

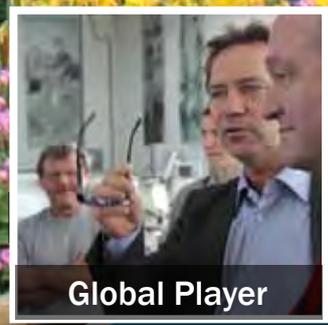
Lichtenfels



Stil aus Lichtenfels



3. Flechtkulturlauf



Global Player

**FIT IN DEN
FRÜHLING**

**Oberfrankens
größtes Osternest am 30. März
auf dem Lichtenfelser Marktplatz**

I LEIK IT.

Geschaffen durch
Feuer und Stein



UBER DIE FAHRE QUALITÄT & GENUSS
UBER DIE FAHRE QUALITÄT & GENUSS

TAG DES BIERES

SONNTAG
21.04.2013
AB 11 UHR

BRAUEREIHOF
LANGHEIMER STRASSE 14

MIT DEN **ROCKIN' DINOS**
UND DEM BESTEN RUND UMS BIER...

Leikeim

www.leikeim.de

Einzigartig, karamellig –
das Steinbier von Leikeim.

Beste Braugerste aus unserer Heimat und traditionelle Braukunst kommen beim Original Steinbier zusammen. Die Landwirte im Verein Main-Jura-Natur bauen die Braugerste nach speziellen Kriterien in der Genussregion Obermain an. In der Bamberger Mälzerei wird die Gerste separat vermalzt. So ist garantiert, dass für das Original Steinbier tatsächlich regional angebaute Braugerste verwendet wird – garantierte Herkunft die man schmeckt!





Vor wenigen Wochen schrieb ich in einem Artikel von der Dunstglocke der Verdammnis. Das bezog sich auf eine gewisse Stimmungslage in Lichtenfels, geschah im Rahmen einer Glosse und war freilich gewollt überspitzt. Satire darf das und darf noch mehr, meinte einst Kurt Tucholsky. Vielleicht lag es aber auch am fehlenden Sonnenlicht in diesem langen Winter. Ich ziehe meine Dunstglocke nun zurück und stelle fest: Alles ist interessant, es kommt nur darauf an, wie lange man hinschaut. Noch so ein Dichterwort, diesmal von Flaubert. In und um Lichtenfels gibt es tatsächlich eine Menge zum Hinschauen. Ich meine nicht die ewig zitierte Landschaft, die sowieso. Ich meine die Pffiffigkeit manch heimischer Unternehmen. Es gibt Weltmarktführer in Lichtenfels, Innovationspreisgewinner, Global Player, Ausbildungslöwen und patente Patentanmelder. Oberfranken hält eine der erstaunlichsten Industriedichten der Welt vor. Hätten Sie das gedacht? Lichtenfels hat seinen Anteil daran. Und die Reichhaltigkeit der Vereinsleben reicht von Geselligkeit bis Kuriosität. Es macht Freude, die Heimat neu zu entdecken und es lohnt sich, länger hinzuschauen. Das Stadtmagazin will dazu seinen Beitrag leisten. Einen schönen Frühling wünscht Ihnen Ihr

Markus Häggberg

Inhalt Themen und Rubriken



- 6 Unternehmensvorstellung: Friseur Seubert**
- 8 Raiffeisen-Volksbank: Sterne des Sports**
- 10 Unternehmensvorstellung: Roberto Bauer**
- 12 Ein Festival rockt die Innenstadt**
- 13 Fit in den Frühling**
- 14 Richtig trinken - gesünder Leben**
- 16 Unternehmensvorstellung: Unternehmensgruppe Hofmann**
- 19 Vereine stellen sich vor: Städtepartnerschafts Komitee e.V.**
- 20 3. Flechtkulturlauf**

- 22 Unternehmensvorstellung: Haus der Sicherheit**
- 24 Das größte Osternest Oberfrankens**
- 26 Stadtteile stellen sich vor: Schney**
- 28 OBI erwartet den Frühling**
- 30 Unternehmensvorstellung: Trendelement GmbH**
- 33 Leikeim: Der Export des guten Geschmacks**
- 34 Vereine stellen sich vor: Turnerschaft Lichtenfels e.V.**
- 36 Making of Stadtmagazin**
- 38 Sparkasse Lichtenfels: Verabschiedung Gerhard Pohl**



enz



16

Unternehmensgruppe
Hofmann



10

Stil aus Lichtenfels



30

In Freundschaft verbunden

Impressum Stadtmagazin Lichtenfels

Herausgeber:

Verantwortlich i.S.P.:

Redaktion:

Layout und Gestaltung:

Druck:

Stadtmarketing Lichtenfels e.V.

Werner Schiffgen

Markus Häggberg, Harald Neumann

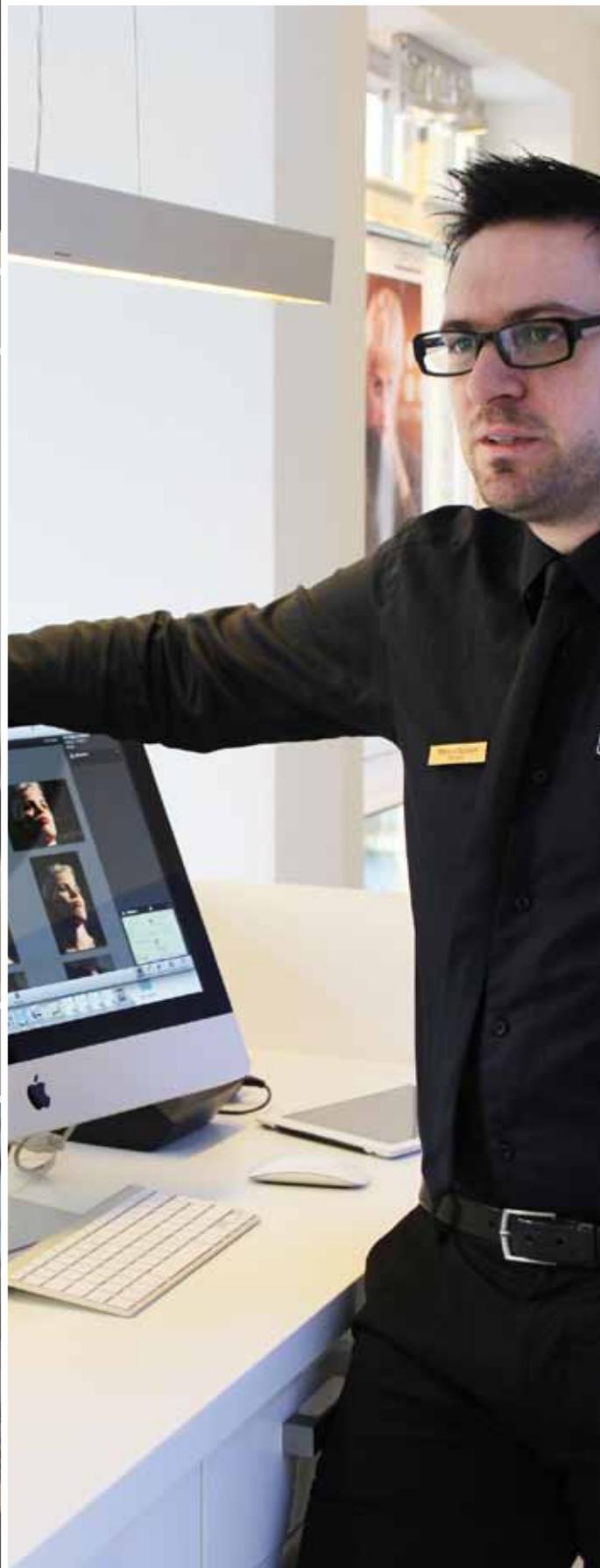
creativmarketing, Lichtenfels

creo Druck & Medienservice GmbH

Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Nachdruck von Berichten und Fotos nur nach Genehmigung. Redaktion, Autoren und Verlag übernehmen keine Haftung für die Richtigkeit des Inhalts.

Citymanagement, Ringgasse 4, 96215 Lichtenfels, Tel. 095 71-9 4890 88
citymanagement@lichtenfels-city.info

Ein Friseur - doppelt schön



Nein, es ist eben nicht so, dass ein Friseur nur Haare schneidet.

Nicht wenn er selbständig ist und nicht wenn er seinem Beruf Zukunft bieten will. Schon gar nicht, wenn er einen Anspruch an sich selbst hat. Es beginnt also mit Anspruch.

„Was hat Deutschland groß gemacht? Das war immer Qualität, wir haben uns nie über den Preis definiert“, sagt Markus Seubert. Nischen finden, Qualität bieten und seinen Preis rechtfertigen, das alles lässt sich in dem Metier eines Friseurs umsetzen.

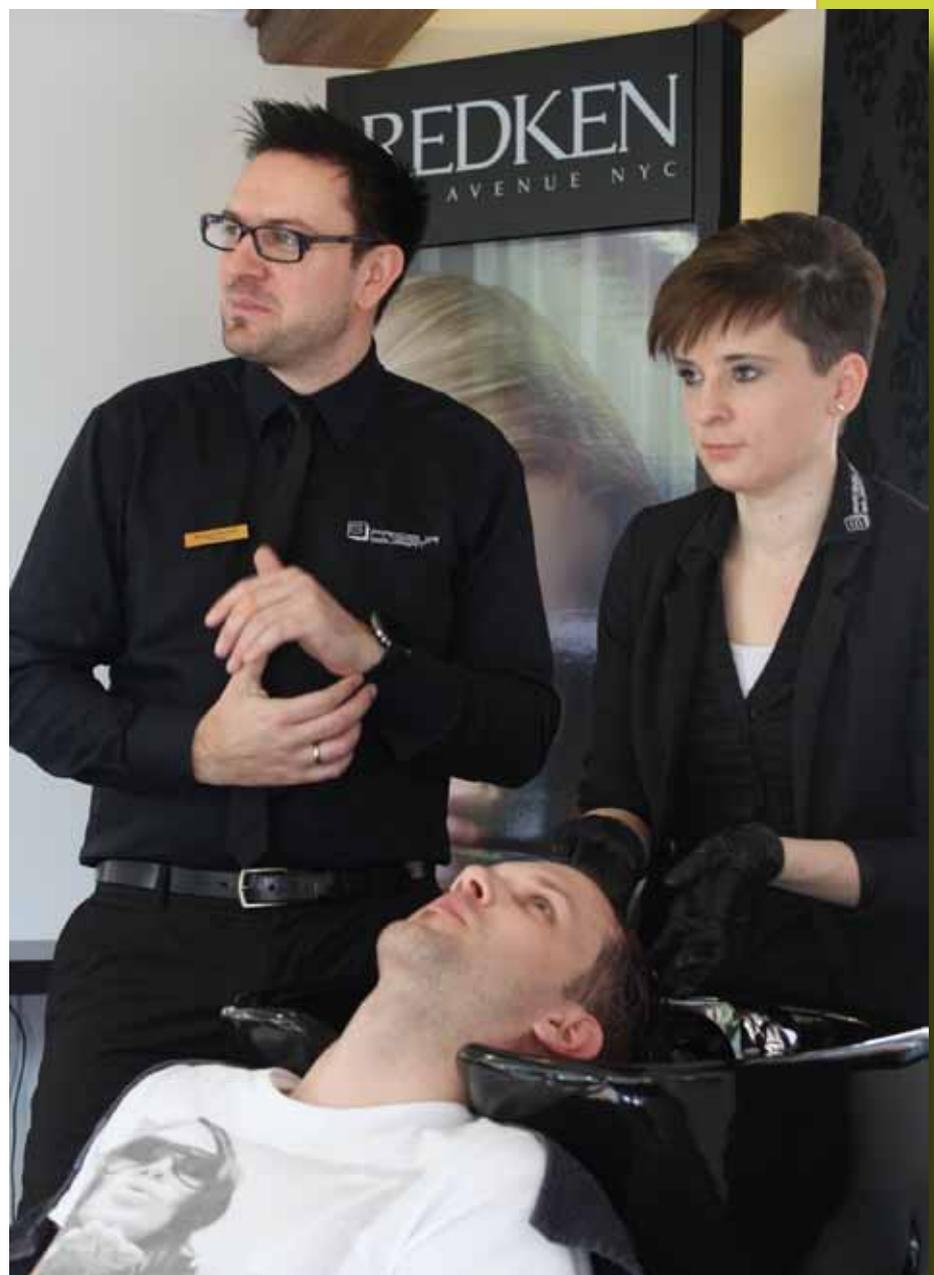
Er, aus Mitwitz stammend, hat sich „bewusst“ für den Standort Lichtenfels entschieden. Weil er „die Vorzüge einer Stadt und die Freundlichkeit des ländlichen Raumes“ verbinde. Für den Standort Badgasse hat er sich 2001 nach einem Tag des Beobachtens entschieden. Auf einer Bank sitzend, die Atmosphäre der Straße in sich aufnehmend. Als Bestandteil einer „Standortanalyse“. Heute ist er sehr angetan von der Nachbarschaft in der Gasse und überlegt an einem Konzert eben dort.

