

„Luisan“: Junges Unternehmen in kleinem Ort mit großem Erfolg



Das Luisan-Zentrum befindet sich in der umgebauten Scheune eines alten Zollgebäudes in Mettlach-Tünsdorf. Unser Bild zeigt Frau Dr. Rinneberg (3. v. l.) mit ihrem gesamten Team im Foyer des Gebäudes. Foto: Ruppenthal

Ein Jahr nach Gründung kann das „Luisan-Zentrum für Ästhetik, Gesundheit und Prävention“ – mit Sitz in Tünsdorf, auf eine überaus erfolgreiche Entwicklung zurückschauen. Die Anzahl der Mitarbeiterinnen stieg in nur zehn Monaten von zwei auf acht. Dr. med. Anna-Luisa Rinneberg ist als ärztliche Leiterin überzeugt von dem Luisan Konzept. „Wir bieten mit der ALIZONNE® Therapie eine ganzheitliche Art der Gewichtsreduktion unter Einsatz modernster Technik zur Straffung der Haut.“ Der Wunsch, zusätzlich zur Reduzierung der Kilos auch das Bindegewebe wieder in Form zu bringen ist offenbar groß: Mit zwei Behandlungsstationen, einer ärztlichen Leiterin und acht Mitarbeiterinnen ist das Luisan Zentrum über Monate ausgebucht. Bei der modernen Technik zur Gewebestraffung handelt es sich um so genannte LPG-Endermologie-Geräte, so Dr. Rinneberg. In Frankreich hergestellt und nach ihrem Erfinder Louis Paul Guitay benannt, zähle die LPG-Technologie weltweit zur ersten von der höchsten amerikanischen Gesundheitsbehörde „Food and Drug Administration“ (FDA) anerkannten Methode zur Bindegewebsbehandlung. Entwickelt wurde die neue ganzheitliche Gewichtsreduktionsmethode ALIZONNE® von der holländischen Ärztin Dr. Claudia van der Lugt, bei der Dr. Rinneberg und ihr Team ausgebildet wurden und regelmäßig auch weitergebildet werden.

Ziel der ärztlichen Leiterin Anna-Luisa Rinneberg ist es, die Patienten als Klienten zu betreuen. „Das heißt, die Belange

des Patienten stehen an erster Stelle,“ so Dr. Rinneberg. Beratungsgespräche unterliegen daher keiner zeitlichen Limitierung. Sind Motivation und Vorstellung des Klienten in einem ersten Gespräch geklärt, erfolgt eine gründliche medizinische Untersuchung. Auf Grundlage der Untersuchungsergebnisse werden gemeinsam medizinisch vertretbare und vor allem realistische Ziele der Gewichtsreduktion festgelegt. Wichtig ist Expertin Rinneberg dabei, „dass die Menschen, die zu uns kommen – auf der Suche nach einem neuen und gesunden Lebensgefühl – motiviert und zielstrebig sind, um das für sie speziell ausgearbeitete Behandlungsprogramm konsequent mitzumachen und durchzuführen.“ Um das zu erreichen, bezieht Feinschmeckerin Anna-Luisa Rinneberg auch Lea Linster in ihre Abnehmprogramme mit ein. Die Sterneköchin aus Luxembourg verfeinert die Diät-Rezepte der ALIZONNE® Therapie. Schließlich muss eine Diät auch schmecken. Luisan zeigt, dass Erfolg offensichtlich vom Konzept – individuelle Betreuung, ärztliche Anleitung, Einsatz modernster Technik – und nicht vom Standort abhängig ist. 40 Prozent der Klienten Dr. Rinnebergs sind Frauen 60 Prozent Männer, überwiegend im Alter zwischen 40 und 60 Jahren. Sie kommen nicht nur aus ganz Deutschland, sondern auch aus Frankreich und Luxemburg. Für die Zukunft ist bei „Luisan“ die Einrichtung einer weiteren Behandlungsstation geplant, verbunden mit dem Ausbau des Personalbestandes, versteht sich. ■

