

*Liebe Leserinnen, liebe Leser!*



Wir haben einen durchwachsenen Sommer hinter uns – ich darf Sie gleich beruhigen, nur aus Sicht des Wetters: Nach vier Jahren strahlendem Drachenbootwetter hat es uns heuer „eiskalt“ erwischt. Dennoch haben alle Beteiligten das Beste daraus gemacht - wir waren überrascht, wie wetterfest die Teams waren.

Anfang September durfte ich im Rahmen des Sommerseminars von Frau in der Wirtschaft an einem „Glückstraining“ teilnehmen, am darauf folgenden Wochenende habe ich einen Qi Gong-Workshop gemacht. Demgemäß bin ich voller Tatendrang, und habe das Gefühl, ich könnte der Welt „ein Loch hauen“!

Ich werde meine Energie aber anders ausleben, z.B. beim Netzwerken, Planen oder beim Vorbereiten auf die Hausmesse der Gföhler Wirtschaft Aktiv, zu der ich Sie herzlich einladen möchte. Mehr dazu im untenstehenden Artikel. Wir freuen uns auf Ihr Kommen!

Ich wünsche Ihnen einen bunten, sonnigen Herbst



## AUS DEM INHALT

- Hausmesse Gföhl
- Kleines Werbe ABC
- Neu auf unserer Homepage
- Nachgefragt bei Anna Schütz
- Glück kann man lernen!  
FIW Sommerseminar
- Und wie beginnt Ihr Tag?  
Heitere Kolumne
- medienpoint-Mannschaft ist  
Drachenboot-Vizestaatsmeister

## Besuchen Sie uns auf der Hausmesse!

Die Gföhler Hausmessen finden heuer am 3. und 4. Oktober statt. Als Mitglied bei der Gföhler Wirtschaft aktiv sind wir natürlich wieder dabei. Unser Stand befindet sich im Möbelhaus Wimmer, gleich links vom Eingang.

Kleine Messen wie diese sind eine schöne Gelegenheit, die lokalen Betriebe zu präsentieren. Eine aktive Wirtschaft ist gerade für kleinere Standorte von großer Bedeutung. Außerdem bieten Messen gute Möglichkeiten, mit Kunden, Partnern und Geschäftsfreunden persönlich zusammen zu kommen, zu plaudern und vielleicht neue Kontakte zu knüpfen.

### Schicker Standort

Wir werden mit einer Auswahl unseres Angebotes im Möbelhaus Wimmer, in der Langenloiserstraße, vertreten sein. Dieser moderne Betrieb bietet für jeden Geschmack Möbel mit Qualität: Ob Designer-Wohnlandschaft oder Essgruppe mit mediterranem Flair, ob

puristische Klarheit oder wohnlicher Stilmix, asiatisch schlicht oder amerikanisch bunt, ob Sie nordische Gemütlichkeit oder glänzende Perfektion in Ihre Küche bringen wollen – die Einrichtungsexperten von Wimmer sind für Sie da.

### Schön gelassen bleiben

Natürlich möchten wir Ihnen auch etwas Besonderes bieten. Daher werden wir am **Sonntag um 14 Uhr** „Die Stunde der Gelassenheit“ zelebrieren. Der bekannte Buch- und Drehbuchautor Michael Korth wird sein neuestes Buch vorstellen. Titel: **AUCH DAS GEHT VORBEI** – Das Mantra der Gelassenheit. Das Buch spannt einen Bogen von den griechischen Philosophen bis zum



Burnout-gequälten Manager. Dabei verarbeitet Korth Lebensweisheiten und Sinnsprüche von Seneca bis Goethe, von Lao Tse bis Mark Twain – von klugen Köpfen eben, die Wege zu innerer Gelassenheit gefunden haben. Lassen Sie sich vom Autor selbst zeigen, wie Sie sich mit erprobten Methoden von Stress befreien können, wie Sie Selbstvertrauen zurückgewinnen, neue Kraft schöpfen und sich selbst und Ihren Mitmenschen Freude machen können. Außerdem haben Sie die Möglichkeit, ein persönliches, handsigniertes Exemplar zu erwerben.