Markus Seubert ist ein noch junger Mann. Als er wusste, womit er sein Leben bestreiten würde, war er noch weit jünger. Als er wusste, was er ganz bestimmt nicht wollte, war er noch ganz jung. Praktikant in einem bürokratischen Beruf. Das war´s, aus, Schluss damit. Von dem Tag an war dem späteren Meisterfriseur klar, dass es der Mensch sein soll, dessen Nähe er suchen möchte. Der Mensch aber besteht aus Mann und Frau. Mit all den dazugehörigen Unterschieden und Eigenheiten. Um diese zu kultivieren und die Dienstleistung Friseurbesuch neu zu entdecken, ist Seubert bereit, alte Zöpfe abzuschneiden. Der junge moderne Friseur betreibt in der Badgasse an zwei Adressen einen Herren- und Damensalon in gegenseitiger Nachbarschaft. Frauen- und Männerseelen dürfen sich dort im 90°-Winkel zueinander in einen Kurzurlaub begeben, während geschultes Handwerk sein Übriges tut. Helle Farben, ein Gläschen Sekt bei Belieben, Internetzugang für die Auswahl der richtigen Frisur, gesichtsgeometrische Vermessung zum gleichen

Zweck, elegant-freundliches Interieur als Umgebung für das Fallenlassen unter Frauen. Damensalon. Prinzip Austausch und Lebensbejahung. Wenige Meter entfernt dazu eine stillichere Alternative: dunklere Farben, gedrungene Möblierung, Möglichkeit zur Rasur, Mischung aus Saloon und Rock-Café. Prinzip Höhle, heimlicher Rückzugsort für Männer. Das Bier im Kühlschrank, die E-Gitarre im Schaufenster, die Zigarre danach vielleicht in naher Zukunft. In diesen jeweiligen Atmosphären gelingt es Männern und Frauen, sich ungezwungen zu geben. „Die Gespräche sind lockerer geworden“, weiß Seubert zu berichten. Damit ist nichts anderes gemeint als die unleugbare Tatsache, dass man manchmal ganz gerne entspannt unter sich bleibt.

Markus Seubert hat so Ideen. Von denen hat der 33-Jährige schon einige umgesetzt. Mit Erfolg, was den Anspruch bestätigte sowie Horizont und ein Gespür für Wechselwirkungen nahe legt. Wer sich beispielsweise als Chef hinterfragt, der gewinnt an Glaubwürdigkeit. Auf diese Weise wiederum motiviert er die Mitarbeiter, die dadurch mit Freude bei der Sache sind. Was sich wiederum auf die Qualität des Services auswirkt. Das funktioniert auch über faire Bezahlung und monatliche Meetings, bei denen Verbesserungen im Betriebsablauf mit einem Referenten besprochen werden. Einmal monatlich freuen sich die Mitarbeiter auf eine interne Schulung, zur Verbesserung der handwerklichen Fertigkeiten. Zudem verpflichtet sich jeder Mitarbeiter zu drei Fortbildungsseminaren pro Jahr. Ehrensache. Gute Mitarbeiter sind ein Standbein und Qualitätsmerkmal. Um auf der Höhe der Zeit zu sein, fliegt das Seubert-Team alle zwei Jahre auf eine bedeutende Fachmesse nach London.

Seubert will anders sein. Bewusst. Bewusst anders in Lichtenfels. Darum auch das besondere Entgegenkommen zum Männlichen und Weiblichen. Nagelpflege während der Einwirkzeit beim Haarfärben, Kopfmassage, Rasur. Ein betonter Damensalon, ein betonter Herrensalon. Das trennt nicht, es führt zusammen. In Wohlbefinden. Letztlich ginge es darum, dass die Menschen wohlbefindlicher gehen als kommen. Darum ist er Friseur geworden. Ansonsten hätte er ja auch Techniker oder Bürokrat werden können.



**Badgasse 9,
96215 Lichtenfels**

Die „Sterne des Sports“ leuchten wieder in Lichtenfels

Auch in diesem Jahr können sich wieder die Vereine im Landkreis Lichtenfels bei der Raiffeisen-Volksbank Lichtenfels-Itzgrund eG bewerben.

Die Auszeichnung

Die „Sterne des Sports“ sind eine Auszeichnung, die an Sportvereine für ihr soziales Engagement vergeben wird. Der gesellschaftliche Einsatz innerhalb des Breitensports wird mit diesem Preis belohnt, nicht die sportliche Höchstleistung. Den „Sternen des Sports“ geht es um die B-Note, nicht die A-Note. Dieser Wettbewerb würdigt kreative, innovative Maßnahmen in Bereichen wie Gesundheit, Jugendarbeit, Integration, Gleichstellung.

Seit 2004 vergeben der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) und die Volksbanken Raiffeisenbanken die „Sterne des Sports“, verbunden mit einer Geldprämie auf kommunaler, Landes- und Bundesebene. Jährlicher Höhepunkt ist die Verleihung des „Großen Stern des Sports“ in Gold an den Bundessieger im Rahmen einer feierlichen Abschlussgala in der Hauptstadt, in diesem Jahr verliehen durch Bundespräsident Joachim Gauck.



Welt- und Europameister Fabian Hambüchen ist der Botschafter der „Sterne des Sports“.

Mit ihrer Initiative „Sterne des Sports“ haben sich der DOSB und die deutschen Volksbanken Raiffeisenbanken zum Ziel gesetzt, auf die Verdienste des Breitensports aufmerksam zu machen und diese entsprechend zu würdigen. Diese Auszeichnung möchte die Vereine motivieren, Maßnahmen zu gründen, die auf die besonderen Probleme vor Ort reagieren.

Die „Sterne des Sports“ möchten außerdem die Vereine fördern, sie in ihrer Vorbildfunktion stärken und Andere zur Nachahmung anregen.

Teilnahme

Die Raiffeisen-Volksbank Lichtenfels-Itzgrund eG schreibt auch in diesem Jahr wieder die "Sterne des Sports" aus. Am Wettbewerb können all die Vereine teilnehmen, die ihre Sportstätten im Geschäftsgebiet der Bank haben. Alle Einzelheiten können Interessierte in der Geschäftsstelle vor Ort erfragen oder im Internet unter www.rv-bank-lif.de.

Rückblick: Preisverleihung 2012

Bei der letzten Preisverleihung wurden die Vereine vor Ort für ihr vorbildliches Engagement ausgezeichnet. Die Volksbanken und Raiffeisenbanken im Landkreis Lichtenfels konnten den Großen Stern in Bronze an die Ju-Jutsu-Abteilung des TSV Küps mit ihrem Projekt „Gewaltprävention“ verleihen. Einen kleinen Stern erhielten die Mountainbike-Kids des TV Redwitz sowie der TSV Staffelstein mit dem „Obermain-Marathon“.



Das Bild zeigt die drei Sieger-Vereine der Preisverleihung 2012 mit Spendenübergabe bei der feierlichen Gala im Stadtschloss Lichtenfels. Mit auf dem Bild die Bürgermeister, Ju-Jutsu-Weltmeisterin Carina Neupert, Jury-Mitglieder sowie die Vertreter der Volksbanken und Raiffeisenbanken im Landkreis Lichtenfels.



Fabian Hambüchen



„Engagement zeigen“

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Verantwortungsvoll, gemeinnützig, engagiert vor Ort. Diese Eigenschaften zeichnen unser gesellschaftliches Engagement aus. Für unsere Mitglieder, für unsere Kunden, für die Menschen in unserer Region. Dieses gesellschaftlich verantwortliche Handeln unterscheidet uns von anderen Banken.
www.rv-bank-lif.de | 09571/7970

**Raiffeisen-Volksbank
Lichtenfels-Itzgrund eG**



ROB vertraut auf Lichtenfels



**Roberto Bauer
und Tochter
Sara Bauer-Oertel**



Roberto Bauer traut Lichtenfels viel zu. Schon aus Tradition. In wenigen Jahren wird es 30 Jahre her sein, dass sich der gebürtige Coburger für Lichtenfels als Unternehmensstandort entschied. Seitdem gehört „ROB“ zum Unteren Tor wie das Marzipan zu Lübeck, seitdem hat er ein Stadttorfest aufgezogen und seitdem ist er den Lichtenfelsern ein Begriff. Er gilt vielen als ein Herrenaustatter, der exklusive Ware im Schaufenster zeigt. Oder als einer, der einen Modeladen führt. Aber wer ist der Mann eigentlich wirklich?

Ein Gernleser. Ein Vielleser. Roberto Bauer ist nicht selten mit Buch untern

**Bamberger Straße 2
96215 Lichtenfels**

Arm anzutreffen. Kulturelles, Psychologisches, Geschichtliches, Fachliches. Der 60-jährige Ex-Bayernligaspieler (Fußball), der immer ausgeglichen zu sein scheint, ist auch ein Verehrer präziser Begriffe. Als solcher weiß er um die Unterschiede zwischen Mode und Stil. Längst nicht dasselbe. Wer Mode und Stil in einen Topf wirft, der liegt grundlegend falsch. Stil liegt der Persönlichkeit des Menschen zugrunde, ist verlässlicher. Moden hingegen kommen und gehen und die Abstände zwischen Weggang und Wiederkehr werden immer kürzer. Das kann Bauer in den Metropolen Europas beobachten. Dann, wenn er sich als Trendscout in Straßencafés begibt. In den Metropolen werden die Trends geboren. Auf deren Straßen, genauer gesagt. Hier beginnt das Cross-over, das Überkreuzen und Verschmelzen von unterschiedlichen Einflüssen. So gesehen, ist der 60-Jährige immer am Puls der Zeit.

Aber um Moden allein geht es Bauer schon mal gar nicht, denn sie sind launisch und wechselhaft. Stil aber bleibt, ist zeitlos. Den Stil eines Menschen sieht er als dessen Visitenkarte. „Kleidung ist Ausdruck der Persönlichkeit“, bilanziert er zum bekleideten Menschsein. Auf das, was den Menschen ausmacht, das, was seine Liebenswürdigekeit und seine Würde unterstreicht, will Bauer hinweisen. Und das ist individuell. Folglich gibt es bei ROB Individualitäten nicht von der Stange. Die gibt es in ROBs Maßschneiderei.

„Du hast keine zweite Chance auf den ersten Eindruck“, heißt eine goldene Regel in seiner Branche. Sie gilt für alle, die sich unter Menschen begeben müssen. Und von dieser Seite betrachtet, erklärt sich die Fürsorgepflicht eines Herrenausstatters für seinen Kunden. Auf Bauers Typberatung verlassen sich viele Menschen zwischen München und Ruhrgebiet, zwischen Hamburg und Berlin. Nicht nur unbekannte.

Als sich Roberto Bauer 1986 selbständig macht, hat er die Korbstadt schon längst lieb gewonnen. 13 Jahre lang war er Geschäftsleiter vom Modehaus Wagner. Jetzt will er einen leistungsstarken Herrenausstatter in Lichtenfels etablieren. Die Marke ROB entsteht. ROB ist Ambiente und Internationalität im Angebot, geistige Frische und alljähr-

liche Fortbildung.

Wenn er an seine Anfänge denkt, dann kommt ihm sein Lehrherr in den Sinn. „Mein Chef hat mir 16 - Jährigen Geld in die Hand gedrückt. Nach dem Motto „Mach` mal“. Bauer machte. Auch seinen Weg. Von der Pike auf. Noch während der Lehre (!) zum Einzelhandelskaufmann leitet er eine Boutique, dekorierte nebenbei und führte noch eine Schneiderei für Anoraks und Shorts. Dabei wird es nicht bleiben, denn der junge Mann verspürt den Drang zur Weiterentwicklung. Das setzt Weiterbildungen voraus. Bis heute beinahe alljährliche. So besucht er die Fachschule des deutschen Textilhändels in Nagold, um sich betriebswirtschaftlich und in Bezug auf Waren weiterzuentwickeln. Es folgt das Bestehen der Ausbildereignungsprüfung. Seit 30 Jahren ist Bauer als Prüfer für Kammern tätig. Weitere Stationen waren Management-Training an der Dale-Carnegie-Schule, Marketing-Energie und Unternehmer-Energie. Et cetera, et cetera.

Es geht nicht ums schnöde Verkaufen. Arbeitszeit sieht Bauer als Lebenszeit und wenn aus Kunden Gäste werden – umso besser. Kaffee und gutes Gespräch inklusive. Roberto Bauer weiß, was ein Kunde einstmals bei ihm gekauft hat. Er bewahrt im Gedächtnis abgespeichert, welche Weste, welche Hose, welcher Schal, welches Jackett sein Kunde noch besitzt. Und also fragt er sich, was sich damit kombinieren ließe. Da ist er wieder, der Gedanke um den persönlichen Stil. Es ist noch gar nicht lange her, da machte dies im Hause Bauer einer der Großen des Modejournalismus in einem Vortrag deutlich: Bernhard Roetzel. Sein Buch „Gentleman – Handbuch der klassischen Herrenmode“ wurde in 18 Sprachen übersetzt und ist das Standardwerk zu Fragen um Stil und Geschmack. Es handelt auch von der Kunst des Kombinierens.

