ehepaares Achim und Ellen Lohner aus dem operativen Bereich. Klappt das? „Ja“, antworten beide zeitgleich. „Mit einer guten Unternehmensführung und einem eingefleischten und motivierten Team.“ Kann man dann als Unternehmensgründer sich auch mal im Urlaub und in der Freizeit zurücknehmen? „Ja“, sagt Achim. „Nein“, meint Ellen und lacht.

Beide stehen dem vor einem Jahr gegründeten Stiftungsrat vor. Die Stiftung, in die der Betrieb mitsamt Immobilie übergegangen ist, hat als vornehmliches Ziel die Erhaltung der Arbeitsplätze und des Betriebes.

„Mit etwas Abstand sieht man mehr und kann entsprechend anregen und zur Gestaltung weitergeben“, sagt Achim Lohner. Dabei kann das „etwas mehr sehen“ auch ganz konkret ausfallen.

Herr Lohner, so ganz genau nehmen Sie die Trennung zwischen Freizeit und Arbeit nicht. Man munkelt, dass Sie ab und zu „verkleidet“ in den Filialen vorstellig werden.

Achim Lohner (lacht): Das stimmt. Ich treffe mich regelmäßig mit meinen Motorradfreunden zum gemeinsamen Ausflug. Manchmal steuern wir auch eine Filiale an. Wenn ich mich dann in meiner Motorradkluft hinter die Verkaufstheke gebe, werde ich natürlich nicht sofort erkannt und Sorge dadurch immer wieder für große Aufregung. Denn hinter die Theke darf nur der Chef.

Ellen Lohner: Wir fahren aber auch „unverkleidet“ regelmäßig zu den neuen Filialen und schauen, ob alles rund läuft. Das habe ich so beibehalten - nur mit dem Unterschied, dass mich mein Mann jetzt begleitet.

Mit seinem Rückzug aus dem operativen Geschäft ist es zwar ruhiger um Achim Lohner geworden, aber noch lange nicht ruhig. Denn Lohner will mit seinem Unternehmen nicht abgehängt werden, auch nicht mit 72.

„Man muss ständig mit der Zeit gehen“, sagt er und verweist auf die Herausforderungen am Arbeitsmarkt, aber auch im Bereich der Digitalisierung.

Was würden Sie als markanteste Entwicklung oder tiefsten Einschnitt der letzten Jahre bezeichnen?

Achim Lohner: Drei Entwicklungen haben die Bäckerbetriebe gravierend geprägt: vor 30 Jahren die Filialisierung im großen Stil und die dabei geschlossenen Kooperationen mit dem Einzelhandel, dann vor 20 Jahren die zunehmende Aufwertung des Snackbereichs. Hier sind die Bäcker in Deutschland sehr innovativ aufgestellt und auf einem guten Weg. Und als Drittes natürlich die Digitalisierung, die betriebliche Abläufe vereinfacht, aber auch bessere Planungen in den Filialen ermöglicht hat.

Wie digital ist Ihr Unternehmen aufgestellt?

Achim Lohner: Wir sind mit einer sehr modernen EDV ausgestattet und sind natürlich mit allen Filialen zentral vernetzt.





Völlig automatisiert werden Bestellungen abgerufen, in den Versand weitergeleitet und der jeweiligen Filiale zugeordnet. Lieferscheine werden automatisch gedruckt, selbst die Mengen fürs Backen werden digital berechnet. Das Programm verwaltet aber auch die Arbeitszeit der Mitarbeiter in den Filialen und die Lohnabrechnungen.

Sind Sie ein Kontrollfreak?

Ellen Lohner (antwortet spontan für ihren Mann): Mit Sicherheit nicht, aber Achim hat eine sehr klare Denkweise, ist sehr vorausschauend. Die digitalisierten Programme kommen ihm da unbedingt entgegen, weil man damit einfach schneller kalkulieren und damit Arbeitsabläufe optimieren kann.

Achim Lohner: Wenn man einen Job gelernt hat, kann man auch beurteilen, was man kann. Die Digitalisierung ersetzt ja nicht das Denken, sondern hilft, einen Betrieb ökonomischer zu führen. Und das ist ganz wichtig in unserer heutigen schnelllebigen Zeit.

Als Vater Josef 1976 verstarb, musste sein Sohn 800.000 Mark (heute etwa 400.000 Euro) Schulden übernehmen. Mehr als 50 Prozent des Umsatzes ging an Zinsen weg. „Es war eigentlich ein unmögliches Unterfangen“, gibt Lohner heute zu. Hätte ein regionales Kreditinstitut nicht an ihn geglaubt, würde es ihn heute in dieser Größenordnung nicht geben, ist er sich sicher. Im Leben gehe man immer zwei Schritte vor und einen zurück

Man sieht Sie häufig auf öffentlichen Veranstaltungen, zuletzt an der Berufsbildenden Schule in Bernkastel-Kues. Haben Sie für junge Leute eine Botschaft?

Achim Lohner: Man muss an sich glauben. Und man muss seinen Job gerne machen. Dann ist die Arbeit das Hobby und die viele Zeit, die man investiert, nicht so wichtig. Für mich gibt es keine Krisen, sondern nur Herausforderungen, die einen voranbringen. Vor einer solchen stand ich nach den ersten Filialeröffnungen und der Übernahme einer Mayener Großbäckerei. Denn der Ausbau des Stammhauses und der Umzug nach Hamburg hatten nicht ausgereicht, um die Produktion ausreichend zu vergrößern. Also habe ich in Polch Mitte der 90-er Jahre ein 50.000 m²-Grundstück gekauft... und mich dann gefragt: Was machst Du da eigentlich?

Aus der 5500 m² großen Backstube ist mittlerweile die Großbäckerei „Die Lohner's“ auf einer Fläche von 12.000 m² geworden mit einem Gesamtumsatz von mehr als 100 Millionen Euro (1976 beliefen sich die Zahlen auf 76.210 D-Mark, in Euro umgerechnet etwa die Hälfte).



Was verstehen Sie unter Freizeit und Entspannung?

Achim Lohner: Gemeinsames Backen mit meiner Frau, Motorradfahren mit Freunden, Spaziergänge mit dem Hund und Arbeiten am Gartenteich bei 40 Kois, Abtauchen inklusive. Und natürlich Reisen.

Da ist Achim Lohner dann auch „handy-frei“ - im Unterschied zu seiner Ehefrau Ellen. „Mentalitätssache“, meint sie, zollt aber ihrem Achim Respekt, dass er es geschafft hat, sich im Urlaub so konsequent vom Betrieb abzunabeln. Jeden Dienstag schwingt sich Achim Lohner auf seine BMW R100R und macht mit Freunden aus Cochem und Polch die Gegend, manchmal auch die Filialen, unsicher. Die Liebe zu Schäferhündin Malou (2) teilt er mit seiner Frau. „Wir waren drei Monate ohne ein Haustier“, sagt Ellen und ist überzeugt, dass das eindeutig zu lange gewesen sei. Zum ganzen Glück fehlt jetzt nur noch eine Katze. „Schon in Planung“, freut sich das Ehepaar im (Un-)Ruhestand. ■



„Für mich gibt es keine Krisen, sondern nur Herausforderungen, die einen voranbringen.“

**IHR BÄCKER
AUS DER REGION**

die-lohners.de

natürlich!

DOKUMENTATIONSPFLICHTEN ARBEITSZEIT

Arbeitgeber sind bisher nach deutschem Arbeitsrecht nicht verpflichtet, die von einem Arbeitnehmer täglich geleistete Arbeitszeit zu erfassen und zu dokumentieren. Lediglich in Ausnahmefällen sieht das deutsche Gesetz eine solche Verpflichtung vor. Nach einer Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs müssen sich Arbeitgeber aber nun darauf einstellen, dass sie künftig alle von ihren Mitarbeitern geleisteten Arbeitsstunden genau erfassen und dokumentieren müssen.

Wie konkret der deutsche Gesetzgeber hier vorgehen wird, bleibt abzuwarten. Fest steht aber, dass ein entsprechendes Gesetz kommen wird.

