

Liebe Leserinnen und Leser,



Ich freue mich, Ihnen heute viel Neues und NUR Positives über uns berichten zu dürfen: Wir haben zwei neue Mitarbeiterinnen im Team und drei interessante Aufträge an Land gezogen – und das in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Mehr dazu auf den nächsten Seiten.

Ganz ehrlich, ich mag das Wort Krise nicht mehr hören. Nicht dass ich die Augen vor der derzeit schwierigen Situation einfach verschließe, aber ich bin in meinem Herzen davon überzeugt, dass es uns im Großen und Ganzen (sehr) gut geht. Wenn wir nur aufhören, alles zu dramatisieren und schlecht zu reden – und da sind wir wirklich alle gefordert!

Eine große Bitte in eigener Sache: Am 27. Mai wird der Leading Ladies Award 2009 vergeben, und ich bin in der Kategorie Kind & Karriere nominiert. Sie können mich unterstützen und für mich voten unter www.madonna24.at. Herzlichen Dank!

Ich wünsche Ihnen einen schönen und sonnigen Frühling Ihre



AUS DEM INHALT

- ÖSTERREICH, Schoeller Münzhandel, Messe Laa
- Werben in der Krise?
- Drachenbootrennen 18.7.2009
- Neue Mitarbeiterinnen
- Nachgefragt bei Bgm. Aschauer
- Mädels mögen Machos – die heitere Kolumne

Neue Herausforderungen

2009 wird ein spannendes Jahr, was unsere Arbeit betrifft. Schon jetzt warten einige neue Herausforderungen auf uns.

Im Eventbereich wird gerade mit Eifer an der Neugestaltung der Messe Laa gearbeitet. Sie wird sich heuer erstmals als Familienmesse präsentieren. Dazu wurden von uns ein Name und ein passendes Logo kreiert.



Die laa familia hat heuer den Schwerpunkt „Gesundheit – vom Kleinkind bis ins hohe Alter“. Jeder der vier Tage ist einer speziellen Personengruppe gewidmet, wie Babys, Jugend, Senioren, usw.

Das Raumkonzept wird ganz neu sein, und ein attraktives Rahmenprogramm mit Fachvorträgen, Workshops und vielen Angeboten wie eine Gesundheitsstraße, Streetball-Challenge oder Jimmy on Tour werden die Messe für die ganze Familie zu einem echten Highlight machen.

Viele interessante Aussteller haben sich schon angekündigt.

Auch die Abteilung Anzeigenverkauf kann mit einem neuen Projekt aufwarten: für die Tageszeitung ÖSTERREICH beraten unsere Mitarbeiter ab sofort Inserenten aus ganz Niederösterreich. Diese relativ junge Tageszeitung hat allein für Niederösterreich und das nördliche Burgenland eine Auflage von 53.000 bis 121.000 Stück, damit

liegt sie an zweiter Stelle bei den Tageszeitungen. Laut einer Studie sind 65% der LeserInnen unter 65 Jahre, ÖSTERREICH ist daher wahrscheinlich die Tageszeitung mit dem jüngsten Publikum. Vielfältig und interessant sind



die Themenschwerpunkte der einzelnen Ausgaben dieses Zielgruppen-Topmediums.

Ebenfalls neu ist, dass wir für Schoeller Münzhandel aus Wien tätig sein dürfen. Neben einem Logo-Relaunch, dem Design eines neuen Messestandes und diverser Inserate haben unsere Texterinnen eine besonders schöne Aufgabe dazubekommen: Die Schoeller News, der gedruckte Newsletter für Sammler und Anleger, wurde von uns neu gestaltet und erscheint nun im Großformat, sowie in einer wirklich ansprechenden Optik. Die Numismatik ist ein sehr spezielles Gebiet mit unendlich vielen, interessanten Themen. Außerdem sind alte Münzen, Gold, Silber und Edelmetalle etwas ausgesprochen Schönes, mit dem man sich gerne beschäftigt.