„Man muss sich alles jeden Tag neu erarbeiten“, befindet Bauer. Dieses Credo haben auch seine Kinder verinnerlicht. So auch Tochter Sara, studierte Bekleidungsfachwirtin. Abwerbungsgesuchen aus anderen Städten gab er immer einen Korb. Lichtenfels ist sein Standortbekenntnis.



Ein Festival rockt die Innenstadt

Das Kreisjugendfest wirft seine Schatten voraus. Alle zwei Jahre findet es statt. Immer woanders, immer in einer anderen Ecke, einer anderen Gemeinde des Landkreises. Es will zu den Jugendlichen, um sie darüber zu informieren, welche Hobbys, welche Vereine, welche Veranstaltungen lohnen könnten. Nun aber ist alles ein wenig anders. Das Kreisjugendfest 2013 verschlägt es am **23. Juni** in die Mitte des Landkreises, nach Lichtenfels. Und es findet nicht wie üblich auf einem Sportplatz statt, es wird in die Innenstadt kommen. Vor allem aber bleibt es nicht das einzige Fest, denn es besteht eine Koppelung zu einem Rock-Festival. So etwas hat die Innenstadt noch nicht gesehen.

Am Anfang stand eine Erhebung, Meinungsumfrage bei Vereinen. Claudia Lang, Geschäftsführerin des Kreis Jugend Rings, spricht von einem dreiviertel Jahr Vorlaufzeit, welches so ein Kreisjugendfest benötigt. In dieser Zeit hat der KJR (Kreis Jugend Ring) bei Vereinen im Landkreis angefragt, ob sie sich am Kreisjugendfest beteiligen und wenn ja, mit was? Eine „unverbindliche Form, Vereine kennenzulernen“, nennt Claudia Lang die Möglichkeiten, die ein Kreisjugendfest den Vereinen bietet. Eine Win-win-Situation: die einen benötigen Nachwuchs, die anderen einen Überblick über das, was es alles gibt. Diese Anderen, das sind die jungen Menschen im Landkreis, die sich oft fragen, wo sie hingehen und was sie unternehmen können.

Heavy Metal auf dem Marktplatz

Stefan Beier kann von „offenen Armen“ berichten. Der Mann von der Islinger CFB-Eventagentur ist seit drei Wochen in Lichtenfels unterwegs und was er zu hören bekomme, sei kein Nein. Erstmals soll es Metal-Bands auf dem Marktplatz geben. Dann, wenn das Kreisjugendfest vorüber ist und der Abend anbricht. Bühne und Anlagentechnik sind hochwertig, die Bands aber zumeist noch unbekannt. „Das wäre eine super Bühne für die, mit 2000 Zuschauern - das haben die noch nie gehabt“, sagt Beier. Für jede der insgesamt fünf auftretenden Band gilt das nicht. nulldB aus Würzburg ist eine Band, die schon mit dem legendären Alt-Rocker Alice Cooper getourt ist. Sie gehört auch zum kommenden Programm in Wacken. Aber Petty Tyrant, The Doods, Infected Authoritah oder Ever Dream, Teilneh-

mer des Wettbewerbs „Der Landkreis rockt“, werden erstmalig vor einem solchen Auditorium spielen. Die Bühne wird dabei in Richtung Stadtpfarrkirche gerichtet sein. „So stand sie noch nie“, weiß Beier. Die Bands, so lässt er wissen, hätten es sich nicht nehmen lassen, aufgrund der langen Freundschaft mit CFB-Events ohne Gage zu spielen. So, wie übrigens alle Band keinerlei Geld für Auftritte erhalten. Somit könne dieser Teil des Kreisjugendfestivals eintrittsfrei gehalten werden.

Reichhaltiges Jugendprogramm

Auch der Lichtenfelser City-Manager Werner Schiffgen hat seinen Anteil am Zustandekommen des Kreisjugendfest, erklärt Claudia Lang. Im Büro des KJR gehen derzeit die Antworten der Vereine ein, die sich durch die Erhebung zur Teilnahme äußern. 30 Vereine seien es bis dato, die ihre Beteiligung zugesagt haben. Kletterwand, Hundesport, Taekwon-Do-Mitmach-Training, Armbrustschießen, eine Schnitzeljagd per GPS, Bullriding, und Bühnenshows wird es geben. Dart-Wettbewerbe und Schach, Laser-Biathlon oder ein Riesen-Memory sind zusätzliche Anreize für einen Besuch. Auch schweres Gerät der Feuerwehr wird ausgestellt werden. Zwischen Oberem Tor, Laurenzistraße und Unterm Tor wird der Marktplatz der Jugend gehören. Ab 11 Uhr morgens. Fünf Stunden später wird das Rock-Festival eröffnet. Aber schon tags zuvor, am 22. Juni, wird CFB-Events gemeinsam mit Partnern der Lichtenfelser Geschäftswelt bei einem Stadtfest ab 12 Uhr ein musikalisches Programm auf dem Marktplatz bieten. Christian Bauer and Friends unterhalten ab dem frühen Nachmittag die Besucher. Ab 19 Uhr werden es die legendären Silhouettes sein. Auf eine ZUMBA-Show und eine Autoverlosung darf der Marktplatz auch gespannt sein.



KREIS JUGEND RING LICHTENFELS
KREIS JUGEND RING FEST Special Quest
Petty Tyrant nulldB
EINTRITT FREI!!!
THE DOODS INFECTED AUTHORITAH
23.06.2013
Marktplatz LIF
www.facebook.com/events/300281210097773

FIT IN DEN FRÜHLING

Ist Ausdauertraining wirklich der beste Fettverbrenner?

Wir haben uns sehr gefreut, als uns die Macher des Stadtmagazins gefragt haben, ob wir ein paar Tipps und Tricks aus unserer langjährigen Fitness-Erfahrung im Studioalltag auf Lager hätten und z.B. häufig gestellte Fragen in dieser „Gesundheits- und Fitness-Kolumne“ beantworten möchten.

Gleich zu Beginn klären wir eine sehr interessante Frage: Was ist, um Fett zu verbrennen, besser als Ausdauertraining?

Zum Thema Fettverbrennung sind viele Irrlehren im Umlauf.

Die meisten Abnehmwilligen und Fitnessbegeisterten glauben, dass Ausdauertraining, wie z.B. Radfahren, Nordic Walking, Joggen, Schwimmen, Stepper, Crosstrainer usw. der beste Fettverbrenner sei. Doch diese Annahme ist falsch!

Wussten Sie schon, dass Muskeltraining eine Nachbrennphase, je nach Intensität ihres Trainings, von bis zu 72h hat? Wohingegen ein Ausdauertraining Ihren Stoffwechsel nur für 9h anregt.

Muskeltraining kann hierbei 8x mehr Kalorien verbrennen als Ausdauertraining.

Zusätzlich ist ein Muskeltraining von z.B. 45 min., einem Ausdauertraining im „optimalen Puls zur Fettverbrennung“ von 45 min., auch in punkto Gesamtkalorienverbrauch während der Trainingseinheit überlegen.

Was bedeutet nun Muskeltraining?

Gesundheits- und fitnessorientiertes Muskel- oder Krafttraining wird je nach Trainingsziel an Fitnessgeräten, mit Langhantel oder mit Kurzhanteln durchgeführt.

Sie sollten Ihr Krafttraining 2x, besser 3x pro Woche durchführen und dabei versuchen, sich bei den Übungen zu steigern.

Ändern Sie etwa alle 8-12 Wochen Ihr Trainingsprogramm.

Der Körper passt sich nach ca. 8-12 Wochen an die gewohnte Belastung an und hat dann große Schwierigkeiten noch weitere Fortschritte zu machen. Hierbei ist es nötig, einen Teil der Übungen zu wechseln. Aber vor allem auch die Krafttrainingsmethode, um den

Körper aus seiner Homöostase zu bringen. Denn wenn Sie weitere Fortschritte realisieren wollen, müssen Sie den Körper für neue Trainingsreize empfänglich machen. Dabei sollte Ihnen ein gut ausgebildeter Fitnesstrainer sicher helfen können.

Der Fettverbrenner Ihres Körpers ist die Muskulatur.

1 Kilo Muskulatur verbrennt pro Jahr so viele Kalorien, wie in 5-8 Kilogramm Fett enthalten sind.

Jetzt sollte jedem klar werden, weshalb es so wichtig ist, dieses „kostbare Gut“ zu erhalten und im Idealfall auch aufzubauen.

Während einer Diät ist die Muskulatur besonders gefährdet!

Deshalb ist gerade hier ein Muskelerhalt mit Muskeltraining essenziell.

Welche Vorteile hätte dann ein Muskelaufbau?

Mit 2 bis 3 Kilo mehr Muskulatur wird Ihr Körper straffer und fester aussehen, Ihre Haltung wird sich verbessern, Ihre Gelenke und ihre Wirbelsäule werden stabilisiert und entlastet. Ihr Alltag wird leichter, Rücken- und Gelenkschmerzen verschwinden, Ihre Knochendichte verbessert sich. Zusätzlich verbessert Training nachweislich Ihre psychische Stimmung. Mehr Selbstbewusstsein und Wohlbefinden stellen sich ein. Muskeltraining UND Ausdauertraining in Kombination, UND eine optimale angepasste Ernährung sind somit perfekt für das Abnehmen.

Nur so wird Ihr Körper zur Fettverbrennungsmaschine.

Lust auf mehr?

Im nächsten Stadtmagazin geben wir Ihnen: „7 Tipps wie Sie Abnehmplateaus überwinden.“



Matthias Michael

Trinken ist keine Selbstverständlichkeit. Obwohl wir Menschen aus Wasser bestehen, nehmen wir es mit ausreichender Flüssigkeitsaufnahme nicht sehr genau. Leider, denn wir spielen mit unserer Gesundheit. Sinkt nämlich der Wasseranteil in den Körperzellen ab, ist ihre Funktionsfähigkeit beeinträchtigt. Aber jetzt kommt's: Gehirn, Muskeln und zahlreiche Organe bestehen zu 70-84% aus Wasser. Und eben dort trifft uns darum eine Mangel- oder Fehlversorgung mit Wasser besonders. Jedoch die Liste gesundheitlicher Beeinträchtigungen durch zu geringes Trinken ist noch um einiges länger: Steifheit der Gelenke, Verstopfung und Atemwegserkrankungen werden auch mit Wassermangel im Körper in Verbindung gebracht. Deshalb ist für unsere Gesundheit nichts wichtiger als ausreichendes Trinken. Tag für Tag. Drei von vier Menschen tun genau das nicht.

Auf rund 2 Liter Wasser lautet die empfohlene Tagesmenge. Ulmer Forscher raten sogar zu 3 Litern Wasserkonsum täglich. Verteilt über den ganzen Tag, stellt dies keine Menge dar, zu der man sich zwingen müsste. Und auf jeden Fall gehört ein Getränk zu jeder Mahlzeit. Wissenschaftler des Instituts für Arbeitsmedizin der Universität Ulm stellen auch fest, dass das Blut der Deutschen zu dick ist. Genau das aber erhöht die Gefahr für Herzinfarkte und Schlaganfälle. Darum gilt, dass auch während der Arbeitszeit auf die empfohlene Wasserzufuhr zu achten ist.

Zu den Begleiterscheinungen des Alters gehört leider ein Nachlassen des Durstempfindens. Das ist zutiefst tückisch, denn wenn das Trinken von Wasser dann nicht gewohnheitsmäßig geschieht, wird es schwer für uns, die wichtige Tagesmenge zu erreichen. Daher empfiehlt sich ein täglicher Trinkplan (s. rechts). Eine aussagekräftige Möglichkeit zur Selbstbeobachtung gibt es zudem: An Farbe und Geruch des Urins kann nämlich jeder Mensch sehr einfach überprüfen, ob er genügend getrunken hat. War die Wasserzufuhr ausreichend, ist der Urin blassgelb und weist keinen strengen Geruch auf.

Richtig trinken - gesünder leben

Die größte kontinuierliche Studie zum Getränkeverkehr und zu Essensgewohnheiten von Kindern und Jugendlichen weist aus, dass besonders Kleinkinder und Mädchen zu wenig trinken.

Alter	Täglicher Wasserbedarf
Säuglinge und Kleinkinder	1,3 Liter
Kindergartenalter	1,6 Liter
Grundschüler	1,8 Liter
Ab dem 10. Lebensjahr	2,1 Liter
13 - 15 Jährige	2,4 Liter
Ältere Jugendliche	2,8 Liter

Bei sportlicher Betätigung kommt es neben dem Ausgleich verlorener Mineralien ganz besonders darauf an, die verlorene Flüssigkeit schnell zu ersetzen.

Sportart	Flüssigkeitsverlust
100 m Lauf	0,1 Liter
90 Minuten Tennis	2,0 Liter
90 Minuten Fußball	3,0 Liter
Marathonlauf	4,6 Liter
Ironman	20,4 Liter



Weismainer Mineralwasser erhält DLG-Goldmedaille einziges goldprämiertes Mineralwasser in Oberfranken

(DLG). Im Rahmen der Qualitätsprüfungen der DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft) für Mineral-, Quell- und Tafelwasser hat das DLG-Testzentrum Lebensmittel jetzt die Weismainer Püls-Bräu KG mit einer Gold-Medaille für die Qualität ihres Mineralwassers ausgezeichnet.

