

→ KOFFERPACKEN



Alexander Mous möchte viel Zeit mit seiner Familie verbringen. ARCHIVFOTO: UD

Fahrradservice sogar im Urlaub

BÜDERICH (now) Alexander Mous braucht kaum Gepäck für seinen Urlaub – trotzdem muss er einen ziemlich großen Koffer haben: „Was ich einpacke? Meine Frau und meinen Sohn!“, antwortet er spontan. Der Inhaber von „Spielwaren und Fahrrad Mous“ braucht an seinen freien Tagen nichts als Ruhe und viel Zeit für seine Familie. „Im Urlaub möchte ich abschalten und einfach mal nichts tun. Da brauche ich nicht viel“, sagt er. Tagsüber ein interessantes Buch lesen, abends lecker Essen gehen – das reicht ihm als Beschäftigung. Seinen Laptop nimmt er trotzdem mit ins Handgepäck, um bei einem Notfall im Geschäft immer erreichbar zu sein. „Selbstständig zu sein bedeutet eben, selbst und ständig zu arbeiten“, lacht Mous. Er fährt verweist mehrmals im Jahr, dafür aber nie länger als eine Woche. „Am liebsten im Oktober, kurz vor dem stressigen Weihnachtsgeschäft.“ Bei einem Familienurlaub an der See dürfen die Fahrräder natürlich nicht fehlen. Die Nordseeinsel Sylt ist ein beliebtes Urlaubsziel von Mous. Dort trifft er auch häufiger seine Kunden an: „Eine Kundin freute sich besonders, mich zu sehen. Sie war mit einem Mous-Fahrrad unterwegs und hatte einen Platten. Ich hatte mein Flickzeug natürlich dabei und habe ihr den Reifen gleich auf dem Deich geflickt.“ Der Einsatz außerhalb der Geschäftszeiten wurde mit einer Erfrischung an der nächsten Bierbude belohnt.

ORTSGESPRÄCH

Mit den Lions am Rhein

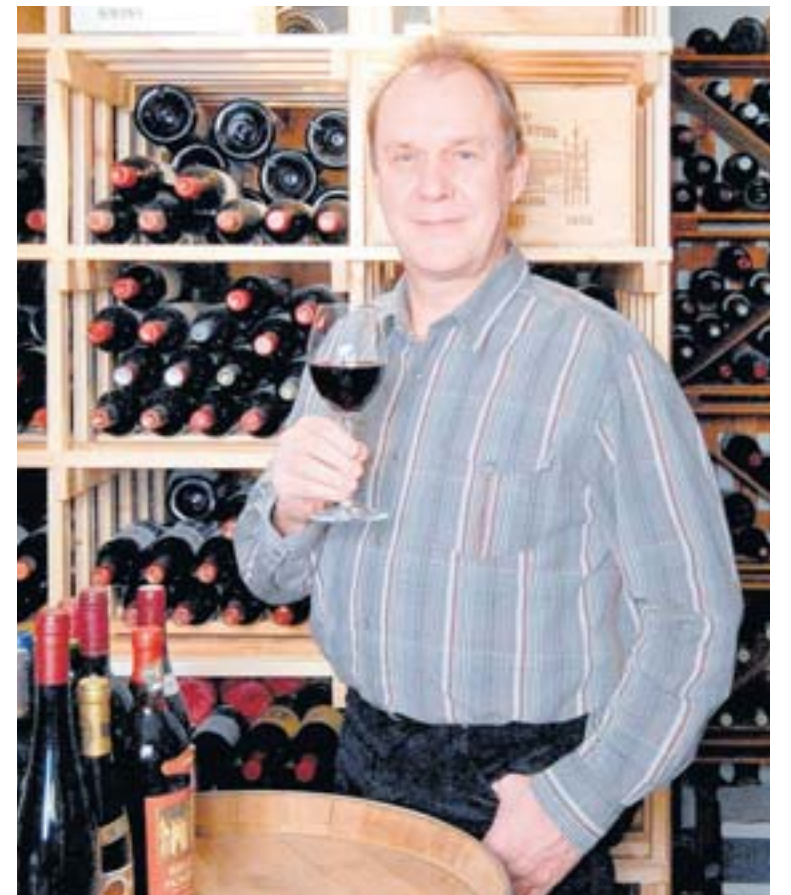
(RP) Seit vielen Jahren widmet sich Lions International dem weltweiten Jugendaustausch. Nach einer ersten Patenschaft vor zwei Jahren hat auch der **Lions Club Düsseldorf-Meerbusch** nun erneut die Teilnehmer eines Jugendcamps eingeladen, um sie mit den Sehenswürdigkeiten vor Ort vertraut zu machen. Untergebracht sind die Jugendlichen nicht in Meerbuscher Gastfamilien, sondern auf der Burg Blankenheim, sagt Lions-PR-Beauftragter **Dr. Theo Busch**. Nach einem Wanderprogramm in der Eifel, kamen die Jugendlichen in Meerbusch und Düsseldorf in den Genuss stadtnaher Entfernungen und willkommener Fortbewegungshilfen. Vom 180 Meter hohen Rheinturm aus, hatten die Jugendlichen einen guten Überblick über die Region. Es folgte eine engagierte englischsprachige Führung durch den Medienhafen mit seiner ausgefallenen Architektur. Die Schiffsfahrt auf Heines „schönem Strome“ bot Gelegenheit, die Umgebung vom Wasser aus kennen zu lernen. Im

