

# COS MOS

– 2. JOURNAL DER UNTERNEHMENSGRUPPE GRAF VON OEYNSHAUSEN-SIERSTORPFF – JUNI 2012 –



## KLINIKEN Seite 8

Der erste Stein liegt für das Ambulante Reha Zentrum in Jena



## QUELLEN Seite 19

Drili in der grünen Kropfhalsflasche, blaues Wunder und der Brunnenrinker - Martin Lehmann über Flaschenmode



## PARK Seite 23

Über 200 Mitarbeiter, Freunde und Gäste feierten den „Spa Diamond“ im Gräflichen Park

# Liebe COSMOS- Leserinnen und Leser,



mit inzwischen über 80 Millionen Euro Gesamtumsatz ist die Unternehmensgruppe Graf von Oeynhausen-Sierstorpff eine tragende Kraft der heimischen Wirtschaft und damit der gesamten Region. Zugleich ist die UGOS mit über 1.300 Mitarbeitern (davon rund 1.000 Mitarbeiter am Standort in Bad Driburg) der größte Arbeitgeber sowohl in Bad Driburg als auch im thüringischen Bad Klosterlausnitz mit der dortigen Moritz Klinik.

Durch den Aufbau unseres ersten ambulanten Reha Zentrums in Jena und die Weiterentwicklung bestehender Geschäftsfelder in den vorhandenen Unternehmensbereichen werden wir in der nächsten Zeit weiter nachhaltiges Umsatzwachstum generieren und somit das auf Langfristigkeit angelegte Firmenkonzept der gräflichen Familie weiter stärken.

In dieser zweiten Ausgabe des COSMOS Journal werden wir unter der Rubrik „UGOS in Zahlen“ dieses Mal

Fortsetzung auf Seite 2

Thomas Dörpinghaus |

UGOS



## INHALT

Editorial	S. 1
<b>UGOS</b>	
Drei (vier) Fragen an Dirk Schäfer	S. 2
UGOS in Zahlen	S. 3
Der Beirat	S. 4
Fußball für Flügel	S. 5
Wundersame Verwandlung auf Hawaii	S. 5
Bilster Berg – was ist denn da los?	S. 6
Die „Neger“ der Medien...	S. 7
Deutschland stärken mit Know-how	S. 7
<b>GRÄFLICHE KLINIKEN</b>	
Manchmal kommt es auf die Umwege an	S. 8
Der Blick über den Tellerrand	S. 8
Neue Maßstäbe	S. 9
Eine Brücke in das gesunde Leben	S. 11
Bestzeit für alle	S. 12
Das fantastische Gehirn	S. 12
Soziale Begleitung für Reha-Patienten	S. 13
Der gesellschaftlichen Entwicklung folgend	S. 14
Personalisierte Therapie	S. 15
Dreh mit „Planet Wissen“	S. 16
Was macht der BUFDI in der Reha-Klinik?	S. 17
CHK schneidet gut ab bei MRSA-Screening	S. 18
<b>GRÄFLICHE QUELLEN</b>	
Vom Blauen Wunder zum Brunnenrinker	S. 19
GQ sponsern zum 17. Mal die Getränke	S. 20
Auto sauber, Fahrer durstig?	S. 20
40. Geburtstag der besonderen Art	S. 20
Sommerliebe...	S. 21
Unser Wasser von hier!	S. 21
Nachruf Ronald (Taffy) Briley	S. 22
<b>GRÄFLICHER PARK</b>	
Luxusleben ist Preis wert	S. 23
Mit Leidenschaft zum Erfolg	S. 24
Spa Diamond – hinter den Kulissen	S. 26
Wenn ein Gärtner in den Urlaub fährt	S. 27
Der Billboard-Effekt und das Kameha Grand	S. 27
Ein Jahr nach dem 50. – Wo sind die Bäume?	S. 28
Impressionistischer Zauber	S. 29
Handelsblatt nimmt HR in den Fokus	S. 30
Modenschau, Moor und Massagen	S. 30
Gästeempfang mit Gräfin Oeynhausen	S. 31
Expertentipps	S. 32
Expertentipps/Personal	S. 33
Aktuelles	S. 34
Personalien/Vorschau	S. 35

Fortsetzung von Seite 1 den Umsatzbereich in der Unternehmensgruppe näher darstellen und erläutern. Die Entwicklung des Umsatzes ist in der Einzelbetrachtung der Gruppenunternehmungen in größten Teilen durchaus positiv, zeigt Beständigkeit und gibt uns somit - für diesen Bereich - auch eine gewisse Sicherheit in der Planbarkeit.

Im Hinblick auf die gruppenweite Ergebnisentwicklung ist dies noch nicht der Fall. Hier verfehlen wir die gesetzten Zielwerte in einigen Unternehmungen oder auch Teilbereichen in den Unternehmungen, so

dass erhebliche weitere Anstrengungen zur Korrektur erforderlich sind und sein werden. Mit Vorlage der Jahresabschlüsse 2011 und der Halbjahreszahlen 2012 werden wir in der nächsten COSMOS-Ausgabe auch darüber berichten.

Wichtig ist grundsätzlich, dass wir immer wieder prüfen und hinterfragen, ob mit den bestehenden Produkten und Dienstleistungen ausreichend Umsatz und Ergebnis zu erzielen sind. Hieraus ergibt sich dann oftmals ein Korrektur- und Änderungsbedarf, den es zeitnah anzupacken und umzusetzen gilt.

Die Unternehmensgruppe mit ihren vielen engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zeigt sich dabei durch die Vielzahl laufender und anstehender Projekte und Maßnahmen sowie im täglichen Tun und Handeln durchaus dynamisch und innovativ und dafür gebührt Ihnen allen ein aufrichtiger Dank.

In Anbetracht von Goethes Zitat „Es ist nicht genug zu wissen, man muß auch anwenden, es ist nicht genug zu wollen, man muß auch tun“ setzen wir Anwendung und Tun auch um und das stimmt positiv. Für die anstehenden und herausfordernden Aufga-

ben der nächsten Zeit wünsche ich uns allen auf jeden Fall weiterhin viel Kraft und Ausdauer sowie Spaß, Freude und Ideen.

Ihr Thomas Dörpinghaus  
Kaufmännischer Leiter UGOS  
und Geschäftsführer  
der Gräflichen Quellen

## Drei (vier) Fragen an:

### 1. Was würden Sie in Ihrer Freizeit gerne verstärkt tun, wenn Sie mehr Zeit dafür hätten? (Frage von Lena Mäkler, Gräflicher Park)

Leben, wie jeder andere auch. Ich würde gerne mehr Zeit mit meiner Familie verbringen, weil die das Wichtigste für mich ist. Und ein bisschen mehr Golfspielen. Und ich wäre gerne öfter pünktlich, wenn es um Zusagen gegenüber meiner Frau oder Freunden geht. Daran könnte ich aber auch jetzt schon einmal anfangen zu arbeiten.

### 2. Was treibt Sie an? (Frage von Annabelle Gräfin von Oeynhausen-Sierstorpf)

Der Wunsch, stetig besser zu werden. Sowohl ich selbst als Person, aber vor allen Dingen auch mit meinem Team im Ganzen. Motiviert fühle ich mich natürlich auch durch den Spaß an der Sache und meine Mitarbeiter, ohne die ich längst kapituliert hätte. Letztlich treibt mich – wie viele andere auch – das Bestreben an, nachhaltig etwas zu schaffen. Es wäre schön, wenn auch dann noch (positiv) über mich gesprochen würde, wenn ich nicht mehr hier wäre.

### 3. Wie stellen Sie sich Ihr Leben in zehn Jahren vor und in welchem Wandel sehen Sie unsere Gesellschaft bis dahin?

(Frage von Ilona Enk, Park Klinik, Gräfliche Kliniken)

Mein Leben in zehn Jahren stelle ich mir sehr spannend vor, weil es immer wieder neue Herausforderungen geben wird. Natürlich hoffe ich, dass es für mich noch weitergeht, da ich denke, das kann noch nicht alles gewesen sein. Fest steht: Den Spaß an der Sache wird mir keiner nehmen. Gesellschaftlich von hoher Relevanz wird sicherlich der demografische Wandel sein. Für den Gräflichen Park sehe ich diese Entwicklung eher vorteilhaft, da unser Klientel tendenziell im Alter 50 plus ist und diese Bevölkerungsgruppe in den nächsten Jahren weiter wachsen wird.

### 4. Wann schreibt der Gräfliche Park endlich schwarze Zahlen?

(Frage von Olaf P. Beck, UGOS)

Der Gräfliche Park hat in den letzten Jahren eine solide Grundlage für eine sehr erfolgreiche Zukunft geschaffen. Vielfältige Produkte, breite Zielgruppen-Ansprache sowie attraktive Paket-Angebote wurden in Zusammenarbeit mit Marketing und Sales im Markt platziert. Wenn die MICE-Kunden (**M**eeting, **I**ncentive, **C**onvention, **E**vent) sich endlich vermehrt trauen würden, Bad Driburg und damit dem Gräflichen Park den Vorzug vor Hamburg, Düsseldorf, Berlin, Frankfurt und München zu geben, dann bin ich mir sehr sicher, dass wir, vor allem mit der Eröffnung des ‚Bilster Berg Drive Resort‘, in den nächsten Jahren die hohen Investitionen der letzten Jahre mittelfristig in eine Gewinnzone führen werden!



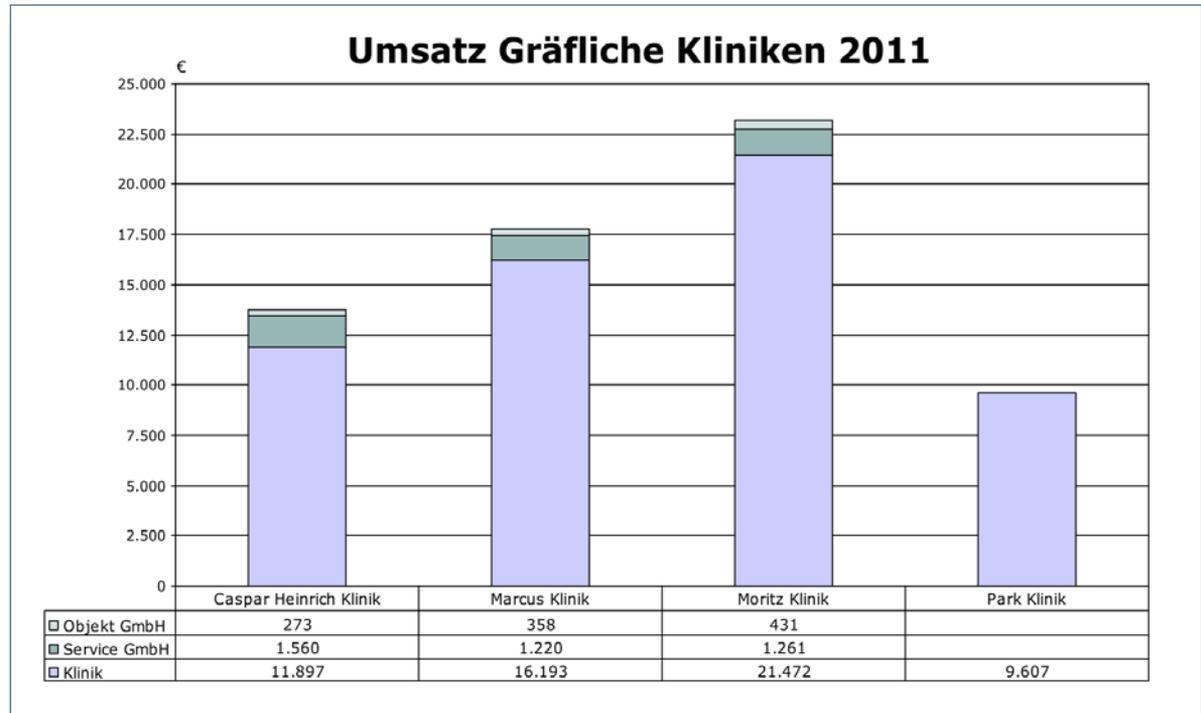
# UGOS in Zahlen

## STEIGENDER UMSATZ, GRÄFLICHE KLINIKEN GRÖSSTER UMSATZBRINGER

Der Umsatz, d.h. der Erlös aus dem Verkauf von Waren und Dienstleistungen, zeigt sich in der Unternehmensgruppe weiterhin wachsend. So stieg der Gesamtumsatz im Jahr 2011 gegenüber dem Vorjahr um 4,2 Prozent auf 83.982.000 Euro und auch für das Jahr 2012 ist ein weiterer Anstieg um 2,9 Prozent auf dann 86.376.000 Euro eingeplant.

Im Einzelnen steuerten die Gräflichen Kliniken (inklusive Service- und Objekt-Gesellschaften) im Jahr 2011 als Hauptumsatzträger 64,3 Millionen Euro oder circa 76 Prozent zum Gesamtumsatz der Unternehmensgruppe bei. Dabei war die Moritz Klinik mit insgesamt 23.164.000 der größte Umsatzbringer. Es folgen die Marcus Klinik mit 17.771.000 Euro, die Caspar Heinrich Klinik mit 13.730.000 Euro und die Park Klinik Bad Hermannsborn mit 9.607.000 Euro. Bei der Park Klinik ist zu erwähnen, dass es hier keine separaten Service- und Objekt-Gesellschaften gibt, da Küche und Reinigung im eigentlichen Klinikbereich integriert sind.

Der Gräfliche Park hat 2011 erstmals die Zehn-Millionen-Euro-Grenze im Umsatz überschritten und somit das Wachstum der vorangegangenen Jahre fortgesetzt. Die Umsatzerlöse generieren sich im Gräflichen Park aus den Bereichen Logis, Gastrono-



mie, Therapiezentrum, Wellness, Farm, Shop und Regie sowie aus dem Kurtaxbereich.

Bei den Gräflichen Quellen (bestehend aus den Bad Driburger Naturparkquellen und dem Harzer Kristallbrunnen) entwickelt sich der Umsatz im Jahr 2011 rückläufig, wobei für das Jahr 2012 eine Steigerung eingeplant ist.

Im Bereich der Holding ergibt sich der Umsatz im Wesentlichen aus der Vermietung und Verpachtung von Grundstücken und Gebäuden sowie aus Dienstleistungs- und Managementleistungen.

Thomas Dörpinghaus,  
Kaufmännischer Leiter UGOS und Geschäftsführer der Gräflichen Quellen

UGOS			
UMSATZENTWICKLUNG	2010	Ist*	Budget
	T€	2011	2012
		T€	T€
➤ Gräfliche Kliniken	62.199	64.271	66.708
➤ Gräflicher Park	9.778	10.426	10.848
➤ Gräfliche Quellen	6.122	5.773	5.914
➤ Holding	2.532	3.512	2.906
➤ <b>Unternehmensgruppe</b>	<b>80.631</b>	<b>83.982</b>	<b>86.376</b>

\* voraussichtlich

# Der Beirat – auch in Familienunternehmen wichtig

AUCH IN DER UGOS SPIELT DER BEIRAT EINE WICHTIGE ROLLE

## Corporate Governance

Mit den sich Mitte eines jeden Jahres häufenden Haupt- und Gesellschafterversammlungen der Kapitalgesellschaften (AGs und GmbHs) erhält das Thema ‚Corporate Governance‘ eine sich seit Jahren vergrößernde Aufmerksamkeit und wird damit immer öffentlichkeitsorientierter. Dabei wird Corporate Governance (Grundsätze für zielgerichtete und nachhaltige Unternehmensführung) als der Ordnungsrahmen für die Leitung und Überwachung von Unternehmen bezeichnet [siehe Gabler Wirtschaftslexikon]. Doch nicht nur die in der Presse herausgestellten Großunternehmen haben diese Grundsätze aufgrund von gesetzlichen Vorschriften installiert. Auch in Familienunternehmen setzen sich die Grundsätze auf freiwilliger Basis seit Jahren immer weiter durch. Eine aus Wissenschaftlern und selbständigen, erfahrenen Unternehmern zusammengesetzte Kommission hat im Rahmen des FAMILY CORPORATE GOVERNANCE einen Kodex erarbeitet, an dem sich insbesondere Mittelständler orientieren können.

## Aufsichtsorgane in Unternehmen

Bei Kapitalgesellschaften haben sich in dem vergangenen Jahrhundert auf der Grundlage von verschiedenen Wirtschaftsgesetzen, aber auch teilweise aufgrund verantwor-

tungsvoller freiwilliger Entscheidungen, Aufsichtsräte gebildet, deren Aufgaben, Pflichten und Rechte sowie Haftungsfragen entweder gesetzlich festgelegt sind oder sich in Anlehnung an diese Bestimmung bei den freiwillig gebildeten Aufsichtsräten herausgebildet haben

## Beiräte in Familienunternehmen

Ebenfalls seit Jahrzehnten haben mittelständische Unternehmen und Unternehmensgruppen Beiräte in ihrer Unternehmensverfassung („Gesellschaftervertrag“ oder neuerdings im „Unternehmenskodex“) festgelegt und diese Beiräte in die Unternehmensführung etabliert. Schätzungen zu Folge liegt der durchschnittliche Prozentsatz von Unternehmen mit Beiräten bei 15 Prozent, abhängig von Umsatz-Größenklassen der Unternehmen. Unterschieden werden dabei Beiräte mit überwiegend beratender und solche mit mehr kontrollierender Funktion. Allen gemeinsam ist das Hauptaugenmerk, das auf eine funktionsfähige Geschäftsführung und zielgerichtete Unternehmenskontrolle gerichtet ist. Dies schließt sowohl die strategische (langfristige) Planung der Gesellschaftsziele als auch den Umgang mit Risiken sowie die Nachhaltigkeit der unternehmerischen Tätigkeit ein (Modell der Drei-Säulen-Nachhaltigkeit: ökologisch, ökonomisch, sozial).

## Der Beirat der UGOS

Der für die UGOS-Firmengruppe in der Unternehmensgruppe Graf von Oeynhausen-Sierstorpff GmbH & Co. KG Holding tätige Beirat besteht in seiner rechtlichen Ausgestaltung und Zusammensetzung seit dem Jahr 2004. Mitglieder der konstituierenden Sitzung im März 2004 waren Caspar Graf von Oeynhausen-Sierstorpff (als Gesellschafter-Vertreter), Dr. Reinhard Zinkann (geschäftsführender Gesellschafter der Miele & Cie. KG, Gütersloh) und Heinz D. Brandt (Unternehmensberater nach langjähriger Vorstands- und Geschäftsführungstätigkeit), der zum Vorsitzenden des Beirats gewählt wurde.

Seit dem Ableben von Graf Caspar hat sich der Beirat auf zwei Personen reduziert.

Der Beirat ist im Gesellschaftsvertrag der Holding KG verankert und wird für einen Zeitraum von jeweils

drei Jahren gewählt. Als überragende Hauptaufgabe und Zielrichtung der Tätigkeit des Beirats ist entsprechend den gesellschaftsrechtlich festgelegten Bestimmungen „die Mitwirkung des Beirats, dass die Unternehmensgruppe Graf von Oeynhausen-Sierstorpff langfristig als erfolgreiches Familienunternehmen erhalten bleibt“. Dies soll er erreichen durch die Hinwirkung auf die Kontinuität und Qualität der Geschäftsführung, das Verfolgen angemessener Unternehmensziele und die Formulierung und Umsetzung von Strategien zur Erreichung dieser Ziele.

Dazu sind dem Beirat wichtige und weit greifende Rechte verliehen und Pflichten übertragen worden, wie (1) die Bestellung, Abberufung und Vertragsgestaltung von Geschäftsführerverträgen, (2) die Verabschiedung der von der/den Geschäftsführung(en) erarbeiteten Unternehmensstrategie und der hieraus resultierenden Unternehmensplanung (Jahresergebnis-, Finanz-, Investitions- und Personalbudgets), (3) die Genehmigung wichtiger geschäftspolitischer Grundsatzentscheidungen und Risikogeschäfte sowie (4) die Genehmigung wichtiger Vertragsverhältnisse.

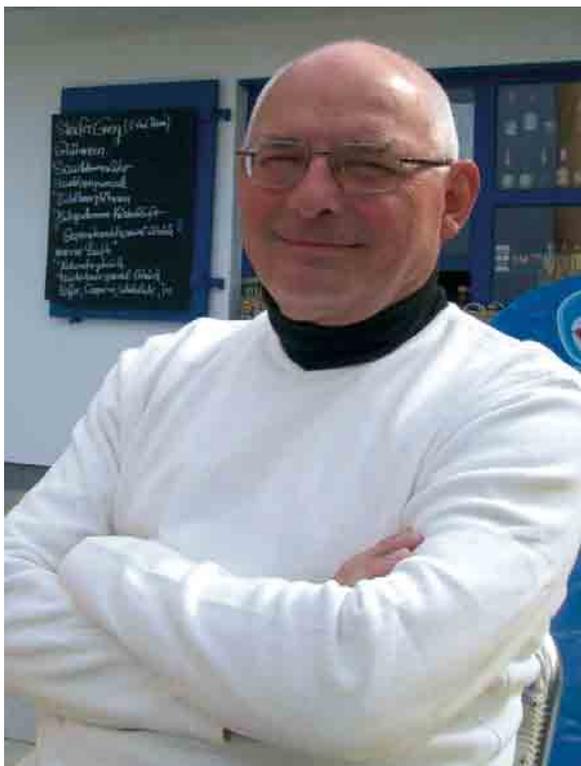
Zur Erfüllung seiner Aufgaben tagt der Beirat in der Regel in bis zu vier Sitzungen pro Jahr. Dies kann sich bei der Bearbeitung bedeutender Projekte, wie dem seinerzeitigen Hotelneubau, dem Erwerb der Park Klinik in Bad Hermansborn oder bei Umstrukturierungsaufgaben deutlich erhöhen und zu spontan einberufenen Sitzungen und Arbeitstagen führen. Darüber hinaus stehen Beirat und Gesellschafter in einem ständigen Kontakt über die Beurteilung von Chancen, Risiken und Entscheidungsnotwendigkeiten, der ein bürokratisches Handeln vermeiden hilft.

Zurückschauend kann ich im Namen des Beirats betonen, dass die Zusammenarbeit in den vergangenen acht Jahren von dem notwendigen Vertrauen der handelnden Personen

getragen war, dass wir die teilweise schwer zu treffenden Entscheidungen mit Herz und Verstand angegangen sind und heute sagen können, dass wir aufgrund der geschaffenen Unterneh-

menstransparenz nebenbei auch stolz auf unsere Tätigkeit sind. Wir sind und bleiben dem Unternehmen und dem Gesellschafter damit treu verbunden.

