

Macht der Kreativität

Schluss mit alten Mustern und verkrusteten Strukturen!
Wie Sie wieder kreativ um die Ecke denken, ideenreich
die Kurve kriegen und so Ihr Unternehmen noch
erfolgreicher machen

Näher als je zuvor

Wiedersehen, netz-
werken, entdecken:
die Brillux Events
2022 in 25 Städten

Schmuck und Schluck

Silberne Amtskette
und „Willkomm“-
Becher sind auch
heute noch „in“

Schulnews!

Deine Zukunft ist
bunt mit Samy Deluxe
Neues Angebot
für Lehrende an
der Akademie

**MARKT
IMPULSE**





Durch die Dünen düsen

Norderney liegt zwischen Juist und Baltrum im Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer. Die Insel ist 15 Kilometer lang und bis zu 2,5 Kilometer breit. Das macht insgesamt 26,3 Quadratkilometer, auf denen sich das Team der Malermeister Horlitz GmbH kreativ austoben kann! **Mehr auf Seite 30**

INHALT



06 Gebilde aus Wasser und Licht

Momentaufnahme vom Ozean

08 Wald

Farbfakten

10 Näher als je zuvor!

Die Brillux Events 2022

14 Einfach überzeugend: Das ist Qju!

Kampagne für die Qju-Serie

16 Macht der Kreativität

Schwerpunkt

24 Kreativ in den Tag

Spannende Techniken für einen
Kreativtag – fantasieren erlaubt!

30 „Wir wollen zeigen, was möglich ist“

Reportage Betrieb Horlitz, Norderney

38 Was war Ihr kreativstes Projekt?

Betriebsumfrage



Schwerpunkt: Macht der Kreativität



42 „Dieses Miteinander finden wir toll!“
Neues aus der Online-Welt

44 Ein Schultag im Zeichen der Kreativität
„Deine Zukunft ist bunt“ –
Betrieb trifft Schule

48 Harmonie durch Kontraste
Baustellenporträt über die Aufwertung
eines Mehrfamilienhauses in Duisburg

52 Buntere Berufsschule
Das neue Weiterbildungsangebot der Brillux
Akademie



56 Glanz und Gloria
Serie „Historisches Handwerkszeug“

**58 Wie tickt Ihr Team?
Das ist Typsache!**
Betrieb im Fokus

60 Gemeinsam kreativ werden
Porträt Betrieb Soyez, Ilsfeld,
Alina Soyez im Interview

66 Pfuscher am Bau?
Anblick

Editorial

Wie Sie bemerkt haben, steht in dieser Ausgabe das Cover der MarktImpulse irgendwie Kopf. Was das soll? Wir wollten Sie überraschen. Denn laut Forschern werden wir kreativer, wenn wir mit Neuem und Unsinnigem konfrontiert werden. Wie das genau funktioniert und weshalb ein Tag im Zeichen der Kreativität Ihnen, Ihrem Team und sogar Ihren Kunden guttut, lesen Sie in unserer Titelgeschichte.





Gebilde aus Wasser und Licht

NEW SOUTH WALES, AUSTRALIEN

Gebannt in seiner gewaltigen Kraft und rauen Schönheit: Die Welle dieser Momentaufnahme mutet an wie eine Kunstinstallation. Der Stil des Meeresfotografen Ray Collins erregt die Aufmerksamkeit von Naturliebhabern auf der ganzen Welt. Seine Farbenblindheit inspirierte ihn, sich völlig auf Formen und Strukturen zu konzentrieren. Im Fokus seiner Arbeit steht ganz allein die Welle – sie ist der Hauptdarsteller. Inzwischen gilt Ray Collins nicht nur als einer der innovativsten Wellen- und Meeresfotografen, sondern entwickelte sich außerdem zu einem globalen Fürsprecher für den Schutz der Ozeane.
→ raycollinsphoto.com

FARBE



Die Farben von Rotkehlchen, Moos und Laub inspirieren, die Atmosphäre entspannt und stimmt uns glücklich. **Kein Wunder also, dass an japanischen Universitäten mittlerweile das Fach „Waldmedizin“ unterrichtet wird** und hierzulande immer mehr Menschen zum „Waldbaden“ gehen

Wald



Steht Rot hier wirklich für Gefahr? Für uns ist der Fliegenpilz zwar giftig, doch mit Fichten und Birken lebt er in einer engen Partnerschaft. Diese stellen dem Pilz Zucker zur Verfügung, im Gegenzug versorgt er die Bäume mit Nährstoffen.

Ich verbringe mehr
Zeit im Wald als
ein Eichhörnchen!

Jack Lemmon (1925–2001), Schauspieler

Wir wollen Wald

3,6 Milliarden Besuche wurden seit Beginn der Pandemie im deutschen Wald verzeichnet. Zum Vergleich: 2011 waren es laut Bundeswirtschaftsministerium nur 1,5 Milliarden. Die Füße treten wir uns trotzdem nicht platt: Mit einer Gesamtwaldfläche von rund 11,4 Millionen Hektar zählt Deutschland zu den walddreieichsten Ländern der Europäischen Union.

Farbtonabweichungen zum Original sind drucktechnisch bedingt.

Brillux Scala
78.12.27

Brillux Scala
81.18.18

Brillux Scala
09.21.15

Brillux Scala
24.21.21



Und jetzt Sie!

Mit dem Brillux Farbdesigner können Sie virtuell ganz unterschiedliche Räume in verschiedenen Farben gestalten.

→ farbdesigner.de



Urlaub unter Baumwipfeln

Einmal auf Augenhöhe mit Specht und Eichhörnchen nächtigen – für viele ein Kindheitstraum. Eine Nacht in einem Baumhaushotel lässt diesen Traum Wirklichkeit werden. Ziemlich komfortabel geht das beispielsweise in der Baumhaussuite im Resort Baumgeflüster in Niedersachsen.

Zukunft des Waldes

Lange schützten Förster/-innen den Wald vor Dieben und Wilderei. Heute geht es meist um Umweltschutz und Tierbestand! Oft an der Seite: der obligatorische Vierbeiner.

Wald fürs Wohnzimmer

Dieser moosbewachsene Stein ist in Wirklichkeit ein Sofa vom Designstudio Front. Für ihre Kollektion „Design By Nature“ tauchten die Designerinnen tief in den Wald ein, Inspiration lieferten ihnen Bärenhöhlen und Findlinge.



LINDGRÜN Fuchsröt Laubgrün Rostrot OCKER Tannengrün

Näher als je zuvor!

Wie nahbar das Unternehmen ist, zeigte sich bei den **Brillux Events 2022**. Den ganzen Sommer lang wurden in 25 Städten Neuigkeiten präsentiert, Freundschaften besiegelt und Zukunftspläne geschmiedet. Für die Gäste gab es zudem viele Produkt- und Servicehighlights zu entdecken

Wenn in Norddeutschland Frühling ist, wechseln sich Sonne und Regen auch schon mal minütlich ab. An diesem Freitagnachmittag im Hamburger Stadtteil Billbrook ist das nicht anders. Doch die kurzen Regenschauer stören niemanden bei der Auftaktveranstaltung der Brillux Events 2022. Die Stimmung ist ausgelassen – es gibt Essen und Getränke, Mitmachaktionen sowie Produkthighlights. Und davon brachte Brillux so einige mit in die Hansestadt. Sehr gut kommt das neue BX Radio an, das seit kurzem deutschlandweit über DAB+ auf Sendung ist. Die Mitarbeiter/-innen des Radio-Teams informieren in einem der eigens für die Sommertour konzipierten Außenstände über das Programm und interviewen die Gäste. Wie viel Zuspruch der neue Digitalsender findet, kommt bei der Veranstaltung immer wieder zum Ausdruck. „So ein Radiosender ist eine coole Idee, die Brillux von den Mitbewerbern abhebt“, sagt Tobias Dinger, Geschäftsführer der Dinger Malerbetrieb GmbH.

Unterhaltung trifft Produktwelt

Unter dem Motto „Näher als je zuvor!“ können die Besucher/-innen die komplette Vielfalt entdecken, die das Münsteraner Unternehmen zu bieten hat. An verschiedenen Themeninseln werden neue Produkte wie die Innendispersion Sedashine 991 oder die Tapetenkollektion MyHome 2024 präsentiert. An der Station von „Deine Zukunft ist bunt“ können die Gäste auch ein „Foto für mehr Azubis“

aufnehmen. Darüber hinaus haben sie die Möglichkeit, den Effizienz-Check für den eigenen Betrieb zu machen, die leichte Verarbeitung von Qjusion Hybrid zu testen oder sich über neuartige Mattlackierungen zu informieren. Das kommt auch bei Brillux Kennern gut an. Maximilian Wunner von der KG Erich Stahmer GmbH erklärt, dass er das Brillux Sortiment zwar sehr gut kenne, aber



„Endlich wieder netzwerken auf einem Event in der Brillux Niederlassung.“

Tobias Dinger, Geschäftsführer der Dinger Malerbetrieb GmbH



01 — An den vielen Themenständen kamen die Besucher/-innen mit dem Brillux Team in Kontakt

02 — Endlich persönlich: So bunt wie der Hintergrund waren auch die Gesprächsinhalte

03 — Publikumsmagnet: Der Stand der Spezial-Innendispersion Flex-Deck war besonders beliebt

04 — Bunter Schuss: Mit Pfeil und Bogen wurden mit Farbe gefüllte Beutel abgeschossen

05 — Nach langer Pause war die Freude groß, sich wiederzusehen





01



02

01 ___ Brillux Mitarbeiter zeigten verschiedene Systemaufbauten der Balkonbeschichtungen

02 ___ Neben den Lackspezialitäten zeichnete ein Karikaturist direkt auf Brillux Whiteboard Farbe

03 ___ Lange nicht gesehen: Überall standen Tische, an denen man netzwerken konnten

04 ___ Carrera-Action: Wettrennen mit kleinen Brillux Trucks

05 ___ Das Team vom BX Radio nutzte die Veranstaltung, um Stimmen der Gäste einzufangen

06 ___ Beim Effizienz-Check stellten die Maler ihre Betriebe auf den Prüfstand



03



04

„Nach zwei Jahren der Kontaktlosigkeit fühle ich mich in dieser Atmosphäre pudelwohl.“

Maria Block, Geschäftsführerin der Metzler & Block GmbH



„So ein Radiosender ist eine coole Idee.“

Tobias Dinger, Geschäftsführer der Dinger Malerbetrieb GmbH



dennoch viele neue Produkte für sich entdecke. „Vor allem die neuen Balkonbeschichtungen finde ich total spannend“, erzählt der Malermeister. Besondere Highlights bieten die Mitmachaktionen, die für Abwechslung zu den informativen Angeboten sorgen. Die Gäste können sich am Stand der Lackspezialitäten im Inneren der Niederlassung von einem Karikaturisten auf Whiteboards verewigen lassen, beim Autorennen auf einer Carrerabahn ihre Logistikkills überprüfen oder bei der Bogenschießaktion „Das Ziel ist bunt“ mit Farbpfilen die eigene Stadtskyline bunt einfärben. Nebenbei wird gegrillt und angestoßen.

