



Nationalrat Sieber: Neuregelung gut für Ärzteversorgung am Land.
NEUE/ARCHIV

Nachfolgeregelung für Hausapotheken

BREGENZ. Eine neue Regelung ermöglicht Ärzten die Fortführung einer Hausapotheke im Rahmen einer Ordinationsnachfolge bis zu einer Entfernung von vier – im Vergleich zu früher sechs – Kilometern vom nächsten Apotheken-Standort. „Dies ist ein weiterer wichtiger Schritt zur ärztlichen Versorgung im ländlichen Raum“, betont ÖVP-Nationalrat Norbert Sieber. Besonders für ältere Menschen am Land sei es wichtig, dass sie sich die Medikamente beim Arzt vor Ort besorgen könnten.

Außerdem gibt es für flächenmäßig größere Gemeinden eine neue Bestimmung: Auch wenn es eine öffentliche Apotheke gibt, darf eine Hausapotheke geführt werden. Für Sieber ist das ein wichtiger Punkt, um dem drohenden Land-ärztemangel entgegenzuwirken.

Berufserfahrung und Kreativität

Ihre Arbeit kann sich sehen lassen: Die gelernte Grafikdesignerin Nicole Herb (34) aus Dornbirn schaut über den Tellerrand der reinen Gestaltung hinaus.

THORSTEN BAYER

Den Schritt in die Selbstständigkeit hat die Dornbirnerin im Jahr 2011 gewagt. Berufserfahrung in der Kommunikationsbranche sammelt sie, seit sie an der HAK Bregenz maturiert hat: Nach der abgeschlossenen Lehre mit dem schönen Namen „Medienfachfrau für Mediendesign“ bei der Dornbirner Werbeagentur Team a5 war sie in der Marketingabteilung eines Bauprojektentwicklers tätig. Es folgten zwei Jahre in Agenturen in Liechtenstein und Vorarlberg (Kreativbereich und Art Direktion). Eine Coachingreihe der Kreativwirtschaft Austria für junge Unternehmer brachte im Jahr 2011 den entscheidenden Impuls für ein mittlerweile vielfach ausgezeichnetes Projekt – „Die Kojé“. Christian Leidinger, ein anderer Teilnehmer dieses Coachings, sprach Nicole Herb an. Die Homepage seines Unternehmens, der Tischlerei Leidinger in Bludenz, benötige eine neue Optik. Aus dieser ersten kleinen Anfrage entwickelten sich neue Ideen. Schnell wurde klar, wohin die Reise gehen sollte: weg vom klassischen Tischlereibetrieb mit großer Konkurrenz, hin zum Spezialisten für Zirbenbetten. „Die Nachfrage wurde immer größer“, erinnert sich Nicole Herb an den Start. Nun galt es, diese Neuausrichtung auch in der Kommunikation umzusetzen: „Innerhalb von

nur sechs Wochen haben wir ‚Die Kojé‘ als eigene Marke für das Bett entwickelt.“ Der erste Shop in der Dornbirner Eisen-gasse wurde 2012 eröffnet, nur anderthalb Jahre später der zweite in Wien.

Erfolgsgeschichte

Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: Die Produktion der Betten stieg mit der Zeit von 5 auf 50 pro Monat, fünf neue Mitarbeiter sind für „Die Kojé“ tätig. Heute stellt das Team rund um Christian Leidinger ausschließlich Zirbenbetten her – und zwar sehr gefragte: Die Lieferzeit liegt bei zwölf Wochen. Aus der traditionellen Tischlerei ist eine Bettenmanufaktur geworden, die weit über Vorarlberg hinaus bekannt geworden ist.