Heinz D. Brandt,  
Vorsitzender des Beirats der UGOS



Heinz D. Brandt – ganz privat

„WER KEINE VISION HAT UND DIESE NICHT MIT BESESSENHEIT UND KONTROLLIERTEM ENGAGEMENT VERFOLGT WIRD KEIN BESONDERES ZIEL ERREICHEN! DEN KERN BEWAHREN, DIE WEITERENTWICKLUNG FÖRDERN!“  
(HEINZ D. BRANDT)

# Fußball für Flügel

UGOS SPENDET AUCH DIESES JAHR AN BAD DRIBURGER MUSIKSCHULE

Gemeinsames Musizieren, das Erlernen eines Instrumentes und musikalischer Fähigkeiten sowie Bühnenerfahrung helfen Kindern und Jugendlichen, ihre Persönlichkeit zu entfalten und sich weiterzuentwickeln. Dieses wichtige Angebot sollte jedes Kind wahrnehmen können – unabhängig vom Einkommen seiner Eltern. Um dies zu ermöglichen, ist auch die Musikschule Bad Driburg über jede Unterstützung dankbar.

Einen Scheck über 550 Euro übergab jetzt die Unternehmensgruppe Graf von Oeynhausen-Sierstorff (UGOS) an den Leiter der Bad Driburger Musikschule, Matthias Menze, und die Vorsitzende des Fördervereins, Martina Renger. „Zusammen mit der Spende aus dem letzten Jahr und den vielen anderen Gaben unterschiedlichster Spender und Sponsoren kann der Förderverein nun einen neuen Flügel für die Musikschule anschaffen“, so Martina Renger. „Das Sparen auf so eine große Anschaffung braucht einen langen Atem, aber jetzt haben wir ausreichend Gelder zusammen.“ Inzwischen ist der Flügel gekauft und eingeweiht, u.a. auch durch Christoph Graf von Oeynhausen-Sierstorff (9 Jahre), der als einer der ersten auf dem Instrument spielen konnte.

Die durch die UGOS überreichte Summe war dank deren Mitarbeitern zusammengekommen. Im Rahmen

des jährlichen betriebsinternen Hallenfußball-Cups Mitte März war der Erlös aus Getränke- und Speiseverkäufen direkt für den guten Zweck eingesammelt worden. Neben den Fußballteams der Unternehmensbe-

stand das gesamte Management hinter den Theken der Verpflegungsstände und verkaufte zusätzlich zu Kuchen und Würstchen auch verschiedenste Getränke. „Wir sind uns über die große Bedeu-

von Kindern und Jugendlichen hier vor Ort zu unterstützen, liegt meiner Frau und mir sehr am Herzen.“

Kristina Schütze  
Public Relations UGOS



reiche (Gräflicher Park, Gräfliche Quellen und Gräfliche Kliniken) und den vielen „Fans“ aus dem Kollegenkreis hatten sich auch die Führungskräfte der Unternehmensgruppe engagiert: Zusammen mit Graf und Gräfin von Oeynhausen-Sierstorff

tung musikalischer Förderung im Klaren und haben uns auch ganz bewusst für die Unterstützung einer Bad Driburger Institution entschieden“, so Marcus Graf von Oeynhausen-Sierstorff über den Hintergrund der Spende. „Die kulturelle Bildung

Spendenübergabe für den Musikschul-Flügel vor dem Flügel in den Brunnenarkaden (v.l.): Matthias Menze (Leiter Musikschule), Martina Renger (Vorsitz Förderverein) und Alexandra Esken (Kasse Förderverein) freuen sich über den Scheck, überreicht von Thomas Dörpinghaus (Kaufmännischer Leiter UGOS, rechts).

# Wundersame Verwandlung auf Hawaii

WIE AUS „FRAU POWALLA“ „FRAU BRAKHANE“ WURDE



So heiratet man heimlich auf Hawaii:  
Diane Brakhane mit ihrem Oliver

Für eine nicht ganz alltägliche Überraschung sorgte unsere Kollegin Diane Powalla aus der Finanzbuchhaltung, die nicht mehr als „Frau Powalla“ aus ihrem USA-Urlaub zurückkehrte. Ursprünglicher Anlass ihrer Reise nach Hawaii war der runde Geburtstag ihres langjährigen Lebensgefährten. Doch dabei sollte es nicht bleiben... Unseren Anspielungen bezüglich einer Vorahnung der heimlichen Hochzeit trotzte die 33-jährige Kollegin wirklich sehr gut. Somit rechneten wir dann eigentlich nicht mehr mit einer Veränderung.

Am ersten Arbeitstag nach dem Urlaub kam dann „Frau Brakhane“ statt „Frau Powalla“ in unser Büro. Das Gesicht kam uns doch ziemlich bekannt vor. Wir lauschten den Erzählungen der heimlichen Trauung am Strand von Kahului Beach auf Hawaii und schmolzen dahin. Wir wünschen unserer alten/neuen Kollegin Diane Brakhane alles Gute!

Anni Waldhoff, Beate Heinemann  
und Elke Holtemeyer,  
Finanzbuchhaltung UGOS

# Bilster Berg Drive Resort – Was ist denn da los?

**PRESSESPRECHER MATTHIAS STAIGER ÜBER DIE AKTUELLE SITUATION DES  
„BILSTER BERG DRIVE RESORTS“**

In der letzten Ausgabe des COSMOS Journal konnten Sie lesen, was das Bilster Berg Drive Resort eigentlich ist, wie es zur Idee gekommen war und welche Bedeutung es für den Gräflichen Park, die Unternehmensgruppe und die Region im Allgemeinen hat. Die Meldungen in den lokalen Medien und der „Flurfunk“ auf den Gängen und in den Büros der verschiedenen Unternehmensbereiche in den letzten Wochen haben sicher bei einigen von Ihnen für Zweifel gesorgt. Es gibt immer noch keine Betriebsgenehmigung? Es ist ein Baustopp verhängt worden? Ob das überhaupt noch was wird?

Ich kann Ihnen versichern – das wird! Das Bilster Berg Drive Resort wird definitiv eröffnet und betrieben werden. Und warum wir uns da so sicher sind, erfahren Sie hier:

Von der Idee an, also schon vor über sechs Jahren, ist von Graf Oeynhaus und später dann auch von Hans-Jürgen von Glasenapp, den beiden Geschäftsführern, darauf geachtet worden, dass in jeder Phase der Projektentwicklung immer nur die besten Leute der verschiedenen Fachgebiete mitgearbeitet haben. Es ist in der ganzen Zeit immer offen kommuniziert worden, was dort oben auf dem Berg entstehen soll. Im Gegensatz zu manchem Stuttgarter, der vom neuen Bahnhof nichts wusste, sollte es also niemanden mehr hier in der Region überraschen, dass das Bilster Berg Drive Resort gebaut wird. Diese Vorgehensweise und die Planung der kleinen aber soliden Schritte haben dazu geführt, dass im August 2011 die Gesamtbetriebs- und Baugenehmigung nach Bundes-

simmissionsschutzgesetz (BlmSchG) erteilt worden war und der Bau der Anlage begonnen hat.

Natürlich hat so ein Projekt auch Gegner; es wäre fast ungewöhnlich, wenn nicht. Die Befürchtungen beziehen sich in erster Linie auf eine mögliche Beeinträchtigung der Umwelt und auf die Lärmentwicklung, die vom Bilster Berg ausgehen könnte. Und natürlich haben einige der Gegner auch geklagt. Doch im letzten Jahr ist z.B. eine Klage gegen den Bebauungsplan sogar bis vor das Bundesverwaltungsgericht nach Leipzig gegangen. Mit dem Ergebnis, dass die dortige Kammer die Rechtmäßigkeit des Bauplans erneut bestätigt hat. Auch das Verwaltungsgericht in Minden und das Oberverwaltungsgericht in Münster, die sich aktuell mit den Klagen gegen die Betriebsgenehmigung beschäftigen, halten beide das Bilster Berg Drive Resort für genehmigungsfähig. Deswegen hat es bis zum heutigen Tag auch nie einen Baustopp gegeben!

Der Grund, warum die bereits erteilte Betriebsgenehmigung im Moment ruht, liegt einzig daran, dass das Gericht bislang noch Zweifel an der Funktionsfähigkeit des Lärmschutzkonzeptes hat. Jetzt arbeiten wir und vor allem unsere externen Fachleute mit Hochdruck daran, dieses Lärmschutzkonzept zu optimieren und damit das Gericht davon zu überzeugen, dass wir im späteren Betrieb der Anlage zu jeder Zeit in der Lage sind, unnötige und zu hohe Geräuschentwicklung zu vermeiden. Das heißt also, es ist schon lange nicht mehr die

Frage, ob das Bilster Berg Drive Resort in Betrieb geht. Die Frage ist nur, zu welchen Bedingungen und mit welchen Auflagen. Deswegen gehen wir auch nach wie vor fest davon aus, dass das Bilster Berg Drive Resort im Sommer den Betrieb aufnehmen kann und wir den ersten Kunden begrüßen.

Gleichzeitig geht es auf der Baustelle im Augenblick Schlag auf Schlag: Das Asphaltieren der Strecke hat begonnen und wenn Sie diesen Text lesen, dürfte es schon möglich sein, eine ganze Runde auf der Strecke zu fahren. Auch alle anderen Wege und Straßen haben schon eine schwarze Decke, ebenso die Fahrerlager. Das Betriebshofgebäude ist in einer unglaublichen Geschwindigkeit gebaut worden und schon bezugsfertig. Der Innenausbau des Welcome Centers am Eingang zum Gelände ist abgeschlossen, bald können wir unsere Büros beziehen. Inzwischen ist das Gelände auch wieder vollständig eingezäunt.

So wie es wenige Gegner des Projektes gibt, gibt es natürlich auch eine, wie wir wissen, viel größere Zahl an Befürwortern. Die Menschen, die wollen, dass der Bilster Berg kommt, weil sie glauben, dass er gut für die Region ist, haben sich jetzt zu einer Interessensgemeinschaft zusammengefunden, um deutlich zu machen, dass es eben nicht eine kleine Gruppe von Nein-Sagern ist, die die öffentliche Meinung vertritt. Schauen Sie doch mal bei Facebook nach den Gruppen „Pro Bilster Berg“ und „Initiative Pro Bilster Berg“. Wenn Sie möchten, werden Sie dort Mitglied und unterstützen die Gruppen und den Bilster Berg.

Matthias Staiger,  
Pressesprecher Bilster Berg Drive Resort



Viel ist passiert und ganz viel wird noch passieren auf der Baustelle des „Bilster Berg Drive Resort“. Hier eine Luftaufnahme von Ende Mai

# Die „Neger“ der Medien...

DR. HENK C. HIETKAMP, ÄRZTLICHER LEITER IM GRÄFLICHEN PARK, ÜBER EIN ERLEBNIS IN SEINER ZEIT ALS ARZT IN AFRIKA



| Dr. Henk C. Hietkamp

Die Hitze ist erdrückend und ich sitze schwitzend in der Poliklinik eines südafrikanischen Buschkrankehauses. Der Wartebereich ist überfüllt, es wird ein langer Nachmittag werden.

Eine Mutter betritt das Sprechzimmer. Auf dem Arm ein trauriges, wei-

nerliches Negerkind. Ein Blick: Die Haare sind rötlich verfärbt und nicht kraus, die Haut scheckig verfärbt und nicht schwarz, die Beinchen geschwollen und ein Riesenbauch schaut unter dem T-Shirt hervor. Eine Diagnose: Protein-Mangelernährung.

„Hast du zuwenig Geld, um dein Kind zu versorgen?“

„Doch, ich gebe ihm das Beste!“

„Was ist ‚das Beste‘?“

„Coca-Cola!“

„Wer hat dir das gesagt?“

„Die Leute auf dem Bild!“

„Auf welchem Bild?“

„Das große Bild, das an der Straße steht, vor dem man zum Krankenhaus einbiegt.“

Ich verstehe. Auf dem „großen Bild“ ist ein schwarzer Tarzan abgebildet, der auf seinem linken Arm ein

schwarzes Mannequin-Baby trägt und mit seiner Rechten eine schwarze Traumpuppe umfasst. Die drei sind überglücklich, denn sie lachen so wunderschön mit ihren schneeweißen Zähnen. Ach ja, und die Traumfrau hält in ihrer Rechten den bekannten Zaubertrunk. Eine Welle der Entrüstung läuft über mich.

„Die Leute auf dem Bild lügen!“

„Au, Doktor!“

„Nichts ‚Au Doktor‘ – Ja, Doktor!“

„Für das Geld, das du für eine Flasche Coca-Cola aus gibst, kannst du Brot, Eier, Gemüse und Käse kaufen. Wir werden dein Baby aufnehmen und du wirst lernen, wie man es am besten ernährt. Glaube nie mehr den Leuten auf dem großen Bild.“

„Au, Doktor“, „Danke, Doktor“

Diese Negativgeschichte hat mich etwas Positives gelehrt: Wer eine Vision hat, hat auch eine Mission. Wie z.B. Coca-Cola und Marlboro in Afrika. Wo es keine Nahrungsmittel mehr zu kaufen gibt, gibt es immer noch die Dinge zu kaufen, die von einer Vision getragen, ihren Weg bis in die entlegensten Ecken dieser Erde finden. Wer (k)eine Vision hat, hat (k)eine Mission...

Ich erzähle die Geschichte einem guten Freund, der mich aus Europa besucht. Nachdenklich meinte er: „In Afrika habe ich eine größere Distanz zur Werbung, weil ich eine weiße Haut habe. Ich befürchte aber, wir sind alle Neger der Medien...“

Dr. Henk C. Hietkamp,  
Ärztlicher Leiter des F.X. Mayr-Zentrums,  
Gräflicher Park

## Deutschland stärken mit Know-how und Leidenschaft

READ FESTIVAL GEWINNT PREIS BEI „LAND DER IDEEN“

Wenige Monate sind seit dem READ Festival 01 im Januar vergangen und die Romantik wirkt noch nach: Die Diotima Gesellschaft e.V. hatte sich mit dem Festival bei dem Wettbewerb „Land der Ideen“ beworben und ist nun einer der glücklichen 365 Preisträger.

Im Gratulationsschreiben heißt es: „Bereits im siebten Jahr veranstaltet die Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten und in Kooperation mit der Deutschen Bank den Wettbewerb. Ausgezeichnet werden zukunftsweisende Ideen und Projekte, die die beeindruckende Ideenvielfalt und Innovationskraft Deutschlands sichtbar und erlebbar machen.“

Als Preisträger zeigt die Diotima Gesellschaft, dass Deutschland ein Land der Ideen ist: zukunftsorientiert, innovativ, kreativ und vielfältig. Mit Ihrem Know-how und Ihrer Leidenschaft stärken Sie Deutschlands Position im internationalen Wettbewerb. Diese Auszeichnung ist Anerkennung für Ihre bisherige Arbeit und soll zugleich Ansporn sein, sich weiterhin zu engagieren und andere zu außergewöhnlichen Leistungen zu inspirieren.“

Im Beisein des Vorstandes, vieler Unterstützer und Pressevertretern bekam die Diotima Gesellschaft e.V. am 11. Juni als „ausgewählter Ort 2012“ im „Gräflicher Park Hotel & Spa“ einen Pokal verliehen. Nach dem Grußwort durch die Initiative „Deutschland – Land der Ideen“

hielt Dietmar Kellerhoff, Direktor der Deutschen Bank, die Kooperationspartner des Wettbewerbs ist, eine Laudatio auf das Festival. Als Höhepunkt des „kleinen Awards“ slammte Ascelina Klee, die Gewinnerin des Poetry-Slam-Schülerwettbewerbs, einen ihrer Texte.

Für die Auszeichnung bedankte ich mich als Vorsitzende der Diotima Gesellschaft e.V. und verriet, dass - sollte die Finanzierung in 2013 gesichert sein - der künstlerische Leiter Albert Ostermaier das nächste READ Festival im Jahr 2014 veranstalten wird. Nachdem im Mai Kulturstaatsminister Bernd Neumann READ im Rahmen seines Besuchs im Gräflichen Park in den höchsten Tönen gelobt hat, gehe ich davon aus, dass es beim nächsten Mal auch einfacher sein wird, öffentliche Unterstützung zu bekommen.

Dass das READ Festival Preisträger bei „Land der Ideen“ ist, erfüllt mich persönlich mit Stolz. Schon für die

erste Inszenierung ausgezeichnet zu werden, bestärkt uns darin, dass das Konzept des Festivals richtig ist. Das unmittelbare sinnliche Erlebnis von Kultur aller Sparten, gepaart mit der besonderen Kulisse des Gräflichen Parks und, dass wir alle Generationen – vor allem die Jugend – erreicht haben, macht das Konzept einzigartig und unvergleichbar. Und nicht zuletzt wird durch den Wettbewerb „Land der Ideen“ das ehrenamtliche Engagement gewürdigt. Das tut gut!

Annabelle Gräfin von Oeynhausen-Sierstorpf,  
Leiterin CI/Unternehmenskommunikation UGOS



Gemeinsam mit den READ-Sponsoren freuten sich Horst Verhoeven (stv. Bürgermeister Bad Driburg), Sylvie Thormann (Geschäftsführerin Bad Driburger Touristik), Annabelle Gräfin von Oeynhausen-Sierstorpf, Christina Nuhr (Projektmanagerin Land der Ideen) und Dietmar Kellerhoff über die Auszeichnung.

# Manchmal kommt es auf die Umwege an

**KURSELSORGER PATER MICHAEL JANMIELING STELLT SICH VOR**

Hallo, mein Name ist Pater Michael Janmieling. Ich bin seit Ende 2008 für die katholische Kurseelsorge in Bad Driburg verantwortlich. Aufgewachsen bin ich im Ruhrgebiet, war zuerst Maler und Lackierer und bin erst später, auf einigen Umwegen, Priester geworden. Heute weiß ich aber, dass gerade diese „Umwege“ ein wichtiger Bestandteil meines Lebens sind.

Mit dem Begriff „Kurseelsorge“ konnte ich vorher überhaupt nichts anfangen und hatte mir nur gedacht: „Das ist sicher nichts für mich!“ Schon nach einigen Wochen wusste ich aber, dass ich hier richtig bin. Die Patienten und ihre Angehörigen in den Reha-Kliniken haben oft viele Fragen, die sie selbst gar nicht beantworten können. Die großen Fragen des Lebens tauchen gerade da auf, wo der Mensch seine Grenzen erlebt. Da braucht es Menschen, die ihnen einfach zuhören, und die ihnen Mut machen, die Herausforderungen der Krankheit anzunehmen.

Meinen Schwerpunkt lege ich auf die Gottesdienste und die seelsorglichen Gespräche. Die meisten Kontakte zu den Patienten ergeben sich über die Gottesdienste. In allen drei Gräflichen Kliniken in Bad Driburg finden regelmäßig in den Vortragsräumen Gottesdienste statt. Dort biete ich die Möglichkeit zum seelsorglichen Gespräch an. Ich freue mich immer sehr, wenn sich der Kontakt zu den Patienten über die Mitarbeiter der Kliniken ergibt. Hier kann ich nur allen Mut machen, auf das Angebot der Seelsorge in den Kliniken hinzuweisen, denn um den Men-

schen ganzheitlich zu helfen, braucht es gegenseitige Unterstützung. Im seelsorglichen Gespräch geht es mir immer darum, dem Gesprächspartner die Möglichkeit zu geben, die eigenen inneren Kräfte zu entfalten und auch den Zugang zu den eigenen spirituellen Quellen zu finden. Es ist nicht selten, dass ich als der Beschenkte nach Hause komme.

Gleichzeitig bin ich noch mit einer halben Stelle in der Pfarrseelsorge im Pastoralverbund Bad Driburg tätig. Ich kümmere mich vor allem um die Pfarrei in Neuenheerse. Am meisten Freude macht mir die Vorbereitung der Kinder auf die Erstkommunion. Wenn ich mittwochs in die Grundschule oder in den Kindergarten komme, dann spürt man was vom Leben. Mir verschafft es immer einen guten Ausgleich, so dass ich zu mir selber sagen kann: „Gott sei Dank, es gibt auch noch ein Leben vor der Reha!“

Ganz ohne Freizeit und Hobbys kommt auch ein Priester nicht aus. Bei gutem Wetter fahre ich am liebsten Fahrrad, gehe wandern oder joggen. Manchmal hole ich auch noch meine Inliner raus, und dann geht es mal an die Weser.

Auf eine gute Zusammenarbeit!

Pater Michael Janmieling,  
Katholische Seelsorge, Gräfliche Kliniken



Pater Michael Janmieling

# Der Blick über den Tellerrand

**VON DER MEDIZINISCHEN FACHANGESTELLTEN ZUR NACHWUCHS-FÜHRUNGSKRAFT**



Karin Schnabel |

Ein „Mentoringprogramm für Nachwuchsführungskräfte in der Gesundheitswirtschaft im deutschsprachigen Europa“ – das liest sich recht interessant, dachte ich mir bei der Lektüre der Zeitschrift F&W. Da ich die Voraussetzungen zur Teilnahme allesamt erfüllen konnte, versuchte ich mein Glück und bewarb mich auf einen Platz in der inzwischen vierten Staffel des internationalen Nachwuchsführungsprogramms der „BBraun Stiftung Melsungen“. Letztlich wurden aus über 100 Bewerbungen 33 Teilnehmer ausgewählt, und so war meine Freude groß, als ich die Einladung zur Auftaktveranstaltung in meinem Briefkasten fand. Im kommenden halben Jahr finden nun mehrere Management-Intensivseminare, unter anderem in Berlin, Tuttlingen, Morschen (bei Melsungen) und Zürich statt. Außerdem wird jeder Mentee (Teilnehmer) von einem erfahrenen Praktiker als Mentor begleitet, der sich im Rahmen der so genannten Shadowings über die Schulter schauen lässt. Seinen Abschluss findet das Programm in einer Studienfahrt mit einem Blick über die

Grenzen – im November werden wir für ein Wochenende in Holland sein, um das niederländische Gesundheitssystem kennenzulernen.

Aber vielleicht zunächst einmal ein paar Worte dazu, wie sich mein beruflicher Werdegang in den Gräflichen Kliniken entwickelt hat: Die Caspar Heinrich Klinik hat mich, und das ist mittlerweile zu meinem eigenen Erstaunen bereits zwölf Jahre her, direkt nach Abschluss meiner Ausbildung als Medizinische Fachangestellte eingestellt. In den ersten fünf Jahren habe ich aufgrund der Befristung als Elternzeitvertretung verschiedene Abteilungen durchlaufen und dabei die Arbeit in einer

Rehabilitationsklinik von den unterschiedlichsten Perspektiven aus hautnah erleben können. Pflegedienst, medizinischer Schreibdienst und Funktionsdiagnostik gehörten dabei zu meinen Arbeitsbereichen. Mit meinem Wechsel in das Sekretariat der Verwaltungsleitung im Jahr 2005 erwachte mein Interesse an Management-Themen, so dass ich mich entschloss, ein berufsbegleitendes Studium an der Fakultät für Gesundheitswissenschaften in Bielefeld und Magdeburg zu absolvieren.