Im Mittelpunkt der Experten-Tests standen sensorische, chemische, physikalische und mikrobiologische Analysen sowie die Überprüfung der Deklarationsgenauigkeit.

„Die DLG-prämierten Wässer zeichnen sich durch eine hohe Qualität und einen besonderen Genusswert aus. Alle Produkte wurden dafür in neutralen Tests auf Basis aktueller und wissenschaftlich abgesicherter Prüfmethoden von Experten getestet“, unterstreicht Thomas Burkhardt, Projektleiter im DLG-Testzentrum Lebensmittel, die hohe Aussagekraft der Qualitätsprüfung und der DLG-Prämierungen.



*Belebung für Körper
und Sinne*





Wo übermorgen das Morgen gestern ist

Die Hofmann Innovation Group ist eines der Vorzeigeunternehmen im Landkreis. Das liegt daran, dass es seiner Zeit voraus ist.

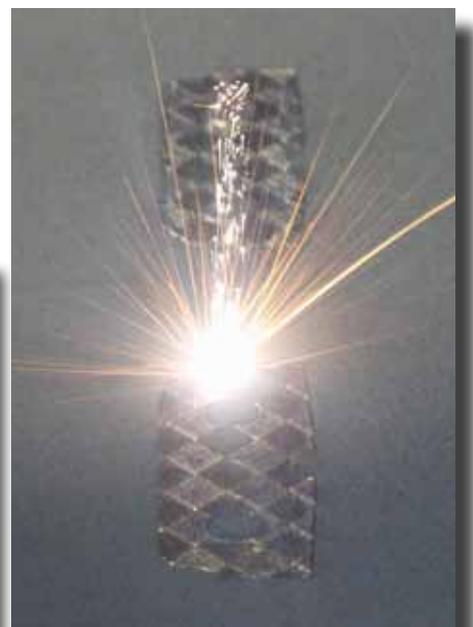
In der Schney ist die Zukunft schon Vergangenheit. Kann man das so sagen? Man kann. Was bei der Hofmann Innovation Group gedacht und gefertigt wird, sind Modelle für die Zukunft. Was in drei, vier Jahren bei führenden Weltkonzernen in Serie geht und der Welt als Neuheit angepriesen wird, wurde bei Modellbau Hofmann schon Jahre vorher entworfen. Im Regelfall arbeiten die Schneyer an den übernächsten Produktgenerationen. In der Automobilbranche ebenso wie in der Luftfahrt und der Medizintechnik. Nicht schlecht für ein Unternehmen, das 1953 in einem Schneyer Holzschuppen mit einer Drehbank seinen Anfang nahm.

Da wäre zum Beispiel das gläserne, beinahe maßstabgetreue Auto im Foyer des Hauses. Alles was an ihm nicht durchsichtig ist, wurde von der Hofmann Innovation Group erdacht und geformt. Ein Ausstellungsstück an-

schaulicher Art. Spiegel, Konsolen, Teile des Armaturenbretts, Verblendungen vorne und hinten – sie werden in einigen Jahren an den Audis, BMWs oder bei anderen Marken auf den Straßen dieser Welt unterwegs sein. Hier aber lassen sie sich schon jetzt betrachten. Geschäftsführer Robert Hofmann muss schmunzeln, während er beim Gang durch den Betrieb den Redaktionsmitgliedern des Stadtmagazins von einigen Missverständnissen erzählt. Es gibt Menschen, die ihn fragen, ob Hofmann „Modellfliegerla“ herstellt. Weil: „Ihr baut doch so Modelle, oder?“

Entwickler eigener Maschinen

Noch kurioser wird es, wenn Menschen beim Unternehmen anrufen, weil sie einen Termin zum Lasern der Augen zu vereinbaren wünschen. Weil in den Zeitungen doch etwas vom Laser stand.



AMM prototyping



Das sei auch schon passiert, so Hofmann über einige Missverständnisse lächelnd. Modellflieger und Augenlasern – weiter entfernt von solchen Vorstellungen könnte die Realität bei der Hofmann Innovation Group nicht sein. Sie designed und entwickelt Modelle für Weltkonzerne, die dann bei diesen Unternehmen beispielsweise als Belüftungsdüsen, Klimaanlage oder Scheinwerfer in Serie gehen. In Autos, Kühlschränken, Flugzeugen, wo auch immer. Entwickelt werden diese Modelle am Computer, Form erhalten sie durch Gas- und Wasserinjektionstechnik, durch Hohlkörperspritzguss oder durch Laserstrahlen. Oder, oder, oder. Nicht wenige dieser Verfahren und die dazu gehörigen Anlagen - nennen wir sie Werkzeuge - wurden von Hofmann Innovation Group für den eigenen Bedarf selbst konstruiert. Auch das wiederum steckt hinter dem Begriff Werkzeugbau. „Wir müssen unsere eigenen Maschinen entwickeln, wir bekommen keine Maschinen von der Stange“, erklärt Robert Hofmann. Manche ihrer Werkzeuge sind bis zu 25 Tonnen schwer, das hielte keine Stange aus.



Geheimnisträger sensibler Daten

Eine Auswahl an Kunden: Miele, Playmobil, Loewe, Audi, BMW, Daimler, VW und sogar Airbus. Für dieses Luftfahrt-



unternehmen hat Hofmann Innovation Group das Modell von Flugkabinen im legendären A 380 konstruiert und gebaut. 1:1, wie üblich, nach Einbau funktionstüchtig. Das Modell steht zu besichtigen in Toulouse, bestehend aus sechs Mini-Compartements für Flugreisen First Class.

All diese großen Konzerne, die aus der Schney mit Ideen und handfesten Mustern versorgt werden, stehen im harten weltweiten Wettbewerb und sind auf verlässliche Partner angewiesen. Wer die Daten von Prototypen kennt, die vermutlich oder wahrscheinlich in Jahren auf den Markt kommen werden, der ist zum Stillschweigen verpflichtet. Auch dafür gibt es Abkommen. Die Hofmann Innovation Group ist also Geheimnisträger höchst sensibler Daten aus der Industrie.

zerkleinert und zerstoßen ist, dass er schon beinahe flüssig zu nennen wäre. Beim LaserCUSING sorgt eine Maschine dafür, dass dieser Pulverstahl Schicht für Schicht durch einen Laserstrahl zu einem Muster für eine Sitzlehne oder sonst was modelliert wird. Dafür verschmelzen sich Computerprogramme und Laserstrahlen zu einem Werkstück. Technologie der Zukunft, in Lichtenfels daheim. Heute steht die größte Maschine für das Cusing von Metall bei der Hofmann Innovation Group. 400 Mitarbeiter, davon 50 Auszubildende, stellt der Hauptsitz Schney. Dieses Ausbildungstempo will und muss die Group beibehalten. Bildung und Fortbildung machen ihren Wissensvorsprung am Markt aus. Weltweit hat Hofmann sogar 500 Mitarbeiter. Aber das Herz schlägt in Lichtenfels.



Laser und Ausbildung voraus
Man stelle sich Stahl vor, der so fein



Die Drehbank der ersten Stunde,
aufbewahrt als Erinnerungsstück

An der Zeil, Schney
96215 Lichtenfels

Lichtenfelser Städtepartnerschafts- Komitee e.V.



Warum Freundschaft sich lohnt

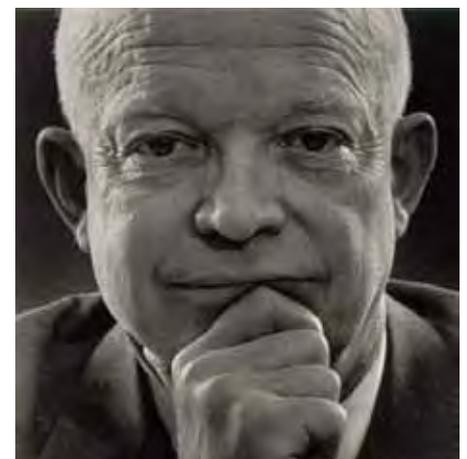
Die Idee wurde aus der Not geboren. Im wahrsten Sinne des Wortes und jenseits des großen Teichs. US-Präsident Dwight D. Eisenhower hatte sie 1956. Sie war so einfach wie unüblich, denn sie nahm der Politik das Anliegen Völkerverständigung aus der Hand, um sie den Menschen selbst zu überreichen. 1973 reichten sich Lichtenfels und das schottische Prestwick die Hände.

Europa hielt es über Jahrtausende hinweg nicht mit sich aus - Frieden ist nicht selbstverständlich. Alles andere ist ein Trugschluss. Aber wer den Menschen hinter dem Franzosen, dem Deutschen, dem Briten, dem Russen oder sonst wem sieht, der ist von aufwiegelter Propaganda nicht mehr so leicht in die Irre zu führen. Dieser erstaunlich simple Gedanke steckt hinter Eisenhowers großer Idee der internationalen Städtepartnerschaften. Nach 1973 schloss Lichtenfels auch Freundschaften zum italienischen Ariccia, zum französischen Cournon und zum amerikanischen Vandalia. „Viele Freundschaften sind daraus erwachsen und werden stets gepflegt. Wir lernen uns gegenseitig kennen und lernen die Kultur, die Gepflogenheiten und Traditionen anderer Länder kennen“, steht auf der Internetseite des Städtepartnerschafts-Komitee Lichtenfels e.V. zu lesen. Offenheit und Interesse am Nachbarn als bürgerschaftliches Engagement? Kann man so sagen.

Erneut befeuert wurde der Gedanke der Völkerfreundschaft auch durch Frankreichs Premier Charles de Gaulle und den deutschen Bundeskanzler Konrad Adenauer. Stichwort Elysee-Vertrag 1963. Tatsächlich gelang der großen Geschichte eine kleine Randnotiz in diesem Zusammenhang. Präsident de Gaulle, der Jahrhundertpolitiker, war einstmals als Kriegsgefangener in Oberfranken interniert. In unserer Nähe, auf der Festung Rosenberg in Kronach. Ihm gelang die Flucht von dort.

Im Laufe der Jahre lernten sich die Institutionen und Honorigen der Städte kennen. Die sowieso. Aber noch viel wesentlicher ist, dass sich Freundschaften zwischen Lichtenfelsern und den Menschen in den Partnerstädten ergaben. Das trägt Früchte auf verschiedenen Gebieten. Etwa dann, wenn jemand einen Job, einen Ausbildungs- oder Studienplatz benötigt. Dann kann und wurde auch schon über Grenzen hinweg geholfen. Globalisierung der Freundschaft. Mit Besuchen fing es an. Es folgten Gegenbesuche. Mittlerweile gibt es echte Freundschaften und Verbundenheiten über Grenzen und Ozeane hinweg. Man sieht sich, man besucht sich, man berbergt und grüßt sich zu Hochzeiten, Geburtstagen und Jubiläen. Man verbringt Urlaube und Ferien zusammen. Schulklassen besuchen sich zur Fremdsprachenauffrischung. Vor allen Dingen aber kommt einem das nicht wie eine

Pflichtaufgabe vor, da es ja um Freunde geht. Neben rein privaten Austausch gibt es auch und vor allem den kulturellen Austausch. Dann, wenn Jazz-Bands oder Tanzgruppen einander die Aufwartung machen, wenn zum Kornmarkt geladen wird oder das traditionelle schottische Burns-Supper schon eine eigene Lichtenfelser Tradition entwickelt hat. Fünf Komitees für vier Partnerstädte gibt es in Lichtenfels. Sie werden getragen von hunderten Lichtenfelsern, die davon überzeugt sind, dass die Pflege von Freundschaften lohnt. Eine Überzeugung, die sich nicht früh genug gewinnen lässt, weshalb es im Städtepartnerschafts-Komitee auch eine Interessenvertretung der Jugend gibt. Näheres unter www.staedtepartnerschaftskomitee-lichtenfels.de



US-Präsident Eisenhower: Initiator des Städtepartnerschaftsgedanken



3. FLECHTKULTURLAUF OBERMAIN



Sa. 15. Juni 2013



Jetzt anmelden!



WWW.FLECHTKULTURLAUF.DE

- HOFMANN-Korbstadt-Halbmarathon
- SCHERER&TRIER-Flechtkulturlauf 10 km
- THERAMED-Flechtkulturlauf 5,2 km
- WIRTH-(Nordic-)Walking 5,2 / 10 km



Flechtkulturlauf vor Rekordergebnis

Der ASC Burgberg belebt Lichtenfels. Laufend. Mit der dritten Auflage des von ihm initiierten Flechtkulturlaufs scheint Lichtenfels ein Rekord ins Haus zu stehen: Auf 700 Teilnehmer schätzt ASC-Vorstand Jürgen Steinmetz die Teilnehmerzahl am 15. Juni 2013. Es sind noch Startplätze zu vergeben.