Kontakte knüpfen und festigen

Was Brillux mit diesem bunten Programm bezweckt, wird an diesem Nachmittag mehr als deutlich: Überall entstehen nicht nur spontane Fachgespräche, sondern es wird auch viel gelacht und, je nachdem, ein Wiedersehen oder Kennenlernen gefeiert. Schließlich steht neben den Produkten und

Serviceangeboten, den Mitmachaktionen sowie dem Catering für viele Besucher/-innen der Austausch im Vordergrund. „Endlich wieder netzwerken auf einem Event in der Brillux Niederlassung“, fasst Tobias Dinger begeistert zusammen. Der direkte Kontakt in diesem besonderen Umfeld sei einfach nur positiv und auch sehr wichtig für die Branche. Auch Maria Block empfindet das so. Die Geschäftsführerin der Metzler & Block GmbH freut sich vor allem, bei diesem Event endlich die Gesichter zu den Stimmen kennenzulernen, die sie bislang nur am Telefon gehört hatte. Ihr Fazit: „Nach zwei Jahren der Kontaktlosigkeit fühle ich mich in dieser Atmosphäre pudelwohl.“ ◀

Es ist noch nicht Schluss!

Für alle, die diesen Sommer nicht teilnehmen konnten, geht es mit weiteren Eventformaten in den Niederlassungen weiter. Mehr Infos unter: [→ brillux.de/events-2022](https://brillux.de/events-2022)



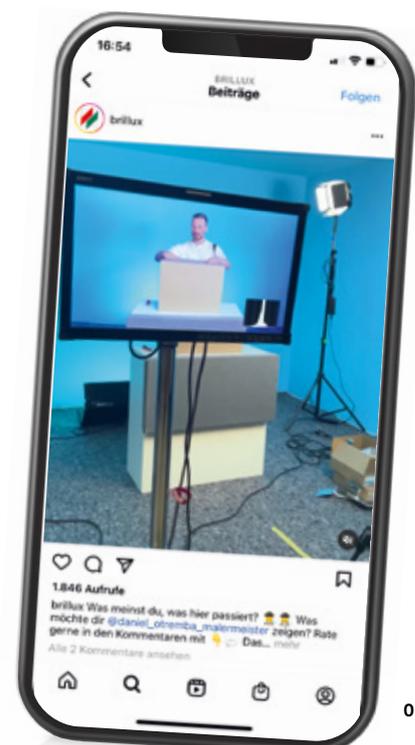


01

Einfach überzeugend: Das ist Qju!

Mit Qju-Produkten ist Dämmen schnell, effektiv und sicher. **Wer könnte das besser beurteilen als erfahrene Maler, die täglich mit diesen Produkten arbeiten?** Drei echte Dämmprofis werben seit einigen Wochen in einer Kampagne für die Vorteile der Qju-Serie

Dafür stehe ich mit meinem Namen – das ist die bekannte Werbebotschaft eines deutschen Babynahrungsherstellers. Das Prinzip ist klar: Werbung mit echten Gesichtern und Namen ist glaubwürdig – und das aus gutem Grund. Auch Brillux hat sich bei den Qju-Produkten entschieden, auf echte Profis zu setzen. „Mit Qju haben wir ein WDV-System im Sortiment, das im Markt seinesgleichen sucht und konventionellen Schaumklebesystemen klar überlegen ist“, erklärt Dirk Pöhlker, Produktmanager



02

„Mit Qju haben wir mehr Zeit für andere Tätigkeiten.“

Sven Westerhelweg, Malermeister



01 — Fachsimpeln unter Kollegen: Sven Westerhelweg, Ludger Jesse und Daniel Otremba am Brillux Hauptsitz in Münster (v.l.n.r.)

02 — Unboxing mit Qjusion Hybrid: Daniel Otremba im Making-of-Post für den Brillux Instagram-Account

03 — Glaubwürdigkeit kann so einfach sein: Ludger Jesse und Daniel Otremba nach dem Einsetzen des Motivs in die Printanzeigen

bei Brillux, die Entscheidung. Nun wolle man die Vorzüge aus Anwenderperspektive aufzeigen: „In der Kampagne lassen wir unsere Qju-Fans zu Wort kommen.“

Und es geht noch weiter

Gecastet wurden drei Malermeister, die täglich auf Baustellen unterwegs sind, die Vorteile des Premium-WDV-Systems kennen und dafür mit ihrem Namen einstehen: Daniel Otremba von der „Daniel Otremba Malermeister GmbH“ aus Essen, Ludger Jesse von der Firma „Ludger Jesse Farb- und Raumgestaltung“ aus Warstein und Sven Westerhelweg von der „Rickmann Malerbetrieb GmbH“ aus Gütersloh. Im Mai kamen sie bei Brillux in Münster zusammen, um sich für die Werbemotive vor die Kamera zu stellen – und um zu fachsimpeln und Erfahrungen auszutauschen. Vom praktischen Nutzen der Qju-Produkte, die alle drei schon länger am Bau einsetzen, sind sie überzeugt. „Was wir allein durch den Kleber an Zeit sparen, ist enorm“, erklärte Ludger Jesse beim Shooting in Münster. „Weniger Arbeit, mehr Zeit für andere Tätigkeiten“, fasste Malermeister Sven Westerhelweg den Arbeitsprozess mit Qju zusammen. Einige dieser Aussagen gehören nun fest zur Kampagne. So zum Beispiel beim Motiv mit Daniel Otremba, der es mit einem Satz auf den Punkt bringt: „Brillux macht Dämmen einfach.“



03

Zu sehen sind die Motive seit Sommer als Printanzeigen in Fachmagazinen sowie in Online-Werbung, Social-Media-Posts, Bannern und mehr. Und das war noch nicht alles: „Wir gehen mit drei Testimonials an den Start und werden diese im Laufe der Zeit durch weitere ergänzen“, schildert Dirk Pöhlker die Zukunft der Kampagne. Diese sei langfristig angelegt, 2023 geht es mit neuen Gesichtern weiter. ◀

Qjusion Hybrid: mit vereinten Kräften

Ein Resultat konsequenter Forschung sind die weiterentwickelten und extrem effizienten Qjusion-Armierungsmassen: Qjusion Hybrid verbindet die positiven Eigenschaften von organischer und mineralischer Armierungsmasse.

→ brillux.de/qju



MACHT DER KREATI

Aus Berufsgründen sind Sie selbstverständlich schon kreativ. Doch Kreativität kann noch weit mehr bedeuten. Aber was ist das überhaupt für eine Fähigkeit? Und wie hilft sie uns im Team, auf der Baustelle, im Büro und im Kontakt mit Kunden? Und weshalb kommt hier bitte schön der Regenbogen aus der Tube?

Wer träumt denn nicht von einer Zahncreme aus süßsauren Schnüren? Was für ein schöner Widerspruch, der unser Gehirn anregt



VITÄT

Handwerkerinnen und Handwerker sind bereits nahezu perfekt im Problemlösen – und das müssen sie auch sein. Keine Baustelle ist wie die andere, jedes Projekt hat seine ganz eigenen Herausforderungen. Zudem erschweren strenge Hygienevorschriften, Inflation und fehlende Fachkräfte den Arbeitsalltag. Im Prinzip muss permanent um- und neu gedacht werden. Doch was tun, wenn Sie bei einer plötzlich auftauchenden Komplikation oder kniffligen Aufgabenstellung mal nicht weiterkommen? Dafür ist eine besondere Fähigkeit nötig: Kreativität. Doch was ist das überhaupt?

Eins können wir vorab schon verraten: Kreativität kann wirklich jede/-r. Einer, der das wissen muss, ist Bas Kast. Der Wissenschaftsjournalist und Psychologe ist jahrelang durch Laboratorien, Bibliotheken und Universitäten gereist und hat Expertinnen und Experten getroffen, um der Kreativität auf die Spur zu kommen. Sein Fazit: Sie ist längst nicht nur bei „Künstlern, Werbeleuten und Designern mit dicken schwarzen Hornbrillen“ zu finden. Der 49-Jährige ist vielmehr der Auffassung, dass wir wirklich jeden Beruf und jedes Hobby auf kreative Art und Weise ausüben können. Und damit sind auch als un kreativ wahrgenommene Bereiche wie Betriebsführung oder Buchhaltung gemeint. ➤

Doch wie erwirbt man sich mehr Kreativität oder lockt gar ungeahntes, bereits vorhandenes Potenzial heraus? Diese Fragen beschäftigen Forscher schon seit Mitte des 20. Jahrhunderts und es zeigt sich noch heute: „So schillernd der Begriff in seiner geheimnisvollen Attraktivität auch sei, so störrisch ist er gegenüber seiner Erforschung.“ So charmant und treffend fasst es der Psychologieprofessor und Kreativitätsexperte Günter Krampen von der Universität Trier zusammen. Dass schon die Eigenschaft Einfallsreichtum ziemlich schwierig zu messen ist, zeigt ein Klassiker der Kreativitätsforschung: der Ziegelstein-Test. In einer vorgegebenen Zeit sollen Probanden so viele Verwendungszwecke wie möglich für einen einfachen Ziegelstein finden. So wird ein schwerer Stein dann nicht nur Türstopper oder Bücherstütze, er fungiert in unserer Fantasie vielleicht auch als Kühlakku aus dem Gefrierfach oder Fußwärmer in der Kutsche. Über unsere eigentliche Denkleistung sagt dieser Test nur gar nicht viel aus. Denn Menschen können Strategien entwickeln und sie so trainieren, dass sie bei Experimenten dieser Art sehr gut abschneiden. Wirklich kreativer werden sie dadurch allerdings nicht.

VANESSA MCKEOWN

Am liebsten stellt die Londoner Künstlerin Alltagsgegenstände in einen neuen, absurden Zusammenhang. Möchte sie uns bloß verwirren? Oder möchte sie bewusst machen, wie sehr unsere Wahrnehmung gegenüber Alltäglichem eingeroset ist? Vielleicht beides. Schauen Sie sich die Bilder mal genauer an, vielleicht kommen Sie auf ganz andere kreative Gedanken.

→ vanessamckeown.com

Also keine Frage des Genies

Viele denken bei Kreativität zuerst an Ausnahmetalente wie Albert Einstein, Marie Curie, Thomas Edison, Picasso, Frida Kahlo, Leonardo da Vinci. Alles Künstler und Naturwissenschaftler, die mit ihren Ideen und Erfindungen Herausragendes geleistet haben. Auch wenn diese Sichtweise nicht direkt falsch ist, ist sie doch einem Klischee entsprungen. Und zwar dem, dass Kreativität häufig mit einer außergewöhnlich genialen Persönlichkeit gleichzusetzen ist. Aber wer von uns ist schon ein Genie? Es reicht schließlich vollkommen, wenn wir ab und zu geniale Ideen haben.

Bei uns Durchschnittsmenschen bezieht sich die Bezeichnung Kreativsein eher auf klassisch künstlerische Aktivitäten: Bilder malen, ein Instrument spielen, Gedichte schreiben. Noch so ein Klischee. Und dazu noch eines, das uns glauben lässt (zumindest, wenn wir keine dieser genannten Fertigkeiten beherrschen), wir würden nicht zu diesem illustren Kreis der Kreativen gehören.