So freuen wir uns auf die vor uns liegenden Aufgaben und sind gespannt, was noch alles auf uns zukommt!

Werben in der Krise?

Welche Krise? Laut Umfragen glaubt in Österreich niemand so recht an eine richtige Krise. Auch der Großteil der Entscheidungsträger aus Medien und Werbung sehen keine echte Krise.

Natürlich weht derzeit ein rauer Wind: die Lebenshaltungskosten sind gestiegen, bei vielen Wirtschaftsbetrieben sind die Umsätze eingebrochen und die Prognosen bezüglich Inflation sehen auch nicht günstig aus.

Laut Fessel wollen 6 von 10 Österreichern jetzt „mehr sparen“, wobei das eine eher schwammige Aussage ist. Das bedeutet aber auch, dass der potentielle Kunde jetzt genauer prüft und vermehrt darauf achtet, wie sich ein Unternehmen oder Dienstleistungsbetrieb positioniert.

Nur den Sparstift ansetzen?

Soll ein Unternehmen nun bei Werbung und Marketing sparen? Was sagen Fachleute zu diesem Thema? Gemäß der Zeitschrift Extradienst sind die meisten Agenturen optimistisch.

Rainer Reichl (Reichl & Partner) meint: „Eine gute Agentur passt sich Veränderungen an und entwickelt aktiv Leistungen für ihre Kunden und hilft ihnen, so genannte Krisen zu meistern, also Chancen zu entdecken. Von Ein-

sparungen halte ich nichts, im Gegenteil: Veränderungen brauchen oft mehr Energie und erfordern entsprechende Investitionen.“

Eva Dichand (Heute) sieht Vorteile in einer differenzierten Produktpalette und findet: „Prinzipiell gibt es am Markt für gute Ideen immer Geld. In schwierigen Zeiten darf man halt nicht danebengreifen.“

Und Dr. Peter Drössler, Obmann des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Österreich, ist der Ansicht, dass „es gerade, wenn's schwieriger ist, sinnvoll ist, nicht an den Werbeetat zu sparen.“

Gefragt sind innovative Konzepte, kreative Ideen und Profis, die wissen, wie man aus wenig das Beste herausholt.

Es ist natürlich zu erwarten, dass das Preis-Argument die werbliche Kommunikation in nächster Zeit mehr dominieren wird.“

Werbemaßnahmen optimieren

Tatsächlich ist es so, dass die Ansprüche von Kunden und Werbern gestiegen sind. Jeder Euro für Werbung und Marketing wird genau überlegt und mit mehr Kontrolle ausgegeben.

Gute Werbung muss originell, verständlich und vor allem kontinuierlich sein.

Gefragt sind daher innovative Konzepte, kreative Ideen und erfinderische Profis, die wissen, wie man aus wenig das Beste herausholt.

Für medienpoint bedeutet die derzeitige Lage, auch weiterhin in motivierte Mitarbeiter zu investieren, auf Bestbieter bei den Lieferanten zu setzen und unseren Kunden zu helfen, jeden Werbeeuro sinnvoll einzusetzen. Als CAAA-zertifizierte Agentur gewährleisten wir, dass ausgebildete Fachkräfte tätig sind. Mit einem eigenen Marketing-Multimedia-Coach im Haus bieten wir zusätzlich die Möglichkeit, Werbemaßnahmen sowohl im Vorfeld

als auch im laufenden Betrieb zu evaluieren.

Know-how statt Dumping

Gute Werbung muss originell, verständlich und vor allem kontinuierlich sein. „Sich auf den Preis einzuschließen ist ein geradezu „tödlicher Fehler“.“, weiß Manfred Enzlmüller, Fachgruppenobmann von Niederösterreich. „Meist ist es so, dass man mit der Werbung aussetzt, wenn man glaubt, jetzt ist das Geld knapp. Aber genau in dieser Situation müsste man mehr Werbung machen!“

Welche Optionen hat man nun als Unternehmer? Deckel drauf und einsparen, denn besser wird es nimmer? Oder Veränderungen als Chancen erkennen, reagieren und neue Futterchüsseln suchen?