1. Aktuelle Rechtslage

In deutschen Gesetzen finden sich fragmentarisch bereits aktuell Vorgaben zur Arbeitszeiterfassung. Bei geringfügig beschäftigten Mitarbeitern muss die Arbeitszeit genauso aufgezeichnet werden wie bei Mitarbeitern, die bei einem Arbeitgeber tätig sind, der zu einem der in § 2a des Schwarzarbeitsbekämpfungsgesetz genannten Wirtschaftsbereiche oder Wirtschaftszweigen gehört (z.B. im Bau- oder im Wach- und Sicherheitsge-



Rechtsanwalt Ralph Muthers,
Partner der Kanzlei
Dr. Caspers,
Mock & Partner mbB

werbe). Die Erfassungspflicht entfällt nur bei geringfügig beschäftigten Ehegatten/eingetragenen Lebenspartnern bzw. bei nahen Verwandten der vertretungsberechtigten Personen des Arbeitgebers oder, in Fällen des § 2a Schwarzarbeitsbekämpfungsgesetz, wenn das verstetigte regelmäßige Monatsbrutto des Mitarbeiters 2.958,00 € brutto übersteigt bzw. wenn der Arbeitgeber in den letzten 12 Monaten nachweislich mehr als 2.000,00 € brutto gezahlt hat. Ebenso muss die Arbeitszeit eines Kraftfahrers umfassend dokumentiert werden. Eine Dokumentation muss auch bei Anwendung entsprechender tariflicher Vorgaben oder in bestimmten Sonderkonstellationen mit Bezug zum Arbeitnehmerüberlassungs- bzw. Arbeitnehmerentendegesetz erfolgen. Besteht ein Betriebsrat, wird faktisch über dessen Auskunftsanspruch zur Dokumentation gezwungen.

Für alle übrigen Arbeitsverhältnisse müssen derzeit nur die Stunden aufgezeichnet werden, die an Werktagen über 8 Stunden hinaus bzw. an Sonn- und Feiertagen geleistet werden. Stellt sich bei einer Kontrolle durch die Aufsichtsbehörde heraus, dass entgegen

gesetzlicher Vorgaben keine oder nur unvollständige Aufzeichnungen vorgenommen wurden, drohen Bußgelder in horrender Höhe.

2. EuGH-Entscheidung und ihre Folgen

Diesen „Flickenteppich der Arbeitszeiterfassung“ wird es zukünftig in Deutschland nicht mehr geben. Der Europäische Gerichtshof (Urteil vom 14.5.2019 – C-55/18) hat entschieden, dass sämtliche Arbeitszeit aller Arbeitnehmer im arbeitszeitrechtlichen, nicht im vergütungsrechtlichen Sinn (zwar oft, aber nicht immer identisch) aufgezeichnet werden muss. Dies muss durch ein objektives, verlässliches und zugängliches System erfolgen. Was das genau heißt, ist nicht ganz klar. Klar ist nur, dass abgesehen von Kleinbetrieben, eine subjektive Erfassung mittels „Zettel und Stift“ nicht ausreicht und die mit der Einführung des Erfassungssystems verbundenen Kosten kein Argument gegen die Einführung sind. Im Übrigen haben die Mitgliedsstaaten einen großen Umsetzungsspielraum. Aus unserer Sicht ist nicht zu erwarten,



PRAKTISCHE UMSETZUNG IM BETRIEB

dass der deutsche Gesetzgeber den Arbeitgebern hinsichtlich der konkreten Umsetzung spezielle Vorgaben macht. Daher ist zu erwarten, dass es letztlich am Arbeitgeber selbst ist, ein für ihren Betrieb mit ggfs. unterschiedlichen Mitarbeitergruppen (z.B. Mitarbeiter im Homeoffice bzw. Mitarbeiter mit Vertrauensarbeitszeit oder Außendienstler) passendes System zu finden. Solange bis die Gerichtsentscheidung in nationales Recht umgesetzt wird, haben Arbeitgeber noch Zeit, sich vorzubereiten, also ein entsprechendes Zeiterfassungssystem im Betrieb zu implementieren oder auch verschiedene Systeme zu testen. ■

Die Umsetzung der Dokumentationspflicht muss auf das Unternehmen zugeschnitten sein. So hängt es von der Unternehmensgröße und der Vielfalt der Tätigkeiten der Mitarbeiter ab, welches System zum einen ins Budget passt, zum anderen die Arbeitszeiten aller Mitarbeiter auch wirklich verlässlich erfassen kann. Aus unserer Sicht führt an digitalen Lösungen kein Weg vorbei. In Betracht kommen Lösungen, die Hard- und Softwareinsatz miteinander verbinden (z.B. eine digitale Stechuhr mit Chip-Karte für die Mitarbeiter). Hier „stempelt“ der Mitarbeiter ein und aus, das System erfasst, verarbeitet und speichert die Daten.

Nachteil sind der stationär begrenzte Einsatzbereich und die hohen Anschaffungskosten. Im Ergebnis eignet sich eine solche Lösung also eher für größere Unternehmen mit überwiegend fest eingesetzten Mitarbeitern. Alternative bieten sich für kleinere Unternehmen bzw. für Unternehmen mit einem

größeren Anteil an Außendienstlern oder im Homeoffice Beschäftigten reine Software-Lösungen an. Hier werden die Arbeitszeiten über ein Programm auf Büro-PC bzw. ein Onlineprogramm bei PC-Start oder per App vom Arbeitnehmer dokumentiert. Gerade im Homeoffice/Vertrauensarbeitszeit- bzw. Außendienstbereich eignen sich derartige Lösungen. Wichtig ist aber, dass der Arbeitgeber die Eintragungen seiner Mitarbeiter regelmäßig kontrolliert. Denn er ist Adressat der Aufzeichnungspflicht. Will er diese Verpflichtung auf die Mitarbeiter verschieben, ist das nach unserer Einschätzung zulässig (und teilweise zwingend nötig), aber eben nur verbunden mit regelmäßiger Kontrolle.

Im Zuge einer Umstellung kann es sich anbieten, bestehende Arbeitsverträge zu ändern bzw. neue Arbeitsverträge z. B. durch eine Zeitkontovereinbarung anzupassen. Bei Beratungsbedarf stehen wir Ihnen gerne zur Seite.

ANZEIGE

caspers mock Anwälte

Koblenz | Frankfurt | Bonn | Berlin | Köln | Saarbrücken | Mainz

Rechtsanwälte

Dr. jur. Jochem Caspers (bis 2015)
Hans-Dieter Mock
Dieter Kessler
Peter Sprengart
Prof. Dr. jur. Hans Rudolf Sangenstedt
Dorothea Wagner
Horst-Walter Bodenbach
Prof. Dr. jur. Wolfgang Weller
Ralf Georg
Markus Schmuck
Dirk Waldorf
Dr. jur. Gerhard Wolter

Elmar Kloss
Karin Thillmann
Dr. jur. Dirk Lindloff
Christian Tümmeler
Dr. jur. Ingo E. Fromm
Eckhard Finke
Gerrit Diesinger
Christian Saevecke
Lars Christian Nerbel
Laura Calasso
Dr. jur. Bettina Luft gen. Plaisier
Carsten Schwenk

Ingmar Schuller
Ralf-Uwe Adler
Hero Bleicic
Maximilian Brenner, LL.M.
Oliver Weihrauch
Dr. jur. Marc Fornauf
Ralph Muthers
Silke Weigel
Dr. jur. Johannes Pyhrr, LL.M.
Simon Lüders, LL.M.
Martina Hennige
Rebecca Schönberg

Björn Günther
Marcus Lüttgen
Stefan Ziegler
Jonas Frobels
Elgin Bröhmer
Désirée Lambert
Stephan Lenz, LL.M.
Alexander-Roger Börner
Elena Diehl
Maike Scheller
Marius Saager
Mathias Schaefer

Unter www.caspers-mock.de finden Sie unsere Fachanwälte für:

Arbeitsrecht • Bank- und Kapitalmarktrecht • Bau- und Architektenrecht • Erbrecht • Familienrecht • Gewerblicher Rechtsschutz
Handels- und Gesellschaftsrecht • Insolvenzrecht • Internationales Wirtschaftsrecht • IT-Recht • Medizinrecht • Miet- und Wohnungseigentumsrecht
Steuerrecht • Strafrecht • Sozialrecht • Transport- und Speditionsrecht • Vergaberecht • Verkehrsrecht • Versicherungsrecht • Verwaltungsrecht



Kanzleien in Deutschland:

„Caspers Mock ist und bleibt eine, wenn nicht: die dominierende Größe am Mittelrhein. Dass es damit nicht sein Bewenden hat, davon zeugt das Ausgreifen der Koblenzer Sozietät nach Bonn, Köln, Saarbrücken und an den Finanzstandort Frankfurt...“



MISSION POSSIBLE:

Stephan Horch ist Kajakfahrer,
Künstler und Umweltaktivist:
Warum es wichtig ist, vor der
eigenen Haustür zu „kehren“

Das große Aufräumen
hat begonnen



Stephan Horch (46) paddelt für eine saubere Umwelt. Da kommen auch mal 750 Kilometer am Stück zusammen, wie bei der letzten Clean-Up-Tour, bei der er sich im Kajak auf den Weg von Koblenz nach Berlin begeben hat. Mit seinem Clean River Project ist Horch mittlerweile kein Einzelkämpfer mehr. Aus dem 2016 gegründeten gemeinnützigen Verein ist eine Bewegung Gleichgesinnter geworden.

