

Mit gestohlenen Rollern vor Polizei geflüchtet

ALSFELD (red). Mit zwei gestohlenen Rollern sind Unbekannte vor der Polizei geflüchtet und konnten unerkannt entkommen. Allerdings stellte die Polizei kurze Zeit später das Diebesgut sicher.

Laut Polizeibericht gerieten sie in der Nacht zu Mittwoch, gegen 1.30 Uhr, ins Visier einer Alsfelder Streife. Die beiden Verkehrsteilnehmer seien zu diesem Zeitpunkt auf der Bundesstraße 62 stadtauswärts in Richtung Leusel unterwegs gewesen und sollten einer Kontrolle unterzogen werden. Dabei missachteten sie jedoch die Anhaltessignale und flüchteten unerkannt. Im Rahmen der sofort eingeleiteten Fahndungsmaßnahmen konnten beide Zweiräder kurze Zeit später abgelegt im Dieffenbachweg sowie in Höhe des Friedhofes aufgefunden werden. Es handelt sich dabei um einen Roller des Herstellers Aprilla, der zwischen vergangener Samstag und Sonntag in der Adolf-Spieß-Straße sowie einen des Herstellers Piaggio, der kurz vor der beabsichtigten Kontrolle in der Altenburger Straße entwendet worden waren.

Bereits in den Tagen zuvor kam es im Alsfelder Stadtgebiet vermehrt zu Diebstählen von Rollern, die unbefugt genutzt und wieder abgestellt worden waren. Die Diebstähle ereigneten sich in der Bürgermeister-Haas-Straße, Adolf-Spieß-Straße, Altenburger Straße sowie der Alicestraße. Alle Fahrzeuge konnten inzwischen wieder aufgefunden werden.

Personen, die zwischen dem 24. Mai und 1. Juni verdächtige Wahrnehmungen gemacht haben oder Hinweise auf die Täter geben können, wenden sich bitte an die Polizeistation Alsfeld unter der Telefonnummer 06631/97 40 oder jede andere Polizeidienststelle.

Stallfenster beschädigt

ALSFELD (red). Ein Fenster eines Stalls eingetreten haben Unbekannte in der Straße „Fulder Tor“. Hierbei entstand ein Sachschaden in Höhe von rund 50 Euro. Laut Pressemitteilung der Polizei ereignete sich der Vorfall am vergangenen Dienstag zwischen 16 und 21 Uhr. Hinweise bitte an die Polizeistation Alsfeld unter der Telefonnummer 06631/97 40.

Eine App für Direktvermarkter

Alsfelderin Myriam Kim Haber entwickelt mit jungem Unternehmen digitale Hilfe für Produzenten und Verbraucher / Ideen auch für Alsfeld

Von Christian Dickel

ALSFELD. „Der Salzekuchen von Günthers und die Kartoffelwurst von Bechtel sind echte Exportschlager“, sagt die 31-jährige Myriam Kim Haber. Immer wenn sie bei ihrer Familie in Alsfeld zu Besuch sei, müsse sie die beiden Vogelsberger (Schwälmere) Spezialitäten Freunden und Bekannten in ihrem Wohnort Wertingen bei Augsburg mitbringen. Dass sie sich für lokale Lebensmittel interessiert ist kein Zufall, denn sie ist seit Kurzem geschäftsführende Gesellschafterin von Lokbest (Lokal das Beste). Ihr Unternehmen hat eine App entwickelt, die lokale Direktvermarkter und Kunden zusammenbringen möchte.

Die in Alsfeld Aufgewachsene hält weiterhin regen Kontakt zur Heimat, besucht die gebürtige Lauterbacherin doch neben ihren Eltern in Alsfeld auch hin und wieder Freunde, die überwiegend im Gründchen zu Hause sind. Als Kind habe sie beim Alsfelder Carneval Club (ACC) getanzt. Von der Purzelgarde, den Jüngsten, bis zur Roten Garde, den Erwachsenen. Zum jetzt anstehenden Pfingstmarkt komme sie nicht nach Alsfeld, ganz im Gegensatz zu ihrer Schwester, die extra wegen des Pfingstwochenendes mit geplantem Besuch des großen Alsfelder Volksfestes anreisen werde.

