

Das ist doch der Gipfel: Die Bergwelt zu Unterwäsche gemacht

Das Wäsche-Label „Ein schöner Fleck Erde“ (esfe) wurde 2015 von Angela Thiel (rechts im Bild) und Renate Wohlfahrt (links) gegründet. Aktuell gibt es zwei Kollektionen pro Jahr, aber im Herbst kommt eine eigene Funktionswäschelinie dazu.

Zu haben ist die Gipfel-Wäsche im Einzelhandel, derzeit in Österreich und Deutschland, sowie im Onlineshop (www.esfe.at). Auch Geschenkesets für sie und ihn sowie für die Hochzeit haben die beiden kreiert.



BILD: SINES/ANDREAS HECHENBERGER

SERVICETECHNIKER (m/w/d)

Für unsere Geschäftsstelle in Salzburg suchen wir Verstärkung.

Ihre Aufgaben:

- Inbetriebsetzung von Brand- und Einbruchmeldeanlagen sowie Videoüberwachungssystemen und Zutrittskontrollsystemen mit Zeiterfassung sowie Krankenhauskommunikationssystemen
- Vernetzung von Anlagen und Systemen
- Einschulung und Übergabe der Systeme
- Wartungs- und Serviceleistungen
- Allgemein administrative Tätigkeiten, z.B. Erstellung von Anlagen dokumentationen, Planunterlagen usw.

Unsere Anforderungen:

- Abgeschlossene technische Ausbildung im Bereich Nachrichtentechnik, Elektrotechnik oder Elektronik (vorzugsweise HTL oder FH)
- Fachwissen Netzwerktechnik von Vorteil
- Fundierte MS-Office- und PC-Kenntnisse
- Eigenständiges Arbeiten und schnelles Auffassungsvermögen
- Perfektes Deutsch in Wort und Schrift
- Kreativität und Einsatzbereitschaft
- Hohes Maß an Selbstverantwortung

Was wir Ihnen anbieten:

- Flexible Arbeitszeiten
- Gutes Betriebsklima und gelebte Kollegialität
- Vielseitige Tätigkeit in einem dynamischen und motivierten Team
- Krisensicherer Arbeitsplatz in einem internationalen Unternehmen
- Flache Hierarchien und offene Unternehmenskultur
- Vielfältige Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten und regelmäßige Team-Trainings
- Kostenlose Parkplatznutzung
- Vergünstigtes Mittagessen und gute Infrastruktur
- Mitarbeiterevents
- Modern ausgestatteter Arbeitsplatz in gut erreichbarer Lage
- Leistungsgerechte, marktkonforme Bezahlung mit Bereitschaft zur betrieblichen Überzahlung abhängig von Qualifikation und Berufserfahrung

Wenn Sie Teamgeist besitzen und Kontaktfreudigkeit sowie Belastbarkeit zu Ihren Stärken zählen, möchten wir Sie gerne kennenlernen. Es erwartet Sie eine vielseitige Tätigkeit, ein krisensicherer Arbeitsplatz mit flexiblen Arbeitszeiten, leistungsgerechte Bezahlung und eine ausgezeichnete Unternehmenskultur! Das kollektivvertragliche Monatsgehalt (ohne Sonderzahlungen) für diese Tätigkeit beträgt mindestens € 2.288,- brutto, wobei die Bereitschaft zur betrieblichen Überzahlung bei entsprechender Qualifikation und Erfahrung vorhanden ist.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Detaillierte schriftliche Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte per E-Mail an: bewerbung@schrack-seconet.com

SCHRACK
SECONET

Gipfelglück hautnah erleben

Wären die Namen nicht echt, wären sie treffend erfunden: Zwei Salzburger Designerinnen sind mit Gipfel-Unterwäsche erfolgreich.

BIRGITTA SCHÖRGHOFER

SALZBURG. Für ihn die Große Zinne, den Großglockner oder die Zugspitze. Für sie das Jungfraujoch, das Liebeseck oder das Gran Paradiso: Die beiden Salzburger Designerinnen Angela Thiel (52) und Renate Wohlfahrt (40) bringen eindeutig zweideutige Gipfelnamen samt Topografie und Höhenprofil auf Unterwäsche. Das lässt schmunzeln, aber auch vom Gipfelglück träumen.

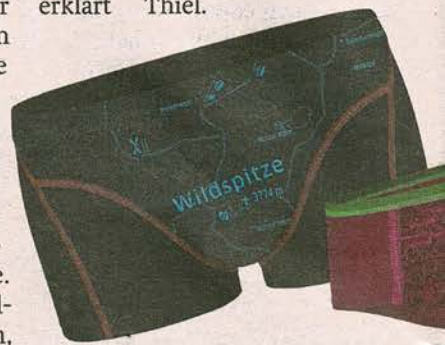
Schon 2015, lang bevor in der Coronapandemie das Wandern zum Hype wurde, gründeten die beiden ihr Label „Ein schöner Fleck Erde“ (esfe). Thiel hatte aus Lust und Laune heraus eines ihrer T-Shirts mit dem Frauenkogel (im Großarlal) verziert, „die Idee zur Unterwäsche kam da recht rasch“, sagt sie. Auch weitere passende Gipfelnamen waren schnell gefunden, 2016 präsentierte man die erste Kollektion. Bis das Geschäft einträglich wurde, dauerte es allerdings bis zum Jahr 2019.