Und die sammeln durchschnittlich 50.000 Liter Plastikmüll im Jahr aus deutschen Gewässern. Für sein Engagement hat der Verein zahlreiche Preise erhalten, darunter den Heimatpreis Zukunft, den SWR-Preis Ehrensache, den Umweltpreis des Landes Rheinland-Pfalz und zuletzt den Deutschen Engagement Preis in der Kategorie „Leben bewahren“.

Dass Stephan Horchs Projekt für maximale Aufmerksamkeit gesorgt hat, verdankt er einem weiteren, künstlerischen, Umstand. Denn der gelernte Fotodesigner macht aus Müll Kunst. Skurrile Fundstücke setzt er gekonnt in Szene, bannt sie in die Kamera und stellt sie in besonderen Räumen oder Orten aus. Zuletzt am Holzmarkt in Berlin.

Text: Edith Billigmann | Fotos: Edith Billigmann; ©Stephan Horch

Künstler und Fotodesigner

Als der Andernacher Stephan Horch vor mehr als zwei Jahrzehnten nach Winnigen zog, hatte der leidenschaftliche Kajakfahrer die Mosel direkt vor der Haustür. Doch die Idylle war trügerisch, stieß er doch bei seinen Paddeltouren auf unglaublich viel Müll. Mal zog ein alter Fußball an ihm vorbei, mal waren es Plastiktüten, Verpackungen von Süßigkeiten, Plastikflaschen oder Wattestäbchen. Und weil er nicht wegsehen konnte, packte er alles kurzerhand in sein Kajak. Bald ging er zweimal wöchentlich gezielt aufs Wasser, um Müll aus der Mosel zu sammeln. Neben bergeweise Tüten und Plastikdeckeln fischte er die erstaunlichsten Dinge heraus: eine alte Schreibmaschine, Pril-Flaschen mit dem Aufdruck der ehemaligen DM-Währung, Sexspielzeug, ein Schlauchboot für vier Personen, Wasserpistolen und einen Barbie-Schuh. In Fotoinstanzierungen ordnete er den gesammelten Müll an, bevor er ihn entsorgte. Als er seine Fotokunst ins Netz setzte, löste er einen Begeisterungssturm aus

– und hatte mit einem Mal den Weg gefunden, mit Kunst auf die Vermüllung der Meere aufmerksam zu machen.

Inzwischen ist Stephan Horch auf der ganzen Welt vernetzt. Mit Vorträgen und aufwendigen Aktionen wirbt er für das Clean River Project, mit dem er gemeinsam mit vielen Gleichgesinnten einen wesentlichen Beitrag für saubere Meere leisten will. „Wir müssen vor der eigenen Haustür beginnen“, mahnt er. „Die Ozeane sind längst zur größten Mülldeponie der Welt geworden. Unvorstellbare 150 Millionen Tonnen Plastik vergammeln im Wasser. Bis sie vollständig zersetzt sind, kann es bis zu 450 Jahre dauern.“ Zu lange, wie Horch findet und deshalb Aufklärungsarbeit in Firmen, Institutionen, aber auch in Schulen betreibt. „Müll vermeiden, ist die eine Sache“, sagt er. „Aber ebenso wichtig ist es, Plastik als wichtigen Rohstoff zu sehen und ihn wieder dem Verwertungskreislauf zuzuführen.“



ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

Weltweit werden jährlich etwa 322 Millionen Tonnen Kunststoff produziert, davon allein 12 Millionen in Deutschland. Doch ein Großteil wird nicht ordnungsgemäß entsorgt und landet in den Gewässern.

Die Folgen sind verheerend: 80 Prozent des Plastikmülls gelangt über die Flüsse in Meere und Ozeane und gefährdet das marine Ökosystem. Laut einer Studie der Ellen-MacArthur-Stiftung vergammeln 150 Millionen Tonnen Plastik im Wasser. Seevögel und Fische verenden mit Plastik im Magen. Immer häufiger wird Plastik in frischem Fisch nachgewiesen. Erschreckende Zahlen: Alleine an der Oberfläche des Rheins treiben 192 Millionen Mikroplastikpartikel, in der Donau treiben mehr Plastikteile als Fischlarven.



„Wir müssen vor der eigenen Haustür beginnen.“



STEPHAN HORCH

- Geboren am 7. August 1973 in Andernach
- Wohnt mit Kerstin Ax und Sohn seit 22 Jahren in Winnigen
- Ist gelernter Fotodesigner und leidenschaftlicher Kajakfahrer
- Hat 2012 mit Müllsammeln begonnen, im selben Jahr den Verein Clean River Project gegründet, der 2016 mit Sitz in Winnigen die Gemeinnützigkeit erhalten hat; Geschäftsstelle in Mendig
- Hat zahlreiche Preise gewonnen: den Zukunftspreis der Volksbank RheinAhrEifel, den Umweltpreis des Landkreises Mayen-Koblenz, den SWR-Preis Ehrensache, den Umweltpreis Rheinland-Pfalz „Wasser ist Leben“, den Start Green Sonderpreis „Neue Perspektiven“ und den Deutschen Engagement Preis in der Kategorie „Leben bewahren“
- Das Kernteam besteht aus sieben Personen; der Verein hat mittlerweile drei Festangestellte und ein europaweites Netzwerk aus Unternehmen, Institutionen und Freiwilligen aufgebaut

- Startet regelmäßig Clean Up-Events deutschlandweit und regional auf Mosel, Rhein und Lahn. Um auf die Vermüllung der Weltmeere aufmerksam zu machen, paddelte er 2015 von Winnigen bis in die Nordsee; seine spektakulärste Aktion war die Kajak-Fahrt von Koblenz nach Berlin im Sommer 2019
- Die Clean River Kids: Schulprojekte und Vorträge gewähren einen Blick auf die vermüllte Welt aus Kinderaugen
- Ist immer auf der Suche nach neuen Fördermitgliedern



KONTAKT

Clean River Project e.V.

Am Moselufer 9 | 56333 Winnigen
 Telefon: 02652-9377655
 E-Mail : info@cleanriverproject.de
www.cleanriverproject.de



STIL mittel

Unverzichtbare Klassiker

Wie immer an dieser Stelle:
 Dinge, die wir nicht missen möchten –
 saison- und trendunabhängig.

Diese Accessoires sind mehr
 als nur modisches Zubehör:
 Echte Lieblingsstücke für Menschen
 mit Eleganz und Stil.

Entdeckt von: Karin Adellang

2 |



3 |



1 |



4 |



Fotos: März | Breuninger | Cucinelli

WESTEN

Im Bestfall sind sie das Jackett ohne Ärmel.
 Ob kombiniert als Dreiteiler oder einzeln über dem Hemd:
 Westen geben jedem Outfit einen eleganten und
 natürlichen Abschluss.

- 1 | MAERZ (Merinoweste, 159 Euro)
- 2 | Luis Trenker (Sebastian, 229 Euro)
- 3 | Brunello Cucinelli (Weste mit Schalrevers, 1130 Euro)
- 4 | Gössl (Trachtenweste, 379,99 Euro)

1 |



HAARBÄNDER

Der Sommer wird heiß. Glücklicherweise, die dann ein stilvolles Mittel bereithält, den Schweiß aufzusaugen und die Haare elegant zu bändigen. Hier einige der schönsten Haarbänder der Saison:

- 1 | Gucci (Haarband aus Seide, 290 Euro)
- 2 | Etro (Bedrucktes Haarband aus Seide, 280 Euro)
- 3 | Burberry (Haarband aus Seide, 230 Euro)
- 4 | Missoni (Haarband aus Häkelstrick, 170 Euro)

2 |



3 |



4 |



Fotos: Mytheresa

TISCH

Tischkultur in Trendfarbe: Blau, insbesondere der Ton Classic Blue, ist die angesagte Farbnuance 2020. Das verspricht geschmackvolle und auserlesene Tafeln.