Über Umwege sei sie zu ihrer jetzigen Berufung gekommen. Ursprünglich habe sie in Bayern Lehrerin werden wollen und dafür sogar nach der zwölften Klasse die Albert-Schweitzer-Schule verlassen, um ihr Abitur in Bayern abzulegen, weil sie sich dadurch bessere Chancen für ihren Wunschstudienort versprochen hatte. Im Studium merkte sie dann ziemlich schnell, dass Lehramt doch nicht ihre Sache ist. Also sattelte sie um, und lernte Fremdsprachenkorrespondentin mit den Sprachen Englisch, Spanisch und Russisch. Eine Anstellung fand sie schließlich als international Sales Managerin beim inhabergeführten Familienunternehmen Erwin Müller mit etwa 600 Angestellten mit Sitz im bayerischen Wertingen, im Großraum Augsburg. Letztendlich wurde dort das Projekt „Lokbest“ aus der Taufe gehoben und eine neue GmbH gegründet, obwohl das Unternehmen in einem ganz anderen Markt tätig ist. Haber arbeitet hauptsächlich im Bereich „Hotelwäsche/Hotelausstattungen“. Als Projektmanagerin habe sie aber direkt für den Firmeneinhaber gearbeitet. Dieser sei stets bestrebt in seiner Heimatregion etwas für die Menschen zu tun. So habe alles mit der Idee angefangen, die dort ansässigen Direktvermarkter einem größeren Publikum bekannter machen zu wollen. Daher sei



Myriam Kim Haber nutzt die eigene App beim Direktvermarkter Schwabenbüffel.

Foto: Daniel Faist

zunächst eine Plattform geschaffen worden, um die Direktvermarkter in der Region sichtbar zu machen. „Die Idee war, zunächst den Betrieben in der Region etwas zurückzugeben. Wir sind in fünf Landkreisen um Augsburg aktiv und haben dort mittlerweile 70 Direktvermarkter auf der Plattform.“ Für die Betriebe dieser Service kostenfrei.

Im nächsten Schritt habe man sich überlegt, wie man die Direktvermarkter besser unterstützen könne. Viele in der Region um Augsburg hätten eigene Automaten aufgestellt, in etwa vergleichbar mit dem Wurstautomaten der Fleischerei Bechtel. Weil man aber vor dem Gang zu einem Automaten nicht wisse, wie dieser und mit was er gefüllt ist, sei eine Softwarelösung entwickelt worden. So könnten Kunden bequem von zu Hause schauen, welche Nahrungsmittel vorrätig seien und auch der Direktvermarkter wisse immer aktuell, was er nachfüllen müsse. Aus diesem Ansatz habe sich dann die weitere Geschäftsidee entwickelt, um einen Nischenmarkt zu bedienen. Die Lokbest-App wurde aus der Taufe gehoben, Erwin Müller gründete eine weitere GmbH und betrieb neben sich Myriam Kim Haber und Kallola Bal zu geschäftsführenden Gesellschaftern. „Lokbest war mein Projekt und ist mein Baby“, sagt Haber, die gleichzeitig die persönliche Förderung durch den Firmeneinhaber lobt.

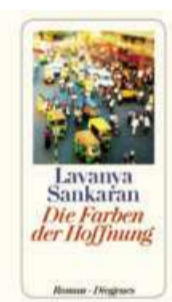
Nun ging es im nächsten Schritt darum, die Idee weiterzuentwickeln. Eine App, die Endkunden zeigt, welcher Direktvermarkter, was anbietet – inklusive Herkunft und vielen weiteren Informationen

–, Preise und Verfügbarkeit der einzelnen Produkte. Darüber hinaus gewährt die App Zugang in die Hofläden und bietet Bezahlmöglichkeiten durch Abscannen der einzelnen Produkte. Das System komme dabei praktisch ohne zusätzliche Hardware aus und sei softwaregesteuert, weil es von Anfang an eine kostengünstige Lösung für Direktvermarkter habe werden sollen. Installieren könne man das System im Prinzip überall, ganz egal, ob eine Gartenhütte, ein Container, Scheune oder Ähnliches als Verkaufsraum genutzt würden. Die App verschaffe auch ein wenig Sicherheit, da der Besitzer nun immer wisse, wer in seinem Laden war. Außerdem werde ein wenig Chancengleichheit zu den großen Supermärkten geschaffen, da der Landwirt immer den Überblick über sein Sortiment behalte und rechtzeitig informiert werde, wenn er etwas nachfüllen müsse. So bleibe mehr Zeit für seine eigentliche Arbeit in der Landwirtschaft und der Betrieb des Hofladens werde weniger zeitaufwendig. Da sich das Unternehmen ganz bewusst dazu entschlossen habe, nicht als Franchise aufzutreten, könne der Direktvermarkter weiterhin komplett unabhängig agieren.