historischen Kaiserswerth bestand schließlich nicht nur Gelegenheit zur Besichtigung eines „echten Schlosses“, das eine Teilnehmerin aus Kalifornien besonders beeindruckte. Auch das dortige Schützenfest vermittelte einen Eindruck in die Vielfalt typisch deutschen Brauchtums. Später durfte dann ein Besuch in der Altstadt nicht fehlen. Bei Alt (nur begrenzt selbstverständlich) und traditioneller Küche gab es abschließend viele Eindrücke zu diskutieren. Einzige Enttäuschung: Der Wunsch insbesondere der jungen Damen auf „Shopping“ beschränkte sich an einem Sonntag nur auf die Fensterversion. Alle wollen gerne wiederkommen. Zeitgleich nehmen – ebenfalls unterstützt und organisiert vom Lions Club Düsseldorf-Meerbusch – zwei Schüler des Städtischen Mataré-Gymnasiums Meerbusch an Jugendcamps in Dänemark und Brasilien teil. Auch diese Beiden werden mit eindrucksvollen Erlebnissen im Reisegepäck zurückkehren, ist Theo Busch sicher.

Gäste aus der ganzen Welt: Der **Lions-Club Meerbusch** hat für die Teilnehmer des Jugendcamps eine Tag am Rhein gestaltet. FOTO: PRIVAT

Erfolg als „Weinspürnase“

(mgö) **Joachim Fricke** Augen strahlen, wenn er feststellt: „Es läuft besser, als erwartet.“ Der 52-Jährige, der sein Hobby zum Beruf machte, ist zufrieden. Als Anfang der 80er Jahre allgemein das Interesse an guten Weinen stieg, probierte auch Fricke ab und zu einen Bordeaux und fand Gefallen daran. Kurz darauf nahm er einen Job in der Mövenpick Wein GmbH an, blieb dort 20 Jahre und war acht davon als Chefeinkäufer tätig: „In dieser Zeit habe ich viele Kontakte aufgebaut und der Wunsch nach Selbstständigkeit spukte immer in meinem Kopf.“ Im Oktober schließlich wagte er den Absprung und stieg in das Online-Weingeschäft ein. Dabei kam ihm die Pflege seiner Kontakte zur Hilfe. Denn **Dr. Achim Becker**, über dessen Weinliebhaberei eine Männer-Freundschaft entstand, gab ihm den Rat, eine Job-Software einzurichten: „Er meinte, das sei kinderleicht.“ Und da Fricke dem Geschäftsführer von Data Becker vertraute, dauerte es nicht lange, bis die Online-Job-Seite www.weinspuernase.de stand. Dort bietet er rund 200 Rot- und Weißweinsorten aus Deutschland, Frankreich, Spanien und demnächst Italien an: „Das Angebot wird überschaubar bleiben. Es soll die Kunden nicht überfordern.“ Seine Verbindungen zu den Winzern kann er gut nutzen. Trotzdem sagt er: „Newcomer haben es nicht leicht.“ Denn gute Tropfen sind rar und sehr gefragt: „Da muss man sofort zugreifen.“ Um diese Vorgänge transparent zu machen, stellt er seit einigen Wochen per Video Weingüter vor. Auch mit dieser Online-Seiten-Information versucht die „Weinspürnase“, potentielle Kunden mit Offenheit

Hat sein Hobby zum Beruf gemacht: Der Budericher **Joachim Fricke** hat einen Weinhandel im Netz eröffnet. FOTO: PRIVAT

und Ehrlichkeit zu überzeugen. Außerdem hat er Probierpakete im Programm: „Denn das Probieren ist Online noch nicht möglich“, sagt er lachend. Auch hier möchte er mit Transparenz Berührungsängste nehmen. Die Probierpakete sind gefragt und schon stellt er seit einigen Wochen per Video Weingüter vor. Auch mit dieser Online-Seiten-Information versucht die „Weinspürnase“, potentielle Kunden mit Offenheit

keit gegangen. Anfang Oktober wird er in Düsseldorf einen Weinladen eröffnen, der sich am Abend in eine Weinbar mit Restaurant verwandelt. „Nicht elitär und äußerst knapp kalkuliert“, schwärmt Fricke. Aber „Weinspürnasen“-Kunden werden weiter zuverlässig versorgt: Der Versand der geordneten Tropfen erfolgt vom Lager in Mönchengladbach – im hauseigenen Weinkeller lagern nur Spezialitäten.

RHEINISCHE POST

Am Puls der Zeit.

„News to Use – Zeitung in der Ausbildung“ – das Leseförderungsprojekt der Rheinischen Post mit dem Plus für Ihre Azubis. Profitieren Sie von den vielen Vorteilen und sichern Sie sich einen Vorsprung gegenüber Ihren Wettbewerbern.

- ▶ Förderung der Allgemeinbildung durch tägliches Zeitunglesen und Training der Lesekompetenz
- ▶ Entwicklung eines Verständnisses für komplexe Sachverhalte
- ▶ Regelmäßige Rückkopplung durch Wissensfragen zu aktuellen Zeitungsinhalten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft
- ▶ Präsentation Ihres Unternehmens in der Rheinischen Post
- ▶ Attraktive Auftaktveranstaltung und großes Abschlussevent mit prominenten Persönlichkeiten

Sichern auch Sie sich den Mehrwert-Azubi!
Jetzt anrufen:

0211 505-2973

oder unter
www.rp-online.de/news-to-use

In Kooperation mit
PRO MEDIA
Medienpädagogische
Schulung & Beratung

NEWS TO USE
ZEITUNG IN DER AUSBILDUNG
Mediengruppe RP

★ ★ ★
★ Gewinner 2008

„World Young Reader Prize“

Ausgezeichnet durch

„World Association of Newspapers“

Hier ist Leben drin. **RP**