Auch keine Frage der Gene

Aber weit gefehlt. Wir alle haben sie. Bas Kast vergleicht die Existenz von Kreativität gern mit dem Maß Körpergröße: Jede/-r von uns hat sie – nur hat der eine Mensch eben mehr, der andere weniger. Im Gegensatz zu unserem Körper kann Kreativität jedoch das ganze Leben lang weiterwachsen. Das heißt, sie ist ausbaufähig und nicht bloß eine Frage der Gene. Sie sei sogar erlernbar, lautet die gute Nachricht von Bas Kast. Und wenn er von erlernbar spricht, meint er damit nicht das Trainieren, wie wir es mit einem Muskel tun. Nach all seinen Recherchen und Selbstexperimenten fand der Wissenschaftsjournalist heraus, dass Kreativität nicht nur das Ergebnis von Techniken ist, bei denen aus heiterem Himmel oder über Brainstorming-Sitzungen die innovativsten Ideen entstehen. Seine Quintessenz ist simpel und macht Mut. Und wenn Sie weiterlesen, sind sie anschließend auch schon ein klitzekleines Stückchen kreativer geworden. Sie lautet: Unser Gehirn braucht Überraschung und Verwirrung. Der Grund dafür ist, dass unser Alltag viel





1.

KREATIVITÄTSMYTHOS

**Linkshänder sind kreativer!
Mozart, Leonardo da Vinci,
Picasso – allesamt für ihre
Leistungen sehr berühmte
Linkshänder. Ob man mit
dieser Eigenschaft jedoch
automatisch kreativer ist, lässt
sich bisher nicht belegen.**

Macht keinen Sinn, regt aber zum kreativen Spielen an: Ballon in die Schraubzwinde einspannen und rundum immer eine Umdrehung weiter drehen. Bei wem der Ballon platzt, der muss ...

**2.****KREATIVITÄTSMYTHOS**

Werden Sie bei diesem Anblick vielleicht sauer? Oder denken Sie, dass ein Rennradfahrer viel Vitamin C braucht? Oder dass Sie plötzlich Lust auf eine Limonade haben? Was es auch ist: Gedanken über offensichtlich artfremde Objekte machen Sie offener

Kreative Menschen sind risikofreudiger! Zwar denkt man, dass diese sich immer neugierig ins Unbekannte stürzen, aber weit gefehlt. Sicherheit geht auch bei ihnen vor.

zu sehr von Routinen geprägt ist, bei denen feste Muster ablaufen, womit wir uns selbst quasi auf Autopilot stellen. Dann schläft das kreative Gehirn. Wach wird es erst wieder, wenn Muster nicht mehr übereinstimmen.

Kinder sind Kreativprofis

Kinder sind das beste Beispiel. Ihre Welt ist noch im Aufbau, ihre Annahmen werden permanent widerlegt und sie sind ständig überrascht. Kein Wunder, dass wir Kinder gern mit besonderem Ideenreichtum assoziieren. Sie überraschen uns. Und das macht wiederum uns kreativer.

Dass sie damit gegenüber uns Erwachsenen oft einen Vorsprung haben, zeigt anschaulich das bekannte Kreativexperiment von Peter Skillman aus dem Jahr 2006. Ein Team aus vier Personen erhält 20 ungekochte Spaghetti, eine Bindfadenrolle, Klebeband und einen Marshmallow ausgehändigt. Die Aufgabe: innerhalb von 18 Minuten einen möglichst hohen Turm bauen, auf dessen Spitze ein Marshmallow steckt. Klingt simpel, könnte man meinen. Ist es nicht. Unter dem Namen „Marshmallow Challenge“ wurde dieses Kreativspiel an verschiedenen Gruppen ausprobiert. Das Ergebnis: Kindergartenkinder bauten im Durchschnitt höher als Wirtschaftsstudierende, Anwälte und CEOs. Besser waren nur Architekten und Statiker. Die Kinder waren kreativer im Umgang mit der Aufgabe. Sie verfahren spontan nach dem Trial-and-Error-Prinzip und legten einfach los, anstatt sich erst einmal lang und breit abzusprechen, den Bau akribisch zu planen und noch abzustimmen. Auch wenn dabei ein schiefer Turm herauskam, so war dieser doch höher als bei den meisten Erwachsenengruppen.

Wie reizend

In seinem Buch beschreibt Kast zahlreiche psychologische und neurologische Tests und Forschungsergebnisse, die am Ende alle auf das gleiche Ergebnis kommen: „Der einzige Kreativtest, der diesen Namen wirklich verdient, ist das Leben selbst.“ Was Forscher aber sicher sagen können: Wird in Experimenten das Gehirn mit Neuem

konfrontiert, schneiden die Teilnehmenden in anschließenden Kreativtests besser ab. Also kann, auch wenn bis heute kein Test in Zahlen misst, wie kreativ jemand ist, durchaus festgestellt werden, ob jemand durch einen solchen Reiz kreativer geworden ist. Betrachtet man die Bilder in dieser Strecke, machen die auch nur auf den ersten Blick Sinn. Schaut man genauer hin, wundert man sich. Das ist der Trick – das Gehirn horcht sozusagen auf. Sei es durch eine abstruse Virtual-Reality-Welt, in der Glasflaschen nicht mehr der Schwerkraft gehorchen, durch irritierende Schokobrotversuche, bei denen Brote verkehrt herum mit Schokostreuseln belegt wurden, oder durch verworrene Geschichten von Franz Kafka (z. B. „Ein Landarzt“). Immer reiht sich Aspekte aneinander, die sich überraschend auf den menschlichen Geist auswirkten. Und immer waren die Versuchspersonen hinterher kreativer als vor dem Versuch. >



ZUM NACHLESEN

In seinen Büchern stürzt sich der deutsch-niederländische Wissenschaftsjournalist Bas Kast immer auf ein spezielles Thema und sucht alles an Fakten und Zahlen zusammen, was es gibt. Diesmal ging es um Kreativität: Ein Blick hinein lohnt sich.

Und plötzlich macht es KLICK!

Das Handwerk der Kreativität oder wie die guten Ideen in den Kopf kommen, Bas Kast, Fischer Taschenbuch, 272 Seiten, 13 €

In der Gruppe stark

Kreativität bringt jeden Betrieb voran. Vor allem, wenn es um innovative Problemlösungen geht, sieht der Psychologe Günter Krampen zwei wichtige Faktoren: Neuheit und Nützlichkeit. Neuheit – oder auch Originalität – werde dann erfüllt, wenn beispielsweise ein Lösungsvorschlag bislang nicht vorhanden oder sehr selten genutzt wurde. Dazu gehöre jedoch auch, dass vergessene Ideen wiederentdeckt werden. Zur Nützlichkeit zähle, dass die gefundene

Lösung eine „problemangemessene Antwort auf die Fragestellung sein muss“, untermauert Krampen. Die aktuell erhöhten Rohstoffpreise an die Kunden weiterzugeben, ist da sicher die einfachste Lösung, aber nicht die kreativste. Im Prinzip geht es um Aspekte wie Brauchbarkeit, Realisierbarkeit und Verwertbarkeit. Ebenjene Aspekte, die für einen Malerbetrieb von unschätzbarem Wert sind. Doch was wird benötigt, damit Handwerker/-innen im Team gemeinsam kreativ werden?

WARUM KREATIVITÄT IM TEAM SO WICHTIG IST

Auch wenn Ihre Auftragsbücher gut gefüllt und Ihre Mitarbeitenden schon ziemlich kreativ sind: Als Chef sollten Sie an dem Thema dranbleiben. Und da Kreativität und Zeitdruck nicht gut zusammenpassen, machen wir es kurz. Vier Argumente für einen Kreativtag in Ihrem Betrieb:

- Für das Team bietet sich Abwechslung zum Berufsalltag, der eigene Ideenreichtum kann eingebracht und im Idealfall mit Extraleistungen honoriert werden.
- Das stärkt die Identifikation Ihrer Beschäftigten mit der Firma und den Teamzusammenhalt.
- Sie können von einer Motivation Ihres gesamten Teams und einer Steigerung des Unternehmenserfolgs ausgehen.
- Davon profitieren das Betriebsklima und die langfristige Förderung des kreativen Denkens, um auch in der Zukunft konkurrenzfähig zu sein.

Die Kreativität der Mitarbeitenden führt also zu einer Verbesserung von Problemlösungen – eben genau das, was wir in herausfordernden Zeiten besonders benötigen.

Blumenkohlis? Könnte schmecken! Sieht etwas auf den ersten Blick richtig lecker aus, ziehen wir sogar eine solch abstruse Kreation – zumindest für einen winzigen Augenblick – in Erwägung



Was war zuerst da? Ist die Palme aus der Flasche oder die Palme in die Flasche gewachsen? Das zu ergründen kann dauern – wie bei der berühmten Henne-und-Ei Problematik. Das trainiert die grauen Zellen



3.

KREATIVITÄTSMYTHOS

Alkohol lässt die Ideen sprudeln! Zum Finden wirklich neuer Lösungen braucht es kein Glas Rotwein. Tatsächlich unterstützt ein Tässchen schwarzer Tee die Inspiration. Prost!

Keinesfalls die Leistung des Einzelnen, betont Kast. Teammitglieder, die sich respektieren und in einem offenen Austausch miteinander stehen, seien in der Summe immer ideenreicher als ichbezogene Einzelgänger. Zudem spielen weder der Durchschnitts-IQ der Gruppe noch das Gruppenmitglied mit dem höchsten IQ eine Rolle. Der Austausch an sich steht an erster Stelle.