Zurück zum eigentlichen Thema – los ging es mit der Auftaktveranstaltung Ende April auf dem Gelände von BBraun im Mel-sunger Stadtwaldpark. Die Vorträge des ersten Tages zum Thema „Ethik und Ökonomie“, welche u.a. durch namhafte Referenten wie den Vorstandsvorsitzenden der DAK Gesundheit, Prof. Dr. Herbert Rebscher, gehalten wurden, bildeten die Grundlage für ein so genanntes World-Cafe am folgenden Samstag. Dabei wurde in Kleingruppen intensiv an verschiedenen Fragestellungen des Themenkomplexes „Ethik vs. Ökonomie“ und

#### ETHIK UND ÖKONOMIE BEDINGEN SICH

auch „Ethik mit bzw. durch Ökonomie“ gearbeitet. Im Ergebnis waren wir uns alle einig: Ethik und Ökonomie bedingen sich, denn es ist absolut unethisch, mit dem Geld der Solidargemeinschaft unwirtschaftlich umzugehen. Außerdem wurden die Ergebnisse des so genannten Matchings bekanntgegeben. Ich werde dem Finanzvorstand des Klinikums Region Hannover einen Besuch abstatten und freue mich schon auf die Eindrücke dort.

Bereits im Rahmen meines Studiums konnte ich erfahren, dass ein Blick über den Tellerrand des eigenen Unternehmens - neben wertvollen neuen Kontakten - auch immer wieder neue Denkanstöße liefert und die eigene Arbeit belebt. So bin ich gespannt auf die kommenden Intensivseminare und natürlich auf die Studienfahrt in die Niederlande.

Karin Schnabel,  
Assistentin der Geschäftsführung, Gräfliche Kliniken

## Neue Maßstäbe für steigende Anforderungen

### GRUNDSTEINLEGUNG FÜR DAS AMBULANTE REHA ZENTRUM DER MORITZ KLINIK IN JENA



Wie auf den Plänen soll es schon bald aussehen am Salvador-Allende-Platz in Jena. Architekt Ottmar Stadermann, Volker Blumentritt, Annabelle Gräfin von Oeynhausen-Sierstorf, Dr. Almut Heyne, Dr. Albrecht Schröter und Marcus Graf von Oeynhausen-Sierstorf (v.l.) legten gemeinsam den Grundstein für das ambulante Reha Zentrum.

Innerhalb eines Jahres soll es fertiggestellt sein, das neue ambulante Gesundheits-, Präventions- und Reha Zentrum der Gräflichen Kliniken am Salvador-Allende-Platz in Jena.

Am bis dahin schönsten Tag des Jahres legten am 27. April bei strahlendem Sonnenschein unter anderem Graf und Gräfin Oeynhausen zusammen mit dem Oberbürgermeister der Stadt Jena, Dr. Albrecht Schröter, dem Landrat des Saale-Holzland-Kreises, Andreas Heller, dem Ortsteilbürgermeister von Jena-Lobeda, Volker Blumentritt sowie dem Projektentwickler, Hubert Werner, den

Grundstein für das neue ambulante Reha Zentrum. Über 100 Gäste waren der Einladung der Gräflichen Kliniken gefolgt und nahmen an der Grundsteinlegung teil.

Der Neubau in unmittelbarer Nähe des Universitätsklinikums wird neue Maßstäbe in der ambulanten Rehabilitation in Jena setzen. Der Geschäftsführer der Gräflichen Klinikgruppe, Thomas Bold, und der Geschäftsführer der Moritz Klinik Bad Klosterlausnitz, Detlef Bätz, begründen den Schritt in den ambulanten Reha-Markt so: „Die Nachfrage nach ambulanter Rehabilitation entwickelt sich

dynamisch. Wir sehen deshalb in Jena noch einen Bedarf an qualifizierten Rehabilitations-Angeboten. Ähnlich wie in anderen Bereichen werden auch Gesundheitsdienstleistungen immer passgenauer auf unterschiedliche Gruppen zugeschnitten.“ Da die Bevölkerung tendenziell immer länger arbeiten müsse, seien die Anforderungen an ihre Gesundheit

Fortsetzung auf Seite 10

Fortsetzung von Seite 9 besonders hoch. Aber auch im Alter beobachteten Wissenschaftler einen neuen Trend: Trotz objektiv alternder Bevölkerung werde die Gesellschaft subjektiv immer jünger. „Gesundheit wird zukünftig einen noch höheren Stellenwert einnehmen als heute“, sind sich die beiden Geschäftsführer einig. „Um ihre Gesundheit zu erhalten, werden die Menschen insgesamt noch mehr dafür tun.“

Projektleiterin Dr. Almut Heyne dazu konkret für das entstehende Reha Zentrum: „Wir wollen vorwiegend Patienten helfen, die in ihrer Wiederherstellung bei Erkrankungen oder Verletzungen des Stütz- und Bewegungssystems Unterstützung brauchen, um wieder aktiv in ihren Alltag zurückzufinden. Das bedeutet unter anderem auch, dass wir unseren Patienten Nachsorgeprogramme anbieten wollen, die unsere Reha-Dauer sichern aber auch jeder der mit unseren vorbeugend Gesundheit

**REHA-ERFOLGE AUF DAUER SICHERN HELFEN**

erfolgen wollen, die auf helfen. Uns wird willkommen sein, Programmen etwas für seine tun will.“ Das geplante Zentrum werde deshalb eine sehr gute Ergänzung zu den bereits vorhandenen stationären Strukturen bilden. Dr. Almut Heyne ist außerdem die Leiterin der ambulanten orthopädisch-traumatologischen Rehabilitation in der Moritz Klinik in Bad Klosterlausnitz.

Detlef Bätz: „Unsere Rehabilitationserfahrungen, die wir seit fast 20 Jahren in der Region mit der Moritz Klinik in Bad Klosterlausnitz unter Beweis stellen konnten, wollen wir gezielt auf das neue Zentrum übertragen.“ Zentral gegenüber der Universitätsklinik im bevölkerungsreichsten Stadtteil Lobeda gelegen und verkehrstechnisch sehr gut erreichbar, werden hier ab April 2013 auf über 3.800 m<sup>2</sup> ca. 50 Personen arbeiten und qualifizierte Gesundheitsdienstleistungen anbieten.

Dr. Almut Heyne,  
 Projektleitung Ambulantes Reha Zentrum und Leiterin der ambulanten orthopädisch-traumatologischen Rehabilitation,  
 und Detlef Bätz,  
 Geschäftsführer Moritz Klinik, Gräfliche Kliniken



Die Einbettung auf dem Salvador-Allende-Platz (Ambulantes Reha Zentrum unten rechts) sorgt für eine gute Erreichbarkeit.



Auf fünf Ebenen wird das moderne Gebäude auf 3.800 m<sup>2</sup> Platz für individuell zugeschnittene Gesundheitsdienstleistungen bieten

# Eine Brücke in das gesunde und kreative Leben

## DIE GALERIE MORITZ KLINIK

„Denn ein Weg zur Wirklichkeit geht über Bilder. Ich glaube nicht, dass es einen besseren Weg gibt.“  
(Elias Canetti aus „Die Fackel im Ohr“)

Was für alle gilt, wird auch für die Patienten und die Mitarbeiter der Moritz Klinik gelten und für die Besucher der Galerie Moritz Klinik. 1994 wurde die Idee geboren, die Wände der Flure, die von Patienten häufig frequentiert sind, mit wechselnden Bildern zu bestücken. Die Anfänge waren bescheiden, das Projekt nahm aber rasch Fahrt auf und die rührige Galeristin ehrenhalber, Dr. Ursula Pfeifer, Internistin im Haus, konnte bald hochrangige Künstler aus nah und fern für die Galerie Moritz Klinik gewinnen. Ihr oberstes Anliegen waren immer die Patienten. Wenigstens drei Wochen sind die Bilder für die Patienten mehr oder weniger bewusst die Begleiter auf dem Weg durch die Gänge.

Dr. Pfeifer scheute sich nicht, namhafte Künstler wie Willi Sitte, Teilnehmer der „documenta 6“, das Angebot einer Ausstellung zu unterbreiten – und er sagte zu. Horst Sakulowski musste erst überzeugt werden, dass seinen Kunstwerken nichts passiert. Die Verhandlungen mit Jost Heyder dauerten etwa zwei Jahre, ehe es zur Ausstellung kam. Er wurde 2011 einem größeren Publikum bekannt, als die Ministerpräsidentin Christine Lieberknecht Papst Benedikt XVI bei seinem Besuch in Erfurt ein Bild von Jost Heyder schenkte, „Der Dom zu Erfurt“.

Bei mittlerweile 118 Ausstellungen ist es nicht möglich, hier alle Künstler zu nennen. Aber alle tragen sie mit ihren Bildern dazu bei, dass Patienten ihren Weg zu ihrer ureigenen neuen Wirklichkeit finden. Für viele Patienten scheint ja nichts mehr so, wie es vor dem Unfall, vor der Erkrankung war. Ungefragt ist es eine Herausforderung, sich der Realität zu stellen, sie anzunehmen und zu lernen, mit ihr umzugehen. Der Weg für den Einzelnen ist sehr unterschiedlich, viel ist gewonnen, wenn sich die Hoffnung auf ein „Weiter“ wieder einstellt.

Ludwig Maresch, ein feinsinniger Maler aus Münchenbernsdorf nahe Gera, hat der Klinik ein Bild mit dem Titel „Hoffnung“ geschenkt. Es zeigt eine rote Treppe, die von unten nach oben zu gehen ist. Diese rote Treppe gibt es wirklich in der Klinik. Und sie dient den Patienten als Übungsweg. So mancher kann auf ihr messen und ermessen, wie sehr die Mobilität zunimmt, wie sehr das behinderte Bein an Kraft gewinnt. Ob die Architektin der Klinik, Gräfin Wachtmeister, 1992 diese rote Treppe auch schon mit der Hoffnung für Patienten verbunden hat!?

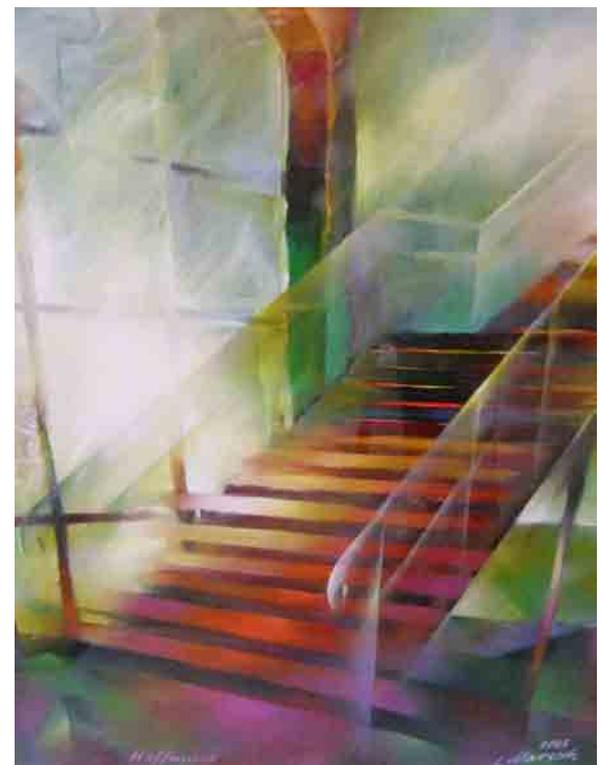
Der eine oder andere mag sich fragen, ob sich der Aufwand an Zeit und Kraft und Kosten lohnt. Fünf mal jährlich wechseln die Ausstellungen mit Vorgesprächen, Öffentlichkeitsarbeit, Auswahl der Bilder, das Hängen selbst und das vielfältige Engagement des Verwaltungsdirektors Ralf Winkhaus und seiner Sekretärin Carmen Förster. Mancher Künstler musste dabei feststellen, dass Dr. Ursula Pfeifer durchaus hartnäckig ihre Einschätzung vertreten kann und auch im Team der Galerie (Dr. Pfeifer übergibt ihre Aufgabe zur Zeit) wird manche Entscheidung lange diskutiert. Aber im Gegenzug zeigen fünf Mal jährlich ein Künstler oder eine Künstlerin mit ihren Bildern, wie er und sie die Welt sehen, was ihnen im und am Leben „erzählenswert“ ist. Die Vielfalt regt an, mit Patienten, Mitarbeitern, Besuchern ins Gespräch zu kommen, sich auszutauschen, voneinander zu erfahren. Die Galerie bringt auf ihre Weise lebendige Kultur und aktive Auseinandersetzung in die Klinik, sie fördert eine Atmosphäre des inneren und äußeren Gesprächs. Das haben viele, die in der Klinik einen Teil ihres Alltags zubringen, als Bereicherung erlebt und benannt.



„Uta liest“  
von Jost Heyder

Die regelmäßigen Vernissagen ziehen mittlerweile Kunstinteressierte aus weitem Umkreis an und sind durch Musik, die manchmal sehr launige Laudatio und die Gastlichkeit der Klinik zu „Events“ mit dreistelliger Besucherzahl geworden. Das öffnet auch im Bewusstsein der Region die Tür und schlägt eine Brücke in das gesunde und kreative Leben.

Cordula Leidner,  
seit 2012 verantwortlich für die Galerie  
der Moritz Klinik, Gräflische Kliniken



„Hoffnung“  
von Ludwig Maresch

# Bestzeit für alle

ZWEITER FIRMENLAUF IN JENA: 23. MAI 2012 – UND 23 MITARBEITER DER MORITZ KLINIK SIND DABEI

Bei der Grundsteinlegung des ambulanten Therapiezentrum in Jena Ende April wirft die Kollegin Anke Oertel aus der Logopädie die Idee in die Runde, am „2. Jenaer Firmenlauf“ teilzunehmen. Gleich sind mehrere Anwesende Feuer und Flamme. „Was müssen wir tun, um noch Startnummern zu erhalten?“ – T-Shirts mit gräflichem Logo und Schriftzug müssen besorgt werden, und das in den richtigen Größen. Außerdem müssen Fotografen aus den eigenen Reihen akquiriert werden und – ja nicht zu vergessen – auch „Läufer“ sind von Nöten.

Also kurz entschlossen Einladung an alle Kollegen raus und abwarten. Kamen am Anfang nur einzelne Mel-

dungen, so konnten wir eine Woche vor Start mit insgesamt 23 Meldungen aufwarten. Am 23. Mai dann Treffpunkt Jena – Stadtkirche ab 18 Uhr: Servicestation einrichten zum Start und auf den Startschuss um 19 Uhr warten. Nach nur 21 Minuten sind die ersten schon wieder im Ziel, gefolgt von den weiteren Kollegen in kleineren Abständen. Alle erreichen das Ziel der insgesamt fünf Kilometer langen Strecke in ihrer Bestzeit (waren halt das erste Mal dabei...!)

Besonders gefreut hat sich das Orga-Team in der Moritz Klinik darüber, dass aus fast allen Berufsgruppen der Klinik Läufer an den Start gegangen sind. Besonders ist zu betonen, dass alle Psychologinnen aus Jena mit am Start

waren; außerdem Physiotherapeuten, Ergotherapeutinnen, Krankenschwestern, Logopädinnen, Masseure und Bademeister, eine Sporttherapeutin sowie Kollegen aus dem ärztlichen Dienst und der Verwaltung.

Und an der Strecke konnten sogar vereinzelt Fans ausgemacht werden.

Am Ende waren sich alle einig: „Es hat Spaß gemacht - und beim nächsten Mal sind wir wieder mit dabei!“ Eines ließe sich allerdings noch verbessern! Mehr Fans an der Strecke, die anfeuern, Fahnen schwingen und/oder auf die Pauke hauen.

Wir bedanken uns auch beim Team des Laufservice Jena als Veranstalter und unterstützen auf diesem Weg gern die „NAHbarn“ vom Tausend Taten e.V. und die Aktion des Uniklinikums Jena mit „Herzblut für Jena“.

Anke Oertel, Logopädie,  
und Ralf Winkhaus, Verwaltungsleitung Moritz  
Klinik und Organisations-Team für den Firmenlauf  
Gräfliche Kliniken



Schafften die fünf Kilometer des Laufs alle in Bestzeit! Hintere Reihe (v.l.): Antje Hyckel (Psychologin), Ulrike Fritzsche (Psychologin), Juliane Noack (Psychologin), Daniela Janke (Sporttherapeutin), Hendrik Lehndorf (Physiotherapeut), Carolin Köhler (Physiotherapeutin), Anke Oertel (Logopädin), Uwe Trinks (Masseur) und Stefan Metz (Arzt). Mittlere Reihe (v.l.): Gundula Seidel (Psychologin), Ellen von Schenk (Psychologin), Patrick Gilger (Masseur), Anika Schmutzler (Ergotherapeutin), Carsta Werner (Physiotherapeutin), Anke Rosenlöcher (Ergotherapeutin), Linda Hemmann (Ergotherapeutin), Stephanie Gerstner (Physiotherapeutin), Katharina Herzog (Logopädin), Gerlinde Hiersche (Pflege) und Renate Poser (Pflege). Vorne (v.l.): Evelin Claus (Pflege) und Ralf Winkhaus (Verwaltung).

## Das fantastische Gehirn

MORITZ KLINIK VERÖFFENTLICHT UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE INTERNATIONAL

Tagtäglich nutzen wir, ohne uns dessen bewusst zu sein, die besonderen Möglichkeiten des Gehirns: zum Beispiel für das Multi-Tasking, das ja angeblich Frauen besser gelingt als Männern, oder die Verarbeitung der Flut von Informationen angesichts der globalen Vernetzung und Computerisierung. Das Gehirn erlaubt es uns mittels Training sogar, auch sehr spezifische Aufgaben zu erlernen, die uns anfangs schwer fallen. Diese besondere Fähigkeit des Gehirns wird allgemein „Plastizität“ genannt. Diese Fähigkeit ist auch der Grund, warum sich viele Menschen mit Hirnschädigung zum Beispiel nach einem Schlaganfall oder Trauma im Rahmen einer intensiven Rehabilitationsphase wieder erholen bzw. zum Teil erholen.

In drei international renommierten Fachjournalen, darunter das Journal mit dem höchsten Impact factor (Einflussfaktor) im Fachgebiet der Neurorehabilitation, konnten wir unsere Ergebnisse entsprechender Untersuchungen auf

dem Gebiet der Hirnplastizität sowohl bei Schlaganfallpatienten als auch bei gesunden Menschen publizieren.

In einer Untersuchung konnte ein Team von Neurologen unter unserer Federführung zeigen, dass das für eine Gefühlsstörung (z.B. in der Hand) verantwortliche Hirngebiet unter einer intensivierten Therapie auch die motorische Funktion für die betroffene Hand übernimmt, wenn die betroffenen Schlaganfallpatienten zwar eine Lähmung der Hand, aber keine Gefühlsstörung aufweisen.

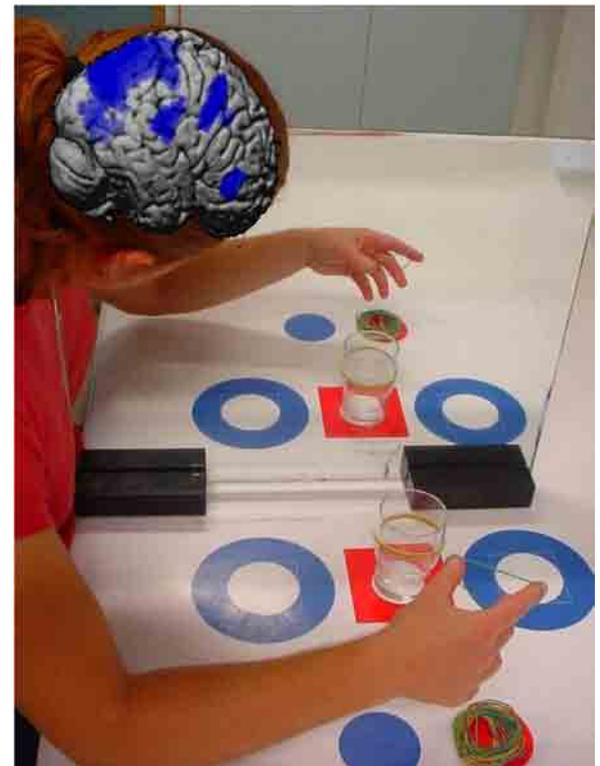
Das Training in einem Spiegel zu einer Besserung der Kommunikation beider Hemisphären des Gehirns führt, konnten wir in einer weiteren Untersuchung nachweisen. Die visuelle Täuschung des Trainings im Spiegel, wird – obwohl schon sehr lange bekannt – in den letzten Jahren auch zunehmend in der

Rehabilitation von Schlaganfallpatienten benutzt. Mit unserer Untersuchung konnten wir zum besseren Verständnis der plastischen Vorgänge im Gehirn beitragen, die durch das Training im Spiegel forciert wird. Dies könnte die Grundlage dafür sein, herauszufinden, welcher Patient von dem Spiegel-Training profitiert, um so eine frühzeitige Therapiezuordnung einzuleiten und das optimale Ergebnis zu erreichen.

Ein weiteres Untersuchungsergebnis: Nicht nur die Kommunikation neuronaler Netzwerke wird durch Training verbessert, es kann nach relativ kurzer Zeit auch eine Nettozunahme der grauen Substanz (die Neurone befinden sich in der grauen Substanz, die Verbindungen zwischen den Nervenverbänden erfolgen durch Fasern in der weißen Substanz) festgestellt werden. Diese Veränderung war bekannt geworden, nachdem das Jonglieren von Bällen mit beiden Händen zu einer Zunahme der grauen Substanz in einem Hirnareal (verantwortlich für die Augen-Hand-Koordination) geführt hatte. Im Gegensatz zu früheren Annahmen konnte unser Team nun zeigen, dass eine solche Veränderung nicht nach vielen Wochen Training eintritt, sondern kurzfristig innerhalb weniger Tage.

Prof. Dr. Farsin Hamzei, Chefarzt Neurologie,  
Moritz Klinik, Gräflische Kliniken

Training am Spiegel:  
Die trainings-induzierte Plastizität des Gehirns (Darstellung der rechten Hemisphäre) ist in blau dargestellt.



## Soziale Begleitung für Reha-Patienten

### 20. SOZIALARBEITERTAGUNG IN DER MORITZ KLINIK

Bereits die 20. Sozialarbeitertagung fand am 7. Mai in der Moritz Klinik statt. Rund 40 Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter aus verschiedenen Krankenhäusern, Pflegeheimen und ambulanten Pflegediensten fanden den Weg nach Bad Klosterlausnitz, um die Veranstaltung sehr interessiert zur Weiterbildung und zum Erfahrungsaustausch zu nutzen.