- 1 | Sunny Day Cobalt Blue (Thomas Porzellan)
- 2 | Indigo Caro (Villeroy & Boch)
- 3 | Kahla Atlantic Blue (Kahla)
- 4 | Vieux Luxembourg (Villeroy & Boch)

1 |



2 |



3 |



4 |



Fotos: Rosenthal | Villeroy & Boch

1 |



2 |



3 |



4 |



Fotos: Etro | Seafolly | Escada | Liu Jo

STRANDKLEIDER

Damit Frau auch am Strand nicht die Contenance verliert, gibt es farbenfrohe, aber geschmackvolle Strandkleider. So kann der Sommer kommen

- 1 | Etro (Bedruckter Kaftan aus Seide, 1.205 Euro und Bedruckter Bikini 535 Euro)
- 2 | Seafolly (Splendour Jumpsuit, 129,95 Euro)
- 3 | Escada (899 Euro)
- 4 | Liu Jo (Floraler Print, 279 Euro)



LUST AM BESSER-WOHNEN

Die wichtigsten Trends der imm cologne

Auf acht Trends haben sich die Aussteller in diesem Jahr konzentriert: Natürlicher Wohnen, Grüner Wohnen, Smarter Wohnen, Komfortabler Wohnen, Grenzenloser Wohnen, Farbiger Wohnen und Dekorativer Wohnen. Wir präsentieren einige Beispiele, die die eigenen vier Wände schöner machen.



Foto: Kölnmesse

Farbiger Wohnen:

Kombinationen kräftiger Unis bringen auch ganz ohne florale Muster Leben und Wärme ins Interior Design: Die Einrichtungswelt wird durch eine intensiv eingesetzte Farbigekeit farbiger, aber auch Muster werden wieder gern gesehen.

Natürlich Wohnen:

Immer mehr Menschen versuchen ernsthaft, ihr Konsumverhalten zu verändern, um eine Trendwende zu einer nachhaltig agierenden Gesellschaft anzustoßen. Klimaneutralität beeinflusst Konsumentscheidungen – auch beim Thema Möbel. Naturbelassende Möbel mit Ecken und Kanten stehen nicht nur für ein nachhaltiges Design, sondern auch für Individualität.

Effizienter Wohnen:

Aufräum-Trend, Verzichtsethik aber auch steigende Mieten und kleinere Wohnungen lassen die Nachfrage nach platzsparenden Möbeln steigen.

Text: Karin Adelfang



Foto: Katja Lips für livingpress.de



Foto: Kölnmesse

Wie wollen wir in unseren vier Wänden leben? Anregungen dazu gibt jährlich die imm cologne. Sie ist ein Spiegelbild aktueller Einrichtungstrends.



Dekorativer Wohnen:

Dunkle, an Art Deco oder die dänische klassische Moderne erinnernde Holztöne werden mit Gold, Messing oder anderen Metallic-Akzenten kombiniert. Während sich das Interior Design insgesamt gerne dunkel gibt – über Dunkelgrün und -blau bis hin zu schwarz – bleibt der minimalistische Einrichtungsstil den helleren und natürlicheren Tönen treu. Polstermöbel kommen allesamt unifarbener daher – Muster findet man eher an Wand und Boden.



Foto: Molteni&C

Möbel mit Stauraum als Schauraum

Im Schlafzimmer sollten wir es immer ordentlich haben. Denn Unordnung kann einen erholsamen Schlaf verhindern. Im Zuge einer ganzheitlichen Wohnraumgestaltung ist das Schlafzimmer auch zum gemütlichen Aufenthaltsort geworden, in den sich frau auch schon mal mit Freundinnen zurückzieht. Dank eines durchdachten, aufgeräumten Wohnkonzepts gerät das, was unsichtbar bleiben soll, gut und übersichtlich aus dem Blickfeld. Die Lieblingsstücke aber wollen dann vielleicht auch stilvoll präsentiert werden. Beleuchtete Schubkästen oder Kommoden mit Glasausschnitt ermöglichen es uns, das zu zeigen, was jeder sehen soll – auch im Schlafzimmer. ■



UNTER DIE HAUT UND MITTEN INS HERZ

Aus zwei mach eins: Wie Denise Bartlett über Modedesign und Trickfilmzeichnen zur Kunst des Tätowierens fand

Ob große Liebe, tiefe Trauer oder Erinnerungen mit dem Wow-Effekt – Denise Bartlett (38) macht das Seelenleben sichtbar und bannt große Gefühle unter die Haut. Stich für Stich. Vor neun Jahren hat sich die ursprünglich gelernte Modedesignerin und Trickfilmzeichnerin entschlossen, ihre Kunst nicht mehr auf Stoff, sondern auf Menschenhaut zu verewigen.

Viel Fingerspitzengefühl brauche man als Tätowiererin, sagt Denise und meint das in jeder Hinsicht. Denn schon in den Vorgesprächen deute sich das an, was die Menschen zutiefst bewege. In den darauffolgenden Sitzungen, die durchaus mehrere Tage, Wochen oder auch Monate dauern können, offenbare sich dann häufig die Seele. „Dann fließen manchmal Tränen“, gibt Denise unumwunden zu.

„Das Leben ist ein Abenteuer mit vielen Facetten.“

Die bodenständige Träumerin

Denise aus ihren Träumen herauszureißen, ist gar nicht so einfach. Das weiß auch ihr Kunstlehrer auf dem Gymnasium, der sehr schnell das Talent der damals noch 14-Jährigen erkennt. Denise widmet sich insbesondere der Zeichnung, ihre Mutter fördert sie durch externe Malkurse. Nach dem Abi ist klar, dass sie beruflich in diese Richtung gehen wird. Noch vor ihrem Studium für Modedesign, bei dem sie zwei vollständige Diplomarbeiten ablegt, arbeitet sie fürs ZDF und schließt ihre erste Ausbildung als Trickfilmzeichnerin ab.

Doch auch das ist der jungen Frau noch immer nicht genug. Sie gibt Zeichenkurse bei der VHS. Dort trifft sie auf einen Tätowierer und ist von der Idee infiziert. Weil sie eine Botschaft hat und weil Menschen in ihrer Ursprünglichkeit sie faszinieren, unterrichtet sie parallel als Vertretungslehrerin am Dauner Gymnasium im Fach Bildende Kunst und an der Grund- und Realschule in Gillenfeld in den Fächern Kunst und für kurze Zeit Englisch. Es ist die Sprache, mit der sie aufgewachsen ist. Denn erst mit sechs Jahren kam

Denise wieder nach Deutschland. Bis dahin lebte sie mit ihrer Familie in den USA. Dorthin ist sie nur zweimal zurückgekehrt. „Um mich als Tätowiererin weiterzubilden und um meine Wurzeln zu suchen“, sagt sie.

Das handwerkliche und künstlerische Talent ist ihr von mütterlicher Seite aus in die Wiege gelegt. Von Oma Anita Sax hat sie die Strickleidenschaft übernommen, von Mutter Andrea, die Figuren aus Ton entwirft, die Liebe zum Kreativen. Diese Kunst lebt auch in ihrem Haus in Kaisersesch, in dem das Tattoo-Atelier „La Nisa“ untergebracht ist. Hier hat Denise selbst Hand angelegt, hat für den Tattooraum das Fliesendesign entworfen, diese geflext und gelegt. Gemeinsam mit ihrem Lebensgefährten Benjamin Wolff hat sie Wände und Fassaden verputzt und mit eigens restaurierten Möbeln aus den Anfängen des 19. Jahrhunderts dem Innenleben des Hauses den Charme der Jahrtausendwende verliehen. Noch in Arbeit ist das Dachgeschoss, das Kunden mit weitem Anfahrtsweg als Übernachtungsmöglichkeit zur Verfügung gestellt werden soll.