Sie sind herzlich zu unserer Stunde der Gelassenheit eingeladen, oder zu einem anderen Zeitpunkt ein Glas Wein mit uns zu trinken und sich über unsere Bereiche Werbemittel, Event und andere zu informieren. Von 10 bis 17 Uhr sind wir Samstag und Sonntag für Sie da.

Weitere Informationen erhalten Sie auf unserer Homepage  
[www.medienpoint.at](http://www.medienpoint.at)

# Kleines Werbealphabet

Jede Branche hat ihre Fachbegriffe, geflügelte Worte oder Spezialausdrücke. Wie schon in der letzten Ausgabe, stellen wir Ihnen auch diesmal wieder einige vor. Vielleicht ist etwas Neues für Sie dabei. Es geht weiter beim Buchstaben E. Viel Spaß!

## E – wie Emotionaler Mehrwert

Ein Produkt kann mehr sein, als die Summe seiner Eigenschaften. Besonders bei Produkten oder Dienstleistungen, die sich kaum von denen der Mitbewerber unterscheiden, ist es unerlässlich, einen emotionalen Mehrwert zu schaffen. Das bedeutet, in den Köpfen der Kunden muss ein zusätzlicher Nutzen erkennbar sein. Das kann auch nur ein scheinbarer Nutzen sein.

L'OREAL z.B. wirbt mit sehr prominenten Stars für Haarfarben und Hautcremes, was den KundInnen suggeriert, ein Hauch von dem Glamour, der Schönheit oder Beliebtheit dieser Personen würde auf sie abfärben, wenn sie diese Produkte verwenden. Je vergleichbarer ein Produkt also ist, umso nötiger hat es einen emotionalen Mehrwert.

## F – wie Feindbildtechnik

Dieses Wort beschreibt eine bestimmte Art der Produktwerbung, die dessen Nutzen auf besondere Weise herausstellt. Dabei werden „Feinde“ überdramatisiert, wie z.B. Schuppen, Zahnfleischbluten, Schweißgeruch, Waschmaschinenkalk, Flecken oder andere

Gefahren, die einen ins soziale Abseits drängen oder Alpträume verursachen, um dann das Produkt als einzig wirksame Rettung zu präsentieren. Besonders in der Fernsehwerbung eine beliebte und funktionierende Methode.

## G – wie GIF

Das Graphics Interchange Format ist ein Grafikformat zum komprimierten Abspeichern von Bildern und Grafiken, das 1987 entwickelt wurde. Als das Internetzeitalter begann, war GIF neben dem Schwarz/Weiß-Bildformat XBM das zweite Standardformat für Bilder. Das heute dominierende JPEG-Format wurde erst nach der Einführung des Mosaic-Browsers üblich. Während das XBM-Format vollständig verdrängt wurde, konnte sich GIF behaupten, weil es – im Gegensatz zu JPEG – Transparenz und Animationen erlaubt.

## H – wie Hausfarbe(n)

Das sind jene Farben eines Unternehmens, die durchgehend im Erscheinungsbild auftauchen, z.B. SCHLECKER-Blau oder Palmers-Grün. Diese Farben werden genau definiert

und finden sich auf allen Werbemitteln, angefangen beim Logo bis hin zu Mitarbeiterkleidung und Messeauftritt.

## I – wie Infomercials

Dieses Kunstwort ist eine Verschmelzung der Begriffe Information und Commercial. Dabei handelt es sich um längere Werbespots (ca. zwei bis sieben Minuten), die ein Unternehmen, eine Marke oder ein Produkt/Dienstleistung auf informative Weise präsentieren. Diese Verbindung soll die Seriosität von Informationsendungen auf das Medium der Werbung übertragen, um den Kunden von der Vertrauens- und Glaubwürdigkeit des Produktes/der Dienstleistung zu überzeugen. Oft werden dazu die Schauspieler in weiße Kittel gesteckt und vor einer Laborähnlichen Kulisse gefilmt.

## J – wie JPG/JPEG

Das Format Joint Photographic Expert Group dient dem komprimierten Abspeichern von Bildern und Grafiken ohne wesentlichen Qualitätsverlust, und ist daher das gebräuchlichste Speicherformat.