„Wir haben am Anfang zu regional gedacht“, erklärt Thiel. Man wollte die Wäsche über die Tourismusverbände als hochwertiges Souvenir an die Frau und den Mann bringen, „dort hatte man aber oft weder Erfahrung im Verkauf, noch war Platz, um unsere Wäsche entsprechend zu präsentieren“. Auch dauerten Entscheidungsfindungen in einem Tourismusverband oft viel zu lange. Daher verfolge man den Verkauf über den Tourismus nun nicht mehr aktiv, „aber wenn jemand kommt, dann freuen wir uns“, sagt Wohlfahrt.

„Bekommen von unseren Fans auch Vorschläge für neue Motive und Gipfel.“

Renate Wohlfahrt, esfe-Designerin

Durchgesetzt hat sich „Ein schöner Fleck Erde“ schließlich im Einzelhandel und hier vor allem in Sport- und Geschenkeläden. In Deutschland verkaufe man stationär mittlerweile sogar besser als in Österreich, erklärt Thiel.



„Vor allem die Bayern und die Sachsen sind sehr bergaffin.“ In Frankfurt habe man einen guten Kontakt zum Alpenverein. In rund 100 Läden sei man derzeit vertreten. Mit einem Partner in Südtirol stand man bei Ausbruch der Coronapandemie kurz vor dem Abschluss, „wir hoffen, dass wir das jetzt nachholen können“.

Die Coronakrise aber hat auch den Onlineverkauf der Bergwäsche (esfe.at) kräftig angekurbelt. „Die Kurve ist stark nach oben gegangen und oben geblieben“, sagt Wohlfahrt. Das Onlinegeschäft habe sich innerhalb weniger Monate verdoppelt. Und auch die Rückmeldungen der Kunden hätten sich vervielfacht. „Wir be-

Almen sicherten Mensch und Vieh im Gebirge das Überleben

GESCHÄFTE & GESCHICHTE

Anton Kaindl



Mit dem Auftreten des Wolfs sind die Almen ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt. Manche Bauern drohen, ihre Almen aufzugeben, und manche ihrer Kritiker nehmen das achselzuckend zur Kenntnis, weil der Wolfsschutz offenbar vorgeht.

Aber mit den Almen ginge nicht nur ein idyllischer Flecken für die Tourismusprospekte verloren, sondern auch ein Lebensraum, der wesentlich vielfältiger ist als ein Wald, und ein jahrtausendealtes Kulturgut. Die Anfänge der Almwirtschaft in Westösterreich reichen bis in das 5. Jahrtausend vor Christus zurück, als bereits natürliche Weideflächen oberhalb der Baumgrenze bei rund 1500 Metern genutzt wurden.

Die Täler im Pinzgau und Pongau wurden zum Teil von oben her besiedelt. Die Talböden waren versumpft und an der Baumgrenze tat man sich mit dem Roden leichter, sagt Christian Dullnigg, Direktor der Landwirtschaftsschule Bruck. „Manche Almen haben heute noch eine Hausnummer. Das ist ein Hinweis, dass sie früher das ganze Jahr bewohnt waren.“

Auch für die Höfe im Tal blieben die Almen entscheidend. Die Flächen unten sind knapp. Und sie mussten auch zum Anbau des Getreides für das Brot genutzt werden. „Die Alm ist der halbe Hof“, habe es einst geheißen, sagt Dullnigg. Und Erika Scherer, die im Rupertus-Verlag die Salzburger Landwirtschaftsgeschichte „Halt' aus Bauer“ herausgegeben hat, sagt, „ohne Almen hätte man fast nicht überleben können“.

Wenn man das Vieh im Sommer auf der Alm weiden ließ, konnte man das im Tal gerentete Heu für den Winter aufbewahren. „So brachte man das Vieh mit Mühe und Not über den Winter“, sagt Dullnigg. „Das Heu für die Kühe wurde zum Teil täglich einzeln abgemessen; ein paar Handvoll für jede Kuh.“ Mit einer Alm konnte man mehr Vieh halten und damit mehr Menschen ernähren.

Genug zu essen gab es, anders als im Winter, im Sommer auf der Alm. Deshalb waren auch die Knechte und Mägde, die oft nur für Kost und Unterkunft arbeiteten, meistens gern auf der Alm. Dort hatten sie mehr Freiheiten als am Hof unter den Augen des Bauern und der Bäuerin.