Die erste Sozialarbeitertagung vor 20 Jahren wurde von Gabriele Ostrowski wenige Tage nach der Eröffnung der Moritz Klinik am 13./14. Juli 1993 eröffnet und durchgeführt. Zum 20-jährigen Jubiläum hat sie erneut unsere Gäste zur „Jubiläumsveranstaltung“ begrüßt und über den Wandel und die Bedeutung der Sozialarbeit in zwei Jahrzehnten gesprochen:

Soziale Arbeit ist ein fester Bestandteil der Rehabilitation. Sozialarbeiter begleiten und beraten Patienten und Angehörige während des Rehabilitations-

prozesses und entwickeln Lösungsansätze bei individuellen gesundheitlichen, beruflichen sowie sozialrechtlichen Problemsituationen.

Der Hauptprogrammpunkt der Tagung 2012 beschäftigte sich mit dem Thema „24 Stunden Intensivpflege zu Hause“. Diese alternative Versorgungsform wurde von Intensivpflegediensten und einem Mitarbeiter der AOK vorgestellt und lebhaft mit dem Teilnehmern diskutiert. Die 20. Ausgabe der beliebten Tagung war wieder eine interessante, gut besuchte und insgesamt gelungene Veranstaltung. Sie war auch für uns als Initiatoren Bestätigung und Ansporn für die Ausrichtung und Organisation weiterer Tagungen in den nächsten Jahren.

Iris Pfeiffer, Dipl. Sozialarbeiterin/Sozialpädagogin (FH),  
Moritz Klinik, Gräflische Kliniken



Referentin Melanie Vogel (Geschäftsführerin/Qualitätsbeauftragte Ramona Kraft Pflege GmbH, links) und Gabriele Ostrowski diskutierten mit rund 40 Sozialarbeiter-Kollegen

# Der gesellschaftlichen Entwicklung folgend – Klinik für Psychosomatik in Bad Hermannsborn eröffnet

PSYCHOSOMATISCHE REHA IN DER PARK KLINIK UNTER DER LEITUNG VON PRIV.-DOZ. DR. DR. ARNO MÖLLER

Depressionen, Angststörungen und Folgen aus der Überlastung am Arbeitsplatz sind – wie auch hier im COSMOS Journal schon berichtet – nur einige der psychosomatischen Erkrankungen, die in den letzten Jahren rapide zugenommen haben. Akutkliniken sind schon lange dabei, ihre Infrastruktur und ihr Angebot auf die steigende Zahl dieser Patienten anzupassen. Reagieren muss natürlich auch der Reha-Bereich: Die Park Klinik Bad Hermannsborn aus dem Verbund der Gräflichen Kliniken hat nun die offizielle Zulassung für die Behandlung von Patienten mit psychosomatischen Erkrankungen erhalten.

Durch die Erweiterung des Portfolios von der bisherigen Indikation Kardiologie – und der Diabetologie als Subspezialisierung – nun auch auf die der Psychosomatik ist die Klinikleitung sehr zuversichtlich, einen großen Schritt in Richtung Standortsicherung der Park Klinik getan zu haben.

Eingerichtet ist die neue Fachklinik für Psychosomatik, Psychiatrie und Psychotherapie unter der Leitung von Chefarzt Priv.-Doz. Dr. Dr. Arno Möller seit Februar dieses Jahres. Zusammen mit seinem Reha-Team behandelt der Spezialist in der Startphase überwiegend Patienten mit einem breiten Spektrum psychischer und psychosomatischer Erkrankungen, die durch die Deutsche Rentenversicherung zugewiesen werden.



Die Behandlungsschwerpunkte sind Krankheitsbilder aus den Bereichen Allgemeine Psychosomatik und Internistisch-neurologische Psychosomatik. Im Mittelpunkt stehen hier Angst- und depressive Störungen, Trauerbewältigung, Arbeitsplatzkonflikte, Mobbing und präventive Psychosomatik der Arbeitswelt – ein Querschnitt durch die Gesellschaft, wie sie sich in den letzten 15 Jahren entwickelt hat.

„Leistungserwartungen und Standards haben sich in unserer Gesellschaft so verschoben, dass immer mehr Menschen an ihnen versagen oder zu versagen drohen“, erläutert Priv.-Doz. Dr. Dr. Arno Möller. „Statistiken der Krankenkassen weisen aus, dass seit 1995 eine Zunahme von Arbeitsunfähigkeitstagen wegen psychischer Krankheiten um etwa 70 Prozent stattgefunden hat. Vor allem Depressionen haben an Häufigkeit zugenommen; auch die meisten in der Klinik mit „Burnout“-Syndrom gesehenen Patienten sind depressiv.“ Die Psychosomatik wird aufgrund der Entwicklung in den letzten Jahren auch im Bereich Rehabilitation eine immer bedeutsamere Indikation.

Deshalb wurde unter dem Dach der Gräflichen Kliniken gerade in diesem Bereich ein neuer Schwerpunkt gesetzt.

Das Behandlungskonzept in der Park Klinik ist ein ganzheitliches und setzt sich aus verschiedenen aufeinander aufbauenden Modulen zusammen. Es sieht neben der internistischen Eingangsuntersuchung ein sich ergänzendes Angebot von Einzel- und Gruppentherapien vor. Alle anerkannten Verfahren der psychodynamischen Psychotherapie und der Verhaltenstherapie finden individuell Anwendung. Häufig leiden psychosomatische Patienten unter weiteren Erkrankungen wie Übergewicht, Bluthochdruck und Diabetes; die Psychotherapien werden deshalb indikationsbezogen durch sport- und bewegungstherapeutische, physiotherapeutische, physikalische und ergotherapeutische Behandlungen begleitet. Mehr Informationen dazu lesen Sie auch im Beitrag von Chefarzt Priv.-Doz. Dr. Dr. Arno Möller auf der folgenden Seite.

Sehen die Implementierung der Psychosomatik als Chance für den Standort Bad Driburg (v.l.): Thomas Bold (Sprecher der Geschäftsführung Gräfliche Kliniken), Priv.-Doz. Dr. Dr. Arno Möller, Marcus Graf von Oeynhausensierstorpff (Geschäftsführer Unternehmensgruppe Graf von Oeynhausensierstorpff), Kerstin Gallmann (Pflegedienstleitung) und Olaf Kraus (Geschäftsführer Gräfliche Kliniken).  
Foto: Silke Riethmüller

Kristina Schütze, Public Relations UGOS

# Personalisierte Therapie für jeden Patienten

**DAS THERAPEUTISCHE KONZEPT DER KLINIK FÜR PSYCHOSOMATIK, PSYCHIATRIE UND PSYCHOTHERAPIE AN DER PARK KLINIK BAD HERMANNSBORN**



Ergotherapie kann ein Modul einer personalisierten Therapie in der Psychosomatik sein. Therapeutin Ilona Enk weiß aus langjähriger Erfahrung, wie sie den Patienten damit Hilfestellung leisten kann.

## Personalisierte Medizin

Gegenwärtig wird die Diskussion um grundlegend neue Behandlungsansätze in der Medizin von dem Begriff der „personalisierten Therapie“ bestimmt. Damit wird auf das jedem Patienten bekannte Dilemma des Vorliegens stark allgemeiner Erkenntnisse über Wirkungen und Nebenwirkungen sowie Wechselwirkungen zwischen Medikamenten verwiesen. Im Einzelfall kann der verordnende Arzt nie sagen, welche Wirkungs-/Nebenwirkungskonstellation eintreten wird. Einer wissenschaftlichen Medizin müsste es möglich sein, dem Patienten ein für ihn „passendes“ Medikament mit optimalem Wirkungs-/Nebenwirkungsverhältnis zu verschreiben. Gegenwärtig gehen wir häufig nach dem Prinzip von Versuch und Irrtum vor – erweist sich zum Beispiel ein Antidepressivum im Einzelfall als unwirksam, verordnen wir ein anderes, am besten ein solches mit anderem Wirkprofil. Diese Vorgehensweise ist unbefriedigend, wird aber noch auf längere Zeit die Behandlungspraxis beherrschen.

In der Psychotherapie ist es ähnlich. Früher wurde ein bestimmtes Verfahren – Psychoanalyse, Verhaltenstherapie – auf jeden Patienten und jede Form psychischer Krankheit angewendet; wer nicht erfolgreich behandelt werden konnte, galt rasch als grundsätzlich nicht behandelbar. Es setzt sich in einer Zeit starker methodischer Differenzierungen in der Psychotherapie immer mehr der Ansatz durch, je nach Art der Krankheit, Erwartungen und in die Therapie eingebrachten Fähigkeiten dem Pati-

enten primär unterschiedliche Verfahren anzubieten. Es gibt also nicht eine Therapie für jeden Patienten und jede zu behandelnde Krankheit; es braucht im oben dargestellten Sinn eine „Personalisierung“ der Therapie.

## Entwicklungen in der Psychotherapie

Diesem Umstand trägt das gegenwärtige Behandlungsprogramm der Klinik für Psychosomatik, Psychiatrie und Psychotherapie Rechnung. Eine Verpflichtung auf bestimmte „Therapieschulen“ besteht nicht, sondern ein reflektierter Pragmatismus und eine Offenheit für neue Entwicklungen. Derer gibt es viele – unter dem Schlagwort der „dritten Welle der Verhaltenstherapie“ kommen Verfahren wie die so genannte Schematherapie, die metakognitive Therapie usw. daher. Der Acceptance and Commitment-Therapy (ACT) geht es nicht primär um ein „Beseitigen“ von Symptomen, sondern um eine veränderte Einstellung dazu; ein Ansatz, der gerade im Umgang mit chronischen Krankheiten körperlicher wie seelischer Art bedeutsamer sein kann als der wiederholte, aussichtslose Versuch einer „Symptomeneliminierung“. Leider kommen häufiger Patienten in der Erwartung, dass durch Kunstgriffe des Experten die Symptomatik – der Zwang, die Depression, das psychosomatische Symptom – „beseitigt“ werden könne wie durch ein Medikament oder einen chirurgischen Eindruck. Das erweist sich über kurz oder lang als Irrtum, der in der Therapie zu korrigieren ist – es ist sinnvoller, das Symptom zunächst anzunehmen, ein bisher durch „Ablenkung“ und andere Prozeduren

**NICHT EINE  
THERAPIE FÜR JEDEN  
PATIENTEN**

verlegtes Erleben dieser Symptome möglich zu machen und dann mit einer meist auch vertieften Behandlungsmotivation darauf zuzugehen.

## Eigener Therapiestandard

Wir wenden ein multimodales und hochfrequentes Behandlungsprogramm an. Das heißt erstens, die Therapien müssen mit einer gewissen Häufigkeit, einer Dichte angewendet werden, die ein besseres Ergebnis als die oft niederfrequenten ambulanten Therapien (einmal wöchentlich, einmal alle 14 Tage) erwarten lässt. Zweitens: Verfahren mit unterschiedlichem Ansatz werden kombiniert. Es gibt übende Verfahren wie Entspannungstechniken, Sachinformationen über Krankheiten und zugrunde liegende Phänomene wie „Stress“ in der Psychoedukation, übende wie deutende Arbeit an sozialen Problemsituation in dem Therapiemodul Soziale Kompetenz, und ein deutendpsychodynamischer Ansatz in der Psychotherapiegruppe. Natürlich sind die von mir gezogenen Grenzen fließend. In einem übenden Verfahren (Rollenspiel: Wie spreche ich meinen Vorgesetzten auf ein von mir wahrgenommenes Problemverhalten an?) werden oft auch deutende Ansätze zur Sprache kommen (Warum verhalte ich mich so und nicht anders? Was lässt diese Situation für mich zu einem Problem werden und inwiefern hat das mit meinen Lebenserfahrungen zu tun?); umgekehrt wird auch eine mit der Technik deutender Interventionen arbeitende Psychotherapie Verhaltensübungen einbauen können. Fortsetzung auf Seite 16

Fortsetzung von Seite 15 Die räumliche Nähe zur Inneren Medizin in der Park Klinik erweist sich als grosser Vorteil. Psychosomatische Patienten haben häufiger als eine altersvergleichbare Stichprobe der Bevölkerung Krankheiten wie Hypertonie [Bluthochdruck], Übergewicht, Diabetes usw.; eine umfassende Versorgung kann diese Krankheiten nicht als quasi fachfremd ausgliedern, zumal mindestens einzelne körperliche Symptome in Beziehung zur psychischen Erkrankung stehen dürften (Beispiel: chronischer Ärger und Hypertonie). Der Therapiewochenplan der Patienten umfasst regelmässig neben den psychotherapeutischen Modulen auch Bewegungstherapien, Krankengymnastik und andere Massnahmen internistischer Diagnostik und Beratung (Langzeitblutdruckmessung, Diabetesschulung, Lehrküche usw.). Dieser ganzheitliche Ansatz ist wichtig; er trägt dazu bei, dass der Patient sich in der Breite seiner Problematik angenommen fühlt und eher einlassen kann auf das, was ihn therapeutisch erwartet. Dabei muss allerdings nach einer ersten Orientierungsphase stets deutlich werden und bleiben, dass es massgeblich um ein psychotherapeutisches Arbeiten geht.

Das Behandlungskonzept ist offen für Korrekturen aus Erfahrungen und Anpassungen an die zugewiesenen Patientengruppen. So wird es sinnvoll sein, eine Trauergruppe für Patienten mit schwelender Trauerproblematik zu begründen; möglicherweise eine spezielle Gruppe für

chronisch depressive Patienten mit einem von anderen Therapien abweichenden Behandlungskonzept. Bisher hat die Entwicklung der Klinik seit ihrer Eröffnung einen guten Verlauf genommen; die Patientenzahlen sind beständig angestiegen (derzeit etwa 45), der Schwerpunkt im Bereich Angst und Depression ist deutlich erkennbar. Eine zunehmende Patientenzahl wird der Klinik ermöglichen, angemessenere neue Organisations-

und indikationsspezifische Behandlungsformen zu finden (zum Beispiel Fachbereiche/Sektionen für Persönlichkeitsstörungen oder Depression/Angst).

Priv.-Doz. Dr. Dr. Arno Möller,  
Park Klinik Bad Hermansborn,  
Gräfliche Kliniken

Entwickelt sich in der Park Klinik gut: die Psychosomatik mit individuellen therapeutischen Standards



## Dreh mit „Planet Wissen“: Eine kleine Sendung, aber viele Möglichkeiten

### DER KONSTRUKTIVE DIALOG ZWISCHEN MEDIZIN UND MEDIEN

Der 15. September 2011 war ein besonderer Tag für die Neurologie der Marcus Klinik: An diesem Tag war das Kamerateam der Sendereihe Planet Wissen des WDR3 zusammen mit seinem Moderator Jo Hiller einen ganzen Tag lang bei uns, um moderne neurologische Rehabilitation zu filmen, die dann am 3. November unter dem Titel „Zurück ins Leben - von der Kur bis zur Reha“ erstausgestrahlt wurde. Klingt lange her, soll aber im Folgenden Anlass zu Überlegungen geben für einen konstruktiven Dialog zwischen Medizin und Medien, der nicht immer einfach zu führen ist.

#### „Tue Gutes und berichte darüber“

Gemäss dieses Mottos ist es nicht nur opportun, sondern dient einer wohlverstandenen Öffentlichkeitsarbeit, wenn ein beispielhaft funktionierendes medizinisches System, eine medizinische Innovation o.ä. einer breiten Öffentlichkeit mittels Medien

zur Kenntnis gebracht wird. Im Grunde genommen werden damit zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen: Es findet eine Information bezogen auf das uns allen verbürgte Recht auf Information statt und gleichzeitig hat eine medizinische Einrichtung die Möglichkeit, bei einem Mehrmilliardenpublikum auf sich aufmerksam zu machen. Nicht selten aber gereicht eine vermeintlich gut beabsichtigte Mediendarstellung zur schmalen Gratwanderung und zwar dann, wenn rein Äusserliches, Plakatives, Persönliches oder Sensationelles den ursprünglichen Impuls eines neutralen und sachlichen Datentransfers in den Hintergrund geraten lassen. Erst recht wird sie sogar juristisch angreifbar, wenn der in der Medizin so wichtige Aspekt der Schweigepflicht dabei verletzt würde.

#### NICHT EINE THERAPIE FÜR JEDEN PATIENTEN

#### Vorbereitung

Durchweg positiv verlief der Drehtag. Dank einer langfristigen inhaltlichen und terminlichen Planung durch unsere damalige Marketingmanagerin, Tamara Richhardt, und mittels Unterstützung am Drehtag durch unsere PR-Referentin, Kristina Schütze, waren die hiesigen Abläufe kommuniziert und inhaltlich abgestimmt, um letztlich eine seriöse Darstellung zu gewährleisten. Gleichzeitig hatten wir so die Chance, ein nicht medizinisch geschultes Fernsehpublikum für die Möglichkeiten erfolgreichender Rehabilitation nach nicht selten schicksalsverändernden akuten oder chronischen neurologischen Erkrankungen zu begeistern.

Überdies ergab eine derartige mehrwöchige Drehterminplanung uns die Möglichkeit, Vorbereitungen für geeignete Drehinhalte, Drehorte und

Patienten zu treffen, die es letztlich als Identifikationspersonen zu gewinnen galt. Dank der Einsicht und engagierten Mitwirkung aller Beteiligten konnte das Projekt erfolgreich vororganisiert werden.

#### Der Dreh

Letztlich konnten vier Patienten gewonnen werden. Das Drehteam, bestehend aus dem Moderator Jo Hiller, der mit allen beteiligten Patienten angemessen gefühlvolle Interviews führte und Übungen selbst mit ausprobierte, einem Kameramann, einem Toningenieur und einer Redakteurin vor Ort, erschien pünktlich am Morgen. Es bekam von uns einen Raum gestellt, in dem es seine Redaktionsbesprechungen abhalten und seine umfangreichen Ausrüstungen sicher verwahren konnte. Nach persönlichem Kennenlernen untereinander wurden dann nacheinander die verschiedenen Drehorte aufgesucht, wobei repräsentativ für moderne neurologische Rehabilita-



WDR-Moderator Jo Hiller führte die Interviews mit den betroffenen Patienten einfühlsam.

tion die verschiedenen Pflege- und Behandlungsinhalte zur Darstellung kamen.

Letztlich hatten alle Beteiligten als Ergebnis des sich bis in den späten Nachmittag erstreckenden Drehtages, der bis auf kurze Mittags- und Besprechungspausen des Teams sehr stramm durchorganisiert war, das gute Gefühl, dass sich der Aufwand gelohnt und gutes, gewinnendes und sachlich informatives wie auch emotional ansprechendes Filmmaterial entstanden war. Insbesondere die Patienten fühlten sich angenommen, angemessen und keinesfalls mitleidvoll oder anders unpassend behandelt und waren ihrerseits überragend in der Darstellung einerseits ihrer Krankheitsfolgen und andererseits ihrer schon erreichten Therapieergebnisse. Wir hatten stets das Gefühl, dass es um einen würdigen Umgang mit der fachlichen Expertise unserer Arbeit gegangen ist und diese in den Filmbotschaften optisch gut umgesetzt werden konnte. Dass qualifizierte moderne neurologische Rehabilitation mit hoher ärztlicher Präsenz und Verantwortung verbunden ist, wurde durch Kommentierungen eingehend kommuniziert und nicht im Nachhinein

durch Schnitte sinnentstellend verkürzt. Das positive Gefühl, mit dem wir alle aus dem Drehtag herausgingen, fand im Nachgang zur Erstausstrahlung der Sendung seine Bestätigung, indem uns allen in zahlreichen persönlichen Statements eine sehr gute Resonanz rückgemeldet wurde.

#### Fazit

Was bleibt also nach einiger Zeit der zeitaufwendigen, den Ablauf eines Klinikalltages unter Umständen erheblich beeinträchtigenden und sich immer wieder präzise an vorherige Absprachen zu haltenden Patientendokumentationen an Empfehlungen:

1. Jede Zeit, die der Vorbereitung eines Drehereignisses dient, ist gut investierte Zeit. Je weniger Improvisation, desto geringer das Risiko für misslungene, unvorteilhafte oder unautorisierte filmische Darstellungen, die wohlmöglich Patientenrechte verletzen und einer Klinik juristische Konsequenzen bereiten können. Je mehr Planung, um so höher die Wahrscheinlichkeit, die wirklich intendierten medizinisch inhaltlichen Botschaften umzusetzen, und mit dem Filmteam auf optische und redaktionelle Machbarkeit zu besprechen, die Botschaften in eine

attraktive filmische Darstellung zu transformieren.

2. In Anlehnung an das alte Sprichwort, dass jedem ein Ruf vorausseile, so auch einer Fernsehreihe, kann die Gewissheit beruhigen, dass einer wissenschaftlichen Serie eines öffentlich-rechtlichen Fernsehsenders im dritten Programm mehr an seriösem Informationstransfer statt an auf Zuschauerquote angelegtem Boulevardjournalismus gelegen ist, erst recht, wenn ein zudem sich neuen Situationen rasch anpassender und annehmender Moderator wie Jo Hiller dies zu verkörpern vermag.

3. Jeder Medizinbetrieb kann sich glücklich schätzen, wenn den medizinischen Teams eine professionelle Marketing- bzw. PR-Abteilung wie die unsrige zur Seite steht, die einen Großteil der organisatorischen Klärungen im Vorhinein abdeckt und redaktionelle Fehlerwartungen im Vorhinein erkennen und einer Klärung zuzuführen weiß.

4. Ansonsten bietet Mitwirkung in einer wissenschaftlichen Sendereihe unseren vier Kliniken eine sehr gute Möglichkeit, die fachlich und ethisch hoch angesiedelten Rehabilitationsprozesse einer breiten, nicht medizinischen Öffentlichkeit und damit

potenziell Betroffenen und ihren Angehörigen zu präsentieren und über erfolgreiche Behandlungsprinzipien selbst bei mutmaßlich aussichtslos oder austherapiert erscheinenden Erkrankungskonstellationen zu informieren.

5. Neben den oft spektakulären Innovationen, aber auch den Schattenseiten unseres Medizinsystems, ist es zudem segensreich, die Behandlungsmöglichkeiten insbesondere chronisch Kranker durch die Rehabilitationsmedizin in den Medien zu kommunizieren, zumal nicht selten dadurch Pflegeabhängigkeit herausgezögert oder gelindert werden kann, was für den gesamten gesellschaftlichen Kontext unseres Handelns und der zukünftigen Finanzierbarkeit unseres Medizinsystems von zunehmender Bedeutung sein wird. Sie sehen, eine kleine Sendung, aber viele Möglichkeiten, die sich durch ihr Gelingen ergeben können.