## K – wie Key Visual (engl. key – Schlüssel)

Das Key Visual, der visuelle Schlüssel, ist ein bildliches Symbol, das eng mit einer Marke verknüpft ist. Key Visuals sind bestens geeignet, um Werbebotschaften mit Emotion zu versehen und die Markenpersönlichkeit hervorzuheben. Niemand würde es wagen, die lila Milkakuh (= Key Visual der Marke Milka) zu kopieren. Tiere und gezeichnete Comicfiguren (Ja!Natürlich Schweinchen, Duracell Hase) sind besonders beliebte Key Visuals. Sie lassen sich auch sehr gut auf den verschiedensten Werbeträgern einsetzen, vom Schlüsselanhänger bis zu lebensgroßen Plüsch- oder Plastikfiguren. Aber auch Farben (Ferrari-Rot) oder Formen (quadratisch-praktisch-gut) machen Marken unverwechselbar.

Letztendlich kann sogar das Produkt selbst ein Key Visual enthalten, wie die Knick-Ecke beim Müller-Jogurt. Wichtig ist der Sympathieeffekt, der beim Konsumenten ein positives Auseinandersetzen mit der jeweiligen Marke bewirkt.

# Drachenbootrennen – Rückblick und Vorschau

Mehr Wasser als nötig gab es beim diesjährigen Drachenbootrennen am Kampsee Thurnberg. Zum ersten Mal in fünf Jahren musste das Rennen wetterbedingt schon nach dem ersten Durchgang abgebrochen werden.



48 energiegeladene Teams trotzten den sintflutartigen Regenfällen vom 18. Juli, und absolvierten ihr Rennen mit Bravour. Den Vorjahressiegern - „Die Spezialisten von Würth“ - gelang es, ihren Titel erfolgreich zu verteidigen. Trotz trübem Wetter war die Stimmung durchwegs heiter, die Rennen waren spannend wie eh und je. Originell kostümierte Mannschaften sorgten auch zwischendurch für Spaß und gute Laune.

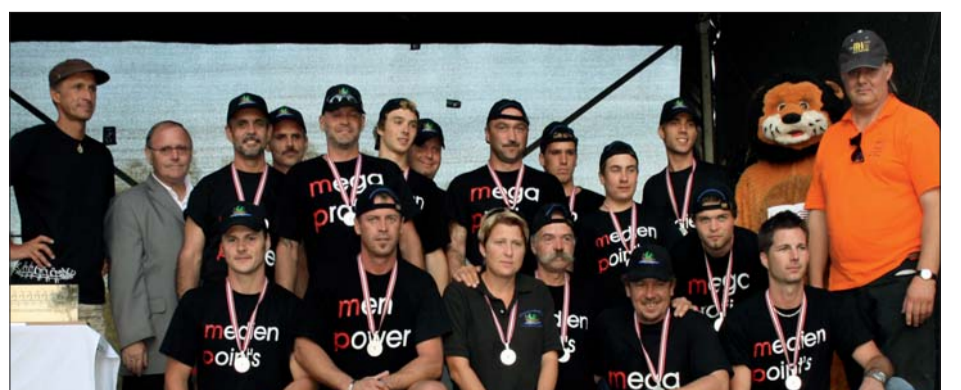
„Die Spezialisten von Würth“, alte Drachenboothasen und sozusagen von der ersten Stunde an dabei, haben es zum zweiten Mal in Folge auf Platz eins geschafft. Der zweite Platz, mit knapp 3 Sekunden Rückstand, ging an das Zweitler Team „Zum Fliegenden Holländer 1“ und nur wenige Zehntelsekunden später kamen die „Kapitäne der Straße“ (Fa. Langthaler), kurz danach die „Strabazis Ruadablattschwinger“ (STRABAG) als viertes Team ins Ziel.

Neben den schnellsten Teams wurden auch das älteste („Die Knallköpfe“), das kreativste („Die Römer“), das jüngste Team („Germser Killerfische“), sowie das schnellste Damenteam („Ottenstein2gether – women“) prämiert. Nächstes Jahr, am Samstag, 17. Juli 2010,

wird sicherlich das gewohnt schöne Sommerwetter vorherrschen. Dann geht wieder so richtig die Post ab. Übrigens: alle Fotos vom heurigen Rennen findet ihr unter [www.drachenbootrennen.at](http://www.drachenbootrennen.at)! Auch Anmeldungen sind jetzt schon möglich: 02731/8020.