Da es in Bayern die größte Direktvermarkter-Dichte in ganz Deutschland gebe, sei dort der Trend zu regionalen Produkten noch etwas ausgeprägter als in anderen Teilen Deutschlands. Aber aufgrund der Corona-Pandemie habe sich dieser Trend verstetigt und die Nachfrage nach regionalen Produkten stark angestiegen. Ihre Eltern beispielsweise würden regelmäßig beim Alsfelder Landei einkaufen.

Da sie sich immer wieder über die Heimat informiere, wisse sie, dass es auch im Vogelsbergkreis viele hervorragende Direktvermarkter gebe, die sich einer immer steigenden Nachfrage erfreuten. Auf der anderen Seite lese sie immer wieder, dass Alsfeld wie viele andere Kleinstädte immer mehr Leerstände in der Innenstadt habe, obwohl die Stadt bei Touristen immer beliebter werde. Aus ihrer Sicht sei beispielsweise in der Nähe des Wohnmobilstellplatzes ein idealer Standort für Direktvermarkter. Gerade Wohnmobilstellen zeigten auf ihren Touren ein großes Interesse an regionalen Produkten direkt vom Erzeuger.

Sie selbst suche in der Nähe ihres Wohnortes gerne die „Büffelbox“ auf und das nicht nur, weil der Betrieb auf ihre App zurückgreife. Die Landwirte Martina und Martin Grob hielten ausschließlich Wasserbüffel und vermarktet ihre Produkte direkt unter dem Label Schwabenbüffel. Diese hätten sich jedoch mit mehreren Direktvermarktern aus der näheren Umgebung zusammengesetzt, sodass die Büffelbox quasi ein Vollsortimenter sei. Mittlerweile gebe es allein für die Büffelbox 2000 angemeldete Nutzer auf ihrer App. Das Praktische dabei, die Büffelbox sei quasi 24 Stunden am Tag geöffnet. Ausnahme bildeten jedoch aufgrund der bayrischen Gesetzgebung die Sonn- und Feiertage. Hier müsse die App potenzielle Kunden den Zugang noch verwehren. Hier sei man aber guter Hoffnung, dass der Gesetzgeber dies in Zukunft ändern werde und sich auf die neuen Möglichkeiten einstelle.



Lavanya Sankaran
Die Farben der Hoffnung
Aus dem Englischen
von Kathrin Razum
© 2014 by Diogenes Verlag AG Zürich

Folge 26

Es dauerte im Schnitt drei Monate, bis bei neuen Angestellten die Verwirrung nachließ, sechs Monate, bis sie festen Boden unter den Füßen hatten, und ein Jahr, bis sie absolut verlässlich waren. Und genau in dem Moment, wo man sie eigenverantwortlich arbeiten lassen und sich anderen Dingen zuwenden konnte, kamen sie fröhlich anmarschiert und verabschiedeten sich – wegen eines anderen Stellenangebots oder wegen Stress oder wegen sonst eines Unfalls wie bei diesem verträumten Idioten aus der

Buchhaltung, der kündigte, um ein Buch zu schreiben. Arbeitgeber mussten sich offenbar auf eine neue, noch nicht dagewesene Weise für potentielle Angestellte interessant machen, als wären sie Produkte, die in den Supermarktregalen um Käufer buhlten.

»Sind Sie verheiratet? Kinder?« Bei den guten Angestellten traf meist beides zu. Ehe und Kinder zwangen ihnen eine gewisse Ernsthaftigkeit auf, verhinderten, dass sie von Stelle zu Stelle sprangen, vom erstbesten lukrativeren Angebot verlockt wie ein Flittchen ohne jedes Urteilsvermögen.