Bei medienpoint versuchen wir jedenfalls, als zusammengeschweißtes Team mit Motivation und Fleiß auch in Durststreckenzeiten gute, zielführende Arbeit zu leisten. Wie sang schon der Zauberer Merlin im Disneyfilm? „Mal geht es auf, mal geht es ab, mal im Galopp und mal im Trab, ...“

Alles Paddeln!



Am 18. Juli werden am Kampsee Thurnberg wieder die Paddel geschwungen. Ruhm und Ehre – und schöne Preise – warten auf die Teilnehmer.

Für Drachenboot-Fans ist dieses Datum ein Pflichttermin. Wir freuen uns schon sehr auf euch und auf viele kreative Ideen, was Kostüme und Team-Auftritt anbelangt. Moderation, Verpflegung, Kinderanimation und ein buntes Rahmenprogramm sorgen auch heuer wieder für einen abwechslungsreichen, unterhaltsamen Sommertag am Wasser. Auch die beliebte Tombola, deren Reinerlös gespendet wird, wird wieder mit vielen tollen Preisen aus der Region aufwarten. So hat auch jeder Besucher die Chance auf einen schönen Gewinn.

Den Höhepunkt bilden natürlich die spannenden Rennen, wenn wieder vier Drachenboote gleichzeitig um die beste Wertung kämpfen. Trommelschlag und Jubelrufe, glitzerndes Wasser und schäumende Bugwellen, muskulöse Arme und witzige Outfits –



ein Drachenbootrennen ist mit nichts zu vergleichen. Seid dabei!

Anmeldungen unter www.drachenbootrennen.at oder 02731/8020-36



Business-Frühstück

Im LOISIUM fand am Freitag, dem 27. März, das vierte Women Network Business-Frühstück statt. Thema: „Wir sind Spitze“.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand wie immer eine Talkrunde mit sehr erfolgreichen und prominenten Frauen aus Wirtschaft und Politik.

Landesrätin Mag. Johanna Mikl-Leitner etwa betonte die starke Frauenpräsenz in der niederösterreichischen Wirtschaft und hob hervor, dass 40 Prozent der niederösterreichischen Unternehmen von Frauen gegründet wurden. Ein Spitzenwert, bundesweit betrachtet.

Ing. Renate Scheichelbauer-Schuster, Spartenobmann-Stellvertreterin der WKNÖ fand es überaus wichtig, dass Frauen Führungspositionen einnehmen. Die Women-Network-Veranstaltungen sollen dazu beitragen, das Selbstvertrauen der Frauen, die Führungspositionen anstreben, zu stärken.

Monique Weinmann, Landesvorsitzende von FIW NÖ, riet den über 100 Teilnehmerinnen aus ganz Niederösterreich, die Ansprüche an sich selbst nicht zu hoch zu schrauben. Auch Gabriele Jüly, GF der Abfall-

service Jüly GmbH und Bezirksvorsitzende FIW Bruck/Leitha plädierte für mehr Selbstbewusstsein und Gelassenheit. Mag. Michaela Steinacker, Geschäftsleiterin der Raiffeisen-Holding NÖ-Wien, betonte, wie wichtig Disziplin und überdurchschnittliche Leistung für Frauen auf dem Weg nach oben sind. Das einhellige Credo lautete: Mehr Frauen in Führungspositionen! Natürlich war aber auch die Vereinbarkeit von beruflichem Engagement und einem glücklichen Familienleben ein wichtiges Thema der Gesprächsrunde.

Resümee des Vormittags: viele interessante Aussagen und beeindruckende Frauenpersönlichkeiten, von denen man lernen kann.

