

OT-Lesertelefon für den Landkreis

Am Dienstag, 27. März

LICHTENFELS (red) Haben Sie Fragen an die Stadtverwaltung oder Probleme mit den Behörden? Sind Ihnen Mängel in Ihrer Stadt oder Gemeinde aufgefallen? Haben Sie positive Veränderungen bemerkt, die Sie „Ihrer“ Heimatzeitung gerne mitteilen würden? Haben Sie Anregungen und Verbesserungsvorschläge?

OT-Lesertelefon

Unser Lesertelefon ist am Dienstag, 27. März, wieder freigeschaltet. Leser aus dem gesamten Verbreitungsgebiet unserer Zeitung können sich bei der Redaktion melden. Greifen Sie also zwischen 15.30 und 17.30 Uhr zum Hörer und rufen Sie in der Redaktion des Obermain-Tagblatts, ☎ (09571) 788-26, an. Wir fragen für Sie nach.

Polizeibericht

Laserkontrolle im Stadtgebiet

LICHTENFELS Am Montagabend nahmen Beamte der Polizeiinspektion in der Kronacher Straße eine Laserkontrolle vor. Hierbei musste erfreulicherweise nur ein Fahrzeugführer beanstandet werden. Er fuhr bei erlaubten 50 Stundenkilometern mit 63 Stundenkilometern in die Kontrollstelle. Nach der Bezahlung des fälligen Verwarnungsgeldes in Höhe von 15 Euro durfte der Fahrer seine Fahrt fortsetzen.

400 Euro Schaden bei Auffahrunfall

LICHTENFELS Ein geringer Schaden von etwa 400 Euro entstand am Montagmittag bei einem Auffahrunfall in der Bamberger Straße. Ein 71-jähriger Ford-Fahrer bemerkte zu spät, dass eine vor ihm fahrende 39-Jährige mit ihrem Renault verkehrsbedingt bremsen musste. Es kam zum Auffahrunfall. Verletzt wurde glücklicherweise niemand.

Unberechtigt mit dem Bus gefahren

LICHTENFELS Seit Anfang Februar benutzte ein 26-Jähriger täglich unberechtigt den Bus von Weismain nach Lichtenfels. Der junge Mann erhielt zunächst eine Jahresfahrkarte für die Fahrten von Weismain zur Berufsschule nach Lichtenfels. Diese Fahrkarte meldete er als verloren und erhielt dafür eine Ersatzfahrkarte. Zwei Wochen später flog der 26-Jährige aus der Schule, woraufhin die Ersatzfahrkarte auch eingezogen wurde. Ab diesem Zeitpunkt fuhr er dann wieder mit der ursprünglichen Fahrkarte, die offenbar doch nicht verloren gegangen war. Er erhält nun eine Anzeige wegen Betruges und Leistungerschleichung.

Beim Rangieren einen Unfall verursacht

WEISMAIN Am Dienstag, 13.30 Uhr, kam es in der St.-Martin-Siedlung zu einem Verkehrsunfall mit etwa 500 Euro Schaden. Der Fahrer eines Kleintransporters beschädigte beim Rangieren den geparkten Opel Meriva einer 25-Jährigen an der hinteren linken Türe. Da der Fahrer des Transporters abstreitet, den Schaden verursacht zu haben, sucht die Polizeiinspektion Lichtenfels unter ☎ (09571) 95200 Zeugen des Unfalls. Den Angaben der Unfallbeteiligten nach soll eine Fahrerin mit einem weißen Auto das Unfallgeschehen beobachtet haben.

Drei fuhren zu schnell an der Kreuzkapelle vorbei

ISLING Am Dienstagnachmittag nahm die Polizeiinspektion auf der Staatsstraße 2203, Höhe Kreuzkapelle Isling, eine Laserkontrolle vor. Hierbei mussten sie insgesamt drei Fahrzeugführer beanstanden. Der Schnellste fuhr bei erlaubten 70 Stundenkilometer mit 94 Stundenkilometer in die Kontrollstelle. Er erhält eine Anzeige mit einem Bußgeld von mindestens 70 Euro plus Gebühren und Auslagen sowie einem Punkt in Flensburg.

Design ist ihr tägliches Brot

Auszeichnung für Masterarbeit von Sabrina Meixner – Wehendes Tuch als Markenzeichen für K+W

Von unserem Redaktionsmitglied
GERHARD HERRMANN

LICHTENFELS Entspannung pur vermittelt das Bild der jungen Frau im Sessel, die sich in ein gestepptes Tuch schmiegt. Locker liegt das Tuch um ihre Schulter, luftig flattert es auf einem weiteren Bild über einem Sofa, und über einer Essgruppe ist es zu einem Herz verschlungen. Ein Schlüsselbild, das die Wohnqualität der Produkte der Lichtenfelser K+W Polstermöbel GmbH + Co.KG symbolisieren soll. Entworfen hat es Sabrina Meixner für ihre Masterarbeit zum Thema Corporate Imagery. Hinter dem sperrigen Begriff verbergen sich Schlüsselbilder, die ein Unternehmen symbolisieren, wie die lila Kuh von Milka oder der Sparfuchs von Schwäbisch Hall. Mit Note 1,2 hat die 27-Jährige die beste Masterarbeit ihres Jahrgangs verfasst.