Schon im vergangenen Jahr schien es erstaunlich, dass der Flechtkulturlauf Obermain in seiner zweiten Auflage ein so enormes Wachstum verzeichnen konnte. 549 Teilnehmer gingen auf die unterschiedlichen Distanzen. Nun, ein Jahr später, sieht es so aus, als ob der dritte Lauf erneut die Erwartungen sprengt. Was zieht die Menschen an? Immerhin reisen sie mitunter von jenseits der Landesgrenze an. Eine „Verbindung zwischen Sport und Kultur“

schaffen, nennt Steinmetz die Absicht des ASC. Eine Absicht, die gut ankommen scheint.

Mittlerweile hat sich um den Flechtkulturlauf ein belebendes Geschehen etabliert. Auch das ist ein Erfolg. Am Abend werden Bands auf dem Marktplatz spielen und die Rhythmen der Samba-Gruppe Paixao werden die Läufer im Zielbereich empfangen. Auch das Rahmenprogramm wächst und bietet Schaulustigen Kurzweil. Teil dessen ist auch der Treffpunkt Lichtenfels. Elke Sünkel, Vorstandsmitglied der Aktionsgemeinschaft der Einzelhändler, bestätigte, dass die Treffpunktgeschäfte am 15. Juni bis 18 Uhr geöffnet haben werden.

„Der Flechtkulturlauf Obermain soll

weiterhin als echter Volkslauf im Sinne unseres bisherigen Forstlaufs sein, bei dem alle Läufer/innen, egal ob Einsteiger, Fortgeschrittener oder Profi, herzlich willkommen sind und bei denen die Freude am Laufen im Vordergrund steht“, so Steinmetz. Diese Freude hat offensichtlich auch das Landratsamt erfasst. Es wird mit eigenen Funktions-Shirts an den Start gehen. Christian Meißner, der Landrat höchst selbst, tritt auch an. Seine Distanz wird die 10km-Strecke sein. Apropos Funktions-Shirt: Bei Startanmeldung bis zum Sonntag, den 26. Mai 2013, erhält jeder Teilnehmer/in zum Sonderpreis von 6,- Euro ein hochwertiges Flechtkulturlauf-Funktions-Shirt. Sofern gewünscht. Näheres zu Programm und unter

www.ascburgberg.de.



JÖNA – Ihr Partner für Hausverwaltungen

JÖNA, als eine der größten Hausverwaltungen in Nordbayern, ist auch seit Jahren in der Stadt Lichtenfels vertreten und verwaltet an diesem Standort Eigentumswohnanlagen und Miethäuser.

Die Marktentwicklung kennt Jörg Naumann genau. Seit über 35 Jahren gibt es sein Unternehmen bereits – in der Immobilienbranche eher eine Ausnahme. „Oftmals haben wir bereits die nachfolgende Generation unserer Kunden als Geschäftspartner“, freut sich der Geschäftsführer.

Die Zentrale in Kulmbach wird seit 2011 durch eine Niederlassung in Bayreuth ergänzt. Neben der Immobilienvermittlung kümmern sich die insgesamt 18 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter um rund 4.000 Wohn- und Gewerbeobjekte sowie Eigentumswohnungen in Nordbayern und Sachsen. Insbesondere werden auch Objekte in Bad Staffelstein, Bamberg, Kronach und Coburg betreut. In Sachen Hausverwaltung bietet JÖNA das gesamte Spektrum – von günstigen Versicherungen und Wartungsverträgen über kompetenten Hausmeisterservice und Erledigung von Behörden-

gängen, bis zu Maßnahmen für den Erhalt des Werts der Immobilie. Zudem können die Eigentümer und Mieter sieben Tage die Woche rund um die Uhr eine Hotline anrufen. „Wenn also beispielsweise am Sonntag die Heizung ausfällt, kümmern wir uns sofort darum“, so Naumann.

JÖNA verwaltet und betreut Immobilienvermögen kompetent. Ganz gleich, ob Eigentumswohnungen, Miethäuser oder Gewerbeimmobilien: Bei JÖNA beschäftigt sich die Abteilung Hausverwaltung ausschließlich mit der optimalen Verwaltung des Immobilienvermögens.

Dank der professionellen Betreuung ist die optimale Werterhaltung der Immobilie stets gewährleistet. Fortbildung steht bei JÖNA an oberster Stelle im Unternehmensalltag. Die Mitarbeiter werden ständig geschult und sind in Sachen Recht, Finanzen und Verwaltung stets auf dem Laufenden. So wird den Kunden von JÖNA ein hoher Nutzen geboten.

Die Kontinuität am Markt hat JÖNA zu einem verlässlichen Partner rund um die Immobilie werden lassen. Sichern Sie sich Ihre Zukunft durch die Kompetenz dieser Hausverwaltung. Die Zufriedenheit der Kunden steht an erster Stelle bei JÖNA.



Gutschein

**... für eine kostenlose Beratung
rund ums Thema Hausverwaltung**



Betriebskostenabrechnung • Erstellung von Mietverträgen • Mahnwesen/Saldenüberwachung
• Zahlungsverkehr/Buchhaltung • Erstellung der Wirtschaftspläne • Abnahme/Übergabe von
Objekten • Überwachung/Durchführung Instandsetzungsarbeiten • Erstellung individueller
Hausordnung • Abwicklung von Versicherungsschäden • Ausschreibung bei Reparaturen
• Eigentümerversammlungen

**Ich möchte eine unverbindliche und kompetente Beratung
zum Thema Hausverwaltung durch JÖNA.**

Name _____

Vorname _____

Straße _____

PLZ / Ort _____

Tel. _____

E-Mail _____

Bitte ausfüllen und per Fax oder per Post an JÖNA senden.



IMMOBILIEN
MANAGEMENT

*Wir sind für
Ihre Immobilie da!*

95326 Kulmbach
Karl-Jung-Straße 5
Tel. (09221) 9586-0
Fax (09221) 9586-16
E-Mail: immo@joena.de

95444 Bayreuth
Ludwigstraße 16
Tel. (0921) 151373-10
Fax (0921) 151373-03
E-Mail: management@joena.de

www.joena.de

Ihm stehen in Lichtenfels alle Türen offen



Nervenkitzel kennt Andreas Franzke. Mitunter könnte er auch darauf verzichten. Aber er ist Spezialist auf seinem Gebiet und darum greifen Polizei und Gerichtsvollzieher auf seine Fähigkeiten zurück. Dann, wenn er Türschlösser öffnen muss. Kann sein, dass dann eine unliebsame Überraschung droht, denn die Menschen, zu denen das Gesetz durch die Haustür kommt, sind „in Extremsituationen“. „Du weißt, da ist noch einer drin und du bist der erste Mann an der Tür“, fasst der 35-jährige Experte für Sicherheitstechnik das Gefühl zusammen, wenn er in behördlichen Auftrag zwischen Lichtenfels und Bamberg etwas tut, wozu ihn sein Fachwissen und sein Feingefühl befähigt: das Öffnen von Türen.

Nein, der Mann steht absolut auf der richtigen Seite des Gesetzes. Schlösser und Türen öffnen können, heißt ihre Mechaniken verstehen. Unterhält man sich mit dem Lichtenfelser Fachmann für Schließanlagen, Schlösser, Schlüssel, Beschläge, Tresore, Datenschränke, Notöffnungen, so erschließt das einem eine ganze Welt. Man muss sich von dem Gedanken lösen, dass er mit Schlüsseln allein zu tun hat. Schließanlagen sind heutzutage auch chipgesteuert. Sie sind intelligent und vermelden dem Schloss im hintersten Raum eines Großkomplexes, wenn die Pforte am Eingang geöffnet wurde. Es gibt nun mal Firmen, die beherbergen hochsensible Daten. Stichwort Hightech und Betriebsspionage. Daten zu Zugängen in diese Welten sind auch Franzkes Ressort. Er archiviert sie, er muss, das ist vorgeschrieben. Seriennummern, Schlüsselformen, Codes – all das muss irgendwo abgespeichert werden. Auch um Verwechslungen in der Machart neuer Systeme oder Schlüssel auszuschließen. Zudem hilft das bei der eigenen Büroorganisation, wenn es darum geht, Schlösserbaureihen oder Schlüssel den Menschen zuzuordnen, die sie nutzen.

Vor gut zwei Jahren übernahm Franzke mit dem Haus der Sicherheit einen





etablierten Lichtenfels Betrieb. Seit 1997 gibt es das Unternehmen schon, gegründet von Gerhard Sommer. Ein Geschäft auf Vertrauensbasis und eine Branche, in der man auf Vertrauen setzen sollte. 200 000 „örtliche“ Unternehmen dieser Art soll es in Deutschland geben. Nach Erhebung des deutschen Notdienstanzeigers existieren tatsächlich nur rund 3500. Schon daran zeigt sich für Franzke, dass es auf seinem Gebiet eine Kluft zwischen Anspruch und Wirklichkeit gibt, schließlich geben sich zu viele Betriebe als ortsansässig aus. Wirklich vertrauen sollte man nur dem Dienst, den man kennt, sagt Franzke. Beratung in Sicherheitsfragen rund um Schließanlagen unterliegt der Diskretion und Seriosität, die ist in seiner Branche eher durch Nähe gewährleistet. Für Nähe sorgte schon Gerhard Sommer. Er führte seinen Nachfolger persönlich dort ein, wo er beruflich zu tun hatte: Firmen, Vermieter, Hausgemeinschaften. Hätte er nicht tun müssen, war aber sehr nett und Franzke sieht das so. Dass er alleine arbeitet, spielt in dieses Thema mit hinein. „Für mich kann ich die Hand ins Feuer legen“, sagt Franzke. Den unausgesprochenen Nachsatz kann man sich denken.

Eigenheim, Mietshaus, Firmengebäude, Bildungseinrichtungen – ein weites Aufgabengebiet für den Mittdreißiger. Da ist „nie Technik von der Stange“ im

Einsatz, weiß er. Er weiß es auch darum, weil die Zeit voranschreitet und eine in immer schneller werdenden Abständen sich erweiternde Technik mit sich bringt. Sie besteht in neuen Produkten, die namhafte Hersteller auf den Markt bringen und mit denen sich Franzke auseinandersetzen muss. Er bietet von mechanischen bis hin zu digitalen, frei programmierbaren Zutrittskontrollen alles. Das Thema Sicherheit und Schlösser fasziniert ihn, schon seit er ein Teenager war. Auslöser dafür war die Filmindustrie. Sie brachte Werke hervor, die sich dieses Themas annahmen. Seitdem begeistert er sich für Sicherheitstechnik. Wenn er von intelligenten Schließfunktionen erzählt, die eine Tür verschlossen halten können, aber bei Feuer die Zusatzfunktion entwickeln, Sperrfunktionen doch zu lösen, leuchten seine Augen.

„Ich helfe gerne“, versichert der Lichtenfelsler. Auch dann, wenn er nachts um 3 Uhr aus dem Bett geklingelt wird? Das passiert ihm nämlich. Berufsrisiko eines Mannes im Schlüsseldienst. Aber das macht den aufgeweckten Mann nicht gram. Er sieht es seiner Kundenschaft nach, dass sie auch in der Nacht Schlüssel verliert oder sich aussperrt. Aus welchen Gründen auch immer. Peinlich muss das den Anrufern nicht sein. Dafür ist er ja da. Und ja, er hat sich auch schon mal ausgesperrt.



Stadtmarketing Lichtenfels e.V. lädt alle Kinder zur Plünderung des Osternestes auf den Lichtenfelser Marktplatz ein

Am Samstag, den **30. März um 10:00** Uhr, sind alle Kinder zur Osterüberraschung auf den Lichtenfelser Marktplatz eingeladen. Dort wartet an diesem Tag das "Größte Osternest Oberfrankens", gefüllt mit Süßigkeiten und Spielwaren.

Viele Osterbräuche geraten mehr und mehr in Vergessenheit. So auch die Suche nach Osternestern, welche im Garten oder im Haus versteckt wurden und deren Inhalt aus bemalten Eiern, Süßigkeiten oder Kleinspielzeug bestand.

Umso mehr war es für alle Kinder eine große Freude, als im Jahr 2011 erstmalig ein großes Osternest mitten auf dem Lichtenfelser Marktplatz aufgebaut war. Mit großen Augen und gespannter Überraschung erwarteten dort viele Kinder die Freigabe zur „Plünderung“. Und weil es so viel Freude gebracht hat, lädt das Stadtmarketing Lichtenfels alle großen und kleinen Kinder auch in diesem Jahr wieder auf den Marktplatz ein.

Neben dem großen Osternest (10m Durchmesser), gibt es für Kinder bis 5 Jahre, ein weiteres, kleineres Nest, gefüllt mit den gleichen Überraschungen. Am Ostersonntag dürfen eifrig suchende Kinder sich durch die Strohnesten wühlen, um die Leckereien und weitere Überraschungen zu finden.

Das von Mitarbeitern des Städtischen Bauhofes und dem Citymanager auf dem Marktplatz aufgebaute XXL-Osternest sowie ein zweites, kleineres Nest, bestehen aus Unmengen an Stroh. Nachdem alle Osterüberraschungen gefunden wurden, darf dann noch herrlich im Stroh getobt und gewühlt werden.