Dr. Thomas Brand, Chefarzt Neurologie,  
Marcus Klinik, Gräflische Kliniken

Um die Therapie-Maßnahmen noch anschaulicher und auch für den Fernseh-Zuschauer erlebbar zu machen, probierte der Planet-Wissen-Reporter auch vieles selbst aus und stellte fest: Gar nicht so einfach!



## Was macht der BUFDI in der Reha-Klinik?

### BUNDESFREIWILLIGENDIENST IN DER MARCUS KLINIK

Jeder hat schon einmal von ihnen gehört, kaum einer hat eine klare Vorstellung von ihnen: Den BUFDIs. Seit Aussetzung der Wehrpflicht und damit auch des Zivildienstes am 1. Juli 2011 gibt es den „Bundesfreiwilligendienst“, um den Wegfall der „Zivis“ aufzufangen. Der Bundesfreiwilligendienst soll helfen, die Folgen der Aussetzung des Zivildienstes zumindest teilweise zu kompensieren. Alle nach dem Zivildienstgesetz anerkannten Dienststellen und -plätze wurden daher automatisch als Einsatzstellen und Plätze für „BUFDIs“ aner-

kannt. So auch in der Marcus Klinik, die über eine dieser Stellen verfügt und diese bereits mit einem Freiwilligen besetzt hat.

Aber was tut der in der Regel junge Mensch (grundsätzlich gibt es keine Altersbegrenzung, Voraussetzung ist das Absolvieren der Pflichtschulzeit) im Rahmen seines freiwilligen Engagements dann eigentlich dort? Und welchen Gewinn hat er davon, seine Arbeitskraft mindestens sechs Fortsetzung auf Seite 18



Fortsetzung von Seite 17 und maximal 24, meistens aber 18 Monate für ein relativ geringes Salär (Taschengeld von höchstens 336 Euro plus ggf. Berufskleidung, Unterkunft und Verpflegung) zur Verfügung zu stellen?

Thomas Graßhoff, Pflegedienstleiter in der Marcus Klinik, weiß es: „Generell kann ein BUFDI, der letztlich eine zusätzliche Arbeitskraft bedeutet, dazu beitragen, den Aufenthalt des Patienten angenehmer zu gestalten. So kann er z.B. Patienten mit dem Rollator oder Rollstuhl in den

Ein Spaziergang durch den Park in unterhaltsamer Begleitung wäre für Patientin Gudrun Gautschi nicht so häufig möglich ohne BUFDI Fabian Beck, der in der Marcus Klinik den Bundesfreiwilligendienst leistet.

Gräflichen Park begleiten und im Rahmen seiner Möglichkeiten aktiv an der Rehabilitation der Patienten mitwirken.“

Nützlich sein kann die Mitarbeit aber auch für den BUFDI selbst. Zum Beispiel als Sprungbrett für die spätere Berufswahl, wo ein freiwilliges Jahr oft als Praktikum anerkannt wird. „Gerade in den Gesundheitsberufen können junge Menschen kommunikative und soziale Fähigkeiten erlernen und entwickeln“, so Thomas Graßhoff. „Das sind so genannte ‚Soft Skills‘, die aufgrund der verstärkten der Kommunikation von Computer zu Computer gerade bei jungen Menschen oft weniger ausgeprägt sind.“

Fabian Beck, der aktuellen BUFDI in der Marcus Klinik, hat beim Bundesfreiwilligendienst in der Reha-Klinik auf jeden Fall einiges gelernt: „Den Bundesfreiwilligendienst habe ich gewählt, da ich einen Einblick in einen sozialen Beruf, wie z.B. der Gesundheits- und Krankenpflege, erhalten wollte“, erklärt der 20-Jährige. „Die Zeit in der Marcus Klinik und der Umgang mit hilfsbedürftigen Menschen hier hat mir viel Respekt und Wertschätzung gebracht. Meine sozialen Fähigkeiten konnte ich auf jeden Fall weiter ausbauen und entwickeln.“ Fabian Beck ist sich nun sicher, dass er seine Ausbildung in einem sozialen Berufsfeld machen möchte. Die Zeit als BUFDI habe ihm persönlich viel gebracht.

Kristina Schütze, Public Relations UGOS

## Caspar Heinrich Klinik schneidet gut ab bei MRSA-Screening

### HYGIENEKONZEPT ÜBERZEUGEND

Im Rahmen einer Studie der Universität Bielefeld und dem Kreisgesundheitsamt Höxter engagierte sich die Caspar Heinrich Klinik mit der Teilnahme an einem MRSA-Screening. Dabei geht es um die Untersuchung der Prävalenz, d.h. der Häufigkeit des Auftretens von MRSA in medizinischen und pflegerischen Einrichtungen des Kreises Höxter. MRSA steht als gebräuchliche Abkürzung für Multiresistenter Staphylococcus aureus oder auch synonym Metacillinresistenter Staphylococcus aureus. Staphylococcus aureus zählt zu den wichtigsten und inzwischen wohl auch bekanntesten Erregern im Krankenhaus erworbener (nosokomialer) Infektionen.

Das neue Infektionsschutzgesetz sieht für Patienten bestimmter Risikogruppen in stationären Akutkliniken ein so genanntes Eingangsscreening vor. Dabei wird dem Patienten bei Aufnahme in die Klinik bzw. schon bei Voruntersuchungen für geplante operative Eingriffe ein Nasen- und Rachen Wattetupferabstrich entnommen. Wird dann ein MRSA-Keim gefunden, kann dieser zunächst mit bestimmten Medikamenten behandelt und eliminiert

werden (Sanierung). Auch erfolgt als Konsequenz nach einem positiven Eingangsscreening die Isolierung des Patienten, damit sich der Keim nicht in der entsprechenden Station ausbreiten kann und andere Patienten ebenso Träger dieses Keims werden.

In einem Vorgespräch mit dem Gesundheitsamt des Kreises Höxter (Dr. Ronald Woltering), dem Chefarzt der Inneren Medizin der Caspar Heinrich Klinik (CHK), Dr. Markus Wrenger, der externen Hygienefachkraft der CHK, Ralf Schulte, und mir als Pflegedienstleitung wurde abgestimmt, in welcher Form die Untersuchung durchgeführt werden sollte. Wir entschieden uns für das Verfahren der Stichtagerhebung. Es sollte also bei möglichst vielen Patienten an einem Tag ein Nasen- und Rachen Wattetupferabstrich erfolgen. Die Teilnahme war für Patienten freiwillig und anonym und erforderte auch eine schriftliche Einwilligung. Für den Patienten und dessen Aufenthalt in der Klinik sollten die Ergebnisse erst einmal völlig unerheblich sein und ohne Konsequenz bleiben, da die Untersuchungsergebnisse und vor allem die Auswertung erst viel später vorliegen würden. Der Patient

konnte aber in der schriftlichen Einwilligung ausdrücklich darum bitten, später über ein eventuell positives Ergebnis informiert und dann entsprechend beraten zu werden. So wurden die Patienten schon im Vorfeld im Rahmen verschiedener Vortragsveranstaltungen und Rundschreiben über das Vorhaben informiert. Das Interesse schien groß, das Thema den meisten Patienten auch nicht ganz fremd.

Fünf Mitarbeiter der Pflegeabteilung

bereiteten dann parallel Erfassungssformulare mit einigen wichtigen Fragen zu dem Thema vor; etwa, ob der Patient vorher Antibiotika erhalten hatte, aus einer Akutklinik kam, Sonden- oder Katheterträger ist, eine Wunde hat, beruflichen Kontakt zu Tiermast unterhält usw. Aus all diesen Angaben lassen sich Rückschlüsse auf die Verbreitung von MRSA ziehen und dadurch notwendige hygienische Maßnahmen ableiten.

Pfleger Martin Speer erklärt einer Patientin der Caspar Heinrich Klinik, wie das Screening ablaufen wird und wofür es gut ist.



Wir waren alle ein wenig aufgeregt, ob genügend Patienten mitmachen bzw. wir eine so große Anzahl Abstriche in der geplanten Zeit schaffen würden.

Wir hatten einen Zeitraum von vier Stunden angesetzt, in denen die Schwestern Christina Bickmann und Mandy Trensinger, Pfleger Martin Speer sowie der stellvertretende Pflegedienstleiter Klaus Magiera die Abstriche nehmen sollten. Außerdem standen Kirsten Rödiger vom

Gesundheitsamt Höxter und Ralf Schulte, externe Hygienefachkraft der CHK, für Fragen zur Verfügung. Ich selbst unterstützte die Kollegen ebenfalls für einen reibungslosen Ablauf. Um 14 Uhr konnten dann jeweils mindestens zwei Abstriche (von Rachen und Nase), zum Teil auch noch ein Wundabstrich, von 169 Patienten vom Labor abgeholt werden. Dort erfolgten dann die Untersuchung und Typisierung.

Im Rahmen dieser Studie erfolgen weitere solcher Untersuchungen in medizinischen und pflegerischen Einrichtungen des Kreises. Die Ergebnisse werden später von der Universität und dem Kreisgesundheitsamt publiziert. Wir wissen aber schon jetzt, dass die Prävalenz in unserer Klinik sehr niedrig lag und wir mit unserem derzeitigen Hygienekonzept offensichtlich sehr gut aufgestellt sind. Aber erst zusammen mit den Daten der anderen Einrichtungen lassen sich Rückschlüsse zur MRSA-

Situation in Deutschland ziehen, die dann als Grundlage für zusätzliche Präventionsmaßnahmen dienen könnten. Es ist zwar derzeit kein Anstieg der MRSA-Zahlen mehr zu beobachten, dafür aber eine veränderte Virulenz. Deshalb sind ein verantwortungsvoller und kompetenter Umgang im Antibiotikagebrauch bei Mensch und Tier und adäquate Hygienemaßnahmen unabdingbar.

Regina Klocke, Pflegedienstleiterin der Caspar Heinrich Klinik, Gräfliche Kliniken

## Vom Blauen Wunder zum Brunnentrinker

AUCH WASSERFLASCHEN SIND DEM TREND UNTERWORFEN



Die Bad Driburger Flaschen in ihrer chronologischen Reihenfolge (von links): Betriebsleiter Martin Lehmann kennt sie alle ganz genau. (Foto: Kuhn-Osius)

Nach den jüngsten Entwicklungen im Bereich der Produkte der Gräflichen Quellen möchte das Team der Bad Driburger Naturparkquellen einmal über die aktuellen Innovationen und auch die gewachsene Historie im Gebindebereich (Flaschen) und hier speziell über die Gastroflaschen informieren.

Spezielle Gastrogebinde gibt es bei den Bad Driburger Naturparkquellen erst seit Anfang der fünfziger Jahre. Von weißen 0,25-Liter-Flaschen (1) für die Limonaden-Getränke „Drinade“, „Collonade“ und „Drili“ ging es weiter zur Brunneneinheitsflasche: die so genannte „Grüne Kropfhalsflaschen“ (2), die wir bis ungefähr 1985 genutzt haben. Ab Mitte der Achtziger führten wir dann die „Vichyflasche“ (3) ein, ebenfalls in grün, aber in eleganterer Form als ihre Vorgängerin. Für Süßgetränke wie „Sport Aktiv“ oder „Orangen Limonade“ ist die grüne Flaschenfarbe nicht unbedingt verkaufsfördernd. Ebenfalls Mitte der achtziger Jahre kam das „Blaue Wunder“, unsere royalblaue (4) Individualflasche für Mineralwasser auf den Markt – zum damaligen Zeitpunkt eine absolute Rarität. Neukunden in Belgien und Holland wurden mit dem „Blauen Wunder“ kurzfristig dazu gewonnen und Silberfolien-Etiketten unterstrichen den hochwertigen Auftritt.

Es gab also Jahrzehnte lang zwei verschiedene Gastroflaschen, und zwar bis 2011. Einzig im Jahr 2002 wurde die grüne Vichyflasche durch eine hellblaue Vichyflasche (5) ersetzt; hellblau war sicherlich „trendiger“ als grün, für Limos aber ebenfalls nicht ideal.

2010 gingen wir daran, eine neue Gastroflasche zu konzipieren, wofür es eine ganze Reihe von Gründen gab. Das Royalblau wurde von vielen Gastronomen als zu aufdringlich empfunden, bei größeren Tafeln z.B. wurde die Flasche als störend empfunden. Ein weiterer Grund war das etwas kippelige Verhalten der Flasche auf Tablett und anderen Flächen. Die neue Flasche (6) sollte „glasklar“ sein. Natürlich wurden Marktmuster begutachtet, um einen Trend aufzuspüren. Schließlich wurden wir im eigenen Hause fündig und zwar bei der Ein-Liter-PET-Individualflasche. Für uns war äußerst wichtig, Form und Maße so zu gestalten, dass wir vorhandene Kästen nutzen konnten. So können wir die Kosten für Gebinde (Kästen), speziell aber auch für Maschinenteknik, äußerst gering halten.

Im Mai des vergangenen Jahres gingen wir dann mit „Caspar Heinrich Mineralwasser“ an den Start. Auftakt hierzu war eine große Kundenveranstaltung mit Küchenparty im „Gräflicher Park Hotel & Spa“ mit etwa 100 geladenen Kundenvertretern. Durch diese Einführung hatten wir drei 0,25-Liter-Gastroflaschen im Markt. Seit Mai dieses Jahres gibt es nur noch ausschließlich die weißen neuen Gastroflaschen in 0,25 und 0,75 Liter für die Bad Driburger Produktgruppe: Also für Caspar Heinrich Mineralwasser, Bad Driburger Mineralwasser und alle Süßgetränke. Das Besondere an der Flasche ist die Prägung mit dem „Brunnentrinker“, der alle Flaschen unverwechselbar macht.

Die hellblaue Gastroflasche wird jetzt nur noch für den Harzer Kristallbrunnen (ebenfalls Gräfliche Quellen) sowie für Veranstaltungen als „Gräfin Annabelle Quelle“ abgefüllt. Für unsere Kunden ist das ein großer Vorteil, da das Sortieren entfällt und weniger Stellplätze im Lager erforderlich sind. Außerdem wird das Design der Flasche als wesentlich ästhetischer und hochwertiger empfunden. Durch diesen neuen und strategisch durchdachten Auftritt erwarten wir uns einen durchgängigen Auftritt am Markt und eine Ausweitung unseres Absatzes in der Gastronomie.

Durch gezielte Auftritte und Aktionen durch unser neues Eventteam an hochfrequentierten Plätzen (Bahnhöfen, Waschstraßen, Märkten usw.) versprechen wir uns außerdem neue Absätze. Die alten Flaschen, inzwischen 25 Jahre im Markt, werden dem Recycling zugeführt. Die royalblauen Scherben sind übrigens für Dekoglas in vielen Bereichen sehr begehrt.

Martin Lehmann,  
Betriebsleiter Bad Driburger Naturparkquellen, Gräfliche Quellen

# Gräfliche Quellen sponsern zum 17. Mal die Getränke

## BÜRENER WANDERTAG MIT WANDERMARATHON

Zum 17. Mal fand am 6. Mai der Bürener Wandertag mit dem Bürener Wandermarathon im Dörfchen Hegensdorf statt. Als Getränke-Sponsor stehen die Bad Driburger Naturparkquellen seit der ersten Stunde an der Seite des Organisations-Teams, das sich fast vollständig aus Ehren-

amtlichen zusammensetzt. Mit über 200 unentgeltlich zur Verfügung stehenden Helfern bei einer Einwohnerzahl von insgesamt 917 Bürgern kann Hegensdorf stolz sein auf das hohe Engagement seiner Bürger.



Luden schon im April mit großer Vorfreude zum Wandertag ein (v.l.): Burkhard Schwuchow (Bürgermeister der Stadt Büren), Helmut Ahmer (Tourismus, Stadt Büren), Ella Nölting (COMPASS Freizeit- und Trekkingmode), Kristina Schütze (Bad Driburger Naturparkquellen), Bernhard Funke (Volksbank Büren und Salzkotten eG), Hubertus Rütter (Heimatverein Hegensdorf), Peter Finke (Geschäftsführer Touristik-Gemeinschaft Bürener Land e.V.), Karl Meschede (Ortsvorsteher, Dorfgemeinschaft Hegensdorf), Ranger Jörg Pahl (Landesbetrieb Wald und Holz NRW) und Hund Henry, Daniel Piel (Stadt Büren, Tourismusbüro), Fritz Denke (SGV Bürener Land e.V.), Berthold Ackfeld (Touristik-Gemeinschaft Bürener Land e.V.) und Willi Nietmann (Marathonbeauftragter Touristik-Gemeinschaft Bürener Land e.V.).

## Auto sauber, Fahrer durstig?

### Bad Driburger Naturparkquellen in der Waschstraße

Auto sauber, Fahrer durstig? – Kann nicht sein, dachte sich das Team der Bad Driburger Naturparkquellen. Der Sommer kommt, die Temperaturen steigen und Bad Driburger hat sich direkt eine außergewöhnliche Aktion ausgedacht und die Waschstraßen um Bad Driburg und Paderborn an einigen Samstagen besucht. An diesen Tagen strahlten nicht nur Autos in vollem Glanz, sondern auch unsere Hostessen. Während das Auto der Kunden in der Waschstraße auf Hochglanz poliert wurde, haben sich die Damen von Bad Driburger um den Fahrer gekümmert und die Wartezeit mit einem Glas Mineralwasser verkürzt. Die Aktion läuft übrigens, je nach Wetter, noch den ganzen Sommer – weitere Infos direkt bei den Bad Driburger Naturparkquellen.

Theresa Kriegesmann,  
Assistentin Marketing UGOS

# 40. Geburtstag der besonderen Art

## BAD DRIBURGER UND SCHALKE 04

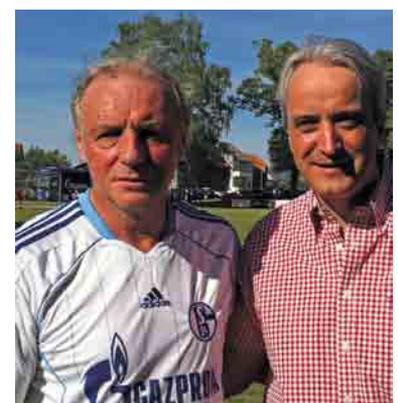


Der Schalke-Bus in Nieheim – fiel schon auf.

Die alten Schalke-Hasen der Traditionsmannschaft und die Alt-Herren aus Nieheim tranken natürlich Bad Driburger.



Die Alt-Herren-Abteilung des FC Nieheim feierte am Pfingstwochenende ihren 40. Geburtstag. Krönender Abschluss war in dem Rahmen ein Freundschaftsspiel gegen die Traditionsmannschaft des FC Schalke 04, welches nach hartem und leidenschaftlichem Kampf mit 2:14 verloren ging. Mit ehemaligen Nationalspielern wie Rüdiger Abramczik und Martin Max angetreten, wurde den zahlreichen Zuschauern ein besonderes Erlebnis geboten. Bei sommerlichen Temperaturen löschten die Spieler beider Mannschaften ihren Durst dabei mit dem erfrischenden Bad Driburger.



Rüdiger Abramczik („Abi“ Flankengott) und ich!

Thomas Dörpinghaus,  
Kaufmännischer Leiter UGOS  
und Geschäftsführer der Gräflichen Quellen

# Sommerliebe...

## RHABARBER, APFEL UND WAS IMMER UNS NOCH EINFÄLLT

Diesen Sommer bin ich verliebt – in ein Getränk. Es ist Apfel-Rhabarbersaft-Schorle...

Während Rhabarber in meiner Kindheit nicht zu meinen Favoriten zählte (und wir hatten SO viel davon im Garten), weiß ich die säuerliche Frische und den sehr speziellen Geschmack inzwischen durchaus zu schätzen. Nachdem mich in den letzten Sommern bereits verschiedene Rhabarbersäfte – kombiniert mit Mineralwasser oder Prosecco in allen denkbaren Mischverhältnissen – dann doch nicht wirklich überzeugen konnten (zu klebrig und irgendwie so dickflüssig), wäre meine neuentdeckte Zuneigung zum Rhabarber fast wieder erloschen.

Dank der Kreativität meiner Kollegen bei den Bad Driburger Naturparkquellen bin ich jetzt allerdings wieder voll entflammt für das diesjährige Sommergetränk, das es wohl leider auch nur einmalig für diese Saison geben wird: die Apfel-Rhabarbersaft-Schorle. Weder übersüßt, noch dickflüssig oder klebrig, schmeckt die Schorle pur aus der Flasche schon äußerst frisch und so richtig nach echtem Rhabarber mit einem Hauch von Apfel. Wie cool aber

wird sie erst auf Eis und in Prosecco schmecken, auf meinem Balkon, an einem warmen Sommerabend. Oder Weißweinschorle, das für mich langweiligste Getränk der Welt – nicht mit Wasser, sondern mit Apfel-Rhabarbersaft-Schorle... Wie steht es immer so schön in den Anzei-

gen eines Discounters: „Bitte bevorzugen Sie sich!“ Zu bekommen in der regionalen Gastronomie!

Kristina Schütze, Public Relations UGOS



# Unser Wasser von hier!

## NEUE WEGE IM MARKETING FÜR DIE GRÄFLICHEN QUELLEN

**Bad Driburger**  
NATURPARKQUELLEN

UNSER WASSER VON HIER

WWW.BAD-DRIBURGER.DE

Soll den Absatz mit steigern helfen:  
Der neue Salesfolder

„Herr Beck, schreiben Sie bitte mal was zum Marketing-Neuanfang bei den Gräflichen Quellen für die nächste COSMOS!“ – so halte es durch die Holding, zwei Büros nebenan, von unserer PR-Referentin und Chefredakteurin der COSMOS, Kristina Schütze. Und obwohl mir nachgesagt wird, ich könnte viel besser reden als schreiben, hier ein Versuch, möglichst einfach und unwissenschaftlich den „Neubeginn“ der Gräfliche Quellen aus Marketingsicht zu beschreiben:

Ich habe mich im Januar 2012 sehr gefreut, als mich mein „alter“ Finanzchef-Kollege der UGOS und neuer Geschäftsführer der Gräflichen Quellen, Thomas Dörpinghaus, in sein Büro rief, um mir zu sagen, dass ich mich ab jetzt auch intensiv um die Vermarktung der Quellen kümmern darf. Nachdem das Marketing- und Vertriebsfundament im Gräflichen Park gelegt sei, hätte ich doch bestimmt noch Ressourcen. Ehrlichweise habe ich als erstes gedacht: „Oh mein Gott - Wasser verkaufen? Der Gräfliche Park braucht noch so viel Zeit von mir und ich habe noch nie Wasser verkauft, das wird schwierig.“

Da ich aber mein Leben lang nie in Komfortzonen gelebt habe, habe ich mich sehr auf die Aufgabe gefreut und tue es heute jeden Tag. Nun habe ich nach über 20 Jahren Berufserfahrung im nationalen und internationalen Vertrieb und Marketing von Luxus- und Premium-Hotels einige Kenntnisse in der Vermarktung von Dienstlei-

stungen, auch zwischen Hotellerie und den Gräflichen Klinken gibt es Parallelen (Gast/Patient). In der Vermarktung eines Produktes, dazu noch Wasser, davon hatte ich allerdings bis vor fünf Monaten überhaupt keine Idee.