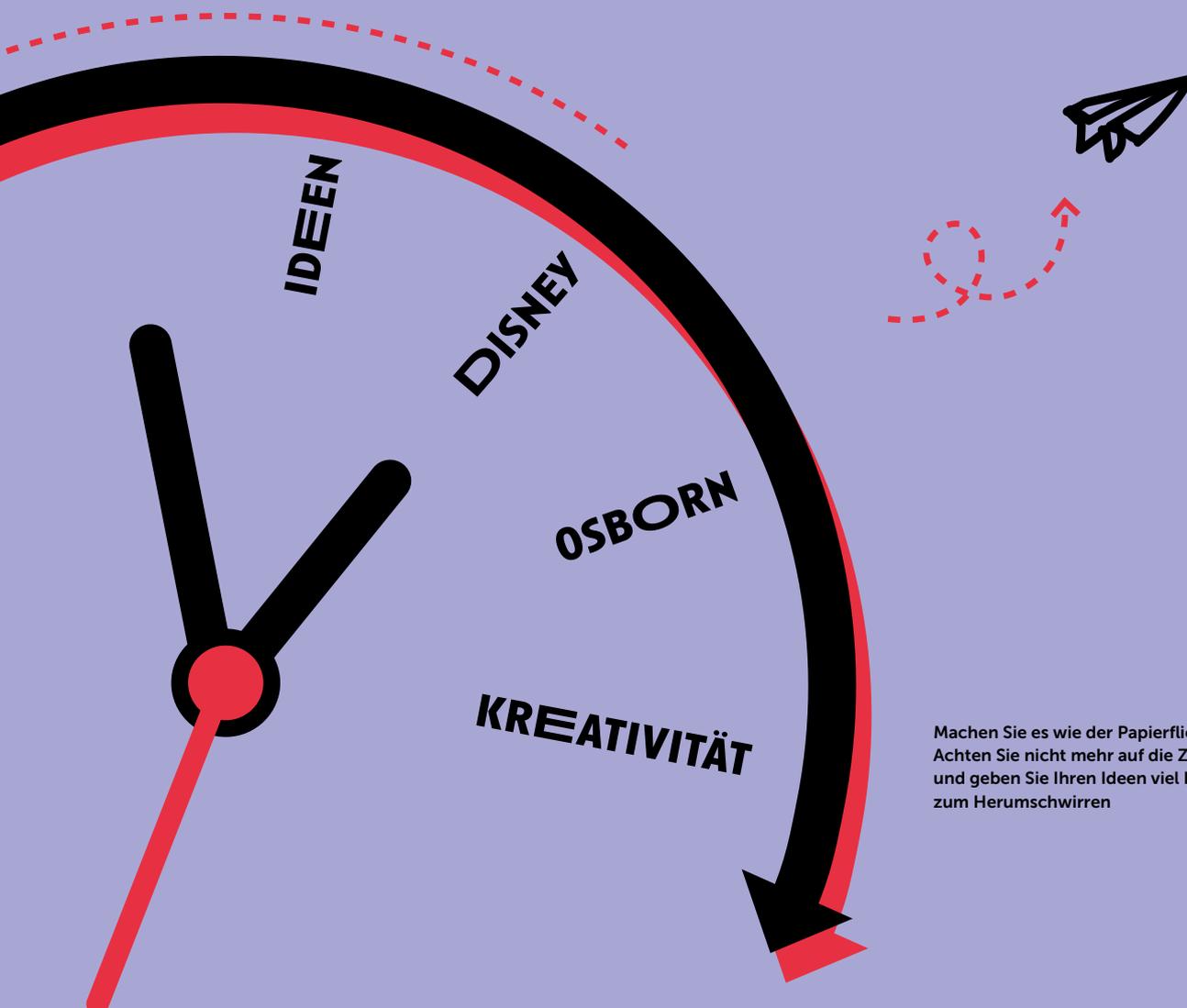
Es ist ein Prozess

Zusammenfassend kann man sagen: Kreativität ist keine feste Größe in uns, sondern existiert in verschiedenen schöpferischen Begabungen. Am Ende muss jeder und jede die eigene Nische finden. Das gilt auch im Beruf. Das Finden von Begabungen ist ein experimenteller Prozess. Viele „Wunderkin-der“ wie Mozart oder Picasso haben ihre

Nische übrigens extrem früh gefunden. Mit ihnen können und wollen wir uns nicht messen. Doch auch Sie und Ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen haben Ihr malerisches Talent ja längst gefunden. Und im besten Falle lieben Sie, was Sie tun. Unter diesen Voraussetzungen haben auch wir Normalverbraucher die Chance, kreative Wunder im Beruf zu vollbringen. Kast beruft sich dabei auf die Zehn-Jahres-Regel: Im Schnitt benötigen wir nämlich etwa zehn Jahre, um in einem bestimmten Bereich zu einem sogenannten kreativen Mastermind zu werden. Überlegen Sie mal. Wie lange machen Sie schon Ihren Job? Genau. Manchmal braucht es eben nur einen Anstoß, um das eigene Mastermind wieder zu aktivieren. Wie Sie auch Ihrem Team kreativ auf die Sprünge helfen, lesen Sie auf den nächsten Seiten. ◀

KREATIV IN DEN TAG

Kreativität kommt oft zu kurz im Berufsalltag – auch wenn man einen kreativen Job hat. Veranstalten Sie doch mit Ihrem Team einen Tag, an dem es nur um neue Ideen geht. Welche Techniken es dafür braucht und weshalb rumspinnen ausdrücklich erlaubt ist, verrät **Kreativitätsexperte Matthias Nöllke**



Machen Sie es wie der Papierflieger:
Achten Sie nicht mehr auf die Zeit
und geben Sie Ihren Ideen viel Raum
zum Herumschwirren



Seinen Dokortitel finanzierte sich Matthias Nöllke, indem er Dialogbücher für die „Simpsons“ und „Alf“ übersetzte. Heute ist er Experte und Coach für Kommunikation, Kreativität und Managementbionik.

Herr Nöllke, unsere Leser sind längst kreativ. Macht ein Kreativtag da Sinn?

Gerade dann. Ein Kreativtag richtet sich nicht an Leute, die un kreativ sind. Malerbetriebe, die schon kreative Mitarbeitende haben, werden sich wundern, wie viele originelle Ideen bei so einem Kreativtag zusammenkommen können. Manche Mitarbeitende kommen aber erst durch so einen Workshop auf den Geschmack, kreativ zu werden. Ein gelungener Kreativtag wirkt lange nach.

Was wird benötigt, um kreativ zu werden?

Wichtig ist ein angenehmer Rahmen, in dem sich das Team wohlfühlt. Förderlich ist Distanz zum Alltag. Also der Workshop sollte nicht am Arbeitsort stattfinden. Großen Aufwand muss man nicht betreiben. Es reichen Tische, Stühle, Stifte und Papier. Nervennahrung schadet auch nicht. Die ideale Gruppengröße liegt zwischen vier und acht Personen. Ist Ihr Team größer, bilden Sie mehrere Gruppen. Für Kreativität benötigen Sie Zeit – ein halber Tag bringt schon eine Menge. Entscheidend ist: Nicht nach einem Arbeitstag einen Workshop dranhängen. Denn die Leute sollten hellwach und aktiv sein und Spaß daran haben, neue Ideen zu entwickeln.

„Lassen Sie das Spielerische zu – auch wenn es ein betriebliches Risiko ist.“

Matthias Nöllke, Kreativitätsexperte

Wie kann so eine Sitzung ablaufen?

Definieren Sie zuerst Ihr Ziel – entweder alleine oder in der Gruppe. Das kann die Verbesserung der Kundenzufriedenheit, des Zeitmanagements oder der Qualität der Arbeiten sein. Zum Beispiel: Wie machen Sie dem Kunden deutlich, dass nicht immer alles schnell schnell geht? Der Weg vom Ziel bis zur Umsetzung der Lösung nennt sich kreativer Prozess (Seite 26). Dann folgt die eigentliche Ideenfindung. Da können Kreativitätstechniken helfen. Die eröffnen eine Spielwiese. Die Teilnehmer sollen sich trauen, kontrolliert „herumzuspinnen“ – damit am Ende eine brauchbare Idee herauskommt (Seite 28).

Maler/-innen sind bestens mit Kreativtechniken vertraut. Aber was sind Kreativitätstechniken?

Das Wort Technik ist irreführend, es klingt nach Berechenbarkeit. Kreativitätstechniken erheben gar nicht den Anspruch, neuartige Ideen automatisch zu erzeugen. Sie haben den Sinn, dass sie einen An Schub für die Ideenfindung geben und einen Austausch der Leute ermöglichen. Jemand hat eine Idee, der andere kann sie aufgreifen. Oder sie bringt ihn auf eine Lösung, an die der Erste gar nicht gedacht hat.

Geben Sie gern ein Beispiel für eine Technik.

Mit einer Gruppe Journalisten habe ich kürzlich ein Seminar gemacht. Eine Aufgabe war die Produktion einer neuartigen Weihnachtsbeilage, bei der wir die sogenannte Osborn-Checkliste angewendet haben. Anhand von Stichpunkten – wie „verkleinern“, „vergrößern“, „umkehren“, „kombinieren“ – werden neue Ideen entwickelt. Da kam allerhand zusammen: vom Weihnachtsplakat zum Entfalten bis zum Kochkurs für das Weihnachtessen.

Und wer steuert diese Techniken?

Wichtiger Punkt: Man braucht einen Moderator oder eine Moderatorin. Das muss keineswegs jemand von außen sein. Das können die Inhaber/-innen übernehmen oder jemand aus dem Team. Hauptsache, diese Person kann gut strukturieren, spielt sich nicht in den Vordergrund, sondern ermutigt die andern, sich zu äußern. Wichtig auch: die Ideen festhalten und die Ergebnisse zusammenfassen. ◀

IN FÜNF SCHRITTEN VOM ZIEL ZUR LÖSUNG



Der Weg ist das Ziel, heißt es so schön. Aber auch für den Weg muss die Richtung bekannt sein. Starten Sie den **Kreativtag** mit der Suche nach dem Ziel und gehen Sie alle Schritte bis zur Umsetzung durch.

1.

Bestimmen Sie Ihr Ziel!

Finden Sie heraus, was Sie überhaupt erreichen möchten. Ein konkretes Ziel – oder Problem – lässt Sie leichter spontan herumspinnen. Formulieren Sie Ihr Ziel entweder als Frage (Wie können wir unsere Kundschaft zu mehr Farbe in den Räumen bewegen?) oder als Wunsch (Wir möchten nur noch Großkunden betreuen).



2.

Verschaffen Sie sich einen Überblick!

Sammeln Sie Informationen, um das Problem zu lösen: Welche haben Sie bereits und welche benötigen Sie? Welche Lösungsversuche gab es bisher? Je nach Information kann sich auch mal die Ausgangsfrage ändern! Zum Beispiel der Wunsch nach Großkunden: Haben Sie überhaupt genug Mitarbeitende für größere Projekte?

EIN KLEINES WARM-UP

**Der Malerrollen-Test**

Worum geht es? Nehmen Sie sich eine Malerrolle zur Hand und überlegen Sie, was man damit noch machen kann. Erlaubt sind alle Ideen, die nichts mit Malerei zu tun haben. Beispiel: als Butterroller für Ihr Brot.

3.

Werden Sie kreativ!

Lassen Sie Ihrer Fantasie freien Lauf. Auch wenn kreative Gedanken bei fast jeder Gelegenheit entstehen können, fantasieren Sie am besten in einem abgesteckten Rahmen. Diesen Schritt können Sie in der Gruppe oder alleine machen. Verwenden Sie hierfür die vorgestellten Kreativitätstechniken auf Seite 28.



4.

Arbeiten Sie den Lösungsweg aus!

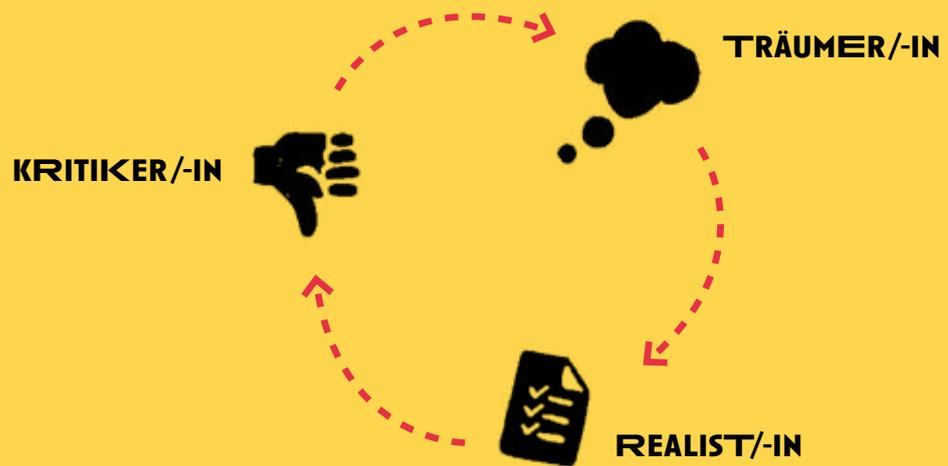
Werden Sie jetzt kritisch statt kreativ: Fragen Sie nach Realisierbarkeit, Nutzen, Kosten, Konsequenzen, Involvierten, Schwächen. Beispiel: „Haben wir hier jemanden mit der nötigen Kompetenz für WDVS im Haus?“ Bei berechtigter Kritik wiederholen Sie ab Punkt zwei die Schritte und suchen eine neue Lösung.