Die Plünderung beginnt um 10 Uhr.



Das Spielmobil der Kommunalen Jugendarbeit des Landkreises, eine große Hüpfburg sowie Kinderschminken sorgen zusätzlich für viel Spaß und Aktivitäten und verkürzen den Kindern die Wartezeit, während Oma, Opa, Mama und Papa über den Wochenmarkt und in die Geschäfte der Innenstadt bummeln können. Und mit den Elektrofahrzeugen von Luthardt's Drive and Fun dürfen alle Kinder ab 3 Jahren ihr fahrerisches Können unter Beweis stellen. Die Kinder lernen auf dem Geschicklichkeitsparcours spielerisch die Verkehrszeichen und das Verhalten im Straßenverkehr kennen.

Das GRÖßTE OSTERNEST IN OBERFRANKEN

Plünderung
Beginn
10.00 Uhr

Samstag 30.03.2013,
auf dem Marktplatz in Lichtenfels



Kinder-
schminken



Hüpfburg



Drive and Fun
Elektro-Fahrzeuge



Auf Euer kommen freuen sich der
Osterhase &

STADTMARKETING
LICHTENFELS e.V.



Schney
Stadt Lichtenfels

LICHTENFELS ALS DIE SUM

FOLGE 4

spricht), oder es bedeutet „Schneise“. Dann wäre der Schneyer in der Handhabung der Grammatik nur logisch, denn dann ginge er ja nach der Schneise – nach der Schney. Die Worte „Snige“ und „Schnie“ wurden schon in alten Zeiten für den Ort verwendet. Und eben sie bedeuten Schneise.

Ein Adelssitz ist im Spätmittelalter nachgewiesen und es wurde eine Burg gebaut. Sie existiert nicht mehr. Mehrere Zerstörungen, Fehden. Aber sie konnte umgebaut werden und von 1503 an residierte eine Seitenlinie der Familie von Schaumberg dort. Das Schloss beherbergt heute eine Bildungsstätte, die als Frankenakademie bekannt ist. Alljährlich werden dort auch die Oberfränkischen Schachmeisterschaften ausgetragen.

Das bewusste Betrachten des Ortes lohnt sich. Es ist ein schönes Ensemble aus Schloss, Park, See und Kirche, welches sich nahe der Eisenbahnlinie findet. Ein echtes Idyll. Darüber thront auch das 1681 errichtete Pfarrhaus, welches noch heute benutzt wird und in dessen Nachbarschaft ein modernes Pfarrzentrum entstand. Immer wieder lässt sich Reizvolles entdecken. Als Torbogen, als Fachwerkbau, in Verbindung mit der Natur. In Verbindung mit Lich-



Der Ort ist eine Lebensader für Lichtenfels. Heute. Früher war die Schney eher kleinbürgerlich. Dort, von wo die Korbmacher den Lichtenfelser Händlern zuarbeiteten, pulst das internationale Geschäft. 1a Gewerbegebiet mit Global Playern. Wie sich die Zeiten ändern. Aber ungewöhnlich war der Ort eigentlich schon immer. Erstmals wurde er um das Jahr 800 n. Chr. erwähnt. Von Lichtenfels dürfte da noch nicht viel zu sehen gewesen sein. Es war um die Zeit Karls des Großen, zwischen Spätantike und Frühmittelalter. So alt also ist die Schney. Oder der Schney? Noch heute stolpern die Lichtenfelser häufig über den richtigen Artikel. Mitunter die Schneyer selbst. Es gibt zwei Erklärungsmodelle: Entweder das Wort Schney stammt aus dem Altslowenischen und rührt von einer sprachlichen Verwandtschaft zu dem Wort „Rauschen“ (dann wäre der Schneyer schlichtweg seltsam, wenn er von „der“ Schney



- DAS GANZE IST MEHR ME SEINER (ORTS)TEILE

tenfels steht sie durch zwei Brücken über den Main. Eine führt über ein Naherholungsgebiet zu ihr hinüber. So ein wenig abgelegen und doch nah bei der Kernstadt, hat sich die Schney einen eigentümlichen Reiz bewahrt. 1782 entstand in dem Ort eine der ersten Porzellanfabriken Frankens. Korbflechter und Porzellan – in der Schney wurde immer geschafft. Originelle Menschen brachte sie auch hervor. Einer von ihnen, Günter Dippold, ist Professor, Geschichtskenner, Bezirksheimatpfleger und ein „gewürfelter Franke“. Ein anderer gewann als Konstrukteur 1994 das legendäre 24-Stunden-Rennen von Le Mans: Jochen Dauer.



Der Porsche 962 von Jochen Dauer war 1994 zusammen mit Hans Joachim Stuck in Le Mans sehr erfolgreich





OBI in Lichtenfels erwartet den Frühling

Lichtenfels, im März 2013 – Es wird Zeit für den Frühling, auch im OBI Markt startet die Gartensaison. Pünktlich zum Saisonstart verbreiten jetzt farbenfrohe Frühblüher wie Primeln, Hyazinthen und Tulpen Frühlingslaune. Ein riesiges Angebot an Grün- und Blühpflanzen für den Innen- und Außenbereich sowie Neuheiten und Raritäten warten im ca. 2.000 qm großen Lichtenfelser Gartenparadies auf Gartenliebhaber und Pflanzenfreunde. Die passende Blumenerde, Blumentöpfe- und Kästen sind natürlich auch erhältlich. Bei Gartenwerkzeugen und -maschinen wird neben dem niedrigpreisigen Segment selbstverständlich auch Markenware namhafter Hersteller angeboten.

Unsere freundlichen und exzellent geschulten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im OBI Gartenparadies beraten Sie gerne bei allen Fragen rund um unser Sortiment.

Schon jetzt können Gartenmöbel, Campingmöbel, Gartenpavillons und -häuser in Augenschein und natürlich mit nach Hause genommen werden. Im Trend liegen in diesem Sommer vor allem edle Gartenserien aus Teak- oder Eukalyptusholz ebenso wie moderne Lounge- und Aluminiummöbel. Sämtliche Modelle sind übrigens extrem witterungsbeständig. Ob Gehweg- oder Terrassenplatten, Pflanzringe, Steine oder Kies, die Abteilung für Gartenbaustoffe hat die nötigen Produkte und immer neue Anregungen für die Gartengestaltung.

Auch die Grillsaison ist im Lichtenfelser Gartenparadies bereits eröffnet: Das riesige und topaktuelle Angebot reicht vom klassischen Holzkohlegrill über Gas- und Elektrogrills bis hin

zum luxuriösen Sondermodell. Auch die Qualitätsgrillgeräte von Weber sind bei uns erhältlich und natürlich findet sich hier auch das passende Zubehör für den Grillmeister. Da kann der Sommer bald kommen.

Beste Service garantiert

Der OBI Markt in Lichtenfels überzeugt nicht nur durch sein reichhaltiges Angebot, ein ausgezeichnetes Preis-Leistungsverhältnis, sondern vor allem durch exzellente Serviceleistungen wie: Anlieferung, Farbmischen mit computergesteuerter Farbmischmaschine, OBI Holzzuschnitt-Service, OBI Mietgeräte, 2-jährige Anwachsgarantie für Baumschulware und winterharte Stauden, 5-Jahres-Garantie auf alle motorbetriebenen Geräte, Finanzierungsservice und vieles mehr.

Ein besonderer Service bietet auch der OBI Renovierungsservice, wobei unsere Mitarbeiter Sie kompetent beraten und anschließend qualifizierte Handwerker Ihr Projekt umsetzen. Damit nimmt Ihnen unser Renovierungs-Service den gesamten Stress ab, der beim Renovieren aufkommt.

Ein Besuch lohnt sich immer

Die Mitarbeiter im OBI Markt Lichtenfels rund um Marktleiterin Sabine Becker sorgen mit ihrer Fachkompetenz und Freundlichkeit dafür, dass sich die Kunden bei OBI gut aufgehoben fühlen und gerne wieder kommen. OBI in Lichtenfels ist montags bis freitags von 8:00 bis 20:00 Uhr und samstags von 8:00 bis 18:00 Uhr für Sie da!

OBI - die führende Marke im deutschen und ost-europäischen DIY Markt

OBI ist der deutsche Marktführer der Baumarkt-Branche. 1970 wurde der erste Markt in Deutschland eröffnet, 1991 begann OBI seinen Erfolgskurs im Ausland. Nach nur knapp 5 Jahren Auslandsaktivitäten war OBI bereits in großen Teilen Europas eines der führenden Unternehmen in der Do-it-yourself-Branche.

Die Marke OBI ist heute europaweit mit mehr als 580 Märkten aufgestellt. Neben dem deutschen Heimatmarkt mit über 340 Märkten, ist OBI auch in weiteren zwölf europäischen Ländern vertreten: Bosnien-Herzegowina, Italien, Kroatien, Österreich, Polen, Rumänien, Russland, Schweiz, Slowenien, Tschechische Republik, Ukraine und Ungarn. OBI, ein Unternehmen der Tengelmann Gruppe, beschäftigt aktuell mehr als 43.700 Mitarbeiter. Der Gesamtumsatz im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf 6,9 Milliarden Euro.

Öffnungszeiten:

Mo. bis Fr.: 8:00 - 20:00 Uhr

Sa.: 8.00 - 18.00 Uhr



Jetzt ist Anpackzeit!

OBI®



mind. 5 Blütenknospen

Top-Preis
ab **9,99** Stück

Rhododendron-Hybriden
Verschiedene Sorten und Farben, auch zur Einzelstellung geeignet. Blütezeit Mai - Juni. Standort halbschattig. Ø ca. 30 - 40 cm. Im 5-l-Pflanzcontainer. Art.-Nr. 932700



Große Auswahl an Beet- u. Balkonpflanzen z. B.: Geranie (Pelargonium zonale)
Üppig blühend, für Balkon, Terrasse oder Beet. Standort sonnig. versch. Farben u. Sorten



Petunie (Petunia „Potunia“)
Garantiert blühend. In versch. Farben, Standort sonnig - halbschattig. Topf-Ø ca. 11 cm.



1,49 40 l

1,79 40 l

1,79 40 l

Blumenerde
Zum Neu- und Umpflanzen im Haus, auf Balkon und Terrasse.

Pflanzerde
Für alle Neupflanzungen im Garten. Gebrauchsfertig aufgedüngt.

Rindenmulch
Schützt vor Austrocknung und unterdrückt Wildkräuter.



2 Jahre Anwachs-Garantie

ab **2,59** Stück

Buchsbaum (Buxus sempervirens)
Immergrün und winterhart. Standort sonnig - halbschattig. Topf 13 cm.



ab **1,99** Stück

Mediterrane Kräuter
Verschiedene Sorten, z.B. Rosmarin, Thymian oder Salbei. Standort sonnig - halbschattig.



ab **4,99** Stück

Universal-Rasensamen
Sattgrüner Gebrauchs- und Zierrasen.
1 kg, ausreichend für ca. 30 m²
Art.-Nr. 608189 7 4,99 €
2,5 kg, ausreichend für ca. 75 m²
Art.-Nr. 608719 1 10,99 € (€/kg)