Die Gravur fürs Leben

Die Kunst des Tätowierers ist, das Unsichtbare sichtbar machen, es vom tiefsten Innern an die Oberfläche zu holen, ihm Präsenz dort zu verleihen, wo Worte fehlen oder auch fehl am Platz sind. So ist es im Idealfall und den strebt Denise mit ihrem Hang zum Perfektionismus auch an. Bevor sie sich an die Arbeit macht, hat sie mit ihrem Kunden lange über das Motiv nachgedacht und kennt seine Empfindungen, Träume und die Einstellung zum Leben. „Wer sich Bilder und Symbole für immer in der Haut verewigen lässt und bereit ist, diese Schmerzen dabei zu ertragen, bringt mir ein grenzenloses Vertrauen entgegen“, ist sich Denise bewusst. Grenzenloses Vertrauen, das sie auch täglich bei Ihrer Arbeit in der Behindertenpflege im Kloster Ebernach erlebt. Denn Denise hat vor gut einem Jahr eine Ausbildung zur Erzieherin begonnen. „So bleibe ich geerdet“, sagt sie. Und das Leben halte ja so viele Facetten bereit . . . ■

„Wer sich Bilder und Symbole für immer in der Haut verewigen lässt und bereit ist, diese Schmerzen dabei zu ertragen, bringt mir ein grenzenloses Vertrauen entgegen.“



IHR SUBARU-EXPERTE
FÜR DIE REGION
EIFEL MOSEL HUNSRÜCK



Neu- und Gebrauchtwagenverkauf

Reparaturen aller Fabrikate
Unfallinstandsetzung

Einbau von
Flüssiggasanlagen (LPG)
Flüssiggastankstelle (LPG)

TÜV/AU
Reifendienst



Ihr Subaru Team rundum für Sie da.

Autohaus Schaden

Hauptstr. 52 | 56814 Landkern

Tel.: 02653/6227

Fax: 02653/3915

E-Mail: info@autohaus-schaden.de

**SUBARU-Vertragshändler
seit 39 Jahren**

www.subaru-emh.de

DENISE BARTLETT

- Geboren am 27. Juni 1981 in Mayen, aufgewachsen in Amerika und ab dem 6. Lebensjahr in Kaisersesch
- Ist Tätowiererin, macht eine Ausbildung zur Erzieherin im Kloster Ebernach
- Hat seit 2011 ein eigenes Tattoo-Atelier „La Nisa“ in Kaisersesch; feiert im nächsten Jahr 10-Jähriges
- Wurde 2003 am Lycée technique des Arts et Métiers in Luxemburg zur Fachassistentin im Bereich Trickfilmzeichnen ausgebildet; hat in ZDF-Produktionen mitgewirkt
- Hat von 2004 bis 2008 Modedesign an der FH Trier studiert und mit zwei vollständigen Diplomarbeiten abgeschlossen: einer DOB Erwachsenenkollektion mit 13 Handstrick-Arbeiten in Kooperation mit Großmutter Anita Sax und einer Kinderkollektion mit Maschinenstrickmodellen, Schwerpunkt Strickmaschine
- War Vertretungslehrerin am Geschwister-Scholl-Gymnasium in Daun und an der Grund- und Realschule Plus in Gillenfeld
- Macht zurzeit eine Ausbildung zur Erzieherin am Kloster Ebernach

KONTAKT

Denise Bartlett
Tattoo-Atelier La Nisa

Hinter der Mauer 10
56759 Kaisersesch
Handy: 01520 1768364
www.facebook.com/LaNisaTattoo



Aktuelle Informationen

zu den Events & Angeboten: www.nuerburgring.de



© Robert Kah

MYTHOS HAUTNAH

Der Nürburgring. Einmalig auf der Welt.

Silberpfeile. Grüne Hölle. Der Nürburgring. Eine lebende Legende. Seit 1927 gilt er als die anspruchsvollste Rennstrecke weltweit. Eine Marke voller Mythen, Dramatik und Adrenalin. Eines der bekanntesten National-Monumente Deutschlands. Der Ring lebt. Seit über 90 Jahren atmen hier Motorsportfans aus der ganzen Welt Benzin. Wie Du den Ring erlebst, entscheidest Du selbst: Als Touristenfahrer mit Deinem eigenen Fahrzeug. Am Steuer eines echten Formelboliden. Oder abseits des Asphalt bei einem Training im Offroadpark. Zeit am Ring ist immer die Bestzeit.

Entdecke unser Programm: www.nuerburgring.de

nuerburgring.de

Nürburgring 1927 GmbH & Co. KG
Otto-Flimm-Straße / 53520 Nürburg
T +49 (0) 2691 302-0 / info@nuerburgring.de



DER GOLDFINGER

AUF TALENTSUCHE

Eberhard Pacak mischt seit 33 Jahren im Musikbiz mit

Text: Edith Billigmann | Fotos: Christof Henninger / ©privat/Eberhard Pacak

Mit der jüngsten Gold-Verleihung an Angelo Kelly hat Musikpromoter Eberhard Pacak (49) insgesamt 18 Stars mit aufs Treppchen gehoben: darunter 12 Gold Awards, viermal Platin und einmal Doppel-Platin sowie ein LEA (Live Entertainment Award) für die Arbeit mit Philipp Poisel. Wie man das schafft? „Über gute Kontakte und Beziehungen“, sagt der Mann, der seit 33 Jahren im Musikbiz mitmischt und seit 16 Jahren eigene Firmengeschichte schreibt.

Eberhard Pacak, der Deutschlands Medienstädte in- und auswendig kennt, wohnt in Eppenrod bei Limburg. „Aus Liebe zur Heimat“, wie er offen bekennt. „Ich bin in der Brückenvorstadt auf der Couch zur Welt gekommen“, erzählt er lachend. „Hier gehöre ich hin.“ Pacak ist trotz seiner Erfolge bodenständig geblieben. „Daran hatte mein Elternhaus großen Anteil“, meint der 49-Jährige, der mit drei Brüdern aufgewachsen ist. Die Mutter Nachtschwester, der Vater Buchbinder – für Helikoptereltern ist da keine Zeit. Er engagiert sich in der katholischen Jugendarbeit, macht Leichtathletik und kann von sich behaupten, als Stürmer im Fußball erfolgreich zu sein. Und dann kommt die Musik in sein Leben und verändert so ziemlich alles.

Sein DJ-Dasein beginnt mit 14. Er legt die ersten Platten bei Jugend- und Pfarrdiscos auf, wird im neu eröffneten Tanzzentrum Josat-Dörr als DJ engagiert, moderiert und motiviert – und merkt, dass Musik sein Leben ist. Das Wirtschafts-Abi bricht er zugunsten einer Lehre bei ZYX-Records ab, dem damals erfolgreichsten Independent Label Europas für Pop- und Discoproduktionen. Sein Chef ist kein Geringerer als Bernhard Mikulski. „Das war mein Einstieg in die

Musikbranche“, erinnert sich Pacak, der dort alle Abteilungen durchläuft, vom Lager und Importservice über Buchhaltung und Vertrieb. Nach seiner Lehre fängt er als Radio-Promoter bei Bellaphon-Records in Frankfurt an und ist begeistert. „Mit dem Köfferchen in der Hand“ schlägt er bei den Radiostationen auf, spricht mit den Musikchefs und schafft es, die Redakteure davon zu überzeugen, seine Titel auf die Playlist zu setzen. Mit Schlagern der Flippers, von Suzy Quatro und Bernd Clüver verdient er sich die ersten Sporen und knüpft Kontakte, die er noch bis heute pflegt. „Kontakte und Beziehungen sind das A und O eines guten Promoters“, lässt sich Pacak gerne zitieren. Als er zu Marlboro Music/Philip Morris nach München wechselt, feiert er die ersten richtigen Charterfolge, bringt unter anderem Fun Factory und Dan Lucas heraus. Sieben Jahre arbeitet er dort als Berater, baut als Promoter Radio, TV und Video-Abteilung auf.

Sony Music wird aufmerksam auf seine Erfolge; Pacak wechselt, zunächst nach Frankfurt und schließlich Mitte 2000 ins Sony Center am Potsdamer Platz in Berlin. „Das war ein Riesenschritt“, wie er rückblickend sagt. Als „Head of Radio“ verbucht er mit Anastacia und „I’m Outta Love“ und mit Toploader und „Dancing In The Moonlight“ zwei Nummer 1-Hits im Airplay.