Als „Sichtbarmacherin“ bezeichnet sich die Medien- und Grafikdesignerin, die aus Schwürbitz stammt und sich neben dem Studium in Memmelsdorf selbstständig gemacht hat. Wie Unternehmen sich und ihre Produkte besser vermarkten können, hat sie in ihrer Masterarbeit untersucht. Angesichts der täglichen Bilderflut von 315 Millionen Fotos in Facebook und insgesamt 1,8 Milliarden in allen sozialen Netzwerken ist die Grafikdesignerin davon überzeugt, dass die Bildsprache über den wirtschaftlichen Erfolg oder Misserfolg entscheidet. Und die sollte sich einheitlich, wie ein roter Faden, durch sämtliche Auftritte des Kunden ziehen.

„Ziel ist eine einzigartige Kommunikation, die Schlüsselbilder erschafft, die den Kunden langfristig im Gedächtnis bleiben.“

Sabrina Meixner, Medien- und Grafikdesignerin

Wenn Sabrina Meixner von ihren Entwürfen spricht, leuchten ihre Augen. Die Liebe zum Grafik-Design hat sie früh entdeckt, wenn auch eher zufällig. Nachdem sie sich mit 14 Jahren bei der Werbeagentur Jung2 für den für die Spielzeug- und Mode-Hersteller Jako-o als Model fotografieren lässt, bekommt sie dort die Chance, ein Praktikum in der Grafikabteilung zu machen, und merkt schnell: „Das wird mal mein Beruf“. Weil ihr der praktische Ansatz wichtig ist, absolviert sie ein duales Studium in Mediendesign bei der Werbeagentur Jung2 in Michelau und der DHBW Ravensburg, das sie mit einer Bachelor-Arbeit über den Biobauernhof Storath in Ebensfeld abschließt.

Das klare Design im Holzschnitt-Stil, das im Symbol der Ähre und der Verwendung schlichter natürlicher Materialien für Verpackung und Werbematerial Bezug zur Region und zum Bio-Gedanken herstellt, überzeugt nicht nur die Prüfer.



Ein Werbe- und Design-Profi ist Sabrina Meixner. Ein Volltreffer war das Konzept für die Lichtenfelser Firma K+W, mit dem sie die beste Masterarbeit ihres Jahrgangs verfasste.

FOTO: GERHARD HERRMANN

Nach weiteren Erfahrungen in der Grafikabteilung von Druckprofi in Lichtenfels erwirbt sie mit dem Masterstudium in Medien- und Kommunikationsmanagement das Rüstzeug zur Selbstständigkeit mit der Agentur Dailybread Design.

Die Rückkehr in die Region ist für die junge Frau keine Frage. Während andere nach dem Studium in der Großstadt bleiben, schätzt sie als „Familienmensch“ die Einbindung in das vertraute Umfeld und die Lebensqualität in Oberfranken. Auch die meisten Kunden hat sie im Landkreis Lichtenfels.

„Es war nicht schwierig, Fuß zu fassen, da mich viele Kunden schon von vorherigen Arbeiten kennen“, berichtet die 27-Jährige. Entscheidend seien Kreativität und gute Referenzen. Und die Investitionen seien im Grafik-Bereich überschaubar.

Faszinierend ist für Sabrina Meixner die Erfahrung, dass viele ihrer praktischen Erfahrungen durch die wissenschaftliche Arbeit an der Masterarbeit bestätigt wurden. Etwa, dass Werbung zwar vom Aha-Effekt und der Ästhetik lebe, letztlich aber ein Konzept zähle, das auf sämtliche Bereiche des Unternehmens und seine Qualitäten übertragen und langfristig verfolgt wird. Schließlich sei es schön, neue Kunden zu gewinnen, doch dauerhafter Erfolg hänge davon ab, die Marke im Bewusstsein zu verankern.

Vergeblich sei meist der Versuch, sich mit Alleinstellungsmerkmalen (USP) von der Konkurrenz abzuheben. „Wie soll der Kunde denn eine Unterscheidung treffen, wenn sogar die Stiftung Warentest 85 Prozent einer Produktgruppe als ’gut’ bewertet?“, fragt Sabrina

Meixner. Die Lösung sei eine einzigartige Kommunikation, die Schlüsselbilder erschaffe, die den Kunden langfristig im Gedächtnis bleiben. Und ergänzt mit einem Zitat der Design-Ikone Otl Eicher: „Es reicht nicht mehr aus, etwas nur noch zu zeigen. Die Verpackung ist die Lüge. Alles sieht heute gut aus.“

Woran orientiert sich der Kunde?