### Analyse

Umso besser, habe ich sehr schnell gemerkt, so ist der Blick offen. Erstmals viele Nächte im Internet zu allem, was mit Wasser zu tun hat recherchiert, zwei sehr gute Bücher gekauft („Konsumentenverhalten“ von Prof. Dr. Werner Kroeber-Riel und „Brain Script“ von Dr. Hans-Georg Häusel) und viel aufgesogen. Ich wollte den Markt verstehen sowie das Kaufverhalten am POS (Point of Sales) im Supermarkt, Getränkehandel, Sternerestaurant und der Kneipe. Warum kauft wer, wann, wo, welches Wasser? Was geht im Gehirn vor, wenn du vor zehn Wassersorten stehst? Warum greifst Du nach „Bad Driburger“ und nicht nach „Gerolsteiner“? Fortsetzung auf Seite 22

Fortsetzung von Seite 21 Ich habe mich in verschiedenen Märkten herumgetrieben und Käufer gefragt, warum sie das Wasser kaufen, das sie gekauft haben.

Das Allerbeste aber waren die vielen Meetings und Gespräche mit denen, die vom Wasser-Vertrieb, vom Handel und der Gastronomie am allermeisten verstehen: Die wunderbaren Kollegen bei den Gräflichen Quellen. In zahlreichen Vertriebsmeetings habe ich so viele blöde Fragen gestellt (dafür möchte ich mich an dieser Stelle entschuldigen), aber auch so viel über den Vertrieb von Wasser gelernt (unbezahbar!). Letztlich entstand daraus ein Bild: Wie ich mir die Quellen in zwei Jahren vorstelle.

### Erste Ideen

Es geht um die Geschichte, die wir dem Konsumenten, dem Kunden, den Menschen, erzählen möchten. Um die Bilder, die wir in den Köpfen der Kunden erzeugen möchten. Um die Gefühle, die wir auslösen möchten, wenn der Kunde ein Glas frisches, kühles und leckeres Bad Driburger trinkt.

Schließlich gibt es über 200 Brunnen in Deutschland. Ich provoziere und sage: Die verkaufen alle Wasser. Wasser ist einfach da. Wasser macht nass. Wasser ist nichts Besonderes. Wasser ist Wasser ist Wasser. Wie wertvoll dieses Geschenk der Natur ist, merken wir erst, wenn wir einmal einen Tag keines hatten. Oder eins aus Frankreich oder Italien getrunken haben, das nicht schmeckt...

Unser Gesamtetat für Marketing ist so gering, damit könnte Gerolsteiner vielleicht drei Tage im Jahr Werbespots im TV schalten. Jeweils einen pro Tag. Wie wollen wir da in einen so umkämpften Markt irgendeinen Konsumenten erreichen? Sorry, Mission Impossible!?

### Impossible is Nothing!

Kennt Ihr dieses kleine gallische Dorf? Wir in Bad Driburg. Wir haben kein Geld für große coole Marketingkampagnen. Aber wir haben das beste Wasser und die

tollsten Kollegen. Leidenschaft in Kombination mit geringem Etat schaffen das höchste Maß an Kreativität! Wir werden uns auf das besinnen, was wir sind. Woher wir kommen. Die Nr. 1 im Umkreis von 50 km um den Brunnen werden. Die erste Adresse sein. Man trinkt Bad Driburger, weil es ein Wasser von hier ist.

Der so genannte „Claim“ UNSER WASSER VON HIER, ist in einigen Meetings und vielen Stunden heißer Gespräche entstanden. Immer alles im gesamten Team, mit Geschäftsführer, Kollegen aus dem Vertrieb (Handel/Gastro), dem Innendienst, dem Betriebsleiter. VON UNS FÜR UNS!

### Erste Schritte auf neuen Wegen

Wir haben jetzt angefangen, die Basis für einen Neuanfang zu schaffen. Das Sortiment ist gestrafft, es gibt eine neue schöne und aussagekräftige Broschüre. Aktuell entsteht die neue Website und unsere Fanpage bei Facebook hat schon feine 70 Freunde (Wenn ihr das hier lest, hoffentlich schon 100!).

Die neue Website der Gräflichen Quellen wird das Herz der Kommunikation. Dort werden wir die Aktionen beschreiben, die wir mit und im Handel und der Gastronomie planen und durchführen. Wir werden Videoclips für den Youtube-Kanal der Quellen drehen sowie von unseren Kollegen aus dem Markt, beim Kunden, bei der Aktion, aus der Produktion, dem Labor, den Fahrern, wir werden all dieses sichtbar machen. In Handarbeit. Auf die Website verlinken wir unsere Social-Media-Aktivitäten, den zukünftigen Blog der Gräflichen Quellen, wir bauen Zugänge auf der Website für unsere Kunden und, und, und ...

Wir werden im Markt für Überraschungen sorgen. Mit zwei so genannten „Guerilla-Aktionen“ – mit wenig Aufwand wieder ins Gespräch kommen, für ein positives Image der Quellen. Zum Beispiel mit der „Waschstraßen-Aktion“ (mehr dazu auf Seite 20). Wir bringen UNSER

WASSER VON HIER zu den Kunden und Menschen von hier. In ungewohnte Umgebungen. Im Getränkemarkt stehen alle. Oder die Aktion „Autohaus“: Mit den größten Autohäusern der Region haben wir die Vereinbarung getroffen, dass jeder Neuwagenkäufer in den nächsten sechs Monaten bei Schlüsselübergabe eine Kiste Bad Driburger in sein neues Auto gestellt bekommt. Inklusive eines Briefes der Geschäftsführer des Autohauses und der Gräflichen Quellen, Thomas Dörpinghaus, und einem Gutschein für ein Caspar Heinrich Wasser im „Restaurant PferdSTALL“ im Gräflichen Park. Weil wir immer an das Ganze denken und Synergien schaffen.

Alle diese Ideen haben wir gemeinsam im Team erdacht. Das ist unsere Stärke. Offenheit. Transparenz. Kommunikation. Miteinander. Ich kann mich nur bei allen Kollegen bedanken, die so viel Input geben, so viele Ideen haben. Ich verspreche euch allen: WIR SCHAFFEN DAS! Und ich bitte alle Leser, bitte folgen Sie uns bei Facebook, es wird sich lohnen. <https://www.facebook.com/BadDriburgerNaturparkquellen>

Olaf P. Beck,  
Chief Marketing Officer UGOS

### Nachruf

## Ronald (Taffy) Briley



Ronald Briley, seit 1979 Mitarbeiter der Bad Driburger Naturparkquellen und von seinen Kollegen und Freunden nur „Taffy“ genannt, war ein äußerst verlässlicher Kollege und sehr beliebt bei seinen Kunden. Sein Dauerspruch war immer „kein Problem“, egal, um was es ging. An fast allen Wochenenden war er für die Firma unterwegs.

Ronald Briley war jemand, der den Menschen immer lebensfroh und optimistisch begegnete und sie mit seinem Lachen ansteckte. In seinem walisischen Kilt, den er auf fast allen Veranstaltungen trug, war er ein außergewöhnlicher Imageträger für unser Unternehmen. In diesem Zusammenhang hat einmal jemand gesagt: Wenn ich an Taffy denke und mir vorstelle, er wäre ein Getränk, denke ich an Sport Aktiv.“

Wir fühlen mit den Angehörigen von Taffy und sind selbst sehr traurig, dass er uns im Mai dieses Jahres verlassen musste. Wir werden dich vermissen!

Die Kollegen der Bad Driburger Naturparkquellen



# Luxusleben ist Preis wert

**BUSCHE-VERLAG ZEICHNET GRÄFLICHEN SPA ALS „RESORT DES JAHRES“ AUS – QUALITÄT STATT BAUHLADEN**



Spa-Chefin Astrid Grewe lässt das warme Quellwasser in den großzügigen Whirlpool der Luxus-Spa-Suite ein. Die 37-jährige ist seit 2007 für diesen Bereich verantwortlich und freut sich, dass das Konzept nun mit einem Preis gewürdigt wird.

Dass der Gräfliche Spa etwas ganz Besonderes ist, das weiß dessen Leiterin Astrid Grewe, seit sie vor elf Jahren dort angefangen hat zu arbeiten. Dass er das „Spa-Resort des Jahres“ ist, meinte jetzt auch der Busche Verlag: Er verlieh dem Haus am 5. Mai den Spa Diamond.

1.500 Quadratmeter groß ist das Reich, das für viele seiner Gäste der Himmel auf Erden ist. Seit 2007 hat Astrid Grewe hier das Sagen. Für sie sind der Aufbau und die Weitläufigkeit des Spas eines der Erfolgsgeheimnisse. „Selbst wenn wir voll gebucht sind, verläuft sich das, da die Bereiche nicht komplett nebeneinander sind“, erläutert sie.

Zu den ganz besonders exquisiten Möglichkeiten, im Spa zu entspannen, zählt die Luxus-Spa-Suite. Dazu gehören ein Aromadampfbad, eine Kräutersauna, eine Erlebnisdusche, ein Whirlpool, ein Wet-Table für zum Beispiel Peeling oder Seifenbürstenmassagen, zwei Behandlungsliegen und ein Ruhebereich. „Und wer diese Suite bucht, hat den Spa dort ganz für sich allein“, verrät Astrid Grewe. Der Luxus hat seinen Preis: 190 Euro kosten drei Stunden für zwei Personen. Die Chefin: „Wer möchte, kann zusätzliche Behandlungen buchen, wer ungestört sein möchte - auch kein Problem.“ Das gilt auch für die kleineren Spa-Suiten, die Biosauna und Bademöglichkeiten für zwei Personen bieten.

Allen Suiten und Behandlungsräumen gemeinsam ist ein Blick in den Gräflichen Park und eine geschmackvolle individuelle Einrichtung. „Bei uns erinnert nichts an Behandlungsräume, wie man sie sich oft vorstellt“, führt Astrid Grewe aus. Das sei auch der Grund, warum alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter keine weiße Kleidung tragen, sondern schwarze.

Im Gräflichen Spa gebe es zudem ausschließlich ausgebildete Fachkräfte. „Hier arbeiten nur Masseurinnen und Masseur, staatliche anerkannte Kosmetikerinnen und auch einige Kolleginnen, die beide Ausbildungen haben“, berichtet die Fachfrau. Das gelte für alle Bereiche, Quereinsteiger gebe es nicht.



Auch Luisa Paleschke (Auszubildende im „Gräflicher Park Hotel & Spa“) weiß eine Massage zu schätzen. In geschmackvoll eingerichteten Zimmern können die Kunden diese genießen. (Fotos: Frank Spiegel)

Astrid Grewe selbst ist staatlich geprüfte Kosmetikerin. In Fortbildungen hat sich die 37-jährige stetig auf dem neuesten Stand gehalten. Die Auszeichnung macht sie stolz. Sie ist überzeugt, dass auch das Konzept des Spas zu der Ehrung beigetragen hat. „Wir machen hier nicht jede Trendbehandlung mit. Einmal soll es Schokoladenmassage sein, dann Honig“, nennt sie Beispiele. Sie weiß: „Unsere Gäste wollen qualitativ fundierte Massagen und nicht einen Bauchladen von Angeboten.“ Der Gast stehe im Mittelpunkt - auch bei den Körperpflegebehandlungen. Hier bekomme jeder Gast einen auf ihn abgestimmten Pflegecocktail. „Cocktail heißt das nur, weil hier verschiedene Pflegeprodukte für die Haut zu einer individuell passenden Mischung zusammengestellt werden“, klärt Astrid Grewe darüber auf, dass der Cocktail nicht getrunken, sondern in die Haut massiert wird.

Zum Spa gehören neben den individuellen Angeboten unter anderem auch eine Garten-Sauna, eine Finnische Sauna, eine Vitalbad-Sauna, Dampfbäder, Heißbecken, ein Whirlpool, ein Außenpool, Ruheräume und ein Fitnessraum. „All das können auch Tagesgäste nutzen“, berichtet Astrid Grewe. Das sei sonntags bis freitags von 9 bis 22 Uhr nach vorheriger Anmeldung möglich.

All das hat auch die Jury des Busche-Verlags offensichtlich überzeugt. Ihr



Auch die kleineren Spa-Suiten haben einiges zu bieten, z.B. zwei Badewannen direkt nebeneinander, für Freundinnen, Schwestern, Pärchen, ...

Urteil: „Das elegante Hotel geht nach den umfangreichen Recherchen der Spa-Guide-Redaktion als Gesamtsieger in den Bereichen Hotel, Medizin, Wellness und Ernährung hervor.“ Gefeierte wurde dies am 5. Mai mit einem glamourösen Event mit 250 geladenen Gästen aus Industrie, Gesellschaft und Showgeschäft (Mehr dazu im Beitrag auf den Seiten 24+25). Auch Annabelle Gräfin von Oeynhhausen-Sierstorf freut sich über diese Auszeichnung. „Sie ist vor allem ein Verdienst unserer Mitarbeiter, denn es ist sehr schwer, so ein hohes Niveau über Jahre zu halten“, sagte sie. So etwas sei nur mit einem hervorragenden Team möglich: „Wenn der Service nicht stimmt, kann man das tollste Hotel der Welt haben - ohne gute Mitarbeiter wird es nicht funktionieren.“

Frank Spiegel,  
Westfalen-Blatt, Redaktion Bad Driburg/Brakel

# Mit Leidenschaft zum Erfolg

„GRÄFLICHER PARK HOTEL & SPA“ BEKOMMT SPA DIAMOND -  
PROMINENZ ZU GAST IN BAD DRIBURG



Annabelle Gräfin von Oeynhausen-Sierstorpf (links) und Marcus Graf von Oeynhausen-Sierstorpf (rechts) sind zusammen mit dem geschäftsführenden Direktor Dirk Schäfer (2. von rechts) dem Team des Spa mit Vanna Vavva (von links), Julia Wolff, Anna Fritze, Seyda Yasar-Yilmaz, Peter Würtz, Astrid Grewe, Antje Gieske und Olga Balau für deren Engagement dankbar. (Foto: Frank Spiegel)

Mit einem Konzept, das es nach Aussage von Jörg Leu kein zweites Mal in Deutschland gibt, hat das „Gräflicher Park Hotel & Spa“ am 5. Mai den „Spa Diamond“ erhalten. Leu ist Marketingchef des Busche-Verlags, der den Preis vergibt.

Auch der Laudator, Hotelmanager Frank Marrenbach (Brenners Park-Hotel & Spa), sparte nicht mit Lob. „Das Haus verfügt über eine Architektur, die den Gast umarmt und nicht sprachlos als Zuschauer zurücklässt“, beschrieb er die „gelungene Kombination aus Spa, Gesundheit und Sport.“ Insbesondere der Handschrift Annabelle Gräfin von Oeynhausen-Sierstorffs sei dies zu verdanken. Wer so etwas plane, müsse aber auch eine gehörige Portion Mut sowie unternehmerischen Sachverstand und große Willensstärke haben. Darüber hinaus seien auch die Familie und deren kulturelles Gespür wichtige Wegbegleiter zum Erfolg. „Das Haus ist die mit Leben erfüllte Vision der Familie“, erklärte der Laudator.

Marcus Graf von Oeynhausen-Sierstorpf und Annabelle Gräfin von Oeynhausen-Sierstorpf nahmen den Preis entgegen. „Die Leidenschaft ist entscheidend, um erfolgreich zu sein“, sagte der Graf in seinen Dankesworten. Auch die Verbundenheit zur Heimat spiele eine große Rolle. Entscheidend seien aber die Mitarbeiterinnen und



Schauspielerin Katerina Jacob (rechts) war mit Ehemann Jochen Neumann nach Bad Driburg gekommen. Frauke Ludwig („Exclusiv – Das Star-Magazin“) erhielt den „Spa Diamond“ „Personality“. (Foto: Frank Spiegel)



Fernanda Brandao (von links), Frauke Ludwig und Caroline Beil waren begehrte Fotomotive an dem Abend.  
(Foto: Frank Spiegel)

Mitarbeiter, die sich mit viel Leidenschaft und Spaß einbrachten. Ihnen galt daher der besondere Dank: „Neben meiner Frau haben vor allem auch sie den Preis verdient.“ Der Spa Diamond „Personality“ ging an Frauke Ludwig („Exclusiv - Das Star-Magazin“), überreicht hat ihn die Sängerin Fernanda Brandao. Mit dem Preis prämiert der im Verlagshaus Busche erscheinende „Spa-Guide“ Frauke Ludowigs persönliche Leistungen im Bereich Wellness und Beauty: „Sie verkörpert ein natürliches Lebensgefühl und strahlt als vielbeschäftigte Frau eine Vitalität aus, die viele in ihren Bann zieht.“ Schauspielerinnen Katerina Jacob war mit Ehemann

**EINE ARCHITEKTUR,  
DIE DEN GAST  
UMARMT**

Jochen Neumann gekommen und verlieh die Auszeichnung für das beste Spa-Resort auf internationaler Ebene an das „Hilton Maldives/Iru Fushi Resort & Spa“. „Dort verbringen mein Mann und ich bald unsere Flitterwochen“, verrät sie. Darüber hinaus wurden Produkte aus den Bereichen Anti-Aging, Innovation, Naturkosmetik und Spa-Brand ausgezeichnet. Caroline Beil moderierte den Abend.

Nach der Preisverleihung im Festaal wurde in den Brunnenarkaden gefeiert. Das Küchenteam des Gräflichen Parks hatte Gaumenfreuden vorbereitet. Dazu zählten Salat vom marinierten Kalbskopf, Tafelspitz vom Wagyu-Rind mit Bohnen und Wasabi-Espuma ebenso wie Kalbsrücken mit Rotweinschalotten und Graupenrisotto sowie Seesaibling mit Limetten-Olivenöl und geräuchertem Kartoffel-Fondue. Auch für eine Auswahl erlesener Getränke war gesorgt.

Frank Spiegel,  
Westfalen-Blatt, Redaktion Bad Driburg/Brakel



Marie-Luise Marjan feierte ebenfalls im Gräflichen Park, sehr zur Freude auch von Marcus Graf von Oeynhausen-Sierstorpff.  
(Foto: Ralf Meier, meierpress)



Graf und Gräfin Oeynhausen mit dem hart erarbeiteten Award - laut Frank Marrenbach für Mut, Sachverstand und Willensstärke.  
(Foto: Frank Spiegel)

# Spa Diamond – hinter den Kulissen und Drumherum

SUSANNE STIENEKE, AUSZUBILDENDE, AUF FOTOJAGD



Olaf P. Beck, Chief Marketing Officer der UGOS, mit Nora T. Berbüsse (ehemalige Kollegin aus dem Gräflichen Park) und den beiden Stammgästen Ingrid und Dr. Werner Resch (von links) vor dem Empfang in der „Oscar’s Bar“



Flitzten mit Häppchen, Champagner, Wasser...: David Middeke, Carina Nollmann, Dieter Sievering und Robert Blesse (von links).



Annemarie Rossa und Anika Pohlmann hinter dem Messestand des Gräflichen Parks in ihrem Element als Vertriebsleiterinnen



Die UGOS war ebenfalls vertreten (von links): Lutz Peter Reuter (Leiter Personal, UGOS), Kristina Schütze (Public Relations, UGOS), Martina und Thomas Bold (Sprecher der Geschäftsführung Gräfliche Kliniken, ganz rechts) sowie Thomas Dörpinghaus (Kaufmännischer Leiter UGOS) und Ehefrau Sylvia.



Die Bankettabteilung als Zentrale für Events hatte alle Fäden in der Hand und dafür seit vielen Monaten organisiert – vom Größten bis ins Kleinste (von links): Barbara Hardt, Abteilungsleiterin Christine Lancaster (ging direkt nach der Veranstaltung in den Mutterschutz – wir wünschen an dieser Stelle noch einmal alles, alles Gute!) und Julia Graßhoff.



Einmal vor und nicht hinter der Kamera: Susanne Stieneke (links), Auszubildende des Gräflichen Parks, war den ganzen Abend mit dem Fotoapparat unterwegs, und ließ sich hier mit Annabelle Gräfin von Oeynhausen-Sierstorff ablichten.



Ganz links eine der kompetenten Aushilfen für große Events, dann Nicolai Meyer-Polyoros, Elvira Köhne, Angela Cardamone, Martin Czechowicz, Miriam Eikel und Carolina Halenka (von links) waren hinter der Bar auf der Südveranda für die Getränke während des Empfangs zuständig.



Das Team der Küche leistete harte, sehr professionelle Arbeit und hatte trotzdem Spaß: Hier Thomas Blümel (links) und Oliver Hagemeyer.



Betina Klatt, Chefin des Frontoffice, half auch spät am Abend und unbeeindruckt von hohen Absätzen noch allen Kollegen, die Unterstützung benötigten



Die Brunnenarkaden hatten sich für die Gala nach dem Award in eine beeindruckende Party-Location verwandelt. Die Stimmung war entsprechend, vor allen Dingen, je später der Abend...



Das wahrscheinlich gefragteste Getränk des Abends war wohl der Champagner: Dieter Sievering (links) und Abderrahim Arif sorgten während der Gala dafür, dass immer ausreichend davon im Umlauf war.

# Wenn ein Gärtner in den Urlaub fährt...

GROSSE ZWIEBELBLUMENSHOW IM GRÄFLICHEN PARK – VON DER IDEE BIS ZUM WAHRWERDEN



So schöne Blüten lockten nicht nur viele Besucher, sondern auch Mitarbeiter des Gräflichen Parks in selten besuchte Ecken: Heike Windheuser, vielen Bad Driburgern bekannt aus dem „Restaurant Pferdeshall“, konnte ihr Hobby hier voll ausleben und fotografierte die Tulpen aus ungewöhnlichen Perspektiven. Vielen Dank für die Fotos!

Im Frühjahr dieses Jahres hatte sich der Gräfliche Park in einen Mini-Keukenhof verwandelt. In 150 kleinen Beeten konnten größtenteils sehr seltene 34 Narzissensorten, über 145 Tulpenarten und allein sechs Sorten Alium bewundert werden. Entstanden ist der Zwiebelblumentraum im Kopf von Heinz-Josef Bickmann, dem langjährigen Direktor der Gräflichen Parks und Gärten. Von der Genese oder wie „La Belle“, „Humoresque“ und „Orange Angelique“ in den Gräflichen Park kamen – hier der Bericht des Gärtnerchefs:

Ostern 2011, Urlaub in Nordholland: Besichtigung einiger schöner Gärten. Nordholland ist das größte Anbaugelände für Tulpen, Narzissen, Hyazinthen und weitere Frühblüher. Anna Paulowna ist eine kleine Stadt im Norden Hollands. Dort entdeckte ich einen Garten mit altem Baumbestand und Schaubeeten mit vielen verschiedenen Tulpensorten.