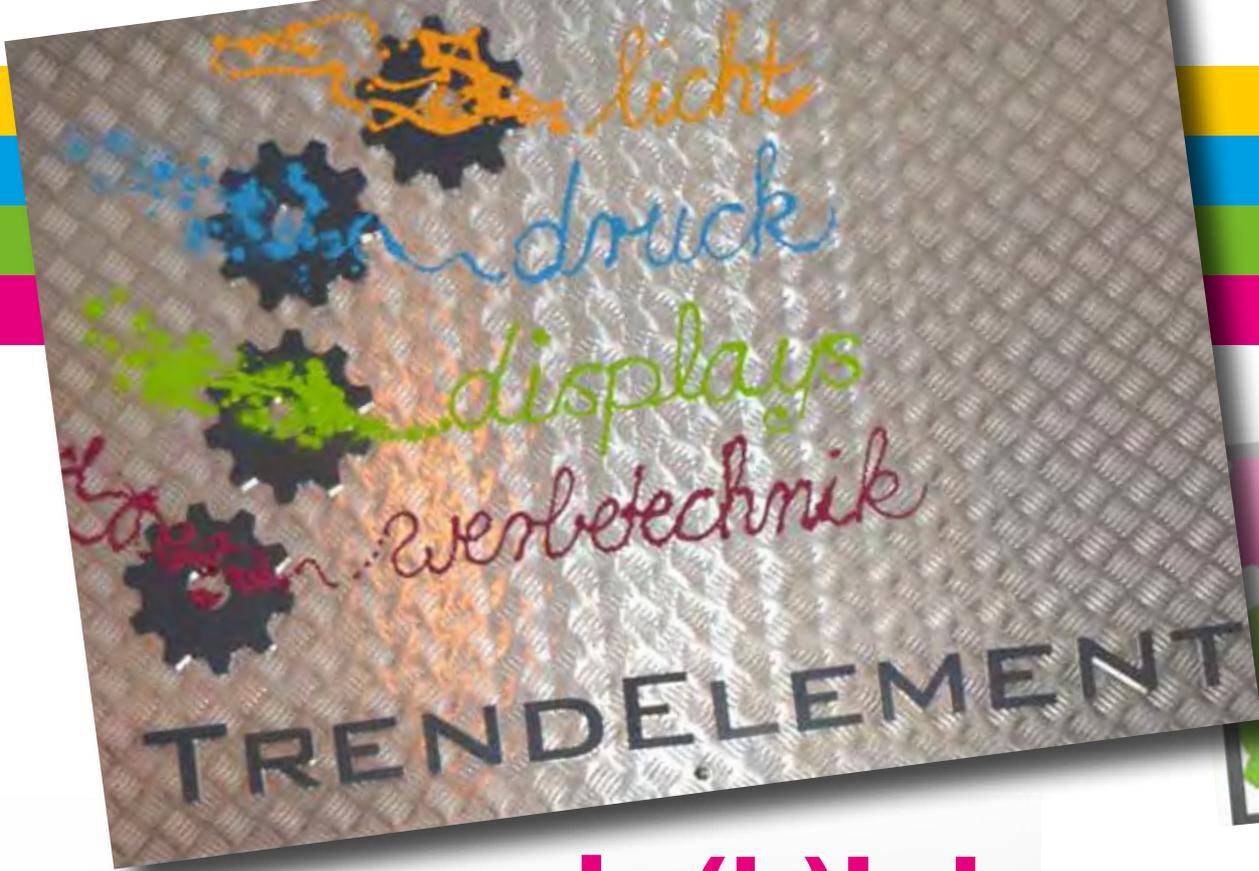
369,99

Highwheel-Benzin-Rasenmäher
6-fache zentrale Schnitthöhenverstellung 35 - 95 mm, leistungsstarker, emissionsarmer Markenmotor mit 190 cm³ Hubraum und Leichtstart-Technik. Stahlblechgehäuse, kugelgelagerte Räder. Ergonomischer, höhenverstellbarer Führungsholm mit Metallbügelschalter und Softgrip-Handgriff. Optimales Schnittergebnis.

OBI Markt Lichtenfels
Mainau 13 · 96215 Lichtenfels
Tel. 09571-897850
Öffnungszeiten: Mo.-Fr., 8.00-20.00 Uhr · Sa., 8.00-18.00 Uhr

Schon ab € 199,- Gesamt-Einkaufswert zinsfrei Projekte mit 6 oder 12 Monatsraten realisieren!
*Beispiel: Barzahlungsbetrag von z.B. € 240,- entspricht dem Nettodarlehensbetrag; Gesamtbetrag von € 240,-. Effektiver Jahreszins von 0,00% bei einer Laufzeit von z.B. 12 Monaten = 12 x € 20,-; entspricht einem gebundenen Sollzins von 0,00% p.a., Bonität vorausgesetzt. Ein Angebot der Santander Consumer Bank AG, Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach. Die Angaben stellen zugleich das 2/3-Beispiel gemäß § 6a Abs. 3 PAngV dar.

0% Finanzierung*



wir (k)leben unser Logo



Leben ist, wenn was dazwischen kommt. Der Bruch, der Knacks, sie gehören dazu. Als der Standort der Firma für Werbetechnik schließen musste, in der Regina Held, Martin Hintze und Oliver Limmer, Andreas Kuschal sowie Patrick Nielsen arbeiteten, war er da: der Knacks. Und mit ihm der Einschnitt ins Gewohnte.

Das Jahr 2011 bleibt als Jahr der Firmengründung in Erinnerung. Kaltsprung in die Selbständigkeit. Noch Tage vorher schien der Gedanke an so was so weit weg wie die Mongolei. Drei, vier Tage und ein Wochenende später hatten sich Regina Held und Martin Hintze davon überzeugt, dass ein Einschnitt auch eine Chance bedeuten kann. Auf sie sollte noch eine gehörige Überraschung warten. Seitdem gehen sie „total gerne auf Arbeit“. Ihre Firma heißt Trendelement, ist aus dem Knacks geboren, entwickelt und bietet Werbemittel sowie Displayentwicklung, LED-Anlagen, Fahrzeugbeschriftungen, Offsetdruck und mehr.



Rückblende in einstige Gemütszustände. „Ich hab´ den ganzen Tag geheult“, erinnert sich Regina Held an den Tag des Jobverlustes. „Irgendwann habe ich gesagt: Martin, wollen wir´s probieren?“ Martin ging in sich. Zweifel, Hoffnung, Trotz und ein schon vorher angewachsener Wunsch nach Selbstverwirklichung formten ein Ja. Aber es gab auch anfänglich Skepsis in Martin Hintzes Familie. Verständlich, denn Selbständigkeit wird gemeinhin weniger als Chance denn als Risiko betrachtet. Eher abgeraten wurde Hintze von seinem engsten Umfeld. Als es ihm erklärte, dass er in dieser Gegend in seiner Branche eh kein Job-Angebot erhalten würde, widerlegte es ihm das und wies ihn auf eine Stellenanzeige hin. Auf die bewarb sich Hintze. Mit dem Hintergedanken, dass das (hoffentlich) nicht klappen wird. Tat es auch nicht. Um seine Gesellschaftereinlage für die GmbH zu leisten, verkaufte er sogar sein geliebtes Auto. Und dann kam auch schon die Überraschung, denn einen neuerlichen Schub für den Mut zur Selbständigkeit erhielten Regina Held und Martin Hintze durch eine freundschaftlich-pfiffige Idee zweier Mitarbeiter. Oliver Limmer und Andreas Kuschal boten ein Mitarbeiter-Darlehen an. Zusätzliches Geld für den Materialeinkauf eines startenden Unternehmens. Vertrauensvorschuss. „Wir leben unser Logo“, sagt Hintze. Das Firmenlogo an der Eingangstür zu Trendelement weist Zahnräder auf, die bunt und freundlich ineinander greifen. Hintze sieht sie symbolisch für das Miteinander

im Betrieb. Und die engsten Umfelder unterstützen das schon längst-nach Kräften.

Die Hierarchien im Unternehmen sind flach geblieben. Freundschaftlich eben. Das ist Absicht, sagt Regina Held, denn darin läge auch das Rezept für Kreativität. Aus sieben Landkreisen erhält Trendelement Aufträge, um Firmen und deren Produkte optimal in Szene zu setzen. „Die umfangreiche Verarbeitung unterschiedlicher Materialien und die Branchenvielfalt“ machen für Hintze, den gelernten Schilder- und Lichtreklamehersteller den Reiz seines Berufs aus. Wenn jemand „etwas Lilablassblaues will, das blinkt und hupt“, dann schaffen wir das, weiß Regina Held aus Erfahrung. Sie bemüht ein etwas ungewöhnliches Bild, aber etwas ungewöhnlich geht es auch bei Trendelement zu. Schon häufiger hätte man zu hören bekommen, dass sie nicht dem üblichen industriellen Erscheinungsbild eines Werbetechnikunternehmens gleiche. Vielmehr herrscht ein farbenfrohes Wohlfühl-Ambiente in den Räumlichkeiten in der Gustav-Heinemann-Straße vor. Gut zur „Ideenfindung, gut für das Teamwork“. Mann muss das Leben vorwärts leben, aber man kann es nur rückwärts bewerten, sagte einst Sören Kierkegaard. Nach vorne gesehen, möchte man den vielen Kunden gute Dienste leisten und wachsen. Rückwärts bewertet, war die Selbständigkeit die richtige Entscheidung. Weil Lichtenfels ein guter Standort für diese Branche ist.



**Gustav-Heinemann-Str. 6
96215 Lichtenfels**



Bellevue

1. Immobilienmesse

Fachmesse für Immobilienwirtschaft und -handwerk

29. und 30. Juni 2013
Michael-Och-Straße 5, Schney
Infos unter: www.bellevue-gruppe.com

Informieren Sie sich bei rund 35 Unternehmen aus der Region über die neuesten Trends der

- Solar- und Klimatechnik - Innovative Heiztechniken -
- Baustoffe und Bauteile - Landschafts- und Gartenbau -
- Innenausbau - Kaminbau - Fenster - Türen - Dachdecken -
- Holzbau - Metallbau - Trockenbau - Neu- und Umbaumöglichkeiten -
- Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten -
- Immobilienangebote -

Samstag 29. Juni

Feuerlöschvorführung

Familientag (Kinderhüpfburg, Verlosung, Basteln)

Sonntag: 30. Juni

Frühschoppen

Ansprache des Schirmherrn Landrat Christian Meißner

Vorträge versch. Aussteller

An beiden Tagen werden regionale Speisen und Getränke angeboten



LEIK IT.

Der Export des guten Geschmacks

Der Besuch kam unverhofft. Man kannte sich auch nicht. Drei Spanier, die im Kleinziegenfelder Tal Kletterurlaub verlebten, betraten 2009 das Betriebsgelände der Brauerei Leikeim in Altenkunstadt. Alexander Purucker, zuständig für Versand und Export, erinnert sich genau: „Die waren von fränkischem Bier begeistert. Immer schon. Von Leikeim waren sie angetan und haben es hier gekauft. Für ihre Abende am Campingbus.“ Die drei Spanier, zwei Männer und eine Frau, erzählten von ihrer Heimat, der Region San Sebastian und Durango.

Ortswechsel: Barcelona, Kulturstadt, Metropole, Katalonien. Der Main-Jura-Natur-Kreislauf schließt sich tatsächlich hier. Hier lebt Juan José Santaollalla. Ein Baske, ein Unternehmertyp, ein Mann mit Sinn für das Mögliche. Geradezu unmöglich hingegen klingen die Namen seiner drei Bars in der Stadt: Frankfurts y Zurich s.l. Aus ihren Zapfanlagen strömen ungewöhnliche Biere. Frankfurts y Zurich s.l. – den Spaniern vermitteln diese beiden Städtenamen Zutrauen. In regelmäßigen Abständen trifft hier ein Lkw aus Alemania ein.

Zeitenwechsel: Irkus Larrinaga Doval, José Maria Urien Canals und Irune Aguirre Arroyo treffen 2010 auf den Basken Santaollalla. Früher oder später musste das so kommen. Schon seit geraumer Zeit ist das Trio auf einer Art kleiner Promotion-Tour zwischen San Sebastian, Durango und Barcelona unterwegs, um seine Proben in Gaststätten, Bars und Cantinas zu verteilen. Proben haben sie aus Altenkunstadt erhalten, würzige, stammwürzige sogar. Irgendwie ist das Trio idealistisch, schwer verliebt eben in den oberfränkischen Geschmack, den es im Urlaub kennen lernen durfte. Irgendwie gefällt das auch der Brauerei Leikeim, die sich auf diesen herrlich spleenigen Optimismus einlässt, tatsächlich eine stattliche Anzahl an unterschiedlichen süffigen Bi-

ren mitzugeben. Dass das Trio nun auf Santaollalla stößt, gleicht einer Fügung. Der nämlich ist ein weltläufiger Mann mit Kultur und Marketingverständnis. Nicht branchenfremd. Probeweise schenkt Santaollalla seinen Gästen die Erzeugnisse aus dem Main-Jura-Naturgebiet aus. Sie schlagen ein, sie werden ein voller Erfolg. „Ich würde gerne mit einsteigen“, beschließt Santaollalla. Er wird es auch sein, der die Distribution übernimmt und Barcelona zum weitest entfernten Abnehmer der Leikeim macht. Eine Außenstelle des würzigen Geschmacks, wenn man so will. Aus den Zapfanlagen der Frankfurts y Zurich s.l. fließt es originell in sechsfacher Leikeim-Ausführung. Die Spanier haben etwas übrig für „schlanke Biere“, wie die bekömmlichen sechs Sorten zwischen Steinbier und Steinweiße heißen.

Szenenwechsel: Andrei Stirbati und Alexander Purucker sitzen beisammen. Sie schmunzeln, wenn sie an das spanische Experiment denken. Die Nachfrage an Bierspezialitäten in Barcelona ist gestiegen. Der Trend bei der Jugend geht zu „mal was anderem“. Vor sich auf dem Teller haben die beiden Herren zum Kaffee einen Steinbierkuchen. Das gibt es wirklich. Und das schmeckt auch. Nach Bier, freilich. Aber leicht süßlich, dezent eben. Es sind die originellen Leikeim-Biere, die den Spaniern besonders schmecken. Sie haben sich herumgesprachen. Der Verein Main-Jura-Natur, der im Landkreis Lichtenfels kontrollierten Anbau betreibt und aus deren strengen Vorgaben das Leikeim-Seinbier seine Qualität bezieht, macht im fernen Spanien von sich schmecken.

Tapetenwechsel: Frankfurts y Zurich s.l. sind junge Kneipen. Jugendlicher Chic, gepaart mit Gemütlichkeit. Seit einiger Zeit ist es noch ein wenig heimeliger dort, denn Bilder vom Leikeimer Sudhaus schmücken die Wand, vom Löschzug-Lkw und von den Anfängen der Brauerei vom Obermain.



Der spanische Leikeim-Partner Santaollalla unterstützt in seiner Heimat einen erfolgreichen Motorradrennfahrer, um vorort die Bekanntheit der Marke Leikeim zu erhöhen.