5.

Machen Sie sich an die Umsetzung!

Bekanntlich hat das Neue es immer schwer, sich gegen das Altbewährte durchzusetzen. Heben Sie für Ihr Team den Nutzen hervor und versuchen Sie, es mit guten Gründen zu überzeugen. „Neue Aufgaben geben euch mehr Verantwortung und motivieren euch!“





BEFREIEN SIE IHRE KREATIVITÄT

Diese **zwei Kreativitätstechniken** eignen sich wunderbar, originelle Ideen zu wecken und sprudeln zu lassen. Probieren Sie es doch mal aus

DISNEYS DENKSTÜHLE

Idee

Diese Technik geht auf Walt Disney zurück, der als Träumer, Realist und Spielverderber gleichzeitig galt. Schlüpfen Sie wie Disney in andere Rollen und wechseln Sie die Perspektive.

Vorteile

Probleme werden aus drei unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtet und ermöglichen so eine gewisse Distanz. Das macht die Ideensuche spielerischer und im positiven Sinne „rücksichtsloser“, weil Sie offen kritisieren können.

Eventuell bleibt die Lösung nah an Ihrem gewohnten Denken, kann aber mit etwas Übung sehr produktiv sein.

Ablauf

Beschriften Sie drei Stühle mit je einem der Begriffe Kritiker/-in, Realist/-in und Träumer/-in. Weil Sie Ihr Ziel bzw. das Problem bereits kennen, können Sie direkt loslegen. Die Teilnehmenden nehmen nun nacheinander auf den Stühlen Platz und tauschen sich gegenseitig aus. Notieren Sie die Ergebnisse.

Starten Sie mit dem Stuhl des Träumers: Hier ist alles möglich. Es gibt keine Risiken und keine Hindernisse, die Welt ist ideal. Fantasieren Sie ohne Grenzen!

Der Stuhl des Realisten: Schalten Sie Ihren Normalverstand ein und betrachten Sie das Problem von der praktischen, vernünftigen Seite aus. Seien Sie pragmatisch!

Der Stuhl des Kritikers: Hier stellt sich die Frage, wo Stolpersteine und Widersprüche in der Idee liegen. Üben Sie kräftig Kritik! Zur Not seien Sie ehrlich und streichen Sie Ihre Idee.

Wechseln Sie während einer Runde mehrmals die Stühle. Enden Sie auf dem Stuhl des Realisten, damit die Idee umsetzbar bleibt.

Was Sie hier neben Stift und Papier benötigen? Natürlich drei Stühle, die Sie nebeneinander aufstellen.





Kreativitätstechniken,
Matthias Nöllke, Haufe-Lexware,
128 Seiten, 9,95 € – der perfekte
Begleiter für die Hosentasche:
klein, wendig und mit vielen
anwendbaren Tipps für einen
kreativen Alltag

Alex F. Osborn war ein erfahrener Werbefachmann, der in den 1960er-Jahren das berühmte Brainstorming

OSBORN-CHECKLISTE

Idee

Haben Sie für ein Problem nur eine konventionelle und langweilige Lösung gefunden? Die Osborn-Checkliste hilft dabei, die richtigen Fragen zu stellen, um zu einer kreativen Lösung zu kommen.

Vorteile

Die Prozesse oder Produkte, die verbessert werden sollen, sind Ihnen schon bekannt. Zudem können Sie dann auf wirklich originelle Ideen kommen.

Der Vorteil ist zugleich eine Schwäche: Stehen Sie noch am Anfang und wissen gar nicht, was verbessert werden soll, müssen Sie das Problem noch entdecken.

Ablauf

Gehen Sie mit Ihrem Team die Checkliste komplett durch und lassen Sie keinen Punkt aus. Jeder darf so viele Ideen wie möglich äußern! Wir zeigen das am Beispiel einer Weihnachtskarte, die dieses Jahr origineller als eine simple Postkarte sein soll.

„Generell gilt: Kreativität unter Zeitdruck funktioniert nicht.“

Matthias Nöllke, Kreativitätsexperte

1. **Anders denken!** Womit kann die Idee verknüpft werden? Beispiel: gleichzeitig als Gutschein nutzen
2. **Anpassen!** Was ähnelt der Idee? Was könnte übernommen werden? Beispiel: Format einer Eintrittskarte
3. **Ändern!** Welche Merkmale der Idee könnten verändert werden? Und wie? Beispiel: Karte mit Tannengeruch
4. **Vergrößern Sie!** Können Sie die Idee verstärken, verlängern, übertreiben, vervielfältigen? Beispiel: als Plakat
5. **Verkleinern!** Können Sie die Idee abschwächen, verkürzen, verfeinern, verdünnen, aufspalten? Beispiel: winzige Schrift, Lupe beilegen
6. **Ersetzen!** Was können Sie bei der Idee austauschen oder anders gestalten? Beispiel: historische Karte
7. **Umstellen!** Können Sie Teile der Idee tauschen, die Reihenfolge ändern, Anlass und Wirkung umdrehen? Beispiel: Ostermotive zu Weihnachten
8. **Umkehren!** Können Sie das Gegenteil machen? Wie sieht das spiegelverkehrt aus? Beispiel: persönliche Grüße auf den Umschlag schreiben
9. **Kombinieren!** Können Sie die Idee mit anderen Einfällen verbinden? Könnte es Teil von etwas Größerem sein? Beispiel: Karte als Beginn einer Serie
10. **Transformieren!** Können Sie die Idee ausdehnen, komprimieren, verflüssigen, verhärten? Beispiel: als Musikstück

Mit Sicherheit ist einer dieser Vorschläge gar nicht so abgedreht, wie es sich vielleicht zuerst angefühlt hat.



01 — Kevin Horlitz (l.) und Arno Schleuter legen als Geschäftsführer viel Wert auf kreatives Arbeiten und Innovationen

02 — Zum Betrieb auf Norderney gehört auch ein Fachhandel, in dem es nicht nur Farben, sondern auch klassische Baumarktartikel gibt

„Wir wollen zeigen, was möglich ist“

Kevin Horlitz und Arno Schleuter führen auf Norderney die **Malermeister Horlitz GmbH**. Das bringt Besonderheiten mit sich – Handwerker haben dort im Sommer Freizeit und im Farbhandel des Betriebs stehen Männerhandtaschen im Regal

Bevor Kevin Horlitz in die nächste Straße abbiegt, schaut er lieber noch ein zweites Mal, ob die Fahrbahn frei ist. Er bremst. Wartet. Wo eben noch freie Bahn war, kreuzen jetzt Touristen auf ihren Rädern die Fahrbahn, ohne sich auch nur einmal umgeblickt zu haben. „Im Sommer braucht man hier Geduld“, sagt der 33-Jährige, der mit seinem E-Auto unterwegs ist, um die Baustellen seines Unternehmens abzufahren.

Kevin Horlitz ist Geschäftsführer der Malermeister Horlitz GmbH auf Norderney. Sein Unternehmen arbeitet vor allem auf der 26 Quadratkilometer großen Nordseeinsel. Selten nimmt er Aufträge auf dem Festland an. „Wir kommen so mit der Arbeit schon kaum hinterher“, erklärt er. Der Malermeister weist im Vorbeifahren auf Hotels, Ferienwohnungen, Privathäuser. „Hier haben wir die Fassade gemacht“, sagt er und zeigt schon auf ein anderes Haus: „Dort gab es einen Wasserschaden und wir haben alles saniert.“ Wenige Meter entfernt: „An dieser Ecke dort haben wir die gesamte Fassade gemacht. Vorher war das alles in Gelb. Wir fanden aber den gedeckten Weißton besser.“

Und weiter geht es, mehr Fassaden, mehr Ferienhäuser, mehr Wohnungen. Horlitz kennt das Interieur vieler Domizile auf Norderney. Er weiß, welche Lampe über welchem Esstisch hängt oder wo welcher

Fußboden verlegt ist. Während er auf ein Haus nach dem nächsten zeigt, hat er zugleich die Straße im Blick, scheint seine Augen überall zu haben. Zwei Fußgänger passieren die Straße, vertrauen darauf, dass Autos anhalten.

Verdrehte Saison

Im Winter kehrt Ruhe auf der Insel ein – allerdings nur auf den Straßen und am Strand. Touristen kommen nicht mehr viele. Auf den Baustellen geht es dann



02



„Kreativität ist ein wichtiger Teil meiner Arbeit – nur so macht sie richtig Spaß.“

Uwe Dittmar, Maler und Lackierer



02

01 — Uwe Dittmar bringt Fußbodenleisten in einem Ferienhaus an, das einen Wasserschaden hatte

02 — Kevin Horlitz (r.) berät einen Kunden bei der Auswahl der Farben

03 — Unter einem Dach: An den Geschäftsraum ist das Lager angegliedert



03

aber erst so richtig los: Während in vielen Betrieben auf dem Festland die Arbeiten für den Frühling geplant werden, um das gute Wetter zu nutzen, sieht das auf der Nordseeinsel anders aus. Vom 15. Mai bis zum 30. September gilt dort ein Baulärmstopp. Um Gäste nicht zu stören, dürfen in dieser Zeit keine Arbeiten durchgeführt werden, die Krach machen. Also dürfen keine Sägen kreischen, keine Bohrer dröhnen und idealerweise auch keine Gebäude eingerüstet werden. „Es macht ja auch schon Krach, wenn sich jemand mit Schuhen über ein Gerüst bewegt“, sagt Horlitz. „Außerdem möchte im Urlaub niemand ein Gerüst vor dem Fenster.“

Drei Jahre ist es her, dass sich Kevin Horlitz auf Norderney selbstständig gemacht hat. Eigentlich kommt er aus Wilhelmshaven, machte dort seine Ausbildung als Maler und Lackierer. Dann aber brannte sein Betrieb

ab – und er nahm 2009 kurzentschlossen eine Stelle auf der Insel an. Er stieg schnell in eine leitende Funktion auf, wurde Vorarbeiter, entschloss sich, seinen Meister zu machen. Die Meisterschule besuchte er von 2018 bis 2019. „Direkt danach habe ich mich mit einem Auszubildenden und einem Gesellen selbstständig gemacht“, erinnert sich Horlitz.