Seine letzte Stelle als Promotion-Chef und Produktmanager tritt Pacak 2002 bei Coconut Records in Hennef an. „Eine kleine, aber feine Hitschmiede“, wie er sagt. „Ich wollte nicht mehr zwischen Beruf und Familie pendeln, wollte wieder zurück nach Limburg, insbesondere nach der Geburt meines zweiten Sohnes.“

In dieser Zeit bereitet er seine Selbstständigkeit vor. Am 1. April 2004 ist es dann soweit. Und Pacak hat Glück: Der erste von ihm promotete Künstler ist Philipp Poisel, den keiner der führenden Artists & Repertoire Manager mit seinem Album „Wo fängt Dein Himmel an“ unter Vertrag nehmen will. Pacak erkennt sein Talent, spürt „diese ehrliche Musik“ – und vermittelt Poisel an „Grönland Records“. Herbert Grönemeyer will den unbeugsamen jungen Künstler, gibt Poisel den Plattenvertrag und hält sein Versprechen: Das Album erscheint ohne Änderungen – und schafft es mit 100.000 verkauften Alben zu Goldstatus.

Parallel dazu begleitet Pacak das Plattenlabel Dramatico von Mike Batt und feiert große Erfolge mit der Künstlerin Katie Melua. Pacak versteht sich als Entdecker und Förderer junger Künstler, aber auch als Promoter im Back-Katalog wie den Best Offs von Johnny Cash, Falco, Supertramp, Elvis Presley, Michael Jackson, ACDC oder auch Bob Dylan. „Ich werde daran gemessen, wie oft ein Titel im Radio gespielt wird“, bringt er es auf den Punkt. Doch das alleine reicht ihm nicht.

Vor zwei Jahren hat er sich ein weiteres Standbein geschaffen und eine eigene Edition gegründet. Damit sichert er sich die Rechte an Musiktiteln und ist an den Ausschüttungen der Edition beteiligt. Dort hat er mittlerweile fünf Bands verpflichten können. In der Edition Pacak finden sich Künstler wie der Newcomer aus dem Westerwald Mirko Santocono, David Vidano, Jetzt & Hier, Milou & Flint.

„Immer mehr Künstler kamen auf mich zu, die kein Umfeld hatten, keinen Promoter, keine Plattenfirma, keinen Vertrieb“, erzählt Pacak. Darunter war auch Mirko Santocono, der – wie Pacak sagt – den Ausschlag gegeben habe, einen eigenen Musikverlag zu gründen, der es ihm ermöglicht, in vollem Umfang die Künstler zu betreuen. Die Administration übernimmt der renommierte Roba-Musikverlag.

Und einen Geheim-Tipp hat der Musikpromoter auch noch: Er hat die Limburgerin Melissa Ordonez unter Vertrag, für ihn die „junge Juliane Werding“. Ihr Song „Zeit zu sehen“ wurde auf YouTube über 2,2 Millionen Mal angeklickt. ■

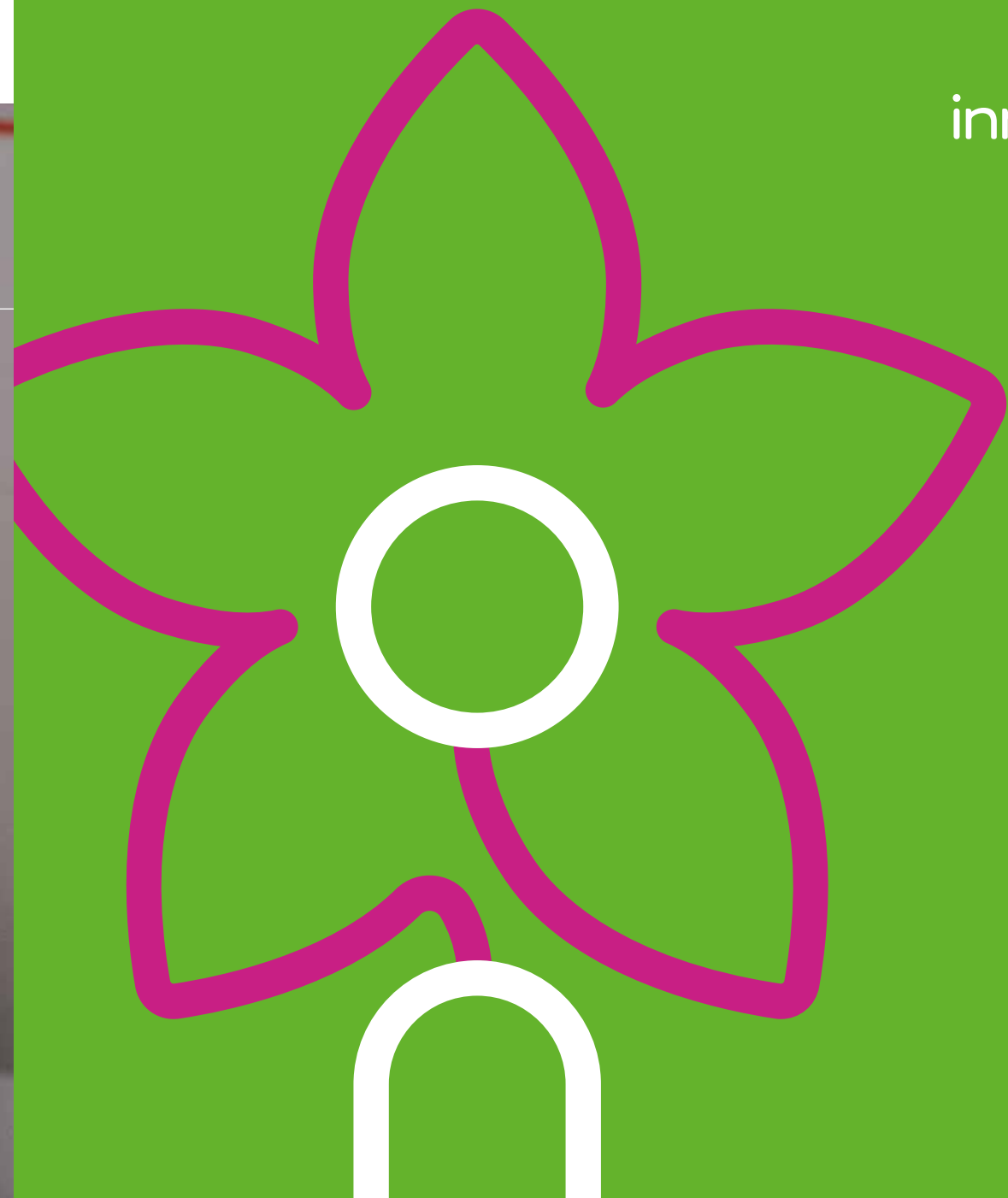
„Kontakte und Beziehungen sind das A und O eines guten Promoters.“

Für blühende Partnerschaften.

Intelligente Netze, smarte Innovationen, erneuerbare Energien – worum auch immer es geht, wir sind an Ihrer Seite als verlässlicher Partner in der Region. Mit Mut, Leidenschaft und Visionen.



innogy





EBERHARD PACAK

- Geboren am 4. November 1970 in der Limburger Brückenvorstadt
- Nach Stationen in Frankfurt, München und Berlin wohnt er jetzt in Eppenrod
- Hat drei Kinder, ist verheiratet mit Stefanie Pacak-Roth aus Eppenrod
- Sohn Lukas tritt in seine musikalischen Fußstapfen, hat auf der Pop-Akademie in Mannheim die Kadenschmiede durchlaufen; an seine leichtathletikbegabte Tochter Mia hat er seine sportlichen Gene vererbt; Sohn Nils ist Geselle und vertritt den handwerklichen Part in der Familie
- War in der Jugend guter Leichtathlet und begeisterter Fußballer beim VFR 07 am Stephansberg, später auch bei der 2. Mannschaft des SVG Eppenrod; heute joggt er und macht Cross-Fit
- Seit 2004 selbstständiger Musikpromoter; hat mit der „Edition Pacak“ seit 2017 einen eigenen Verlag
- Hat überdurchschnittlichen Riecher für gute Songs, hat unzähligen Künstlern Start- und Durchstarthilfe gegeben
- Spielt kein Instrument, kann weder singen noch Noten lesen; Pfeifen klappt ganz gut
- Hat ein Faible für Schottland und William Wallace, war zwar noch nie da, besitzt aber Schwert und Schild

2000 JAHRE SCHIEFERGESCHICHTE

In Mayen daheim, in der Welt zuhause

Ob Burgherr, Einfamilienhaus-Sanierer oder Immobilien-Entwickler - Bauherren schätzen einen uralten Stein: Schiefer. Jeder siebte weltweit verkaufte Schieferstein für Dach, Fassade oder als Fliese für den Innen- und Außenbereich nimmt seinen Vermarktungsweg über die Eifelstadt Mayen.