Lichtenfelser Vereine stellen sich vor



Im Zusammenhalt durch die Zeit

Die TS Lichtenfels ist ein Verein der ersten Stunde. Bewegte Zeiten hat er hinter sich, für Bewegung sorgt er heute noch.

Drütschel, Krug, Eichhorn – Lichtenfelser Namen. Sie klingen nach Telefonbucheinträgen im Heute. Aber sie stammen aus einer längst verwehten Zeit. 1847 fanden sich diese Herren bereit, den ersten Turnverein in Oberfranken zu gründen. Heute ist die Turnerschaft Lichtenfels e.V. 166 Jahre alt. In ihrer Festschrift zum 150-jährigen Bestehen kommt´s raus: „Gesund an Leib und Seele sein, das ist der Quell des Lebens.“ Nach dieser Einsicht von Ernst Moritz Arndt verfährt sie heute noch. Leib und Seele erhalten sich auch durch Geselligkeit, Freude, Spaß und Vielfalt. Mit Turnen allein hat die TSL heute nicht mehr viel zu tun. Viel mehr hat sie mit 15 Abteilungen ein umfassendes und zeitgemäßes Angebot.

Neuanfang aus Coburger Anlass

1847 war Anfang und 1848 vorläufiges Ende. Der Geist des ersten freigewählten Parlaments zog durchs Land und blieb dabei jedoch ein kurzer Traum. Infolge politischer Wirren wurden Turnvereine aufgelöst. So auch der Lichtenfelser. Der kam Lichtenfelser Bürgersöhnen zwölf Jahre später wieder in den Sinn, weil in Coburg der Turngedanke erneut auflebte und Herzog Ernst II. zum 1. Deutschen Turn- und Ju-





gendfest lud. Geistiger Vater dieses Neubeginns war – wie urchtenfelserisch stimmig – ein Korbkaufmann namens Michael Schuster.

Ein Füreinander in der Vielfalt

Zusammenhalt und das Füreinandereinstehen bildeten das Fundament für den Turnhallenbau. Eigentlich ein unmöglicher Bau, denn finanziell nicht zu stemmen. Außer natürlich, wenn die Mitglieder opferbereit sind und Anteilsscheine zeichnen. Der dann noch offene Restbetrag wurde von den Lichtenfelser Unternehmern Sigmund Zinn und Stefan Wenglein garantiert.

270 Seiten dick ist die letzte Chronik der TS Lichtenfels. Jetzt, 16 Jahre später, dürfte das Erzählenswerte auf 300 Seiten angewachsen sein.

Schicksale, Träume, Hoffnungen, Siege, Feiern, Meisterschaften und Freundschaften. Ein dichtes Netz an Sportstätten zieht sich über die Korbstadt. Nahezu an all diesen Plätzen ist auch die TSL vertreten. Die Disziplinen, die sie dort anbietet, lassen kaum eine Vorliebe aus: Turnen, Leichtathletik, Allgemeinsport, Triathlon, Handball, Modern Dance, Karate/Tai Chi, Faustball, Cheerleader, Basketball, Nordic-Walking, Schwimmen, Volleyball, Orientierungslauf. Dieses enorme Angebot, gestützt und getragen von geschulten Abteilungs- und Übungsleitern nutzen sogar mehr Frauen als Männer. 1576 Lichtenfelser bekennen sich zu ihrem TSL. Sie bilden die größte Vereinigung dieser Art in der Korbstadt.

Abnehmen mit Garantie

unter der Leitung unseres staatl. zugel. Ernährungstherapeuten
Udo Altenfelder

bisher
wurden

11787 Kilo
abgenommen!

5 Wochen für 69,90



Wir suchen 60 Personen, die mit Bewegung und Ernährungsumstellung ihr Körpergewicht gesund reduzieren wollen.

Und wer danach weiter viel Spaß und Erfolg haben will, bekommt unser gesamtes Angebot schon für 35,95€ monatlich (inkl. Fitness, Milon-Zirkel, Vibrafit, Ausdauer, Kurse (u.a. ZUMBA, Aerobic, Bauch/Beine/Po, SpinRacing, Yoga, Step, Hip Hop, u.v.m.), Kampfsport, Laufgruppe, Sauna, Kinderbetreuung, u.v.m.).

ANMELDUNG

09571-739112

Hier geht's zum Abnehmen



sportstudio-highlight.de/abnehmen

Sportstudio
Highlight

Selbstverständlich können alle Kursteilnehmer während des Kurses auch unser Studio voll nutzen!



MAKING OF



STADTMAGAZIN

Es beginnt immer mit Kaffee. Ganz klassisch. Steht eine neue Ausgabe des Stadtmagazins an, muss ihr Grundriss besprochen werden. Dann bittet City-Manager Werner Schiffgen seine Mitarbeiter Harald Neumann (Fotos, Interviews, Layout) und Markus Häggberg (Interviews, Reportagen, Textgestaltung) zur Redaktionssitzung in die Ringgasse 4. Von jetzt an sind es nur noch drei Monate, bis die kommende Ausgabe in Händen gehalten werden kann.

Zumeist ist Werner Schiffgen zu diesem Zeitpunkt schon in Vorleistung gegangen. Er hat Kontakte zu Personen geknüpft und abgeklopft, ob

diese prinzipiell bereit wären, sich und ihr Tun zu präsentieren. Firmen, Vereine, Institutionen. Es besteht also ein gewisser Fundus, aus dem heraus Themen geschöpft werden können. Nun muss zunächst grob erörtert werden, wo die Gewichtung der Themen liegen soll. Ist Fleisch an der Geschichte? Wie packt man das

Thema an? Wie lässt es sich interessant gestalten? Ist es überhaupt interessant? Nicht immer lässt sich im Voraus sagen, was am Ende eines Interviews rauskommt. Fest stehen nur zwei Dinge, die das Stadtmagazin beherzigen will: die positive Grundaussage und die Geschichte hinter der Geschichte.



Citymanager Werner Schiffgen und Harald Neumann von der Werbeagentur Creativmarketing, bei der Besprechung der neuen Ausgabe



Werner Schiffgen im Gespräch mit Robert Hofmann

Rückblende. Im Vorfeld der Erstausgabe wurde festgelegt, dass das Stadtmagazin den Blick der Lichtenfelder auf die eigenen Stärken richten will. Es geht nicht darum, zu zeigen, was man nicht kann, es geht vielmehr darum, zu zeigen, was man kann. Selbstbewusstsein rührt vom Bewusstsein der eigenen Stärken. Und die sind da. Im Laufe des vergangenen Jahres hat die Redaktion beispielsweise festgestellt, dass es in und um Lichtenfels mehr wirtschaftliche Global Player gibt, als manchem schwant. Sie sind nur nicht ins öffentliche Bewusstsein gedrungen, wurden überblättert oder für selbstverständlich erachtet. Selbstverständlich aber ist gar nichts, denn alles hat seinen Grund. Zumeist besteht dieser aus dem Menschlichen, aus dem Menschelnden. Stellen Sie

sich also einen Mann vor, der, weil seine Frau ein Kind bekam, etwas zu spät zur Arbeit kam und darum von seinem Chef gegängelt wurde. An diesem Tag entschied der junge Vater, dass das ja wohl die Höhe sei und er sich besser selbständig machen sollte. Heute ist aus diesem Entschluss ein international agierendes Lichtenfelder Unternehmen erwachsen. Das ist die Geschichte hinter der Geschichte. Sie besteht fast immer in dem berechtigten Wunsch des Menschen nach Selbstverwirklichung.

Vorausschau. Bei einer jeden ersten Redaktionssitzung wird grob abgesteckt, wie viele Seiten der neuen Ausgabe zugestanden werden und welche Themen zu ihr passen. Dann werden Termine für Interviews und Foto-Shootings vereinbart. Das ist nicht immer einfach, denn auch wenn das Team vom Stadtmagazin am selben Tag Zeit hat, muss das für den Interviewpartner noch lange nicht zutreffen. Und manchmal, das muss man zugeben, geht es nur kurzfristig. Vor Ort, im Gespräch, nehmen wir uns aber Zeit. Wir wollen nicht hudeln, wir wollen den Kern, das besondere fotografische Motiv.

Zumeist werden noch zwei, drei Redaktionssitzungen in der Ringgasse anberaunt, bis eine Ausgabe des Stadtmagazins ihre endgültige Fassung erhält. Wie lang muss der Text in der Zeichenzahl werden? Welche Informationen sind unverzichtbar?

Wie verhalten sich die Fotos zu den Farben der Grafiken? Nimmt man das Bild als Querformat oder im Hochformat? Wie wirkt sich das wiederum auf die nächste Seite aus? All das sind Fragen, die dann besprochen werden müssen. Gearbeitet wird aber zumeist getrennt voneinander, mitunter auch bis spät in die Nacht. Am Ende steht das Redigieren, die Endabnahme. Auch sie wird zu dritt gemacht und ja, es kommt vor, dass mal etwas übersehen wird. Das kommt in den besten Verlagshäusern vor. Eben darum bitet das Team vom Stadtmagazin seine Leser auch um konstruktive Kritik und Anregungen, aber auch um Themenvorschläge. Denn: Nach der Ausgabe ist vor der Ausgabe. Sobald eine neue Ausgabe an die Haushalte verteilt worden ist, ist die nächste erste Redaktionssitzung nicht mehr weit. Mit Kaffee. Ganz klassisch.

Markus Häggberg (Interviews, Reportagen, Textgestaltung)



Harald Neumann (Fotos, Interviews, Layout)



Dr. Martin Faber, Sparkassenvorstand; Jens Frembs, künftiger Vertriebsdirektor Privatkunden Region Lichtenfels; Oliver Hofmann, künftiger Leiter des BeratungsCenters Lichtenfels; Gerhard Pohl, ehemaliger Vertriebsdirektor Privatkunden Lichtenfels-Bad Staffelstein

Vertriebsdirektor Gerhard Pohl geht nach 43-jähriger Tätigkeit in der Sparkasse in den verdienten Vorruhestand.

Nähe, Beständigkeit, Nachhaltigkeit, Vertrauen und Verlässlichkeit - diese Werte gehören seit jeher zur Geschäftsphilosophie der Sparkasse Coburg - Lichtenfels. Sparkassenvorstand Dr. Martin Faber lobte die herausragenden Leistungen und die regionale Verbundenheit von Gerhard Pohl und dankte ihm für sein Engagement und die geleistete Arbeit: Er war 24 Jahre Leiter der Sparkasse in Michelau. Seit 2006 war er als Vertriebsdirektor für den Bereich Lichtenfels und Bad Staffelstein verantwortlich.

Als Nachfolger stellte Dr. Faber zwei erfahrene Sparkassenmitarbeiter vor:

Jens Frembs, bislang verantwortlich für das Vermögensmanagement, wird zum Vertriebsdirektor Privatkunden für die gesamte Region Lichtenfels ernannt. Hierzu gehören die BeratungsCenter Lichtenfels, Bad Staffelstein, Michelau und Burgkunstadt sowie die dazugehörigen Filialen.

Oliver Hofmann, bisher Leiter der Sparkasse in Bad Staffelstein, wird die Leitung des BeratungsCenters Lichtenfels übernehmen und somit für das Stadtgebiet der erste Ansprechpartner.

Beide freuen sich auf ihre neue Aufgabe und werden die erfolgreiche und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit der heimischen Kundschaft fortsetzen.

Mit der Sparkasse gewinnen alle. Sparkasse. Gut für die Region.



 Sparkasse
Coburg - Lichtenfels

Als lokales Geldinstitut machen wir uns stark für unseren Standort: Wir engagieren uns für die positive Weiterentwicklung unserer Region als attraktiver Wirtschafts- und Lebensraum. Wir bieten starke und umfassende Finanzdienstleistungen für Private, Unternehmen und Kommunen. Darüber hinaus fördern wir die Jugend, Sport, Kultur, Umweltschutz, Verkehrssicherheit und soziale Anliegen. **Sparkasse. Gut für die Region. Die Initiative der Sparkasse für Menschen und Wirtschaft in der Region.**

Liebe Lichtenfelserin, lieber Lichtenfelser,

Die Osterbrunnen in unseren Ortsteilen sind Zeichen lebendig gebliebenen Brauchtums. Mit diesem Bild möchten wir Sie dazu anregen, selbst auf Entdeckungstour zu den liebevoll gemachten Osterbrunnen der Stadt und seiner Ortsteile zu gehen.



Das war´s! Offensichtlich halten Sie die letzte Seite des Magazins in Händen. Wir hoffen, dass Ihnen unsere fünfte Ausgabe gefallen hat. Aber weil es nichts gibt, was man nicht noch besser machen kann, legen wir Wert auf Ihre Anregungen. Fühlen Sie sich bitte angesprochen, wenn es darum geht, originelle Themen rund um Lichtenfels und seine Menschen bei unserer Redaktion zur Sprache zu bringen. Wir sehen uns wieder zur 6. Ausgabe des Stadtmagazins im Juni 2013.

Wir wünschen Ihnen ein frohes Osterfest und einen guten Start in den Frühling.