ANTON.KAINDL@SN.AT

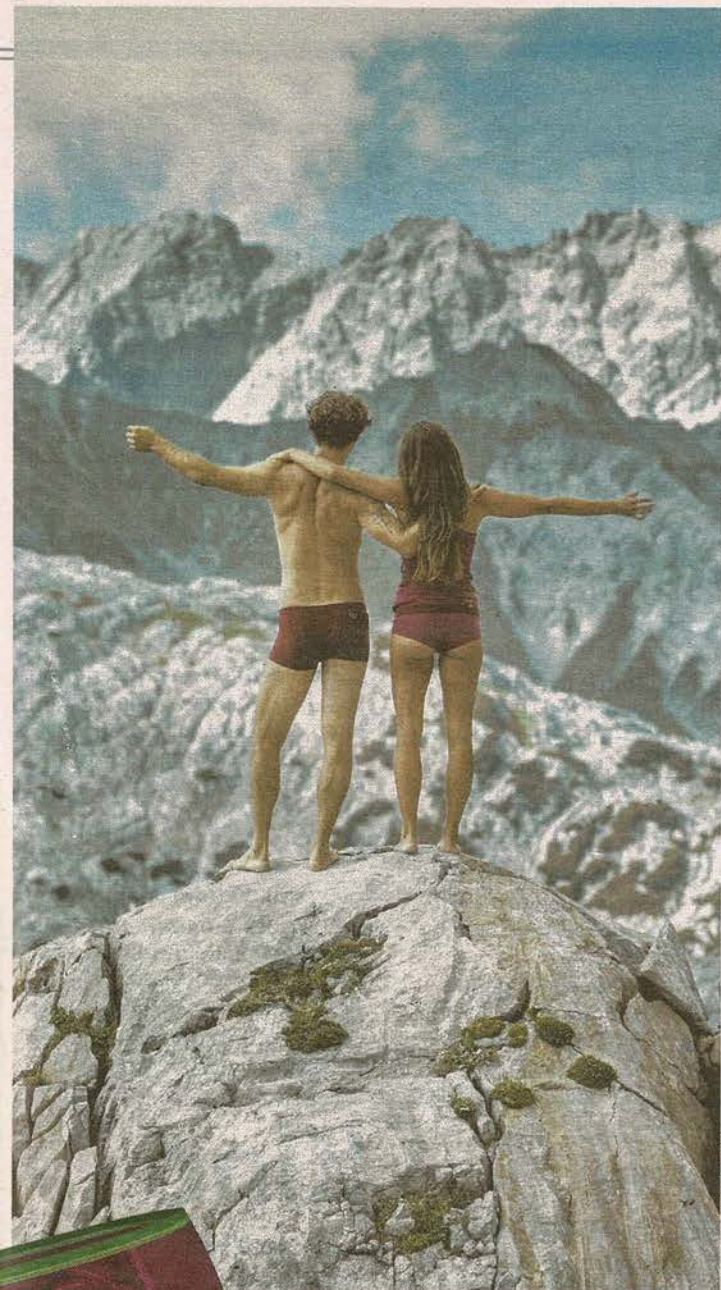


BILD: SNESE/CHRIS ROGEL

Welchen Gipfel nehmen wir denn?

kommen unglaublich viel Post mit Anregungen und Vorschlägen für neue Motive und Gipfel“, sagt die Designerin. Das Gran Paradiso etwa sei ein Vorschlag aus einer Fanpost.

Die jüngste Kollektion wurde um eine Linie mit Fotomotiven – etwa dem Matterhorn – erweitert. Zu den Slips und Shorts aus Biobaumwolle haben sich Leiberl und Bustiers dazugesellt. Neu im kommenden Herbst ist eine Funktionswäschelinie aus einer Merino-Tencel-Mischung. Produziert wird in Europa in Litauen. Auch Wäsche ohne Gipfdruck bietet man mittlerweile an. „Immer mehr Kunden wollen unsere Teile, weil sie auch komfortabel sind, das ist genau das, was wir erreichen wollten“, freuen sich die beiden Designerinnen. Und

noch etwas haben sie beobachtet: „Anfangs haben mehr Männer unsere Unterhosen gekauft, dann haben Frauen für ihre Männer gekauft, und jetzt kaufen immer mehr Frauen für sich selbst.“

Die gute Nachfrage lässt das Unternehmen wachsen. Ein eigener Techniker kümmert sich um die Website, auch eine Mitarbeiterin hat man angestellt, in Hallwang wurde ein Lager angemietet. Den Aufbau der Firma habe man bisher immer aus eigener Tasche finanziert, betont Thiel. „Ohne familiäre Unterstützung wäre das freilich nicht gelungen.“ Apropos Familie: „Mit zusammen fünf Kindern mit jetzt vier, sieben, zwölf, 16 und 17 Jahren sind wir eigentlich recht flott gewesen.“



BILD: SNOTTO QUIN