## Staatsmeisterschaft

Eine Sensationsmeldung haben wir auch zu verkünden: Unser „Hausteam“, die Mannschaft **medienpoint's mega-profi menpower**, holte sich beim Drachenbootrennen in Weitenegg dieses Jahr den Titel Vizestaatsmeister. Wir sind extrem stolz auf die Burschen – und auf Trommlerin Bettina – und gratulieren dem ganzen Team auch auf diesem Weg sehr herzlich!



# Nachgefragt bei – Anna Schütz

Frau Anna Schütz hat im Bauunternehmen Franz Schütz GmbH in Weißenkirchen viele Aufgaben: Buchhaltung, Marketing, Lehrlingsbetreuung und einiges mehr. Im Grunde ist sie die Seele des Betriebes, vor allem die Lehrlinge liegen ihr am Herzen.

## medienpoint:

*Frau Schütz, Sie engagieren sich sehr in der Lehrlingsausbildung. Rund 10 Prozent Ihrer über 100 Mitarbeiter/innen sind Lehrlinge. Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?*

## Frau Schütz:

Das Unternehmen besteht seit 1927, und seit dieser Zeit werden Lehrlinge ausgebildet. Derzeit sind in unserem Betrieb sogar 16 Lehrlinge beschäftigt (Bau- und Zimmerei). Fast alle unsere Vorarbeiter und Poliere kommen aus den eigenen Reihen, und das stärkt unser Unternehmen. Es ist für uns auch kein Problem die Jugend für die Berufe Maurer- und Zimmererfacharbeiter zu gewinnen. Einfach eine tolle Aufgabe!

## medienpoint:

*Das Unternehmen Schütz GmbH ist ja sehr vielseitig. Was bieten Sie alles an?*

## Frau Schütz:

Da kann ich einiges aufzählen:

**Neubauten** – Ihr Traumhaus speziell nach Ihren Vorstellungen und Wünschen

**Fertigkeller** – Errichtung von Betonfertiggellern

**Sanierung** – fachgerechte Sanierung von historischen Gebäuden, Trockenlegungen, Fassaden

**Zimmerei** – Errichtung von Dachstühlen aller Art für Wohnhäuser und Betriebsgebäude, formschöne Wintergärten

**Planung** – Planung mittels modernster CAD-Technik in 3D-Version  
Wer mehr wissen will, klickt einfach auf [www.schuetz-bau.cc](http://www.schuetz-bau.cc)

## medienpoint:

*Haben Sie von der gegenwärtigen Krise viel abbekommen? Wie sehen Sie das kommende Jahr?*

## Frau Schütz:

Als KMU-Betrieb und wirtschaftlich gut aufgestellter Betrieb mit einem starken Team haben wir 2009 keine Krise verspürt. Ich denke, wir werden gemeinsam auch das nächste Jahr meistern. Eine Herausforderung wird es auf alle Fälle werden.

## medienpoint:

*Wir durften schon einige Male für Sie tätig werden. Warum haben Sie medienpoint für die Produktion Ihrer Werbeartikel gewählt? Was könnten wir Ihrer Meinung nach besser machen?*

## Frau Schütz:

Durch das Netzwerk „Frau in der



Anna Schütz

Wirtschaft“ bin ich auf medienpoint aufmerksam geworden. Und Frau Gabriele Gaukel ist eine Powerfrau, das imponiert mir. Sie hat sehr gute Mitarbeiter/innen, die beratend zur Seite stehen, und auch die Produktpalette ist für mich passend. Daher habe ich mich für medienpoint entschieden

## medienpoint:

*Sie sind in einer typischen Männerdomäne tätig. Ist Ihr Engagement für Frau in der Wirtschaft der nötige Ausgleich dazu?*

## Frau Schütz:

Ich bin ein Kontaktmensch und freue mich, wenn ich wieder „neue Menschen“ kennenlerne (egal welche Branche). Da sind die Zusammenkünfte von Frau in der Wirtschaft eine tolle Sache und es gibt immer ein super Programm.