Auch Frau Dr. Andrea Zauner-Dungl, GF der Willi Dungl Gesundheitszentren Betriebs GmbH, gönnte sich trotz prall gefülltem Terminkalender einen hochinteressanten Vormittag im LOISIUM.



Braucht Abwechslung

Seit Anfang Februar ergänzt Bettina Geitzenauer unser Team. Sie wird sich in erster Linie auf den niederösterreichweiten Anzeigenverkauf für die Tageszeitung ÖSTERREICH konzentrieren.

Bettina ist Absolventin der HBLA für Mode- und Bekleidungstechnik in Krems. Dass Mode noch immer zu ihren Steckenpferden gehört, ist nicht zu übersehen, ihre Outfits sind immer außergewöhnlich und sehr geschmackvoll kombiniert.

Sie lebt noch mit ihrer großen Familie – 3 Generationen – unter einem Dach, wo es mitunter recht lebhaft zugehen kann. Außerdem nimmt Bettina regen Anteil an der Entwicklung ihrer „klei-

nen“ Schwester im Teenageralter und steht ihr mit schwesterlichen Ratschlägen oft hilfreich zur Seite.

Fotografieren ist ihr Lieblings-Hobby, mit der digitalen Spiegelreflexkamera streift sie durch die Natur, aber auch bei Hochzeiten ist sie gefragt.

Und sonst? „Sowohl beruflich als auch privat ist es mir wichtig, dass mir meine Aufgaben Spaß machen, dass ich nette Leute um mich habe und mein Leben nicht zum Trott wird.“



Steckbrief in Kürze:

Name: Bettina Geitzenauer

Sternzeichen: Löwe

Familienstand: ledig

Hobbys: Fotografie, Radtouren, Lesen, Musik, Reisen

Lieblingessen: Hauptsache gut gewürzt, fades Essen ist gar nichts für mich

Das ist mir im Alltag wichtig: Harmonie und Action in einem ausgewogenen Verhältnis

Größtes Abenteuer bisher: Als „Landei“ in die Großstadt London, selbst organisiert und mit hoffnungslos veraltetem Reiseführer.

Das möchte ich unbedingt noch tun: Unglaublich viel. Mit einem Lottosechser die ganze Welt bereisen zum Beispiel, weil „die beste Bildung findet ein gescheiter Mensch auf Reisen“, das hat schon Johann Wolfgang von Goethe gesagt.

Bevorzugtes Reiseziel: die Seychellen

Aktueller Lesestoff: „Land aus Glas“ von Alessandro Barricco

Lebensmotto: „Träume nicht dein Leben, sondern lebe deine Träume“

Liebt Harmonie

Mit 20 Jahren unser aktuelles Firmenküken: Melanie Katzenschlager verstärkt seit einigen Wochen unseren Eventbereich mit jugendlicher Dynamik.

Melanie stammt aus dem Oberrose-nauer Wald, dem Labyrinth zwischen Zwettl und Groß Gerungs. Mit ihren Eltern und dem jüngeren Bruder lebt sie in einem Haus mit wunderschönem, großem Garten wo sie sich sehr wohl fühlt.

Nach der Matura an der HLW Zwettl zog es sie nach Wien, wo sie auf der Fanmeile bei der EM 2008 tätig war. Danach arbeitete sie einige Zeit bei der SVA, bis sie auf medienpoint aufmerksam wurde.

Jetzt freut sie sich wieder im Waldviertel zu sein, denn sie ist ein Familienmensch und will auch mit guten Freunden Zeit verbringen. In ihrer Freizeit treibt sie gerne Sport in der freien Natur oder liest. Am Wochenende kann sie niemand davon abhalten, das aufregende (mit Augenzwinkern) Nachtleben der Waldviertler Clubs kennen zu lernen.

Melanie ist aufgeschlossen, unternehmungslustig und vielseitig – wir freuen uns, dass sie unsere Gemeinschaft bereichert.