Vom Rand des Nettetals aus steuert Rathscheck Schiefer, einer der beiden größten Schieferproduzenten der Welt, aus der topmodernen Firmenzentrale eigene umfangreiche Produktionsstätten in Spanien, organisiert Marketing und Vertrieb rund um den Globus und entwickelt neue innovative Produktideen.

Dunkel, edel, schimmernd, 450 Millionen Jahre alt und zeitlos modern: Schiefer hat längst das biedere Image als Baustoff von gestern abgestreift. Der geschärfte Blick auf Natur und Nachhaltigkeit lässt den Stein in völlig neuem Licht glänzen. Frisches Design und günstigere Montagemöglichkeiten setzen aktuelle Trends in einer Geschichte, die vor 2000 Jahren mit einem der ersten römischen Schiefersteinbrüche am Mayener Katzenberg begann.

Seit mehr als 200 Jahren sammelt Rathscheck am Stammsitz Mayen Wissen und Erfahrung rund um Schiefer. 2019 musste die Produktion am Katzenberg eingestellt werden. Die geologische Situation machte dort einen weiteren rentablen Abbau nicht mehr möglich.

Die deutsche Moselschiefer-Produktion für die Altdeutsche Deckung hatte nur noch einen geringen Anteil am Gesamtumsatz.

Bereits Ende der 1970er Jahre begann Rathscheck rund um den Globus mit der Suche nach hochwertigen Schiefervorkommen und strategischen Produktionspartnern. Mit der Bezeichnung InterSIN entstand eine der weltweit bekanntesten Marken für qualitativ hochwertigen Schiefer. Im vergangenen Jahrzehnt sicherte sich das Unternehmen im spanischen Galicien, wo die größten Schiefervorräte der Welt lagern, hochwertige und ergiebige eigene Ressourcen. Sie gewährleisten langfristig in Kombination mit modernsten Produktionsstätten der beiden Tochterunternehmen Cafersa und Castrelos die Versorgung des Weltmarktes.

Rund 500 Schiefer-Spezialisten in Deutschland, Spanien und weiteren Ländern der Erde kümmern sich bei Rathscheck heute um kreative Produktideen für Dach, Fassade, Innengestaltung und Garten- und Landschaftsbau – von der Gewinnung im größten

Schieferbergwerk der Welt im Goldenen Tal im Nordwesten Spaniens bis zur Bauherren-Beratung vor Ort. Als ästhetisch anspruchsvolles und gleichzeitig zeitgemäßes natürliches und nachhaltiges Baumaterial erlebt Schiefer eine neue Wertschätzung. In der minimalistisch-puristischen Architektur des 21. Jahrhunderts ist das Premium-Produkt inzwischen mit großformatigen Rechtecksteinen genauso zuhause wie bei der Sanierung historischer Bausubstanz im traditionellen Stil.

Schiefer ist heute, anders als Dachpfanne oder Putz, kein Standard und hebt sich dank innovativer Rathscheck-Lösungen und vielfältiger Gestaltungsmöglichkeiten von der Konformität vieler Gebäude ab. Als „Revolution“ auf dem Schiefermarkt gilt das noch junge Rathscheck Schiefer-System. Es macht die Montage moderner Rechtecksteine deutlich einfacher, schneller und kostengünstiger – und sorgt mit bündig integrierbaren Solarstromelementen für eine optisch ansprechende wie effiziente Energieversorgung.

KONTAKT

Rathscheck Schiefer

St. Barbara Str. 3 | 56727 Mayen
Telefon: 02651 - 955110

www.schiefer.de



DIE GROSSE FREIHEIT AUF ZWEI RÄDERN



Der Limburger Lukas Schäfer gehört zu den besten Freestyle-Mountainbikern der Welt.



Ohne Stützräder begann für den kleinen Lukas Schäfer die große Freiheit. Am liebsten eiferte er seinem Vorbild, Vater Stefan, nach. Wenn der auf dem Hinterrad fuhr, machte das auf den 5-Jährigen mächtig Eindruck. Seine Helden wurden die Freestyle-Mountainbiker, die er nur aus Filmen kannte. So wie sie wollte er werden. Doch Lukas hat weit mehr geschafft. Als Profi-Freestyler tritt der 24-Jährige mittlerweile gegen die besten Fahrer der Welt an.





Seinen größten Durchbruch feierte er 2018 in München. Dort war er gegen internationale Gegner angetreten und hatte sich Platz 1 gesichert - und damit einen Startplatz für das weltweit größte Medien-Event in Birkenfeld. Mit seinem Sieg in der Kategorie „Best Style“ hatte er für internationale Aufmerksamkeit gesorgt. Einladungen zu weltweiten Wettkämpfen folgten - und Lukas traf eine Entscheidung, die sein Leben verändern sollte: Seit Mai 2019 hat er Freestyle Mountainbiken zu seinem Hauptberuf erklärt. „Ich mache jetzt das, was ich immer wollte“, sagt er zufrieden.

Auf zwei Rädern durch die Kindheit

Seine Leidenschaft fürs Fahrradfahren ist tief in Lukas verwurzelt. Selbst die Bemühungen der Eltern, ihn sportlich mal auf alternative (Fußball-)Füße zu stellen, scheiterten. Ein Glücksfall für ihn: Die Stadt Limburg hatte in der Nähe der Berufsschule auf einem Übungsgelände eine Strecke mit Hindernissen eingerichtet und den ambitionierten Freestylern zur Verfügung gestellt. Die Weichen waren gestellt. „Es wurde der größte Teil meiner Freizeit“, schmunzelt Lukas. An Wettbewerbe hatte er aber bis dato keinen Gedanken verloren. Das sollte sich 2008 ändern.

Zum 13. Geburtstag überraschten ihn seine Eltern mit einem besonderen Geschenk. Gemeinsam mit 50 deutschen Moun-

tainbikern durfte er in den Skaterpark nach Barcelona reisen und dort mit seinen großen Vorbildern fahren. Sie wurden sein erklärtes Ziel.

Doch zunächst einmal galt das Augenmerk seiner beruflichen Laufbahn. Dem Radsport treu, absolvierte er eine Ausbildung zum Zweiradmechaniker in Bad Camberg. Zeitgleich nahm er an seinem ersten Wettkampf in Koblenz teil. Und gewann auf Anhieb in zwei Disziplinen. Kleinere Wettbewerbe folgten, viele davon mit Podiumsplatzierungen. Doch Lukas wollte mehr. Um alles unter einen Hut zu bekommen, entschloss er sich, Teilzeit zu arbeiten. Beim ersten internationalen Wettbewerb in Schweden landet er auf Platz 3. Mit dem Erfolg stellen sich auch die ersten Sponsorenanfragen ein, die Medien werden auf ihn aufmerksam. Für ein Magazin liefert er eine Fotostory aus Marrakesch. Sein Leben dreht sich zunehmend ausschließlich um den Sport. Ihn zum Hauptberuf zu machen, ist nur konsequent.

Kopf und Kragen

Von größeren Verletzungen sei er zum Glück verschont geblieben, sagt Lukas. „Lediglich“ einen Halswirbelbruch, eine Schultergelenkssprengung und eine Gehirnerschütterung habe er mal davongetragen. „Das kann passieren, wenn man aus sechs Metern Höhe fällt“, meint er und fügt hinzu:

„Das Risiko fährt immer mit und ist ein wichtiger Bestandteil. Der Respekt vor der Gefahr lässt uns umso fokussierter Höchstleistungen bringen. Fehler können dennoch passieren, aber wie in den meisten Freestyle Sportarten können wir eben selbst entscheiden, wie weit wir gehen.“ Das lerne man mit der Zeit. Und noch etwas stelle sich ein: die Fähigkeit, sein Fahrrad fühlen zu können.

Und das ist wichtig, wenn es in den Wettbewerb geht. Denn eine Distanz von 20 Metern (von der Absprungrampe bis zum Landepunkt) und eine Höhe von bis zu 8 Metern erfordert höchste Konzentration. „Beim Wettkampf geht es nicht um eine perfekte Kür“, erklärt Lukas, „sondern darum, sein fahrerisches Können in einer kreativen Art und Weise zu zeigen.“ Das kann dann ein Backflip (Rückwärtssalto) sein, kombiniert mit freihändig Fahren und Lenkerdrehen oder mit 360°-Seitwärtsrotation.