## medienpoint:

*Vielen Dank für das Interview!*

# mp News

Ab sofort finden Sie auf unserer „Home“-Seite der Homepage nicht nur Neuigkeiten aus der Umgebung und Nachrichten von uns.

Um Ihnen mehr Abwechslung und Unterhaltung zu bieten, haben wir uns etwas Neues ausgedacht. Jeweils zwei unserer Mitarbeiter/innen – welche, das wird durch Lose ermittelt, – werden sich Woche für Woche etwas für Sie ausdenken. Die Ideen werden dann jeweils am Montag präsentiert.



Mit diesem Icon werden die Beiträge gekennzeichnet. Sobald Sie dieses „Gehirn“ sehen, wissen Sie, dass sich zwei unserer Mitarbeiter/innen angestrengt haben, um Ihnen etwas Interessantes zu bieten.

Wir sind selbst schon gespannt, was dabei herauskommt, wenn z.B. eine Sekretärin mit einem Anzeigenberater kreativ wird, oder unsere Chefin mit unserem Putzteufelchen. Vielleicht etwas zum Schmunzeln, etwas zum Nachdenken, ein Kochrezept, eine Ausflugstipp, etwas zum Rätseln, ...? Lassen wir uns überraschen.

[www.medienpoint.at](http://www.medienpoint.at)

# Zünftig, zünftig



Bin i net a fescha Bua?

Die tolle Lederhose hat Mama für mich geschenkt bekommen, als sie bei der Firma Spieth und Wensky zu Besuch war. Danke!

Die knackige Lederhose hinter mir gehört übrigens meiner Mama. Aber zum Oktoberfest will sie mich nicht mitnehmen. Und keiner kann mir erklären, was „eine Mäss“ ist. Wird echt Zeit, dass ich größer werde. Bis bald, Stefan!

# Je früher, je besser

Werfen Sie einen Blick auf den Kalender: vom Jahr ist nur mehr ein Viertel übrig. Zeit, sich wieder einmal Gedanken über Geschenke für Kunden und Mitarbeiter zu machen.

Werbeartikel rangieren in der Beliebtheitskala beim Empfänger ganz oben. Aber auch beim Unternehmen, das sie einsetzt, geht die Kosten-Nutzen-Rechnung positiv auf. Immerhin erzielt man damit eine mehr als doppelt so hohe Aufmerksamkeit als bei Printwerbung und eine signifikant höhere Werbeerinnerung. Das ist schließlich das Ziel von Werbung: in den Köpfen der Kunden in guter Erinnerung zu bleiben.

## Die ganze, große Auswahl

Unser großes Plus als Ihr Partner für Werbeartikel ist die unglaubliche Vielfalt an Produkten, die wir Ihnen anbieten können. So ausgefallen Ihr Wunsch auch sein mag, unsere Beraterinnen werden bestimmt fündig. Es muss ja nicht immer das sein, was alle haben. Jedes Jahr kommen neue Artikel auf den Markt oder altbekannte mit neuen Eigenschaften. Lassen Sie sich doch einmal Muster zeigen.

Auch bei den nach wie vor beliebten „Standardwaren“ gibt es enorm viel Spielraum. Wie wäre es z.B. mit einem

Wandplaner, der auf der Rückseite ein Urlaubsplaner ist?

Suchen Sie etwas sehr Günstiges mit Spaßfaktor oder etwas Hochwertiges, das lange in Gebrauch bleibt? Möchten Sie die Beschenkten überraschen? Verblüffen? Belohnen?

In jedem Fall werden Sie Freude bereiten und sich positiv und unübersehbar in Erinnerung rufen. Apropos rufen: Rufen Sie uns doch an! Oder kommen Sie vorbei, wir haben auch viele Muster zur Ansicht im Haus. Bei einer Tasse Kaffee können Sie sich dann in aller Ruhe beraten lassen. Wir freuen uns darauf!

# Ho-ho-ho

Er kommt **schneller als man denkt**



Tel.: 02731/8020

[www.medienpoint.at](http://www.medienpoint.at)

# Morgens um Sieben ...

Aufstehen müssen wir morgens alle. Aber nicht für jeden beginnt der Tag auf die gleiche Weise. Finden Sie sich bei der folgenden kleinen Studie irgendwo wieder?