»Ja, Sir. Und zwei Kinder, Sir«, sagte der Bewerber, womit er seinen Wert erheblich steigerte. »Aber wenn es erforderlich ist, bin ich auch gerne bereit zu reisen, Sir.«

Dummerweise hatte die Gründlichkeit, mit der sich der junge Mann auf sein Einstellungsgespräch vorbereitet hatte, ihm auch seinen Marktwert deutlich vor Augen geführt. Er

wollte zwanzig Prozent mehr, als Anand zu zahlen geplant hatte.

Auf einer abstrakten Ebene fand Anand das völlig richtig. So war das, wenn eine Gesellschaft sich langsam aus der Armut befreite. Bessere Bezahlung, höherer Lebensstandard. Es erstaunte ihn immer noch und immer wieder, dass er diesen Wandel miterleben durfte, beeindruckte ihn jedes Mal aufs Neue, wenn er einen der riesigen Supermärkte besuchte, wo Regal um Regal mit Produkten aus der ganzen Welt gefüllt war; ihn rührte das an, während seine Kinder, ohne sich etwas dabei zu denken, die Sachen kauften, die sie für selbstverständlich hielten – wie anders war das doch als die Zwei-Sorten-Kekse-, Drei-Sorten-Süßigkeiten-, Eine-Sorte-Stift-Lädchen, mit denen er aufgewachsen war.

In der Praxis allerdings ging er Neueinstellungen vorsichtig und bedacht an. Doch dieser Systemtechniker schien es

wert zu sein. Anand schrieb eine Kurznotiz an den Personalchef, dass er der Einstellung zustimmte.

Nachmittags erhielt er einen Anruf von seiner Mutter, die sich über den Zustand der Rohrleitungen beklagte. Die Toilette verstopfte andauernd, sagte sie, und der Klempner sei, wie es seinem Berufsstand entspreche, aufsässig und ineffizient und seine Lösungsvorschläge rätselhaft. Was sie Anands Meinung nach tun sollte? Im Laufe der Jahre hatte sie sich angewöhnt, wegen solchen Dingen ihn anzurufen, unter Umgehung seines Vaters, der es zufrieden war, seine Tage in Unterhemd und *dhoti*⁽²⁹⁾ zu verbringen und über Philosophie und die Bedeutung des Kampfes gegen materielle Begierden zu diskutieren, während Anand aus hundertfünfzig Kilometer Entfernung seine sanitären Probleme löste. »Okay, Amma«, sagte er. »Okay. Ich kümmere mich darum.«

Er schickte seiner Mutter jeden Monat Geld, ohne dass sein Vater es wusste; er überwies es direkt auf ihr Konto, und sein Vater schaute sich nie die Kontoauszüge an.

»Wie geht es ihm?«, fragte er jetzt.

»Unverändert«, sagte seine Mutter. »Er hat Prostataprobleme, vielleicht wird ihm der Arzt zur Operation raten... Ist das auch genug?«, fragte sie. »Und schläfst du genug? ... Arbeite nicht so hart.«

»Ja, Amma«, sagte er, wohlwissend, dass sich hinter dieser typisch mütterlichen Ermahnungen eine völlige Unkenntnis dessen verbarg, wie er sein Brot verdiente.

Anands Vater hatte die Berufswahl seines Sohnes nie verstanden, geschweige denn gebilligt, denn in seinen Augen opferte Anand Gelehrsamkeit für Profit. Jahre zuvor hatte er Anands erste Fabrik besucht und seinen Schock und Abscheu nicht verbergen können. Er war nie wieder zu

Besuch gekommen; die Arbeit seines Sohnes wurde für ihn zu einem Tabuthema.

Anand hatte die Scham seines Vaters weder vergessen noch verziehen. Als die Eröffnung seiner neuen Fabrik anstand, rief er ihn trotzdem pflichtschuldig an, um ihn zur Einweihungsfeier einzuladen.

»Komm doch auch«, sagte er.

»Ah ja?«, sagte sein Vater. »Ist das nicht in der Woche, wo Guruprasads Tochter in Hubli heiratet?«

Anand diskutierte gar nicht erst über diesen angeblichen Konflikt mit der Feier eines entfernten Cousins, den sein Vater nie hatte leiden können. Statt ihn zu drängen wie erwartet, sagte er: »Ah ja? Dann solltest du dorthin fahren.«

29) dhoti: traditionelles Beinkleid der indischen Männer, aus einem Tuch gewickelt und geknotet

Fortsetzung folgt