Verletzungsfrei geerdet wird Lukas, wenn er wieder nach Hause kommt. Denn dort warten Freundin Sarah und die englische Bulldogge Foxy auf ihn. Sarah hat er im Übrigen auf der Eurobike in Friedrichshafen kennengelernt – wie könnte es anders sein. ■

Text: Edith Billigmann; Fotos: Edith Billigmann, Florian Breitenberger, Marcus Fischer, Oscar Tepelmann

ANZEIGE

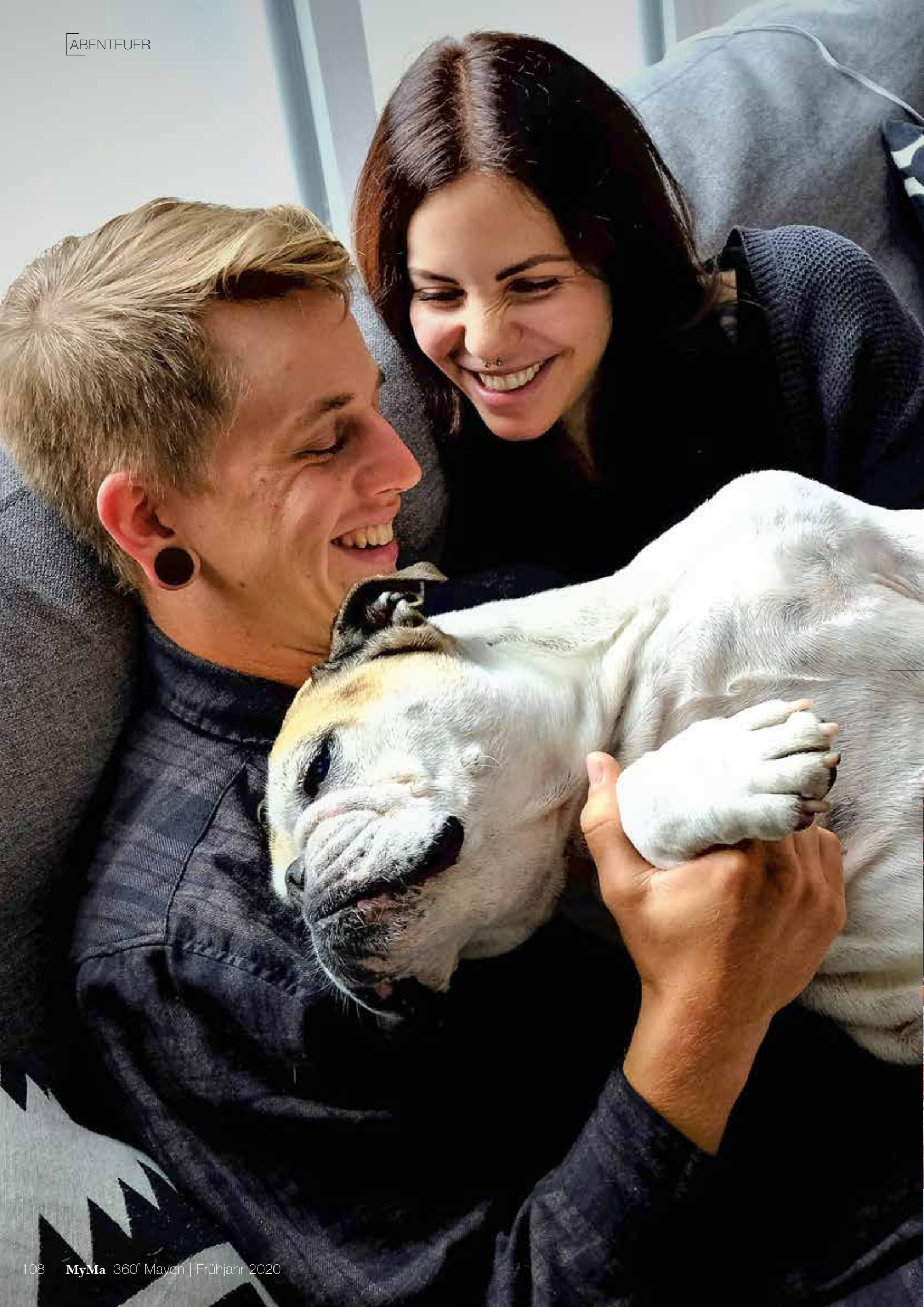
Alois Kast

**Ihr Ansprechpartner
in Sachen**

**GARTENTECHNIK
FORSTTECHNIK
KOMMUNALTECHNIK**



Alois Kast
Maschinenvertriebs GmbH
Polcher Straße 103
56727 Mayen
Tel.: 02651-5051
E-Mail: info@kast-mayen.de
www.kast-mayen.de



LUKAS SCHÄFER

- geboren am 1. Februar 1995 in Lahnstein, aufgewachsen in Linter bei Limburg
- ist Profi-Freestyler, gehört zur Weltelite
- fährt seit seinem 5. Lebensjahr Mountainbike
- hat 2008 im Skaterpark in Barcelona ein Schlüsselerlebnis und seitdem den festen Entschluss gefasst, Freestyle Mountainbiker zu werden
- nimmt erstmals 2016 am internationalen Wettkampf in Schweden teil und belegt den dritten Platz
- startet 2018 international durch, gewinnt den Freestyle-Wettbewerb in München
- belegt in der Kategorie „Best Style“ Platz 1 beim größten internationalen Medien-Event in Birkenfeld
- Instagram.com/lukasschaefer_mtb



ANZEIGE

Über 30 Jahre Ihr Suzuki Partner in der Region



...bei uns sind Sie in guten Händen!!!



SUZUKI WÖLM

- VERKAUF
 - SERVICE
 - REPARATUR
 - UNFALL-INSTANDSETZUNG
- 56727 Mayen · Polcher Straße 128
Telefon (02651) 4531

NATURLIEBE TRIFFT ART DECO

DESIGNHIGHLIGHTS DER AMBIENTE FRANKFURT

Text: Karin Adelfang | Fotos: livingpress | Messe Frankfurt



Wenn mehr als 100.000 Einkäufer aus mehr als 100 Ländern mit 4.635 Unternehmen aus 93 Ländern zusammen kommen, dann liegt das an der weltweit größten Konsumgütermesse: die Ambiente in Frankfurt zeigt jährlich die neuesten Trends und in den Bereichen Dining, Living und Giving. Die Verleihung des German Design Awards im Rahmen der Messe zeigt, wie wichtig und richtungsweisend das jährliche Treffen der Designer und Branchengrößen ist. Unsere Impressionen der diesjährigen zeigen die widersprüchlichen aber gut

kombinierbaren Modeerscheinungen: Die neue Naturliebe und die neu entdeckte Liebe zu Glamour und Glitzer. Das grüne Gewissen ist eines der wichtigsten Themen unserer Zeit. Und vor allem die Erkenntnis, dass jeder Einzelne, egal ob jung oder alt, die Welt ein bisschen besser machen kann. Selbst wenn es erst einmal nur im Kleinen beginnt, mit einem bienenfreundlichen Balkon oder nachhaltigem Umgang mit Lebensmitteln. Doch auch Tendenzen in Richtung Hollywood Regency, Art Deco und Eklektizismus prägen das Bild in den Messehallen. ■

ANZEIGE

trends 2020

precise + architectural mood

- konzentriert concentrated
- klar clear
- minimalistic minimalistic
- prägnant concise
- anspruchsvoll sophisticated
- konstruiert structured



ambiente

© Messe Frankfurt Exhibition GmbH

WIR HOPFEN NUR DAS BESTE.



Hierfür geben wir unser Bestes. Das garantiert im Namen unserer Mitarbeiter Ihr Jens Geimer

- 100% Aromahopfen
- Traditionell gebraut
- In Ruhe gereift

hachenburger.de



Natürlich besser leben.



Mit dem **natürlich hohen Hydrogencarbonat-Gehalt von 1.846 mg/l** und einer einzigartigen Mineralisation. Fein perlend und angenehm im Geschmack wird Staatsl. Fachingen seit jeher von Menschen getrunken, die auf ihre Säure-Basen-Balance achten. Beste Voraussetzungen für unbeschwerter Lebenslust.

www.fachingen.de/hydrogencarbonat

**STAATL.
FACHINGEN**

Das Wasser. Seit 1742.