Es gab dort circa 500 kleine Beete und 200 verschiedene Sorten der Zwiebelblumen. Dort fiel mir erst auf, wie viele verschiedene Tulpenarten es überhaupt gibt. Einige hatte ich zuvor noch nie gesehen, und auch andere Kollegen, denen ich Fotos von dort zeigte, waren erstaunt. Da entstand die Idee „Tulpenshow im Gräflichen Park“.

Im Show-Garten in Holland wurden die Tulpenzwiebeln von den Züchtern gespendet. Das klappte hier in Bad Driburg nicht zu 100 Prozent. Doch da wir im Herbst

circa 180.000 Zwiebeln im Park pflanzten, kam uns die holländische Züchterfirma „Verver Export“ mit einem begrüßenswerten Rabatt entgegen. Die Firma Verver hatte in Deutschland schon einige Beete als Musterbeete angelegt, zum Beispiel in Sachsen, Bayern und Schleswig-Holstein.

Nachdem wir die Zwiebeln im Herbst letzten Jahres in die Erde gebracht hatten, kontrollierten wir unsere Beete den ganzen Winter über und wussten nicht, wie es wird. Dann im Januar: Endlich erste Spitzen von den Zwiebeln zu sehen. Die Beete deckten wir mit Mulch ab gegen Unkraut, aber der wichtigste Aspekt war der Schutz vor Kälte bis minus 25 Grad. Fazit: Das war genau richtig, wir hatten nur Ausfälle von circa fünf Prozent. In anderen Städten gab es Ausfälle von bis zu 50 Prozent. Glück gehabt!

Insgesamt war es viel Arbeit, aber es hat sich gelohnt. An dieser Stelle vielen Dank an alle, die daran mitgewirkt

haben! Ab 2013 gibt es dann übrigens eine Narzissenmischung, die in Bad Driburg mit dem Namen „Diotima“ getauft wurde...

Heinz-Josef Bickmann,  
Direktor der Gräflichen Parks und Gärten



Marcus Graf von Oeynhausen-Sierstorf tauft die neue Narzissensorte - hier schon als Wiese aufgeblüht - auf den Namen „Diotima“ nach der großen Liebe des Dichters Friedrich Hölderlin, der im Gräflichen Park im Jahr 1796 sechs glückliche Wochen verbrachte.

## Der Billboard-Effekt und das Kameha Grand

DER DEUTSCHE ONLINE-HOTEL-KONGRESS IN BONN

Eigenvertrieb im Hotel stärken durch kreative Ideen und Kooperationen – so lautet unser persönliches Fazit des „Deutschen Online Hotel Kongress“ der conference group am 16. Mai im Bonner Designhotel „Kameha Grand“, zu dem unser Chef Olaf P. Beck uns als Gäste mitgenommen hatte (vielen Dank dafür!) – also Christel Krawinkel, Revenuemanagerin des Gräflichen Parks, und Lena Mäkler, Marketing und Social-Media-Managerin des Gräflichen Parks.

Vor dem eigentlichen Kongress konnten wir das Designkonzept des Kamehas kennenlernen – alles soll einem lebenden Organismus ähneln; die blutroten Flure erinnerten tatsächlich ein wenig an Adern und Venen. Wer selbst Tag für Tag in „sein“ Hotel geht, ist natürlich besonders kritisch und entdeckt auf Anhieb einiges, das besser oder nicht so gelungen wie im eigenen Hotel scheint.

**Schwerpunkte:**  
**Online-Vertrieb,**  
**Bewertungsportale und**  
**Online-Marketing**

Das morgendliche Programm begann mit dem Block „Online-Vertrieb 2012 – Neue Player und harter Wettbewerb bestimmen den Markt: Welche Fortsetzung auf Seite 28

Fortsetzung von Seite 27 Strategien führen zukünftig zum Erfolg für die Hotellerie!“. Ein spannendes Thema, das mit Rednern wie Dr. Hendrik Markgraf (Chefredakteur der Allgemeinen Hotel- und Gastronomiezeitung), Ognjen Zeric (Geschäftsführer JustBook), Tobias Ragge (HRS) und Tina Cornelius (Kastens Hotel Luisenhof) schlaglichtartig beleuchtet wurde. Besonders einprägsam war dabei der Fakt, dass es laut Hendrik Markgraf tatsächlich noch 20 Prozent Hotels ohne eigene Website gibt. Beim anschaulichen Vortrag von Tina Cornelius, wurde uns allen klar, dass wir mit dem Gräflichen Park bereits auf einem guten Weg sind. Durch eine mutige und durchdachte Strategie wurden im „Kastens Hotel Luisenhof“ in Hannover nach der Ermittlung des Ist-Zustandes beispielsweise u.a. Verträge mit Reiseveranstaltern gekündigt, Mitarbeiter gründlichst geschult, erhöhte Transparenz bei bestehenden und neuen Reiserveranstalterverträgen geschaffen und die Produktpräsentation intensiviert und verfeinert.

### 20 PROZENT DER HOTELS HABEN NOCH KEINE EIGENE WEBSITE.

Die „Seppi-Sau“ gibt es nicht nur auf der Nordveranda des Gräflichen Parks, sondern auch in der Bar des Kameha Grand...



### Fanseite des Kameha allein vertrieblisch organisiert

Andere Vorträge am Nachmittag im Block „Direktvertrieb ausbauen und stärken“ und „Online-Marketing - wieviel ist ein Deal, Fan und Follower wirklich wert“, wie z.B. der von Sabine Powels, die stellvertretende Obfrau des Vereins der PrivateCityHotels, oder von Katja Remus, Leiterin Marketing und Verkauf der Treugast Solutions Group, wechselten den Blickwinkel von Aktionsbedarf in der Privathotellerie bis hin zur wirtschaftlichen Betrachtung von Gutscheinentralen. Die Abschlusskeynote hielt dann der Gründer und Chef der Lifestyle Hospitality & Entertainment Group, Carsten K. Rath. Er erklärte dabei die Tools und den Prozess des Fanaufbaus am Beispiel der Facebookseite des Kameha Grand, was besonders für uns als Social-Media- und Revenue-Managerin den Aha-Effekt hatte, dass hier eine Agentur die Fäden zieht und der Fokus im Bereich Social Media im Kameha eindeutig auf Verkauf liegt und nicht so sehr auf Service und Betreuung. Dies wurde auch spürbar, nachdem wir über Twitter angemerkt hatte, dass im Kongressraum die Steckdosen recht unzugänglich waren – leider erfolgte keine Reaktion, wirklich gar keine. Vielleicht war das Social-Media-Team an diesem Tag gar nicht da...

Alles in allem war es ein sehr interessanter Kongress. Wichtig ist neben den offiziellen Beiträgen auch immer der Austausch mit anderen Hotels, so dass wir z.B. mit den Kollegen vom Luisenhof in Hannover sehr interessante Gespräche hatten. Spannend ist es natürlich, die Geschäftsführer von „hrs“ oder „HolidayCheck“ – sonst nur bekannt aus Fachzeitschriften – einmal live zu erleben. So fuhren wir am Mittwoch abend vollgestopft mit Eindrücken und Informationen müde, aber glücklich wieder zurück in „unseren“ Gräflichen Park.

Lena Mäkler, Marketing- und Social-Media-Managerin,  
und Christel Krawinkel, Revenue-Managerin, Gräflicher Park

### Ein kleiner Ausschnitt weiterer und interessanter Erkenntnisse und Praxistipps, die wir aus dem intensiven Tagesprogramm mitgenommen haben:

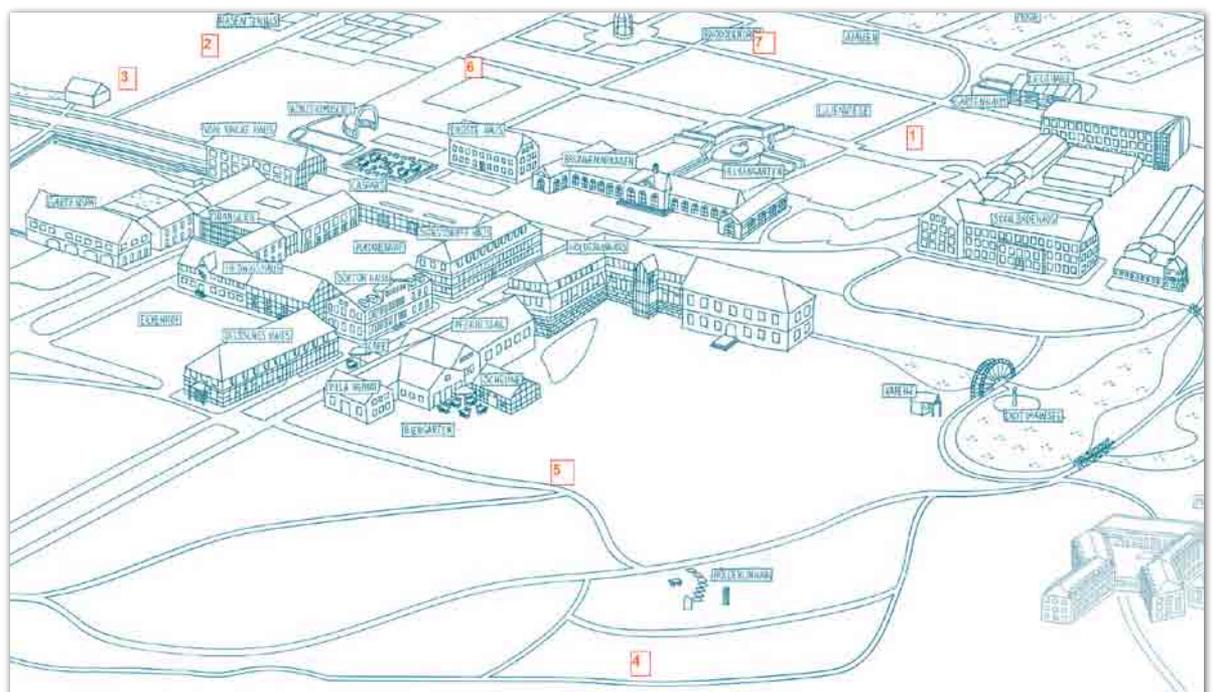
- Der durchschnittliche Internetnutzer besucht 22 Webseiten, bevor eine Transaktion stattfindet.
- „Hören Sie auf, da zu fischen, wo keine Fische sind!“
- Potentielle Bucher lassen sich positiv beeinflussen, wenn sie Hotel-Bewertungen entdecken. Diese drei Kriterien sind für die Nutzer wichtig: Gütesiegel, eine hohe Bewertungsanzahl und die Kontrolle durch Mitarbeiter der Seite.
- 95 Prozent der Nutzer halten Bewertungen für glaubwürdig, glauben aber auch an bewusst positive oder negativ überzeichnete Bewertungen.
- Der Nutzer hat inzwischen hohe Erwartungen an die Usability (Bedienbarkeit) von Seiten und nimmt als Standard die Funktionalität von Amazon.

## Ein Jahr nach dem 50. – Wo sind die Bäume?

HEINZ-JOSEF BICKMANN, DIREKTOR GRÄFLICHE PARKS UND GÄRTEN, BERICHTET

Zu seinem 50. Geburtstag im letzten Jahr hatten die Mitarbeiter der UGOS Marcus Graf von Oeynhause-Sierstorff einige seltene Bäume für die Fortentwicklung des Parks geschenkt. Keine dieser Baumarten hatte es vorher im Park gegeben. Nach einem Jahr sind die Wurzeln der außergewöhnlichen Geschenke in der Erde des Teutoburger Waldes festgewachsen. Aber wo eigentlich?

- 1) Acer negundo Variegatum (Weißbunter Eschenahorn)
- 2) Kalopanax septemlobus (Baumkraftwurz)
- 3) Mespilus germanica (Mispel)
- 4) Acer ginnala (Feuerahorn)
- 5) Cerris siliquastrum (Judasbaum)
- 6) Quercus rubra Auera (Gelblaubige Amerikanische Eiche)
- 7) Aliantus altissima (Götterbaum)



# Impressionistischer Zauber mit den ersten Sonnenstrahlen

**TULPENEXPERTIN JACQUELINE VAN DER KLOET ERGÄNZT DEN PIET OUDOLF-GARTEN MIT FRÜHBLÜHERN**

Die bekannte Gartendesignerin und Zwiebelblumen-Expertin, Jacqueline van der Kloet, bereichert den Piet Oudolf-Garten im Gräflichen Park seit dem Frühjahr dieses Jahres mit ihrem Entwurf für Frühblüher. Die Niederländerin lässt den Stauden- und Gräsergarten nun auch schon zu einer Attraktion werden, bevor sich die Staudenpflanzen im Juni zur ihrer vollen Blüte entfalten.

Nachdem der Name Piet Oudolf seit Bestehen seines Gartens (2009) im Gräflichen Park bereits ungezählte Besucher in den seit 1782 bestehenden Landschaftspark gelockt hat, lässt Jacqueline van der Kloets Frühblüher-Ergänzung den Staudengarten zu einem tatsächlich ganzjährigen Anziehungspunkt werden. In enger Abstimmung mit dem Meister der Stauden und Gräser hat die Niederländerin einen Entwurf gemacht, der den Piet Oudolf-Garten auch vor der Staudenblüte zu einer bunten Augenweide macht.

76.000 Zwiebeln bzw. 19 verschiedene Sorten von Frühblüher, wie z.B. Tulpen, Narzissen und Muscaris, sind im Piet Oudolf-Garten zu bewundern. Van der Kloets Idee folgt festen Regeln, was die Anordnung von Farben, Formen und Ebenen angeht. Die Werke der Gartendesignerin sind auf der ganzen Welt zu bewundern: Der für seine Tulpen berühmte Keukenhof in Holland, der „River Park“ in China, der „Seasonal Park“ im Botanischen Garten in New York und der „Villa Communale“ in Mailand sind nur ganz wenige Beispiele für das internationale Schaffen der Künstlerin. Ihre Art, Beete so anzulegen, dass noch in jeder Lücke winzige Blüten „verstreut“ zu sein scheinen, verleitet Journalisten zu poetischen Wortkreationen wie „Konfetti-Pflanzung“ oder „impressionistischer Pflanzung“.

Kristina Schütze, Public Relations UGOS



Zwischen den Frühblüher wurde im Mai auch schon das erste Grün der Stauden sichtbar. Deshalb sind die Pflanzungen so konzipiert, dass die spätblühenden Zwiebelblumen höher wachsen als die frühblühenden. (Foto: Michael Stolte)

Wer ein paar Schritte zurücktritt, versteht den Vergleich mit der impressionistischen Malerei.



Erläuterten, warum die Frühblüher eine Bereicherung für den Staudengarten sind (v.l.): Annabelle Gräfin von Oeynhausen-Sierstorpf, Marcus Graf von Oeynhausen-Sierstorpf, Gartendesignerin Jacqueline van der Kloet und Heinz-Josef Bickmann (Direktor Gräfliche Parks und Gärten).

Die Komposition von Jacqueline van der Kloet sieht außerdem vor, dass die Blüten der im März und April blühenden Blumen zartere Farben haben als die der später im Frühjahr blühenden Pflanzen. Die kräftig rot und pink gefärbten Tulpen auf diesem Foto zeigen, dass der Frühling schon weiter fortgeschritten war. (Foto: Michael Stolte)



# Handelsblatt nimmt HR in den Fokus – Gräflicher Park ist dabei

„ZENTRUM FÜR GESUNDHEIT“ PLATZIERT SICH



Mit seinem „Zentrum für Gesundheit“ war der Gräfliche Park am 4. und 5. Juni auf dem Handelsblatt-Kongress „HR im Fokus“ mit einem Stand in Berlin vertreten. Getroffen haben sich auf der Veranstaltung führende Personalverantwortliche aus Deutschland, der Schweiz und Österreich, um das Wachstum ihres Unternehmens nachhaltig durch gute Mitarbeiter sicherzustellen, Prozesse neu zu gestalten und innovative Wege zu gehen.

Besonders wertvoll für alle Beteiligten waren der branchenübergreifende Austausch und die Vorträge von hochkarätigen Referenten, wie z.B. Prof. Dr. Jutta Rump

Am Messestand des Gräflichen Parks, der schon viel von Deutschland gesehen hat, erfahren Personalverantwortliche von Annemarie Rossa und Olaf P. Beck, welche Möglichkeiten das Resort in Bad Driburg zu bieten hat.

(Geschäftsführende Leiterin des Instituts für Beschäftigung und Employability), Thomas Sigi (Vorstand Personal Audi) und Birgit Fischer (27-fache Kanu-Weltmeisterin, achtfache Olympiasiegerin) sowie vielen weiteren Experten.

Gemeinsam mit Chief Marketing Officer Olaf P. Beck habe ich den Stand des „Gräflicher Park Hotel & Spa“ betreut und viele Gespräche geführt. Ergebnis: Der Gräfliche Park hat sich hier in einem Umfeld seiner nächsten potentiellen Kunden bewegt. Der Kunde hat uns hier nicht erwartet. Die Veranstaltung hat sich als ideale Plattform erwiesen, um das MICE-Geschäft (Meeting, Incentives, Congress, Events) und das Thema „Gesundes Führen“ (z.B. Burnout-Prävention) zu präsentieren.

Annemarie Rossa,  
Regionalleiterin Sales, Gräflicher Park

# Modenschau, Moor und Massagen am Muttertag

EIN STÜCK BAD DRIBURGER GESCHICHTE

Fast 1.000 Gäste besuchten am Muttertag den Tag der offenen Tür in den Historischen Badehäusern und fanden so den Weg durch die immer noch mondäne Gräfliche Schönheitsfarm und die labyrinthischen Flure des Therapiezentrums – im Januar noch Schauplatz des Romantik-Festivals READ. Viele Gäste nutzten die Gelegenheit, sich über die Nutzung und Aufbereitung des Moores des Gräflichen Parks zu informieren und probierten die verschiedenen Mooranwendungen an Ort und Stelle aus. Großen Zuspruch fanden auch die Führungen, in deren Rahmen Cornelia Middeke aus dem Therapiezentrum die Gäste durch alle Abteilungen geleitete und die vielen Fragen kompetent beantwortete.

Die Probeanwendungen in der Gräflichen Schönheitsfarm – wie z.B. Shiatsu, Fußreflexzonenmassage oder Tibetische Massage – waren binnen kürzester Zeit ausge-



Begrüßte gemeinsam an die 1.000 Besucher – das Team der Historischen Badehäuser: In der hinteren Reihe (von links) Klaus Mertens (Moorkeller), Sabine Bömelburg (Gästeservice-Center), Luise Schrader (Badehaus), Claudia Freudenberg-Sasse (Physiotherapie), Cornelia Middeke (Badehaus), Elke Hausmann (Badehaus), Andreas Niggemeyer (Badehaus). In der vorderen Reihe (von links) Andrea Bickmann (Physiotherapie), Regina Kunath (Schönheitsfarm), Tobia Pallas (Physiotherapie), Christa Schreiber (Gästeservice-Center), Monika Dördelmann (Gästeservice-Center), Angelika Müller (Badehaus) und Iris Schnappinger (Badehaus).



Die Geräte im „Fitness-Studio“ des Therapiezentrums konnten ebenfalls ausprobiert werden..



Viele Damen ließen sich passend zum Muttertag mal so richtig verwöhnen. Regina Kunath (Gräfliche Schönheitsfarm) zeigte, wie angenehm eine professionelle Behandlung der Hände sein kann.

bucht. Der Andrang auf den Shop und die Schönheitsfarm war durchgehend: Die Besucher wollten die neuesten Trends der Saison kennenlernen. Nach der gelungenen Modenschau waren besonders Tücher, Blusen und Ketten sehr begehrt.

Für das leibliche Wohl sorgte das Team des „Gräflicher Park Hotel & Spa“. Bei dem schönen Wetter ließ es sich im Park bei Kaffee, Kuchen, Würstchen und vielen anderen Leckereien gut aushalten. Ein schöner gelungener Tag, den wir auf jeden Fall wiederholen werden!

Andrea Bickmann,  
Leitung Therapiezentrum, Gräflicher Park



Dank des schönen Wetters konnte die bestens besuchte Modenschau vor der Kulisse des Parks stattfinden. Model Angelika Benteler bekam – wie ihre Mitstreiterinnen – viel Beifall.

# Wenn Gräfin Oeynhausen den Gästeempfang macht...

EIN STÜCK BAD DRIBURGER GESCHICHTE



Villa Maas

Villa Maas mit Geschäft um 1930



Villa Maas mit Geschäft um 1960



Stammhaus Maas



Wenn Gräfin Oeynhausen den Gästeempfang an der alten Truhe in der Orangerie macht, ist es bei uns im Shop immer ganz still. Ich stehe im Lädchen und höre gern zu. Sehr häufig erfahre ich neue Dinge über den Park und unser Unternehmen.

Wenn Gräfin Oeynhausen dann von Ihrem Park schwärmt, merke ich immer, wie sehr ihre Leidenschaft dafür auf unsere Gäste überschwappt. Mir geht es dann auch so. Und wenn sie dann voller Stolz von unseren schönen alten Bäumen spricht, erfasst mich auch immer ein klein wenig Stolz.

Das kommt so: Meine Vorfahren haben sich 1752 in der Langen Straße in Bad Driburg angesiedelt. Der erste Maas, der in Bad Driburg lebte, war Hofjägermeister beim Bischof in Paderborn. Als er ihm bei einer Jagd das Leben rettete, schenkte der Bischof seinem Hofjägermeister aus Dank das Grundstück an der Langen Straße. Der Sohn unseres Vorfahren war ebenfalls Förster und beim Grafen von Sierstorpff angestellt. Nach Überlieferungen pflanzte er nach den Plänen des Grafen Sierstorpff die Alleen und einen großen Teil der alten Bäume.

Später wurden aus den Förstern dann Kaufleute, was auch mich geprägt hat. Nun leite ich unseren schönen Hotelshop.