Steckbrief in Kürze:

Name: Melanie Katzenschlager

Sternzeichen: Waage

Familienstand: ledig

Hobbies: Sport, Lesen, Freunde treffen

Lieblingessen: Hmm, ... schwer zu sagen, mir schmeckt sooo viel!

Das ist mir im Alltag wichtig:

Meine Familie, Freunde, und dass es uns allen gut geht

Größtes Abenteuer bisher:

Ich bin ein abenteuerlustiger Mensch, daher hatte ich schon viele!

Das möchte ich unbedingt noch tun:

irgendwann einmal eine Familie gründen

Bevorzugtes Reiseziel:

Überallhin, wo die Sonne scheint

Aktueller Lesestoff:

„Roman-Bühne des Lebens“ von Catherine Cookson

Lebensmotto:

„Wer sich am Ziel glaubt, geht zurück.“ (Laotse)



Die HLW verbindet

Dass man am gleichen Projekt mitarbeiten kann, ohne voneinander zu wissen, haben Gaby und unsere jüngste Mitarbeiterin Melanie erfahren.

Beide haben zum Gelingen des wunderschönen Kochbuches der HLW Zwettl beigetragen. Wie es dazu kam? 2007 feierte das Zwettler Institut der Schulschwester ein zweifaches Jubiläum: 125 Jahre Schulschwester in Zwettl und 25 Jahre Höhere Lehranstalt und Fachschule für wirtschaftliche Berufe. Statt einer Festschrift beschloss man ein Koch- und Erinnerungsbuch herauszugeben.

Einige ehemalige Absolventinnen wurden gebeten, Beiträge in Form von Rezepten oder Lebensgeschichten zu liefern, darunter auch Gaby. Sie freut sich, dass die Schule inzwischen stolz auf sie sein kann, ein Umstand zu dem sie anscheinend nicht immer Anlass gegeben hat (laut eigenen Angaben glänzte sie eher durch Streiche).

Die SchülerInnen der Abschlussklassen stellten als Projektarbeit das bunte Panoptikum zusammen – darunter auch unsere junge Kollegin Melanie Katzenschlager. Ihre kreativen Ideen spiegeln sich auf einigen Seiten des ein-

zigartigen Kochbuches wieder, das vom Verlag „Bibliothek der Provinz“ hergestellt wurde.

Inzwischen arbeitet Melanie mit Gaby zusammen, und eine weiß, was die andere tut. Nachdem die Zusammenarbeit vorher schon geklappt hat, darf man sich ja einiges erhoffen.

Übrigens: Das Kochbuch heißt „Klosterküche & Karpfenmaki“ und hat die Nummer ISBN 978-3-85252-929-5.



Nachgefragt – bei Franz Aschauer

Bürgermeister Franz Aschauer, seit neun Jahren erster Diener der Gemeinde Jaidhof, hat viele innovative Ideen, wenn es um seine Gemeinde geht.

mp: Die Gemeinde Jaidhof ist ja nicht groß, aber sehr aktiv. Wenn man die Bevölkerungsbewegung ansieht, scheint sie für die Bewohner auch sehr attraktiv zu sein, es wird viel neu gebaut. Worauf führen Sie das zurück?

Bgm. Aschauer: Der größte Pluspunkt für die Gemeinde Jaidhof ist die gute Verkehrsanbindung mit der B 37. Mit dem Projekt „Öko-Dorf“ haben sich sehr viele junge und jung gebliebene Familien angesiedelt.

Die Anlage mit Schwimmbiotop und die gute Planung haben sehr viele bezaubert. Besonders attraktiv ist die gute Einbindung in das Dorfleben und in das Vereinsleben, was ich selbst am besten beurteilen kann, da ich selber auch zugezogen bin.

mp: Herr Bürgermeister, medienpoint durfte schon einiges an Werbemaßnahmen für Ihre Gemeinde durchführen. Worauf legen Sie bei Werbung und Marketing Wert?