Zwei Zugezogene als Doppelspitze

Die Insulaner nahmen den Betrieb schnell an. 2020 stieß Arno Schleuter dazu, gemeinsam gründeten sie die Malermeister Horlitz GmbH. Die beiden Männer lernten sich auf der Insel kennen und freundeten sich an. Auch Arno Schleuter ist ein Zugezogener. Und er ist kein Maler. Aufgewachsen ist er in der Nähe von Münster, nach Norderney kam er nach dem Abitur. Die Insel war jedoch keine Unbekannte für ihn. Bereits als kleines Kind verbrachte er dort mit seiner Familie regelmäßig den Urlaub. Und schon als junger Erwachsener wollte er auf Norderney wohnen.

Es folgte eine Ausbildung zum Immobilienkaufmann. „Ich bin aber immer mehr ins Baugewerbe gerutscht“, schildert er seinen Weg. „Ich habe Bauprojekte begleitet und geholfen, alte Häuser zu sanieren und zu vermieten.“ So kam er auf den Geschmack. Heute bilden die zwei eine Doppelspitze. Angefangen hat das alles in einer winzigen Garage. Auf gerade einmal zehn Quadratmetern setzten die beiden ihren Traum vom eigenen Unternehmen um. „Wir haben natürlich erstmal alles gedämmt, um dort



„Ich lerne jeden Tag etwas Neues und darf viel ausprobieren.“

Kilian Veen, Auszubildender



01

01 — Azubi Kilian Veen begutachtet eine Tapete, die er schneiden will

02 — Im Geschäftsraum gibt es eine Kaffeebar: Wer einkauft, kann so Pause machen und gleichzeitig die Produkte betrachten

03 — Kevin Horlitz (l.) und Arno Schleuter finden zwischendurch immer wieder einmal Zeit, um sich über neue Projekte auszutauschen

auch im Winter arbeiten zu können“, sagt Schleuter und lacht. Horlitz und er ergänzen sich gut, das betonen beide: der eine mit Sinn fürs Handwerk und für Kreativität, der andere mit viel Sinn für das Geschäft. Schnell suchten die beiden Gründer Geschäftsräume – und wurden bei einem ehemaligen Getränkemarkt fündig, den sie sanierten.

Malerbetrieb, Fachhandel und Kaffeebar

Sie entschieden sich, auf den 500 Quadratmetern nicht nur ihr Büro einzurichten, sondern auch einen Bau- und Farbfachhandel zu eröffnen. „Wir wollen zeigen, was alles möglich ist“, sagt der 29-jährige Schleuter. Eine Wand im Geschäft ist etwa mit einer Lasurtechnik bearbeitet, damit Kundinnen und Kunden sehen können, wie kreativ sich Wände gestalten lassen. Neben Farben gibt es im Laden auch Produkte wie Gartengeräte, Schraubenzieher, Wasserwaagen und „Männerhandtaschen“ – so betiteln sie augenzwinkernd die 20-Liter-Eimer für den Bau. Ein Regal für Fußbodenleisten bauten die beiden Chefs kurzerhand selbst – und längs in eine Wand ein. „Sonst stehen die immer aufrecht und biegen sich durch. Nach kurzer Zeit sind die verformt und alle fluchen“, erklärt Arno Schleuter. Eine Herausforderung auf der Insel ist allerdings die Lieferung: Sind anderswo Produk-

te oft innerhalb eines Tages oder spätestens am nächsten Werktag vor Ort, dauert die Lieferung ab Bestellung auf die Insel zwei Tage. Auch deshalb haben die Geschäftsführer sich für einen großen Lagerraum entschieden, um Produkte bevorraten zu können. Die Farbmischmaschine von Brillux ermöglicht es zudem, auf die Lieferung bestimmter Farbtöne nicht warten zu müssen, sondern sie selbst vor Ort zu mischen.

Mit Baumärkten könnten sie bei den Preisen nicht konkurrieren, so Schleuter. Wollen sie auch gar nicht. „Deshalb setzen wir auf Qualität.“ Wer im Laden etwas kauft, kann sichergehen, dass ein Produkt funktioniert, geprüft und langlebig ist. Mitten im Geschäft können die Gäste an einer Kaffeebar Pause machen. „Wenn ich jemandem für 15 Euro einen Schraubenzieher verkaufe und ihn eine halbe Stunde lang berate, habe ich damit vielleicht keinen Gewinn gemacht“, erklärt der Immobilienkaufmann. „Aber er kommt dann gerne wieder oder erzählt anderen vom Laden.“

Dass Kevin Horlitz selbst noch den Pinsel in die Hand nimmt, ist selten. „Mir fehlt die Zeit“, sagt er. Meistens fährt er von Baustelle zu Baustelle, um die Arbeiten zu koordinieren und zu schauen, ob alles wie geplant läuft. Kommt er doch einmal dazu, dann steht er am liebsten an einer Fassade: „Ich liebe es, mich an der Wand auszutoben.“

Da bin ich an der frischen Luft und sehe, was ich geschafft habe.“ Andere im Betrieb wiederum legen lieber Fußböden oder streichen Wände. „Es muss einfach fluppen, jeder hat so sein Steckenpferd“, weiß der Malermeister. „Ich achte darauf, dass jeder nach Möglichkeit dort eingesetzt ist, wo er oder sie am meisten Spaß hat, dann läuft die Arbeit auch gut.“

Ihm sei wichtig, dass alle nach Feierabend zufrieden nach Hause gehen, so Horlitz. Viele der 16 Mitarbeitenden leben auf der Insel, nur wenige pendeln mit der Fähre vom Festland zur Arbeit. Das Unternehmen hat sich schnell zum größten Malerbetrieb auf der Insel gemausert. „Wir gehen hier sehr familiär miteinander um“, schildert Horlitz die Atmosphäre. Alle zwei Wochen wird freitags der Grill für die Belegschaft angeschmissen – dann sitzen alle zusammen. Gerne würde Horlitz sein Team noch vergrößern. Aber Mitarbeitende zu finden, ist nicht immer einfach. „Wir suchen und suchen“, beklagt Horlitz. Er hat Anzeigen geschaltet, hofft auf Mundpropaganda,



zahlt Mitarbeitenden, die vom Festland pendeln, die Kosten für die Fähre und hilft auch schon einmal, eine Unterkunft auf der Insel zu finden. Doch das ist oft gar nicht einfach: Norderney ist teuer. Der durchschnittliche Kaufpreis pro Quadratmeter liegt inzwischen bei mehr als 12.000 Euro, auch die Mieten sind hoch. Entsprechend anspruchsvoll ist oft die Kundschaft. Auch aus diesem Grund – und wegen der umfangreichen Betreuung durch Brillux – haben sich die Geschäftsführer für das Unternehmen aus Münster entschieden. „Ich bin offen für alles“, sagt Schleuter. „Es ist mir ganz egal, welchen Hintergrund jemand hat, ich kann mich auf jede Person einstellen.“





Diese Offenheit dürfte einen großen Teil des Erfolgs des Duos ausmachen. „Ich bin wie ein Schwamm, ich sauge alles auf“, sagt Kevin Horlitz, der ständig auf der Suche nach Ideen ist. Im Internet informiert er sich am liebsten über Kreativtechniken. Er schickt laufend Videos an Arno Schleuter, wenn er wieder etwas Neues entdeckt hat, für das er sich begeistert: „Eine neue Technik, eine Lampe, die ich toll finde, oder einfach spannende Farbkontraste.“ Inspirationen sammelt Kevin Horlitz auch auf seinen Reisen. Im Sommer tourt er regelmäßig mit seiner Familie durch Europa, über Silvester sucht er im weiter entfernten Ausland nach Impulsen. Doch auch wenn er über die Insel fährt, scheint ihm nichts zu entgehen. Neulich entdeckte er bei einem befreundeten Dachdecker gelochte Kupferbleche. „Ich dachte sofort, dass man die auch an die Wand bringen könnte, lackiert in unterschiedlichen Farben.“ Eine Kunst sei es aber auch, so Horlitz, Ideen zu kanalisieren und zu entscheiden, was sich tatsächlich umsetzen lässt und am Ende Sinn ergibt. „Dafür muss man ein Gefühl entwickeln.“ Sich ständig weiterentwickeln, mit einem Projekt etwas Einzigartiges umsetzen, sich an der Wand verwirklichen – das treibt ihn an: „Das ist genau das, was mein Malerherz aufleben lässt.“ ◀



Malermeister Horlitz GmbH

Im Jahr 2019 machte Kevin Horlitz sich als Malermeister auf Norderney selbstständig. 2020 gründete er gemeinsam mit Immobilienkaufmann Arno Schleuter die Malermeister Horlitz GmbH. Damals arbeiteten die zwei noch in einer zehn Quadratmeter kleinen Garage. Das Duo beschäftigt inzwischen 16 Mitarbeitende und betreibt damit den größten Malerbetrieb auf der Insel. Zum Unternehmen gehört auch ein Ladengeschäft mit einem Bau- und Farbfachhandel.

→ malermeister-horlitz.de



01 — Maler und Lackierer Marco Bröcker streicht die Wand in einem Ferienhaus, das die Firma saniert

02 — Alt und Jung lernen voneinander: Marco Bröcker (r.) und Auszubildender Kilian Veen sind auf den Baustellen als Team unterwegs

03 — Alle für einen, einer für alle: Damit 15 Teammitglieder fürs Foto posieren können, blieb einer auf der Baustelle



Was war Ihr kreativstes Projekt?

Mal eben eine Kneipe bauen, eine Tätowierung entwerfen oder gärtnern: Das Team der **Malermeister Horlitz GmbH** auf der Insel Norderney ist nicht nur bei der Arbeit kreativ, es tobt sich auch in der Freizeit gerne aus





Eigenheim in Smart Home verwandelt

Ich habe meine eigene Wohnung umgebaut. Dafür habe ich erst die Wände verputzt und gespachtelt. Anschließend habe ich tapeziert. Außerdem habe ich selbst Parkett verlegt und Leitungen umgelegt. Darüber hinaus habe ich meine Wohnung zum Smart Home gemacht, das ich über mein Smartphone steuern kann. Meine Lampen sind beispielsweise mit meinem Smartphone verbunden und im Garten habe ich ein smartes Bewässerungssystem verlegt.

Sascha Ebbinghausen, 26 Jahre
Raumausstatter, seit einem Jahr im Betrieb

Liebt Technik



Den Zaun fit für die Salzlucht gemacht

Ich habe einen Schrebergarten, der von einem ziemlich langen Gartenzaun umgeben ist. Die salzige Luft hier auf der Insel greift viele Materialien an. Auch der Zaun war dadurch beschädigt. Ich habe über mehrere Tage die alte Farbe abgeschliffen und anschließend das Holz lasiert. Am Ende war es aber halb so schlimm – meine Frau hat mir bei allen Arbeiten am 40-Meter-Zaun geholfen.

Marco Bröcker, 43 Jahre
Geselle, seit drei Jahren im Betrieb

Kennt Chef Kevin Horlitz am längsten von allen



Das Carport-Projekt

Ich habe mit meinem Vater unseren Carport vergrößert und neu gestrichen. Wir haben die Querbalken ausgetauscht und das Dach verlängert. Mein Vater kennt sich gut aus und wir haben alles selbst gemacht. Dafür mussten wir auch das Dach des Carports anheben, was ziemlich aufwendig war. Am Ende haben wir alles noch weiß gestrichen. Das war nicht nur eine schöne Erfahrung, auch das Ergebnis ist schön.