## Der Durchschnittsbürger

Bei ihm klingelt der Wecker punkt 6.45. Er stellt ihn ab, büselt noch fünf Minuten und steht dann auf. Er schlurft ins Badezimmer um sich zu duschen, zu rasieren und die Zähne zu putzen. Zum Frühstück mit Kaffee und Marmelade setzt er sich hin. Küsst danach seine Frau zum Abschied, streichelt den Hund und fährt, wie an jedem Tag der Woche, zur Arbeit.

## Der Hektische

Wecker läutet. Abstellen. Duschen. Zähneputzen. Rasieren. Kaffee. Kuss. Abfahrt.

## Der Ökofreak

Den Wecker braucht er in seinem Haus im Grünen nur zur Sicherheit. Sein erster Blick geht durchs offene Fenster, wo die Vöglein lustig zwitschern. Für ihn zeigt sich die Natur jeden Tag im Jahr in einem anderen Kleid. Pfeifend begrüßt er seinen Papagei, liebkost den Hund und dann auch seine Frau. Er genießt sein Bio-Frühstück mit frischem Saft und fährt schließlich mit Zug oder Fahrrad zur Arbeit. Nicht ohne vorher den Papagei und den Hund gestreichelt und seine Frau geküsst zu haben.

## Der Morgenmuffel ...

... kann nicht fassen, dass die Sonne schon wieder aufgegangen ist. Gerade ist er doch im Mondschein heimgekommen. Er hört wohl den Wecker, reagiert aber erst beim dritten

Mal - unwillig. Sein Blick in den Spiegel beweist: Die Nacht war zu kurz, der Hund sieht besser aus als er. Nach der Rasur und einer eiskalten Dusche kommt er langsam in die Gänge und tröstet sich damit, dass es ja bald wieder Abend ist. Er tritt aus der Tür und vergisst - wieder einmal - seiner Frau „Baba“ zu sagen.

## Der Lebenskünstler ...

... hat gar keinen Wecker. Er lässt sich immer von seiner inneren Uhr wecken. Ärgert sich nicht, wenn er sich beim Rasieren schneidet, das Warmwasser nicht funktioniert und der Hund seine Hose ansabbert. Weil kein Brot mehr da ist, macht er sich einfach ein Müsli. Er singt vor sich hin, genießt den Instantkaffee, weil die Maschine streikt, küsst trällernd seine Liebste, zauselt den Hund und fährt - nachdem er beim Auto, das nicht anspringt, einen Zündkerzenwechsel vorgenommen hat - ohne zu fluchen ab.

## Der Pechvogel ...

... hat auch heute wieder verschlafen. Verbrennt sich unter der Dusche am zu heißen Wasser und kriegt einen Stromstoß beim Rasieren. Die Zahnpasta kommt zuerst nicht aus der Tube, doch

dann, wie geschossen, gleich drei Zentimeter. Beim Frühstück verschluckt er sich am Kaffee, muss husten und versaut sich seine neue Krawatte. Das Brot fällt - mit der beschmierten Seite nach unten - auf die Anzughose. Der Schnürsenkel reißt beim Binden, und beim Aufstehen schlägt er sich den Kopf an der offenen Schranktüre an. Mit seiner Frau ist er verkracht, und beim Hinausgehen fällt er über den

Hund. Weil er mit dem Auto einen Unfall hatte, muss er den Bus nehmen, der ihm aber vor der Nase wegfährt.

## Der Privilegierte ...

... wird von seinem Butler sanft gerüttelt und, während dieser die Vorhänge öffnet, daran erinnert, dass ein neuer Tag angebrochen ist. Das Frühstückstablett wird ihm ans Bett gebracht. Das Badewasser (mit Lavendel) ist schon eingelassen - genau 38,5°C, wie gewünscht. Rasiert wird er vom Butler und, passend zum Tag und zu den Terminen, richtet James auch die Garderobe (Unterwäsche angewärmt). Beim Ankleiden ist er ihm ebenso behilflich wie beim Einsteigen in den Rolls-Royce, der sanft anfährt - in einen neuen Tag. Man sieht sich wieder

beim Dinner. Er tätschelt seinen Setter mit Stammbaum bis ins 17. Jahrhundert. Die Lady ist müde von der gestrigen Charity-Veranstaltung und schläft noch - darum entfällt der Kuss.