Bank 1 Saar: Mit innovativen Produkten zum Erfolg

Die Bank 1 Saar sieht positive Anzeichen für einen konjunkturellen Aufschwung. „Wir kehren zum Optimismus in Deutschland zurück“, sagte Hans Josef Hoffmann, Vorstandssprecher der Bank 1 Saar zu Beginn der Bilanzpressekonferenz in Saarbrücken. Bezogen auf die Stadt Saarbrücken sieht er ebenfalls deutliche Kennzeichen für einen Aufbruch. „Dafür stehen die geplanten Projekte „Stadtmitte am Fluss“, die schon auf dem Weg gebrachte Umgestaltung der Berliner Promenade, die neue Einkaufsgalerie (Bergwerksdirektion und bisherige SaarGalerie) und der Eurobahnhof. Das sind alles Investitionen in die Zukunft, die die Stadt Saarbrücken deutlich aufwerten werden.“

Die Geschäftsentwicklung der Bank 1 Saar – so Hoffmann – passe in dieses optimistische Gesamtbild: Die Bilanzsumme erhöhte sich um 41 Millionen Euro auf 3,1 Milliarden Euro, der Jahresüberschuss beträgt fünf Millionen Euro, die Kundeneinlagen wuchsen um 18 Millionen auf 2,48 Milliarden Euro. Bei den Kundenforderungen war dagegen ein Rückgang um 83 Millionen Euro auf 1,82 Milliarden Euro festzustellen. Trotz einer verbesserten Geschäftslage (Beleg dafür sei der Aufbau von Liquidität) sei die Nachfrage der Firmenkunden nach Krediten zur Finanzierung von Erweiterungsinvestitionen aufgrund vorhandener Kapazi-

tätsreserven noch verhalten, teilte Hoffmann mit. Dagegen entwickle sich die Nachfrage nach Kreditmitteln für Ersatz- und Rationalisierungsmaßnahmen positiv. Der „Bank 1 Saar-Sofort-Kredit“ habe sich 2005 positiv entwickelt. Und auch im Immobiliengeschäft seien leichte Zuwächse erzielt worden. Die wachsende Zahl von Privatinsolvenzen ist nach Darstellung des Bank 1 Saar-Vorstandes „kein Problem“ für die größte Genossenschaftsbank an der Saar. Bei 140 000 Kunden mussten 2005 insgesamt 35 Objekte einer Zwangsversteigerung zugeführt werden.

Mit Blick auf die weitere Verringerung der Zahl der Genossenschaftsbanken erklärte Hoffmann, dass es derzeit keine konkreten Fusionspläne seitens der Bank 1 Saar gebe. Darüber hinaus manifestierte er die Absicht, „in der Fläche präsent zu bleiben“. Per anno werden zwischen fünf und sieben Millionen Euro in das Filialnetz (65 Filialen) investiert. Die Filiale Dillingen werde derzeit umgebaut und künftig „Referenzfiliale“ sein. Die Filialen sollen in den kommenden Jahren entsprechend dem „Dillinger Modell“ neu gestaltet werden. Dass die Bank 1 Saar auch in Rheinland-Pfalz tätig werden könnte, schloss Hoffmann abschließend nicht aus. Zurzeit beschäftigt die Bank 1 Saar insgesamt 878 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 68 Auszubildende. ■

Key Communication: Wege nach Thailand

Er hat seine Vita zwischen zwei Kulturen zum Geschäftskonzept gemacht: Diplom-Kommunikationsdesigner Siripong Adswayong (Key) vermittelt und begleitet heute Geschäftsverbindungen zwischen deutschen und thailändischen Unternehmen. Geboren und aufgewachsen in Thailand, lebt Adswayong mittlerweile seit mehr als 18 Jahre in Deutschland. Kenntnisse der unterschiedlichen kulturellen Verhältnisse, der Mentalitäten und die landestypischen Geschäftsgepflogenheiten beider Länder sind ihm vertraut. Bei der

Abwicklung deutsch-thailändischer Geschäfte übernimmt der Gründer der Key Communication Verantwortung sowohl im kommunikativen als auch im administrativen Bereich. Adswayong: „Durch meine Präsenz auf internationalen Fachmessen habe ich gute Kontakte zu thailändischen Behörden, Institutionen und Wirtschaftsbetrieben. Und als vereidigter Dolmetscher und Übersetzer unterstütze ich auf internationalen Fachmessen regelmäßig das thailändische Handelsministerium.“ ■