

Gin, Maracujasaft, Pfirsichlikör und nicht zuletzt intensiv rot leuchtender Granatapfelsirup, alles natürlich in ausgewogenen Anteilen, gut durchmischt: So entsteht der „Rote Handschuh“, ein Longdrink, der eine Freude für Gaumen und Zunge sein kann.

Rote Handschuhe lassen die Herzen sowohl von modebewussten Damen als auch von echten Kerlen im Boxing höherschlagen. Dass sie zugleich auch angehende Küchenfachberater der Möfa begeistern, war hingegen bislang nicht bekannt. Ereignisse im Frühjahr dieses Jahres während der Jahreshauptversammlung von Der Kreis im oberbayerischen Unterschleißheim belehren uns jedoch eines Besseren.

Hier stand der rote Handschuh als emotionaler Höhepunkt für das Versprechen von Küchenspezialisten, mit ganzer Leidenschaft die Traumküche für den Kunden zu planen. Für „Möfisten“ war es ein besonderes Erlebnis, an diesem Versprechen teilhaben zu

und Sympathie sorgt und zugleich für den hohen Qualitätsanspruch und das besondere Engagement steht, das die Mitglieder des Verbands ihren Kunden zusagen.

„Herz drauf!“, lautet der begleitende Slogan. Tatsächlich erreichten während der Jahreshauptversammlung viele Botschaften für Kopf und Herz die Studierenden. In Erinnerung bleiben wird der bayerische Abend, bei dem sich die Studierenden zünftig in Lederhose, kariertem Hemd oder Dirndl präsentierten.

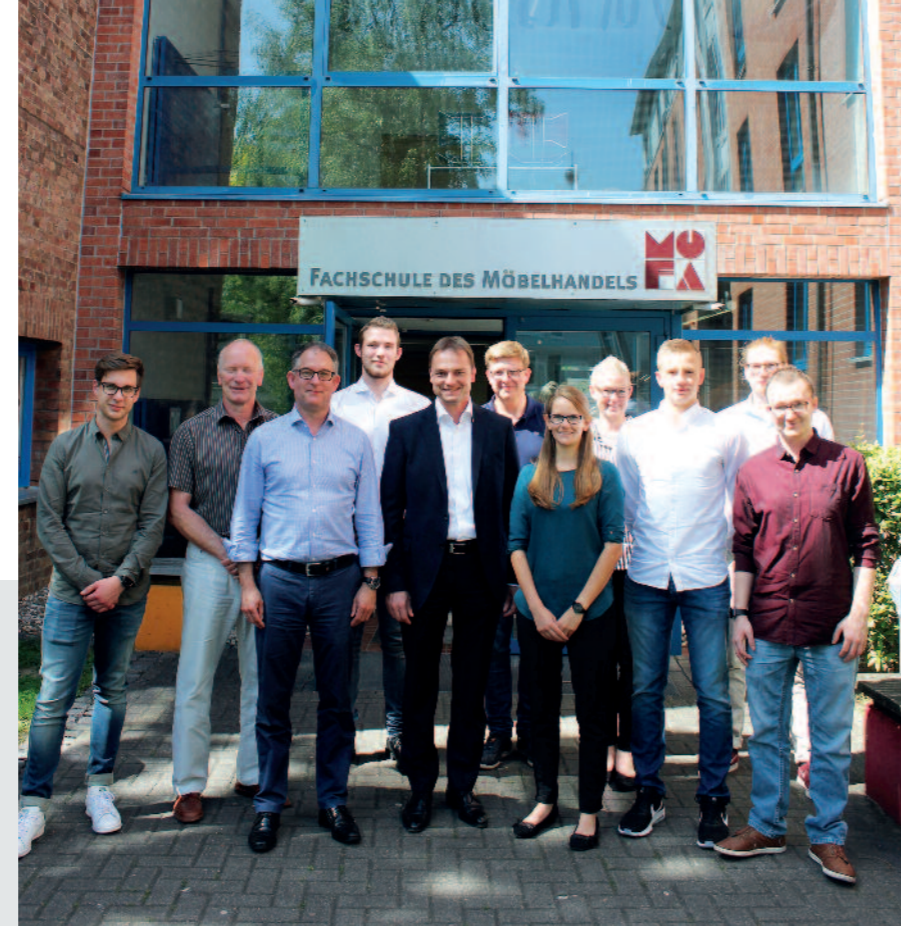
Roter Handschuh Über die neue Bedeutung vertrauter Dinge

Gleiches gilt für den darauffolgenden Festabend, mit Sissi Perlinger als Moderatorin und der Spider Murphy Gang als Abendband. Gut gelaunt formierte man sich hier zu einem Gruppenbild, gemeinsam mit Ernst-Martin Schaible, dem geschäftsführenden Gesellschafter des Verbands.

Doch wohlge-merkt: Nicht nur das Herz wurde bewegt, auch der Kopf bekam etwas Ordentliches zu tun. Auf der Jahreshauptversammlung erfuhren „Möfisten“ vieles über eine neue Onlinestrategie, mit der das bewährte Portal kuechenspezialisten.de weiter-

entwickelt wird. Grundlegend ist der Gedanke, den Kücheninteressenten in seinen Überlegungen frühzeitig abzuholen, und nicht erst, wenn der Kaufentschluss feststeht.