Zu dieser Entwicklung haben wichtige überregionale Kommunikations-Preise beigetragen. Ein Beispiel dafür ist der Österreichische Staatspreis Werbung 2014. Mit diesem werden die besten, kreativsten und innovativsten Werbeleistungen in Österreich ausgezeichnet, verliehen wurde der Preis vom Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend. Die Jury hob in ihrer Begründung „Kreativität, Zielgruppenansprache, Originalität und Qualität der Umsetzung“ des „Kojé“-Gesamtauftrittes hervor. Erst wenige Wochen alt ist der Sieg im Wettbewerb „Call for stories“ der Kreativwirtschaft Austria. Hier ging es um Beispiele für

Grafikdesignerin Nicole Herb schaut über den Tellerrand der reinen Gestaltung hinaus.
BERND HOFMEISTER



„Mein oberstes Ziel war es immer zu zeigen, was es ist. Nicht mehr und nicht weniger.“

Nicole Herb zum Thema Werbung



Nicole Herb und Christian Leidinger (2.v.r.) bei der Preisverleihung in Wien (ganz l.: Gerin Trautenberger, Vorsitzender der Kreativwirtschaft Austria und Staatssekretär Harald Mahre).
MATTHIAS RHOMBERG
PETER RAUCHECKER

die gelungene Zusammenarbeit von Unternehmern und Kreativschaffenden.

Komplettlösungen

Vielleicht liegt der Erfolg von Nicole Herb auch am Ansatz, den sie verfolgt. Ihr geht es nicht um nette Visitenkarten und Homepages. Stattdessen versucht sie, aus Unternehmen oder Produkten unverwechselbare Marken zu schaffen. Dazu zählt nicht nur die op-

portive Gestaltung, sondern beispielsweise auch der Service vor Ort. Eine zweijährige systemische Weiterbildung in den Bereichen Coaching und Leadership hat ihr weitere Perspektiven eröffnet. „Ich wollte Zusammenhänge zwischenmenschlicher Beziehungen besser verstehen, gerade im geschäftlichen Umfeld“, sagt sie. „Diese Weiterbildung hat mir geholfen, die Komplexität in Prozessen besser zu durch-

schauen. Ich komme nun mit Kunden zu schnelleren und effektiveren Lösungen.“

Ein anderes Beispiel ist die „Stukki“-Lehrlingskampagne im Auftrag der Wirtschaftskammer, Landesinnung der Stuckateure und Trockenausbauer. „Kern der Konzeption war die Frage, nach welchen Kriterien Jugendliche ihren Lehrberuf auswählen. Denn jeder Berufswunsch geht mit dem Wunsch nach Erfüllung

der eigenen Werte einher“, erzählt sie. Um ein attraktives Bild des Berufes zu zeichnen, kombinierte sie professionelle Fotos von Vorarlberger Lehrlingen mit Wortspielen rund um das Thema Trockenausbau. „Wir stecken alle unter eine Decke“, war eine Botschaft, eine andere „Schau hinter die Fassade“. Der Auftraggeber, Peter Fleischhacker, sagt: „Uns hat besonders angesprochen, dass sie im Konzept der ‚Stukki‘-Kampagne das Gefühl von Lifestyle, Zugehörigkeit, Verantwortung und ‚sich frei fühlen‘ der anzusprechenden Jugendlichen in die Kampagne integriert hat.“

Christian Leidinger schätzt an Herb, „dass sie nach ihren persönlichen Werten lebt und arbeitet. Sie werde ihr Können nie für Produkte oder Kampagnen einsetzen, durch die menschliche Werte verletzt würden. „Werbung beziehungsweise Strategie ist oft dazu da, um Menschen gezielt

zu täuschen. Dagegen war es immer mein oberstes Ziel zu zeigen, was es ist. Nicht mehr und nicht weniger.“

Inspirierend

Wenn Nicole Herb den Mac ausschaltet, spielt sie in ihrer Wohnung im Dornbirner Oberdorf mit ihren Katzen Lilly und Fred oder genießt die Natur am See und in den Bergen. „Ich bin auch gerne auf Reisen und verknüpfe dabei am liebsten geschäftliche Termine mit Freizeit. Außerdem mag ich es, mich mit Leuten zu umgeben, die sich gegenseitig inspirieren.“ Eine Menge Inspiration war bei der Entwicklung der „Kojé“ zweifellos im Spiel. Christian Leidinger bringt Nicole Herbs Beitrag zum Erfolg seines Unternehmens auf eine griffige Formel: „Sie ist, kurz gesagt, einfach ‚nur‘ dafür verantwortlich, dass gesehen wird, was die Menschen in diesem Betrieb mit so viel Leidenschaft und Herzblut machen.“