Das könnte das sich in der Luft bewegende Daunentuch sein, das sie für ihre Masterarbeit als Fallbeispiel entwickelt, um die Bekanntheit der Firma K+W zu steigern. Das Tuch vermittele nicht nur Wohlfühl-Atmosphäre, die zu Polstermöbeln passe, sondern symbolisiere auch eine eine Kammersteppung, die K+W für seine Polstermöbel verwende. Um diese Corporate Imagery zu erstellen, entwickelt sie zuerst ein Phasenmodell, einen Fragebogen zur Unternehmenspersönlichkeit und vergleicht Erfolgs- und Risikofaktoren. Daraus entwickelt sie Botschaften wie „Mit unseren Möbeln erhalten Sie den maximalen Komfort.“

Aufwändige Befragungen von jeweils rund 50 Personen aus Einkauf, Marketing und Vertrieb von K+W sowie von Händlern und Endkunden gehen der Analyse voraus, in der sie das Selbstbild des Unternehmens mit der Wahrnehmung außerhalb vergleicht. Während Werte wie „Wohnlichkeit“ und „Glaubwürdigkeit“ bei beiden Gruppen übereinstimmen, staunt Sabrina Meixner darüber, dass der Hersteller seine Produkte als „zeitlos“ charakterisiert, während sie von Kunden und Händlern eher als „trendig“ wahrgenommen werden.

Ob K+W das Schlüsselbild des wehenden Tuchs einmal übernehmen wird,

weiß Sabrina Meixner nicht. Doch die Arbeit mit den aufgeschlossenen Abteilungsleitern habe viel Freude gemacht. Und sie ist um eine Erfahrung und einen Studienabschluss mit Auszeichnung reicher. Sorge, dass ihr die Ideen ausgehen könnten, hat sie nicht.

Die besten Einfälle habe sie oft in Mußephasen, wie beim Autofahren oder unter der Dusche. „Mit Design beschäftige ich mich jeden Tag, auch in der Freizeit, daher habe ich meine Agentur auch Dailybread (tägliches Brot) genannt“, betont sie.

So hat sie sich auch für ihre bevorstehende Hochzeit ein Farbkonzept (Blau, Gold, Weiß) ausgedacht, das sich nicht nur im blauen Anzug des Bräutigams und ihrem weißen Kleid, sondern auch im Brautstrauß und der Tischdekoration widerspiegelt. Sogar die Gravur der Eheringe hat sie aufwändig gestaltet.

Sabrina Meixner

Aufgewachsen in Schwürbitz, 27 Jahre. **Duales Studium Mediendesign** bei Jung2 Werbeagentur Michelau und DHBW Ravensburg.

Bachelorarbeit: „Konzeption und Gestaltung des Corporate Designs für den Biolandhof Storath (Note: 1,5). Anschließend Mitarbeit bei Jung2 Werbeagentur und Designprofi/Druckprofi Lichtenfels.

Masterstudium Medien- und Kommunikationsmanagement an der Mediadesign Hochschule München.

Masterarbeit: „Strategien in der Corporate Imagery am Beispiel des Unternehmens K+W Polstermöbel (Note: 1,2).

Gründung Dailybread Design Visuelle Kommunikation.

Friedrich Schillers verbotene Liebe

Kulturring und Meranier-Gymnasium zeigen die Liebestragödie „Kabale und Liebe“

LICHTENFELS (red) Anspruchsvolles klassisches Theater einem breiten Publikum und speziell auch den Jugendlichen näher zu bringen, das ist das erklärte Ziel der Veranstalter. Was wäre für dieses Unterfangen besser geeignet, als Friedrich Schillers weltberühmte Liebestragödie „Kabale und Liebe“ zur Aufführung zu bringen?

Soweit also die gemeinsame Idee von Meranier-Gymnasium und Kulturring, die am Montag, 19. März, 19 Uhr, im Lichtenfelser Meranier-Gymnasium ihre Umsetzung findet.

Intrigen, Macht, gesellschaftliche Tabus und Vorurteile – können Luise und



Am 19. März kommt Schillers ‚Kabale und Liebe‘ zur Aufführung. FOTO: KULTURING

Ferdinand dagegen bestehen? Die überaus interessante Geschichte über eine unstandesgemäße Liebesbeziehung und die daraus resultierenden Konflikte hat bis heute nichts von ihrer Bedeutung und von ihrem Tiefgang eingebüßt.

Die Grundintention der Veranstalter ist es deshalb, Jung und „Älter“ bei einem der wohl interessantesten klassischen Theaterstücke, das vom Theater Schloss Maßbach inszeniert wird, zusammen zu bringen. Aus diesem Grund ist auch der Eintrittspreis bewusst klein gehalten.