Illustration: Katharina Klein

# Frau in der Wirtschaft Aktivitäten



Alljährlich treffen sich die Bezirksvorsitzenden Niederösterreichs zum so genannten Sommerseminar von Frau in der Wirtschaft. Heuer fand es im Hotel Schlosspark Mauerbach statt.

Es war schön, in entspannter Runde wieder gemeinsam zu „netzwerken“, sich auszutauschen, dazulernen und Pläne für nächstes Jahr zu schmieden. Viele interessante Berichte aber auch private Plaudereien helfen einem zu erkennen, wo unsere Wirtschaft im Augenblick steht, und was wir von der Zukunft erwarten dürfen.

Highlight des dreitägigen Seminars war für mich das Glückstraining am Dienstag. Im Vorfeld war ich skeptisch, denn wie sollte man Glück trainieren können? Aber nach dem Tag mit Trainerin Mag. Heidi-Marie Smolka bin

ich überzeugt: Glückseligkeit kann man tatsächlich lernen. Wissenschaftliche Erkenntnisse der Glücksforschung kamen ebenso zur Sprache wie die praktische Bedeutung und Anwendung im Alltag, Anti-Ärger-Strategien oder eine humorvolle Weltsicht. Viele Tipps und Anregungen, wie man den persönlichen Glücksfaktor im Alltag erhöhen kann, und Methoden für mehr Spaß, Leichtigkeit und Begeisterung - ohne den Zwang der rosaroten Brille - das alles wurde uns einen Tag lang vermittelt. Mehr zu diesem Thema finden Sie unter [www.glueckstraining.at](http://www.glueckstraining.at).

So werde ich nun versuchen, jenes Gehirnnareal, das für angenehme Gefühle zuständig ist, auszubauen. Glückliche, schöne Momente sind Luxusgüter in unserer Zeit, die aber für jeden erfahrbar sind. Dass auch Sie möglichst viele solcher Momente erleben wünsche ich Ihnen von Herzen.

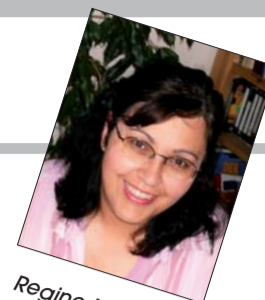


Vorsorgen ist besser als Heilen. Unter diesem Titel findet am 13. Oktober ein interessanter Vortrag unter dem Aspekt Arbeitsrecht statt, zu dem FiW alle Waldviertler Unternehmerinnen einlädt.

Beginn ist um 18:30 Uhr. Experten und Expertinnen der Wirtschaftskammer werden in der Bezirksstelle der Wirtschaftskammer Zwentl zu vielen wichtigen Themen einen Überblick über die Rechtslage geben. Im Mittelpunkt stehen Fragen wie:

- „Wie vermeide ich als Unternehmerin arbeitsrechtliche Fallen, die das Unternehmen eine schöne Stange Geld kosten können?“
- „Was ist bei der Einstellung von Mitarbeiter/Innen zu beachten?“
- „Worauf ist bei Mutterschutz und Karenz zu achten?“
- „Wo liegen die Knackpunkte bei der Beendigung eines Dienstverhältnisses?“

Wenn Sie Interesse an diesem Vortrag haben, melden Sie sich bitte - möglichst rasch - direkt in der Bezirksstelle der Wirtschaftskammer Zwentl unter der Telefonnummer 02822/54 141 an.



Regine Nestler

## Impressum

Inhaber und Herausgeber:  
medienpoint Werbe- und  
VerlagsgesmbH, Tiefenbach 3  
3543 Krumau/Kamp  
Tel. 02731/8020, Fax DW 30  
[office@medienpoint.at](mailto:office@medienpoint.at)  
[www.medienpoint.at](http://www.medienpoint.at)

Druck: Druckerei Berger, Horn

Linie: zur Unterhaltung und  
Information der Leser

Erscheinungsweise: vier Mal jährlich