Kilian Veen, 18 Jahre
Auszubildender, seit einem Jahr im Betrieb

Fährt jeden Tag mit dem Schiff zur Arbeit



Von der Blockhütte zur Gartenlounge

Ich habe im vergangenen Jahr aus einer alten Blockhütte in meinem Garten einen Cliquentreffpunkt gemacht. Im Innenraum der Hütte habe ich einen Tresen eingebaut und eine Zapfanlage mit Selbstkühler installiert. Es passen ungefähr zehn Leute in meine kleine Gartenlounge. Außerdem habe ich noch meine Terrasse vergrößert, sodass sie direkt an meinen Pool grenzt.

André Rumfeld, 31 Jahre
Geselle, seit zweieinhalb Jahren im Betrieb

Mag es gesellig



Erst wilder Garten, dann Gemüseparadies

Meine Familie hat einen rund 500 Quadratmeter großen Garten, in dem 15 Jahre lang nichts gemacht worden ist. Entsprechend viel war zu tun und ich habe mich dort so richtig ausgetobt: Ich habe alles umgegraben, Wege angelegt, Hochbeete und einen Stellplatz für Fahrräder gebaut. Durch den Garten sind wir nun Selbstversorger mit Gemüse: Wir haben zum Beispiel Kohlrabi, Kartoffeln, Rosenkohl und Grünkohl. Es gibt immer etwas zu tun und das ganze Jahr über wächst etwas. Das ist ein tolles Gefühl – und der Garten ist auch ein Rückzugsort für mich.

Fedo Bents, 27 Jahre
Tischler, seit zwei Jahren im Betrieb

Sein Garten ist seine Oase



Phönix als Zeichen der Verbundenheit

Meine Frau und ich haben eine gemeinsame Tätowierung. Wir haben uns für einen Phönix entschieden: Die eine Hälfte des Vogels trage ich auf meiner rechten Schulter, die andere Hälfte trägt sie auf der linken Schulter. Wir gehen oft so nebeneinander, ich links, sie rechts. Da gucken die Leute immer erst einmal. Wir haben auch am Entwurf für die Tätowierung mitgearbeitet. Es gibt sehr viele Darstellungen des Phönix und wir hatten ganz bestimmte Vorstellungen davon, wie er am Ende aussehen sollte.

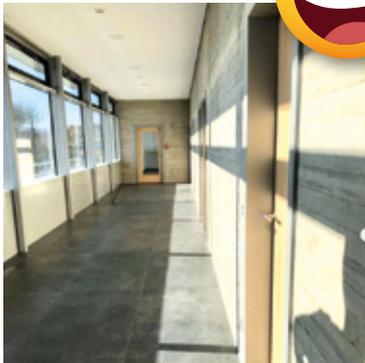
Uwe Dittmar, 53 Jahre
Maler und Lackierer, seit einem Jahr im Betrieb

Ist der Romantiker des Teams

#ONLINE



Die Umsetzung der Posts liegt bei Alexandra Hess, die Inhalte bespricht das Paar gemeinsam. Auch im Team: Gefällt jemandem ein Foto nicht, kommt ein anderes Bild ins Netz – Auswahl gibt es schließlich genug



→ Instagram@
malerwerkstatt_
andreas_hess

„Dieses Miteinander finden wir toll!“



Ein Firmenaccount auf Instagram? Einmal auf die Idee gekommen, ließen Malermeister Andreas Hess und seine Frau Alexandra Hess sich von fehlender Erfahrung nicht abschrecken. Stattdessen besuchten sie einen Schnellkurs der Handwerkskammer und durchleuchten seitdem täglich den Newsfeed. „Dazulernen gehört dazu und manchmal kann man sich bei Mitbewerbern inspirieren lassen“, erklärt Andreas Hess. Am Ende ist Social Media für ihn vor allem eines: sozial. Als Hauptsprechpartner seit 35 Jahren hat Brillux den Firmenaccount von Beginn an mit Likes und Kommentaren unterstützt – und auf einer Großbaustelle entstanden die Posts sogar Hand in Hand.

PRAXISTIPP

Mit SEO werden Sie sichtbar

Ihr Malerbetrieb kann mit Fachkompetenz und einer Website punkten, doch es mangelt an Präsenz im Netz? Dann benutzen Sie nicht genug Keywords! Diese Schlüsselbegriffe gibt man in Suchmaschinen ein, um Inhalte zu finden. Indem Sie prägnante Wörter in die Headlines, an Textanfang und -ende Ihrer Website einsetzen, erscheint sie in den Ergebnissen weiter oben. Dies wird Suchmaschinenoptimierung (SEO) genannt. Potenzielle Kund/-innen kombinieren bei ihrer Suche oft den Namen ihrer Region oder Stadt mit der gewünschten Leistung. Zum Beispiel: *Maler und Lackierer/ Fassadenarbeiten/Westerwald*.



Und Sie?

Sind Sie mit Ihrem Betrieb auch auf Instagram aktiv? Nutzen Sie vielleicht sogar TikTok? Wir freuen uns, wenn Sie uns Ihre Social-Media-Präsenz vorstellen! Sprechen Sie gerne Ihren Verkaufsberater an oder melden Sie sich direkt:

→ marketingunterstuetzung@brillux.de



→ bx.de/iff



Künstliche Intelligenz im Handwerk?

Die meisten Handwerksunternehmen haben keinerlei Erfahrung mit KI, Interesse besteht höchstens an der Übernahme von Verwaltungstätigkeiten – das zeigt eine Studie der Reihe „ifh Forschungsbericht“. Doch das könnte sich in naher Zukunft ändern. Beispielsweise werden beim Forschungsprojekt Bau Prevent im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) Bewegungsmuster von Angestellten im Maler- und Stuckateurhandwerk gemessen. Automatisch werden sie mit Gesundheitsdaten kombiniert und Ausgleichsübungen entwickelt, die den Handwerker/-innen am Ende eines Arbeitstages vorgeschlagen werden – individuell auf jede Person abgestimmt.

Neue Gesetze? Nur noch online!

Ab Januar 2023 sollen Gesetze und Rechtsverordnungen ausschließlich online abrufbar sein. Das beschleunigt die Verbreitung, schafft Transparenz und senkt den Papierverbrauch.

Wasserdicht, stoßfest und unempfindlich

Viele Malerbetriebe nehmen ihre Follower per Smartphone mit auf die Baustelle – tolle Idee für die Social-Media-Präsenz, aber riskant für das Smartphone. Outdoor-Smartphones sind um einiges robuster. Testsieger der von ExpertenTesten.de veröffentlichten Bestenliste 2022 ist das wasserdichte Gerät Caterpillar 60. Auf dem zweiten Platz folgt das hitze- und kälteresistente Samsung GT-B2100. Das Cyrus CS30 landet auf dem fünften Platz, ist aber aufgrund seiner Resistenz gegenüber Stößen, Staub und Schmutz besonders für die Arbeit auf der Baustelle geeignet.

15.00 Uhr

am Mittwoch ist die beste Zeit, um die Kundschaft mit einem Instagram-Post zu erreichen.

Quelle: 2020 Instagram Industry Report





Ein Schultag im Zeichen der Kreativität

Die Carl-Friedrich-Gauß-Schule in Groß Schneen hat sich beim **bundesweiten Wettbewerb „Betrieb trifft Schule“** durchgesetzt. Als Belohnung gab es Workshops, praktische Einblicke in das Malerhandwerk und ein Treffen mit Rapper Samy Deluxe und seinem Verein „SalutDeluxe“



DEINE ZUKUNFT IST BUNT
AUSBILDUNG IM MALER- UND STUCKATEURHANDWERK



Betrieb trifft Schule

Das Projekt startete 2020 unter dem Dach der Nachwuchsinitiative „Deine Zukunft ist bunt“. Schulen kommen dabei mit Maler- und Stuckateurbetrieben in Kontakt und ermöglichen Schüler/-innen einen Einblick in die Ausbildungsberufe. Am dazugehörigen Wettbewerb haben zuletzt 64 Schulen teilgenommen. Die Carl-Friedrich-Gauß-Schule gehörte zu den sechs der insgesamt 64 Teilnehmer, die es ins Finale schafften. Bei der Abstimmung setzte sich die Schule aus Groß Schneen durch und gewann so den Aktionstag.

→ brillux.de/betrieb-trifft-schule



Andre Richter steht vor einer zehn Meter langen Wand. Der 17-Jährige hält eine Spraydose in der Hand, drückt auf den Sprühknopf und bringt so blaue Farbe auf die Fläche. In diesem Moment kommt Jens Haepe um die Ecke. Der Schulleiter der Carl-Friedrich-Gauß-Schule erblickt den Sprayer – und schnappt ihn sich. „Das sieht richtig genial aus“, lobt er und betrachtet das Kunstwerk seines Schülers. Der blaue Schriftzug „Deluxe“ auf violetterm und schwarzem Hintergrund ist das Ergebnis des Graffiti-Workshops an diesem Schultag, der ganz im Zeichen der Kreativität stand. Den hatte sich die Schule aus dem niedersächsischen Groß Schneen mit ihrem Sieg bei „Betrieb trifft Schule“ verdient.



Kreative Facetten

Für diesen Bundeswettbewerb hatte Brillux zuvor Betriebe und Schulen zusammengebracht und mit ihnen Projektstage durchgeführt. Die Schüler/-innen gestalteten zusammen mit Maler/-innen aus der Region jeweils eine Wandfläche in ihrer Schule. Dank dieser Aufgabe erfuhr der potenzielle Nachwuchs schon im Vorfeld viel Spannendes und Praktisches über diesen kreativen und vielfältigen Berufszweig. Beim Aktionstag hieß es dann für alle 600 Jugendlichen: lieber die kreativen Facetten des Handwerks erleben, als Rechenwege zu finden und Vokabeln zu pauken. Im Showtruck der Brillux Nachwuchsinitiative „Deine Zukunft ist bunt“ bemalten sie beispielsweise virtuelle Wände und ließen sich durch Videos über die Ausbildung im Maler- und Stuckateurhandwerk informieren und inspirieren. >

01 — Außergewöhnlicher Schultag:
Statt Mathe stand der Besuch des Showtrucks der Initiative „Deine Zukunft ist bunt“ auf dem Stundenplan

02 — Bitte lächeln! Samy Deluxe stand für viele Selfies mit Posen bereit

03 — Kunst aus der Dose: Schüler Andre Richter entdeckte beim Workshop sein Talent für Graffiti



DEINE ZUKUNFT IST BUNT
AUSBILDUNG IM MALER- UND STÜCKATEURHANDWERK



„Die Bedeutung von handwerklichen Berufen wird heutzutage leider oft verkannt.“

Jens Haepe, Schulleiter

Programm Deluxe

Hundert Schülerinnen und Schüler bekamen zusätzlich die Möglichkeit, an Workshops wie Beatboxing, Breakdance, Graffiti und Vocal Coaching teilzunehmen, durchgeführt von zehn Coaches des Hamburger Vereins „SalutDeluxe e.V.“. Auch der Gründer des Vereins, Musiker Samy Deluxe, war zu diesem Anlass extra aus der Hansestadt in den Landkreis Göttingen gereist. Der Rapper schrieb Autogramme, posierte und lächelte für Selfies, vor allem aber schaute er bei allen kreativen Aktionen der Jugendlichen vorbei. „Ich habe so viele glückliche Gesichter und super Ergebnisse gesehen“, freute sich Samy Deluxe. Der Aktionstag sorgte auch bei den Teilnehmenden für Begeisterung. „Ich habe mich schon immer mit Graffiti beschäftigt“, erzählt etwa die 16-jährige Kirile Popp. „So ein Tag weckt bei mir die Lust, demnächst wieder eigene Designs zu entwickeln.“