Angelika Fehring, geb. Maas  
Leiterin Hotelshop

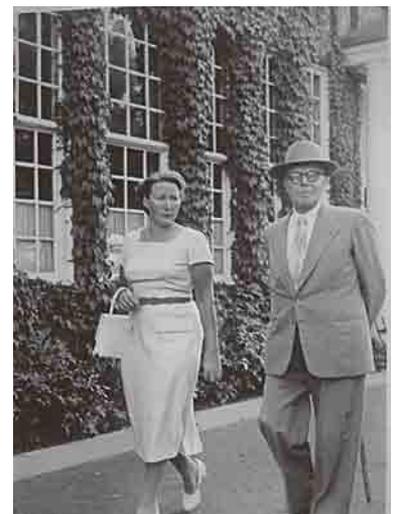


Angelika Fehring, geb. Maas



Wappen Familie Maas

Meine Großeltern im Kurpark





# Feuchter Schokokuchen mit marinierten Himbeeren

REZEPT-TIPP VON ANNA SCHOCKE, KÜCHENCHEFIN IM „RESTAURANT PFERDESTALL“ IM GRÄFLICHEN PARK

Anna Schocke verrät an dieser Stelle eines ihrer Lieblings-Backrezepte:

## ZUBEREITUNG

### Kuchen

Die Zartbitter-Schokolade, die Butter und das Wasser in einer Schüssel auf dem Wasserbad zum Schmelzen bringen. In der Zwischenzeit die restlichen Zutaten abwägen. Es können alle festen Bestandteile, wie z.B. das Mehl, schon zusammen in eine große Schüssel gegeben werden. Die flüssigen Zutaten (Buttermilch, Eier, Öl) kommen in einen extra Behälter.

Wenn die Schokoladen-Butter-Mischung geschmolzen ist und eine glatte glänzende Masse ergibt, werden alle Zutaten mit einem Kochlöffel zusammengerrührt, bis sie ebenfalls eine glatte Masse ergeben. Es ist darauf zu achten, dass nicht zu viel Luft in die Masse gelangt, da sich das beim Backen schlecht auswirkt. Die fertige Masse in eine Springform oder ein höheres Blech füllen und 40 Min. bei 140°C Umluft backen. Den fertigen Kuchen auskühlen lassen und vorsichtig aus der Form stürzen. Je nach Lust und Laune mit verschiedenen Schokoladen garnieren.

### Marinierte Himbeeren

Die frischen Himbeeren mit Puderzucker bestäuben und mit dem fein geriebenem Ingwer vorsichtig vermengen.

### EXTRATIPP

Wenn Sie keine Lust haben, zu backen, den Kuchen aber gerne probieren möchten, besuchen Sie uns doch im „Restaurant Pferdestall“, wo der Kuchen akutell auf der Karte steht.

## Zutaten für vier Personen:

- 90 g Wasser
- 125 g Butter
- 125 g Zartbitter-Schokolade
- 150 g Mehl 405
- 1/2 El Backpulver
- 30 g echtes Kakaopulver
- 275 g Zucker
- 2 Eier
- 2 El Sonnenblumenöl
- 65 g Buttermilch
  
- 1 Schale Himbeeren
- 1 El Puderzucker
- 1 Msp. fein geriebenen Ingwer

# Nehmen Sie Ihren Urlaub mit nach Hause!

BERNHARD UND KLAUS-JÜRGEN EGELING VON DER DRUCKEREI EGELING GEBEN TIPPS FÜR DIE URLAUBSFOTOS

Die schönste Zeit im Jahr steht vielen von uns bald bevor – der Sommerurlaub. Die Planungen sind gemacht und der Koffer schon fast gepackt. Dann ist man gerade angekommen und schon ist die herrliche Zeit irgendwie ganz schnell wieder vorbei.

Zur Erinnerung an die schönen Momente haben fast alle Urlauber die Kamera oder das Handy dabei. Digitalfotos werden heute preisgünstig in Fotofachgeschäften und auch bei den Discountern angeboten. Manches Motiv wäre aber auch ein schöner Wandschmuck für das eigene Wohnzimmer oder einen lieben Menschen. Deshalb unser Rat, damit Sie sich hinterher nicht ärgern: Fotografieren Sie immer in High Quality (höchste Auflösung), denn die Speicherkarten für die Digitalfotografie sind relativ preiswert geworden. Nur dann können hinterher auch Vergrößerungen im Posterformat erstellt werden, die nicht unscharf oder pixelig werden.

Besonders hochwertig wirken Fotodrucke auf echter Künstlerleinwand, mit brillanten Farben auf Holzspanrahmen in individuellen Größen und Variationen. Ein- oder mehrteilig ergibt ein solcher Druck eine ganz persönliche und einmalige Wandgestaltung. Durch einen spe-

ziellen Drucker ist es möglich, die Bilder bis zu einer Größe von 130 cm Breite und Endloslänge auf Posterpapier oder 120 cm Breite auf Künstlerleinwand zu drucken. Spannrahmen in unterschiedlichen Holzstärken und Bespannungsarten ermöglichen diverse kreative Möglichkeiten der Gestaltung.

Natürlich ist es dann auch möglich, das Lieblingsfoto auf ein T-Shirt, eine Tasse oder Tasche, ein Puzzle und viele andere Gegenstände zu drucken. So kann zu fast jedem Anlass eine passende und individuelle Geschenkidee entstehen.

Wir wünschen Ihnen einen unvergesslichen Urlaub in diesem Sommer und stehen Ihnen für Fragen natürlich gerne zur Verfügung!



Urlaub in guter Erinnerung behalten. Bernhard und Klaus-Jürgen Egeling mit einem Urlaubsfoto auf einen Keilrahmen gezogen (von rechts).

# Trinken und laufen: Empfehlungen zum Saisonstart

SPORT-TIPP DER BAD DRIBURGER NATURPARKQUELLEN UND DES OSTERLAUF-TEAMS

Mit den ersten Sonnenstrahlen wagen sich jetzt im März auch wieder die Läufer auf Feld, Wald und Flur, die im kalten Winter lieber auf der Couch – oder emsigweise auf dem Laufband – auf den Frühling gewartet haben. Im Hochstift ist die Vorbereitung auf den Paderborner Osterlauf meistens die Motivation, die Laufsaison einzuläuten. Die Gräflichen Quellen mit den Bad Driburger Naturparkquellen unterstützen den Osterlauf seit vielen Jahren und sorgen auch dort für die nötige Getränkeversorgung, wo es richtig wehtut: Auf der Trainingsstrecke.

Anstrengend und schweißtreibend ist das Lauftraining – ganz besonders für Wiedereinsteiger und Anfänger in den ersten Wochen. Doch wer die Paradestrecke über zehn Kilometer beim Osterlauf schaffen will, muss seinen Körper vorher unbedingt darauf vorbereiten. Mit Training – und dem richtigen Trinkverhalten. „Der Körper verliert beim Training und beim Lauf selbst wichtige Mineralstoffe und Flüssigkeit“, weiß Eva Jung, Gebietsverkaufsleiterin Gastronomie & Eventmarketing bei den Bad Driburger Naturparkquellen. „Um diesen Verlust rechtzeitig auszugleichen, sollte man vor und während des Trainings bzw. dem Lauf ausreichend trinken.“

Um die Läufer dort zu erreichen, wo diese Aufklärung Not tut, bauten die Bad Driburger Naturparkquellen

ihren Stand zusammen mit dem Sportverein Grün-Weiß kurz vor Ostern an den „Fischteichen“ auf – DER Laufstrecke in der Paderstadt – und schenken Wasser, SportAktiv und Apfelschorle aus. Auch auf dem „Monte Scherbelino“, ebenfalls eine sehr beliebte Paderborner Laufstrecke, stand Eva Jung mit dem Organisations-Team des Osterlaufs an einem Sonntagmorgen um 8:30 Uhr schon parat, um fleißigen Joggern das Training zu erleichtern.

Beim Laufen ist der Flüssigkeitsverlust durch das Schwitzen naturgemäß größer, als im Alltag. Trinkt der Sportler zu wenig, steigt die Körpertemperatur aufgrund der man-

gelnden Kühlung an, die Muskeln werden schwächer und beginnen zu verkrampfen. Wer erst trinkt, wenn sich ein Durstgefühl einstellt, ist eigentlich schon zu spät. Idealerweise sollten die Osterläufer am Morgen gleich nach dem Aufstehen mindestens einen halben Liter Wasser oder Tee trinken, um die Flüssigkeitstanks aufzufüllen, die sich durch das Schwitzen in der Nacht geleert haben. Auch vor dem Lauf ist das Trinken besonders wichtig: mindestens noch einmal einen halben Liter circa eine Stunde vor dem Start ist optimal. Zu knapp vor dem Sport sollte keine große Menge mehr getrunken werden, da die Flüssigkeit im Bauch sonst störend sein kann. Direkt nach dem Zieleinlauf ist ebenfalls wieder Trinken angesagt. Um den Energiehaushalt wieder auf Vordermann zu bringen, eignen sich vor allem isotonische Getränke oder Fruchtschorlen, die zur Hälfte mit Mineralwasser verdünnt werden können.



Monte Scherbelino: Sonntagmorgen, halb neun: Schon viele Läufer trainieren eifrig auf dem „Monte“ – Eva Jung (ganz links) ist auch früh aufgestanden, um mit frischen Getränken zu unterstützen.

PERSONAL

## „Die UGOS ist schon ein bisschen eine große Familie“

INTERVIEW MIT PETRA WÜLLNER, ASSISTENTIN DER PERSONALLEITUNG DER UGOS



Seit 1987 ist Petra Wüllner mit einer kleinen Unterbrechung Mitarbeiterin der UGOS. Die gebürtige Bad Driburgerin hat bereits ihre Ausbildung zur Hotelfachfrau im damaligen Kurhotel der Grafen von Oeynhausensierstorpff absolviert, durchlief die technische Abteilung, die ihr übrigens den Spitznamen „Grisu“ verpasste, und ist seit 1997 Assistentin des Personalleiters Lutz Peter Reuter. Dort hat die heute 49-jährige verheiratete Mutter zweier Töchter im wahrsten Sinne des Wortes viele Kollegen kommen und gehen sehen...

*Frau Wüllner, was wollten Sie gerne mal als kleines Mädchen werden?*

„Ich wollte immer Rechtsanwältin werden. Es gab eine amerikanische Anwalts-Serie, die mir damals sehr imponiert hat, und dann war mein Berufswunsch klar. Leider

hat das damals nicht geklappt. Hätte ich heute noch einmal die Wahl, würde ich nach wie vor Jura studieren wollen, aber dann mit dem Ziel Staatsanwältin.“

*Machen Sie Ihren echten Job in der UGOS denn trotzdem gerne oder ist das mehr eine Notlösung?*

„Nein, ich mag meinen Job. Es ist schon etwas Besonderes, für die UGOS zu arbeiten. Schon als ich Kind war, waren viele Freunde, Bekannte und Familienmitglieder hier beschäftigt und die UGOS ist schon ein bisschen eine große Familie. Außerdem habe ich einen Chef, mit dem ich mich gut verstehe, und das ist viel wert! Ich habe sehr von seinem großen Wissensschatz profitiert und fachlich viel von ihm gelernt. Außerdem versteht Herr Reuter die Sorgen, die man mal mit seinen Kindern haben kann, weil er selbst welche hat. Und er ist ein Chef, der auch mal ‚Entschuldigung‘ sagen kann.“

*Gibt es eine besondere Anekdote, die Ihnen speziell im Gedächtnis geblieben ist?*

„Erinnernswerte Begebenheiten gibt es natürlich viele. Meine erste Berührung mit den ‚höheren Kreisen‘ während meiner Ausbildung – das weiß ich noch ganz genau: Gräfin Ramona hatte damals den Rosenball ausgerichtet, und alles, was laufen konnte, musste zu diesem Anlass mit in den Service. Da war dann zum Beispiel Königin Beatrix oder die von Thurn und Taxis. Wir durften nur reichen – auf Silbertablets – und nicht sprechen. Ich hatte am nächsten Tag heftigen Muskelkater im Arm, weil die Tablets so schwer waren.“

*Hat bei Ihnen am Schreibtisch schon mal jemand geweint, Sie vor Freude umarmt oder Ähnliches?*

„Wenn man jemanden mit einer Jobzusage anruft, dann ist die Freude natürlich groß und das macht dann Spaß. Azubis freuen sich immer besonders emotional. Es gab aber natürlich auch Zeiten, in denen umstrukturiert wurde, da mussten auch einige langjährige Kollegen gehen. Die liefen dann auch alle durch mein Büro und das tut dann schon weh.“

*Und warum „Grisu“? Das ist ein kleiner Drache, oder?*

„Zu meiner Zeit in der technischen Abteilung war ich ja ziemlich allein unter Männern und der ein oder andere Spruch war natürlich von der etwas derberen Sorte. Da muss man dann halt kontern und sich behaupten. Die dort erlernten Fähigkeiten kommen mir aber auch heute noch zu Gute!“

Das Interview wurde geführt von  
Kristina Schütze,  
Public Relations UGOS

# Events mit den Gräflichen Quellen

22.-24. Juni	Hochstift à la Carte, Paderborn
28. Juli - 5. August	Libori, Paderborn
26. August	Firmenlauf, Brilon

## Termine Gräflicher Park

### JULI

- Asia meets Westfalen – Kochkurs im „Restaurant Pferdestall“: Sonntag, 22. Juli, 12 bis 16 Uhr. Pro Person 69,- € (Anmeldung unter [events@graeflicher-park.de](mailto:events@graeflicher-park.de) oder Tel.: 05253.95 23-501)
- Knigge-Kurs für Kinder im „Caspar's Restaurant“: Samstag, 21. Juli, 12 bis 15 Uhr. Pro Kind 39,- € (Anmeldung unter [events@graeflicher-park.de](mailto:events@graeflicher-park.de) oder Tel.: 05253.9523-501)
- „Wege durch das Land“ im Gräflichen Park: Lesung mit Tomas Espedal und Lars Eidinger, Konzert Lauma Skride (Klavier) und Hyeyoon Park (Violine) am Samstag, 28. Juli ab 18 Uhr. Karten im Vorverkauf im Gästeservice-Center im Gräflichen Park (Tel. 05253.95-23 700), Preiskategorien: 46,- und 36,- €

### AUGUST

- Pfifferlinge & Co. im „Restaurant Pferdestall“: Pilz- und Wildkräutergerichte den ganzen August über.
- Weinroulette im „Caspar's Restaurant“: Freitag, 17. August, 18 Uhr. Pro Person 79 € (Reservierung unter [events@graeflicher-park.de](mailto:events@graeflicher-park.de) oder Tel.: 05253.95 23-501)
- Klassik Open Air auf der Freilichtbühne im Gräflichen Park: Die Zauberflöte von Wolfgang Amadeus Mozart am Mittwoch, den 29. August, 20 Uhr. Karten im Vorverkauf im Gästeservice-Center im Gräflichen Park, (Tel. 05253.95-23 700) oder bei der Veranstaltungsagentur Paulis ([www.paulis.de](http://www.paulis.de) oder über Tel.: 0531.34 63 72), Preiskategorien: Block A: 54 €, Block B: 49 €, Block C: 39 €

### SEPTEMBER

- Gräfliche Herbsttage in und um die Brunnenarkaden: Samstag, 29. und Sonntag, 30. September
- Vom ganz großen Grill – Grillbuffet im „Restaurant Pferdestall“: Freitag, 7. September, ab 18 Uhr. Pro Person 29 €
- Ladies-Only-Brunch im „Caspar's Restaurant“: Sonntag, 16. September ab 12 Uhr. Pro Person 29 € (Reservierung unter [events@graeflicher-park.de](mailto:events@graeflicher-park.de) oder Tel.: 05253.95 23-501)
- Shake it! - Cocktail-Mixkurs in der „Oscar's Bar“: Freitag, 28. September. Pro Person 35 € inkl. Überraschungsgeschenk (Anmeldung unter [events@graeflicher-park.de](mailto:events@graeflicher-park.de) oder Tel.: 05253.95 23-501)
- Vortrag und Gespräch mit Thilo Sarrazin und Roland Tichy, Chefredakteur der „Wirtschaftswoche“, „Europa braucht den Euro nicht“: Montag, 17. September, 19.30 Uhr. Karten im Vorverkauf für 15 €, Mitarbeiter zahlen die Hälfte, im Gästeservice-Center im Gräflichen Park



Detmolder  
Kammerorchester,  
Helena Melikov



Lars Eidinger



Thilo Sarrazin



Gräfliche  
Herbsttage

## Rüdiger Uhle



Mit dem 1. Juli ist die Position des Vertriebsleiters bei den Gräflichen Quellen bzw. Bad Driburger Naturparkquellen durch Rüdiger Uhle besetzt. Der gelernte Koch und Großhandelskaufmann verfügt über langjährige und fundierte Kenntnisse im regionalen und überregionalen Getränkebereich, speziell auch im Mineral- und Heilwassergeschäft.

Zusammen mit unserem langjährigen Vertriebsteam wird er die Neuausrichtung der Bad Driburger Naturparkquellen aktiv gestalten.

Rüdiger Uhle ist 47 Jahre alt. Er lebt mit seiner Frau und zwei Kindern in Paderborn und geht in seiner Freizeit Joggen.

## Guido Kabacher



Für die wirtschaftliche und strategische Planung des Bereiches Food & Beverage (Speisen und Getränke) in einem Hotel ist der F&B-Manager verantwortlich. Diese Stelle bekleidet im „Gräflicher Park Hotel & Spa“ seit dem 1. Februar der gelernte Hotelfachmann und studierte Betriebswirt Guido Kabacher. Nach leitenden Positionen im Bank-

kettbereich u.a. im „Kempinski Hotel Airport München“ und dem „Grand Elysée Hotel Hamburg“ spezialisierte sich der gebürtige Schweriner auf den Food & Beverage-Bereich. Zuletzt war es als F&B-Manager im „Lindner Park-Hotel Hagenbeck Hamburg“ tätig und begleitete dort in seiner Funktion auch die Eröffnung des Hotels. Guido Kabacher wohnt in Paderborn, wird Mitte Juli 31 Jahre alt und spielt in seiner Freizeit sehr gerne Fußball.

## Maik Prager



Seit dem 1. April trägt Maik Prager als Mitarbeiter der Gräflichen Kliniken in enger Abstimmung mit dem Geschäftsführer der Service Gesellschaften Olaf Kraus die operative Personal-, Einkaufs-, Menü- und Qualitätsverantwortung in den vier Küchen der vier Reha-Kliniken. Ende April liefen die Verträge mit einem externen Dienstleister aus, der bis dahin das Management der Servicegesellschaften der Marcus Klinik, Caspar Heinrich Klinik und Moritz Klinik in den Bereichen Küche und Cafeteria übernommen hatte. Unter der Leitung des 46-jährigen betreiben die zur UGOS gehörigen Servicegesellschaften diese Bereiche jetzt eigenständig.

Maik Prager ist gelernter Koch und war in leitender Position bereits übergreifend für das Management der Küchen in Senioreneinrichtungen und Kliniken tätig. Zuletzt trug er die personelle und wirtschaftliche Verantwortung in den Bereichen Reinigung, Wäscherei und Catering in 17 Seniorenzentren der Cura Seniorenwohn- und Pflegeheime GmbH und zwei Maternus-Kliniken für Rehabilitation. Der verheiratete Vater zweier erwachsener Kinder kommt gebürtig aus Weißenfels an der Saale und lebt mit seiner Familie nach wie vor in Sachsen-Anhalt.

## Thomas Blümel, Dominique Kirchhoff und Anna Schocke



Dominique Kirchhoff (links), Thomas Blümel und Anna Schocke führen nun die Küche des Gräflichen Parks.

Küchenchef Silvio Eberlein verließ nach drei Jahren das „Gräflicher Park Hotel & Spa“ in Bad Driburg. Der 39-Jährige, der die Küchencrews der beiden Restaurants „Caspar's Restaurant“ und „Restaurant Pferdeshall“ seit 2009 geführt hat, möchte sich im Rahmen seiner Laufbahn neuen Herausforderungen stellen.

Zur weiteren Optimierung der Prozesse und der Qualität gibt es bezüglich der Küchenleitung nun ab sofort eine Dreiteilung: Thomas Blümel hat die Position des Küchenchefs des „Caspar's Restaurant“ übernommen, Anna Schocke ist Chefin in der Küche des „Restaurant Pferde-

stall“ und Dominique Kirchhoff leitet die Küche im Bankett-Bereich (Veranstaltungen).

Thomas Blümel, bis vor Kurzem noch Souschef, kocht seit April letzten Jahres im „Gräflicher Park Hotel & Spa“. Vorher war der 28-Jährige Küchenchef im „Wattshof Rantum“. Seine Ausbildung hat der gebürtige Weimarer im „Ritz Carlton“ in Wolfsburg absolviert. Die 27-jährige Anna Schocke verbrachte nach ihrer Ausbildung zur Köchin ebenfalls einige Zeit auf Sylt: Im „Landhaus Stricker“ in Tinnum arbeitete sie als Demi Chef de Cuisine, im „Benen Diken Hof“ in Keitum zuletzt als Junior Sous Chefin.

Dominique Kirchhoff kochte schon im „Landschloss Fasanerie“ in Zweibrücken, im „Grandhotel Schloss Bensberg“ in Bergisch Gladbach und auch schon als Demi Chef de Partie im Gräflichen Park. Ergänzend zu seiner Ausbildung besuchte der 29-Jährige außerdem eine Hotelfachschule.

## Thomas Graßhoff



Fast schon sechs Jahre und damit den Großteil seiner beruflichen Laufbahn hat Thomas Graßhoff in der Marcus Klinik verbracht. Am 1. Mai hat er das Amt von Myriam Dehne übernommen und ist nun Pflegedienstleiter der Klinik. Bereits nach seiner Ausbildung im St. Ansgar Krankenhaus Höxter hatte der 29-jährige als Gesundheits- und Krankenpfleger in der Marcus Klinik gearbeitet. Nach einem Jahr in der Operations-Abteilung im Akut-Krankenhaus in Höxter kehrte er 2008 in die Reha-Klinik zurück und wurde kurz darauf Stationsleiter der neurologischen Pflegestation N1a.

Neben einer Qualifikation zur „Pflegerischen Leitung eines Bereiches im Krankenhaus und anderen pflegerischen Versorgungsbereichen“ ist der verheiratete Vater von zwei Kindern auch auf Wundversorgung, Hygiene und Kinästhetik sowie auf die Stoma-Versorgung spezialisiert.

### Impressum

Redaktion:  
Unternehmensgruppe Graf von Oeynhausens-Sierstorpff, 33014 Bad Driburg, Kristina Schütze (Chefredaktion),  
Anzeigenverkauf:  
Unternehmensgruppe Graf von Oeynhausens-Sierstorpff, 33014 Bad Driburg, Olaf P. Beck, Kristina Schütze  
Auflage: 3.000  
Layout und Druck:  
Druckerei Egeling, Bad Driburg  
Die Redaktion ist nicht für den Inhalt der Beiträge verantwortlich und behält sich vor, Texte zu kürzen.

## Alles aus einer Hand

Logoentwurf  
Geschäftspapier  
Prospekt | Flyer  
Firmenschild  
Auto- und Außenbeschriftung  
Leuchtwerbung  
Internetseite