Bgm. Aschauer: Auf persönliche, gute Beratung, da man ja selbst zu wenig Erfahrung in Bezug auf Werbemaßnahmen hat.

mp: Für wie wichtig halten Sie professionelles Marketing für eine Gemeinde?

Bgm. Aschauer: Für Fremdenverkehrsgemeinden halte ich professionelles Marketing für sehr wichtig. Denn nur durch ständiges Werben und das Betonen der eigenen Stärken kann man Interessierte in die Region holen.

mp: Welche Vorteile haben Sie bei der Zusammenarbeit mit medienpoint verspürt?

Bgm. Aschauer: Die gute, professionelle, persönliche und rasche Erledigung der Aufträge.

mp: Vielen Dank für das Interview!



Mädels mögen Machos

Mein Sandwichsohn Ferdi ist zwölfjährig, ein psychologisch bestätigtes Alphamännchen und fühlt sich mindestens genau so „erwachsen“ wie sein 18-jähriger Bruder. Das heißt im Klartext: Er steht auf Schwarz, rockige T-Shirts, Skaterschuhe, coole Sprüche, er hört Rammstein und stinkt penetrant nach Axe Africa. Mann zum Quadrat, mindestens.

Ferdi liebt Mädels und die Mädels umschwärmen ihn. Während er männlichen Artgenossen gegenüber oft eher verhalten, rau und leicht aggressiv gegenübersteht, ist er in der Gegenwart von Mädchen immer charmant, aufmerksam und extrem liebenswert.

Eine Tatsache, die auch Ferdis Lehrer im positiven Sinne zu nutzen wissen. Ferdis Sitzplatz ist umzingelt von Mädchen. Ein Mädchen neben ihm, vor und hinter ihm je zwei und quer über den Gang noch ein Mädchen. Ein Hahn im Hühnerstall, streichelweich und handzahn.

Seine erste Kuss-Freundin hatte er als Windelkind, mit knapp drei. Es handelte sich dabei um das gleichaltrige Nachbarsmädchen. Sie mochten sich lange, sogar dann noch, als Susi kam. Susi, die kleine blonde Klassenkameradin mit der süßen Piepsstimme. Ich erinnere mich an ein Deutsch-Hausübungsheft der zweiten Klasse Volksschule, mit dunkelrotem Papierumschlag. Statt die Hausübung zu

schreiben malte Ferdi hingebungsvoll 11 etwas formverlorene Herzen auf den Umschlag und in jedem dieser elf Herzen stand der Name Susi. Das war ungefähr zu jener Zeit, als der ältere Bruder Mädels noch extradämlich fand, eine Tatsache übrigens, die sich erstaunlich schnell gewandelt hat. Für Ferdi hingegen war immer sonnenklar, dass er einmal heiraten und Kinder haben wird. Mit 8 Jahren formulierte er das so:

„Also, ich will auf jeden Fall heiraten, wenn ich groß bin, ich brauche doch eine Frau zum Putzen und Kochen.“

Emanzipation ist bei einem so unausgewogenen Geschlechterverhältnis wie bei mir zu Hause eine beinharte Angelegenheit, die Erfolge spärlich und die Rückschläge umso vernichtender. Dieser Satz Ferdis, den er bedächtig und in fast feierlichem Tonfall von sich gab, war auf jeden Fall schwere Kost. Die Selbstverständlichkeit, dass eine Frau kocht und putzt, und sich mit Hingabe um den Mann kümmert – woher kommt dieses Denken????? Meine Buben konnten nach Herzenslust mit Mädchenkrams spielen, das Kinderbuchregal quillt über mit zeit-

gemäßiger Kinderliteratur und ich selbst habe tausend Sachen, die ich lieber tue, als den Kochlöffel zu schwingen oder den Garten umzugraben. Woher also diese traditionellen Ansichten?