Onlinestrategien, Internetpräsenz – das Thema der Jahreshaupt-



Die Projektgruppe freut sich über einen Besuch an der Möfa: Christoph Hermes (3. v. l.), Leiter der Unternehmenskommunikation und Pressesprecher von Der Kreis, und Oliver Strelow (M.), Geschäftsführer Vertrieb und Marketing.

versammlung beschäftigte die Studierenden ebenfalls im Rahmen einer eigenen Projektarbeit. Natürlich war man sich hier im Klaren, dass das Rad im Verlauf weniger Monate nicht neu erfunden werden könne. Angestrebt wurden dennoch solide Arbeitsergebnisse, die geeignet sein sollen, erste Denkanstöße für weiteres Handeln zu bieten. Eine umfassende Befragung von Interessenten der LivingKitchens in Köln und eingehende Internetrecherchen machten es möglich. Ausgewertet wurden die Daten mithilfe der SWOT-Analyse. Sie offenbarte zukünftige Möglichkeiten, die eigene Homepage weiter zu optimieren und zum Beispiel das Thema Facebook konsequenter aufzugreifen.

Für Lernende ist es enttäuschend, wenn aus eigener Recherchetätigkeit hervorgegangene Ergebnisse zum Schluss nur in mehr oder weniger dicken Aktenbänden verstauben. An der Möfa werden deshalb Projektergebnisse vor größerem Publikum vorgetragen. Hier geht es um Wertschätzung und um das Gefühl, ernst genommen zu werden. Zur Projektpräsentation

kamen auch Oliver Strelow, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing, und Christoph Hermes, Leiter der Unternehmenskommunikation. Es war ein guter Moment des wechselseitigen Austauschs: Nicht nur die Mitglieder der Projektgruppe, sondern gleich mehrere Fachschul-klassen hatten kurz zuvor im Rahmen eines Branchenforum-Vortrags vertiefende Informationen über den Verband erhalten. Jetzt wurden die Gäste von Der Kreis zu Zuhörern der Projektgruppe. Im anschließenden Gespräch interessierten sie sich für die bisherige berufliche Laufbahn und für die Perspektive der Projektmitglieder.

Fazit: Einem anderen den Handschuh hinzuwerfen, bedeutet selbst im übertragenen Sinne nichts Gutes. Völlig anders sieht das aus, wenn es um Hände geht, die manchmal rote, große Kochhandschuhe tragen. Die Bewegung dieser Hände geht, so lehrt uns der Slogan, nicht zum Boden, sondern zum Herzen. Das wissen jetzt auch angehende Küchenfachberater.

TEXT: PR-GRUPPE

FOTO: MAXIMILIAN PENGER

Unbeschwertes Punktesammeln „Möfisten“-Spaß am Vatertag



Gruppenbild vor dem Schulgebäude.

Der volkstümliche „Vatertag“ an Christi Himmelfahrt „bedroht“ als Männertag die queerfeministischen Bestrebungen nach sozialer Gerechtigkeit, geschlechtlicher und asexueller Diversität und der Dekonstruktion einer binären Geschlechterlogik, die für viele Menschen großen Leidensdruck bedeutet. Es wird deshalb einen Workshop zu kritischen Männlichkeiten geben.

So steht es im Studentenmagazin einer angesehenen Hochschule. Der angekündigte Workshop kann deshalb auch nur dort und nicht an der Möfa belegt werden. Hier gibt es traditionell einen etwas anderen Zugang zu diesem Tag. Er löst ganz gewiss alles andere als Leidensdruck bei den Beteiligten aus. Denn das

Markenzeichen der „Möfa-Rallye“ sind amüsante, fröhliche und manchmal auch ein wenig durchgeknallte Spiele, an denen Studentinnen und Studenten in gleicher Weise mit Begeisterung teilnehmen.

Im Vergleich zu den täglichen Wegen zwischen den Fachräumen ist die Möfa-Rallye ein echtes Marathonrennen, bei dem immerhin eine Strecke von über zehn Kilometern zurückgelegt werden muss. Und das bei 30 Grad Außentemperatur in diesem Jahr. Dennoch gab es kein Problem für die Teilnehmer, denn mit ausreichend kühlen Getränken und Sonnenmilch im Gepäck ging die Ausfallquote gegen null.

Gruppen von Wettkämpfern in kreativ gestalteten Kostümen zogen

am Himmelfahrtstag an verschiedenen Punkten Kölns die Aufmerksamkeit von Passanten auf sich. Als Römer, Ärzte, als „Möfeen“, als „Los Ballerinos“ und als seltsame Hunde in Rosa und Weiß kämpften sie um Punkte. Den Höhepunkt der Tour bildete die Station am Dom. Dort durfte jede Gruppe ihre Fähigkeiten im Gesang und Tanz unter Beweis stellen. Touristen und alteingesessene Kölner zeigten sich beeindruckt.

So gab es genügend Gesprächsstoff für die „Möfisten“ beim abendlichen Grillen. Zahlreiche Fotos erinnern die Studierenden auch später noch an ein unbeschwertes Gemeinschaftserlebnis zum Vatertag.

TEXT: KAI LÜBBE, PR-GRUPPE

FOTO: PHILLIP MÜLLER U. A.

TERMINE

NICHT VERPASSEN!

■ 2. September 2017, 10 bis 14 Uhr
Möfa-Informationstag mit individueller Studienberatung

Termine können im Semester vereinbart werden unter info@moefa.de / Tel. 0221 94013-0

www.moefa.de