Zurück zu Ferdi und den Mädels. Irgendwann wurde Susi zu vernünftig für Ferdi, bzw. Ferdi zu wild für Susi und dann waren Maria und Emmi interessant. Eine sehr schwierige Zeit, weil Ferdi ja trotz allem ein hochmoralisches und anständiges Kerlchen ist, das weiß, was sich gehört. Maria laut, robust und blond und Emmi laut, robust, mit dunklen, drahtigen Locken und beste



Petra Kierberger-Riederer

Freundinnen. Mit elf wollte er mit Maria ins Kino, zum Valentinstag, mit Valentinstagsschokoladenherzen, die er ihr bei diesem Anlass ungestört und feierlich überreichen wollte. Leider erschien Maria mit Emmi im Schlepptau und die Schokoladenherzen blieben in Ferdis Jackentasche. Zum Trost wurde er von beiden Mädels nach Strich und Faden verwöhnt, eine links, eine rechts von ihm, stopften sie ihm abwechselnd Popcorn und Gummibärchen in den Mund. Emmi und Maria mag er zwar noch immer, aber die Zuneigung hat eindeutig an Intensität verloren. Seit neuestem findet er nämlich, dass sanftere Mädchen viel besser zu ihm passen. Lilli ist so eine Kleine, Ruhige, Zarte, blass und mit langen, roten Haaren. Die beiden waren schon im Kino, in der Nachmittagsvorstellung, allein...



Illustration: Christina Seifl

Hinter den Vorhang geguckt

Ski-Abend in Kirchbach

Im März lud Gaby alle Skibegeisterten und ihre Angehörigen zu einem sportlich-gemütlichen Abend im Skidorf Kirchbach ein.

Bei hervorragenden Schneeverhältnissen fanden sich 10 SkifahrerInnen und 3 SnowboarderInnen beim Schlepplift ein, 4 „Mann“ bildeten die Neigungsgruppe „Hüttengaudi“.

Die Piste war in sehr gutem Zustand, da machte das Carven und Boarden richtig Spaß. Nach ein paar sportlichen Durchgängen gab es eine kleine Aufwärmepause, dann vergnügten wir uns noch bis 21 Uhr auf der beleuchteten Piste.



In der gemütlichen Skihütte ließen wir den Abend mit einer ordentlichen Stärkung ausklingen.

FW Zwetl zu Besuch

Ende Februar waren die Abschlussklassen der FW Zwetl bei uns zu Besuch. Die Besichtigung von Betrieben gehört zur Praxisorientierten Ausbildung der rund 40 Schülerinnen und Schüler.



In ihrer Übungsfirma AKTIV haben die Mädchen und Burschen verschiedene Funktionen inne, die sie auf den Berufsalltag vorbereiten sollen.

Wir bedanken uns bei den Lehrern Mag. Biegl, Dipl.-Päd. FOL Bolomsky, Dipl.-Päd. Ing. Doppler und Mag. Kober für ihr Interesse, und wünschen den Schülerinnen und Schülern alles Gute für die Abschlussprüfungen und einen erfolgreichen Einstieg ins Berufsleben!

Hi, fans!

Da es so viele nette Leute gibt, die an meinem jungen Leben Anteil nehmen, will ich mich nicht zieren sondern lieber präsentieren.

Es gibt tatsächlich Menschen, die sich Sorgen machen und meinen, ich wäre krank, wenn in Mamis Zeitung kein Bild von mir drin ist. Das finde ich toll! Fotografiert werde ich ja oft genug. Sogar von NEWS war schon wieder jemand da. Hier inspiziere ich Mamas



Schreibtisch – sehr interessant. Den Fußboden ihres Büros kenne ich ja schon auswendig. Noch interessanter ist es aber draußen. Ich glaube, ich werde mich heute noch in meinem feuerroten Kinderwagen durch die Frühlinglandschaft chauffieren lassen. Bis zum nächsten Mal – Bussi!

Impressum

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

Druck: Druckerei Berger, Horn

Linie: zur Unterhaltung und
Information der Leser

Erscheinungsweise: vier Mal jährlich