Horizontenerweiterung

Auch Schulleiter Jens Haepe genoss die Stimmung am Aktionstag. „In den vergangenen zwei Jahren mussten wir viele Veranstaltungen aufgrund der Corona-Pandemie ausfallen lassen“, erinnert er sich. „Einen Tag wie diesen haben sich die Schülerinnen und Schüler einfach nur verdient.“ Die Aktion

brachte den Jugendlichen viel Spaß – und diente gleichzeitig der Berufsorientierung und der Horizontenerweiterung. „Die Bedeutung von handwerklichen Berufen wird heutzutage leider oft verkannt“, begründet der Schulleiter die Teilnahme an dem Wettbewerb. „Wir legen großen Wert darauf, dass sich unsere Schülerinnen und Schüler in diesem Bereich informieren.“

Markantes Farbdesign und 3D-Optik

Die Maler Günther GmbH hatte ebenfalls einen Stand auf dem Pausenhof aufgebaut. Dort zeigte das Team, wie eine Farbspritzpistole funktioniert. Mit dem Airless-Verfahren konnten die Schüler/-innen Bilder gestalten und als Andenken mit nach Hause nehmen. Das Handwerksunternehmen war maßgeblich daran beteiligt, dass sich die Schule beim Wettbewerb durchsetzte.





01 __ Graffiti mit Profi:
Tim Siemokat (M.) sprüht
Kunst mit Andre Richter
und Kirile Popp

02/03 __ Caroline und
Mark Günther sowie
Bastian Ederleh (r.) gestal-
teten den Siegerraum
im modernen 3D-Effekt

04/05 __ Guido Höper
zeigt Beatbox-Skills:
„Wenn's im Mund kitzelt,
macht ihr alles richtig.“
Unten: Auszubildende
Angelina Austinat erklärt
das Airless-Verfahren

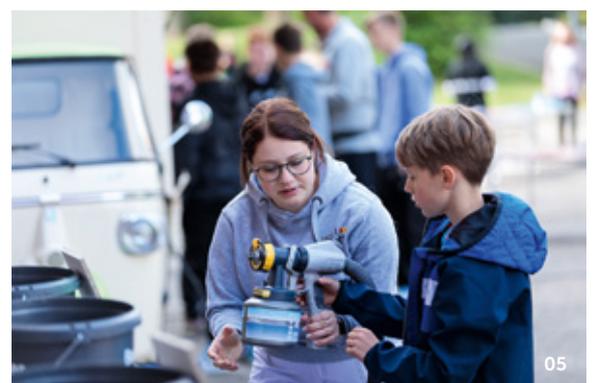


„Ich habe den ein oder
anderen Schüler von
einer ganz anderen
Seite kennengelernt.“

Christine Klein, Schulsozialpädagogin



Als Schulsozialpädagogin Christine Klein im Jahr 2020 die Bewerbung für die Schule in Groß Schneen auf den Weg brachte, suchte sie einen Partner – und fand ihn im benachbarten Rosdorf. Ein Geselle und zwei Auszubildende starteten ein Projekt mit einer Gruppe aus der achten Klasse und gestalteten eine Bücherei in einen Multifunktionsraum um. Geschäftsführer Mark Günther ist stolz darauf, was das Team geleistet hat. Er deutet auf das markante Farbdesign an der Wand des ausgezeichneten Raums: Dreiecke und Vierecke in Violett, Türkis, Grün und Gelb erzeugen einen 3D-Effekt. „Bei solchen Projekten wird deutlich, dass Handwerk auch Kunst ist.“ Auf dem Schulhof, in den Sporthallen und in den Musikräumen enden derzeit die Workshops. Andre Richter gibt seine Spraydosen wieder ab und fasst einen Entschluss. Der 17-Jährige will jetzt in seine kreative Zukunft investieren: „Ich werde mich jetzt noch mal intensiver mit dem Thema auseinandersetzen.“ ◀



Harmonie durch Kontraste

Mit der Renovierung dieser Fassade durch den **Malerbetrieb Wittbrodt & Engels** entpuppte sich ein schlichtes Mehrfamilienhaus im Duisburger Stadtteil Mittelmeiderich als ausgezeichneter Hingucker

Daniel Engels, Wittbrodt & Engels GmbH, Duisburg



Malermeister Helmut Wittbrodt gründete 1965 seinen eigenen Betrieb in Duisburg. Fünf Jahre später zog er mit vier Mitarbeitern in die Wintgenstraße, wo der Betrieb bis heute ansässig ist. Sohn Rüdiger übernahm 1986 die Geschäftsführung und bildete auch seinen Neffen Daniel Engels zum Malermeister aus. Seit Rüdiger Wittbrodt vor vier Jahren in Rente ging, führt Engels in dritter Generation den Familienbetrieb und ist heute, mit 35, Chef von rund 17 Mitarbeitern und fünf Auszubildenden.

→ wittbrodt.de



01



02

Duisburg hat den größten Binnenhafen der Welt, gilt als bedeutender Verkehrsknotenpunkt und wurde durch die „Schimanski-Tatorte“ zur Legende. Trotzdem gilt die Stadt zwischen Niederrhein und Ruhrgebiet nicht gerade als Gewinnerin des Strukturwandels. Immerhin: Seit einigen Jahren sind positive Effekte dank der Nachbarschaft zur prosperierenden Landeshauptstadt Düsseldorf spürbar. Und mittlerweile werden auch in weniger wohlhabenden Vierteln neue Akzente gesetzt – dank privaten Engagements.

Schwierige Lage

Wenn man auf der Herbststraße in Mittelmeiderich die Stadtautobahn 59 Richtung

„Farbkontraste betonen, gleichen aus und formen.“

Jens Peskes, Verkaufsberater bei Brillux



Bahnhof unterquert, geht gleich rechts die Heisingstraße ab. An der Ecke steht ein typischer dreistöckiger Mehrfamilienaltbau, mit Gauben und teilweise ausgebautem Dachgeschoss. Seine alte, in Brauntönen gehaltene Fassade mag in den 1970er- und 1980er-Jahren modern gewesen sein. Mittlerweile passte sie sich aber eher dem recht trostlosen Eindruck dieses Stadtteils an. Doch eines Tages kam der Eigentümer mit einem in der Nachbarschaft wohnenden Mitarbeiter des Malerbetriebs Wittbrodt & Engels ins Gespräch. Kurz darauf klingelte bei Geschäftsführer Daniel Engels das Telefon. Ein erster Ortstermin folgte. „Die Fassade hatte leichte Haarrisse und war verwittert“, erinnert sich Engels an den damaligen Zustand des Gebäudes. „Die Substanz war aber eigentlich noch

in Ordnung.“ Es ging also in erster Linie um einen neuen Anstrich und, vor allem, um die Entwicklung eines zeitgemäßen Farbkonzepts.

Farbdesign – online und analog

Hierfür kam unter anderem der digitale Farbdesigner von Brillux zum Einsatz. Daniel Engels lud in der kostenfreien Online-Anwendung ein Foto von der Außenansicht des Objekts hoch und gestaltete es anschließend farblich. Das sei nicht zuletzt zur Erprobung von Kontrasten praktisch, erläutert Jens Peskes, der zuständige Verkaufsberater. „Die Wirkung von Farben wird durch Kontraste gesteuert. Sie betonen nicht nur, sie mildern, gleichen aus und formen.“ Mit über 1.500 Farbtönen lassen

01 — Die Ecke Herbststraße/ Heisingstraße erstrahlt in neuem Glanz. Auch die Jalousien im ersten Stock passen farblich

02 — Sogar die Hausnummer ist in das Farbkonzept integriert. Und wer mal im Regen länger klingeln muss, wird hier nicht nass



„Das Konzept habe ich einfach auf dem Laptop präsentiert.“

Daniel Engels, Geschäftsführer und Malermeister



01



02

01 — Vorher (r.) herrschten hier noch Herbstfarben. Links der Farbentwurf: Mithilfe des Farbdesigners wurden Farben und Kontraste erprobt

02 — Morgensonne erhellt die frühlinghaften Schattierungen des Dachgeschosses. Was sich hinter den Nischen links verbirgt, bleibt im Dunkeln

03 — Nicht nur über die Fassadenstruktur hat man sich Gedanken gemacht. Die Fenster im Erdgeschoss glänzen im Art-déco-Stil

04 — Manch unspektakuläres Fenster offenbart bei längerer Betrachtung ein Spiel aus Licht und Schatten

sich im Farbdesigner schier unendliche Kombinationsmöglichkeiten austesten. Da ist es von Vorteil, wenn man weiß, in welche Richtung es gehen soll. „Starke Kontraste“, so Peskes, „wirken laut und lebhaft, schwache eher leiser, ruhiger und dezenter.“

Daniel Engels entschied sich einfach für beides. Auf seinem komplett in Grün gehaltenen Entwurf setzte sich einerseits eine große, sehr helle Fläche von dunkelgrünen Rahmen ab. Andererseits wirkt das Nebeneinander mittlerer Töne beruhigend. Zusammen genommen entsteht eine ungewöhnliche Harmonie in Grün. Mit diesem Entwurf aus dem Farbdesigner auf dem Laptop, Farbtonkarten und Musterblättern ging Daniel Engels zum Kunden – und überzeugte ihn sofort.

Bester Platz

Im Herbst 2020 ging es los. Die fast 400 Quadratmeter Fassadenfläche forderten Wittbrodt & Engels einiges ab. „Ich musste alle Gerüstteile aus dem Lager verbauen“, erinnert sich Daniel Engels lachend. „Mehr hätte ich auch nicht gehabt.“ Dann wurde die komplette Fläche mit dem rissverschlemmenden Streichfüller grundiert und die teilweise kleinteilig strukturierte Fassade mit vier verschiedenen Grüntönen gerollt. „Wetterbedingt mussten wir ein paar Mal unterbrechen“, blickt Engels zufrieden zurück, „aber immer mit zwei bis drei Personen auf der Baustelle waren wir in rund vier Wochen fertig.“

Ein zweites Happy End folgte eineinhalb Jahre später beim Fassadenwettbewerb



03

„Starke Kontraste wirken laut, schwache dezenter.“

Jens Peskes, Verkaufsberater bei Brillux



04

Make Up Duisburg. Damit engagiert sich die örtliche Maler- und Lackierer-Innung schon seit 1973 für ein gepflegteres Stadtbild. Bereits damals verstand man hier die Instandsetzung des Häuserbestands nicht bloß als oberflächliche Verschönerung. Ein frischer Fassadenanstrich wirkt als psychologisches Signal für die positive Weiterentwicklung von Straßen und Stadtteilen. Und so wurden auch 2022 Hausfassaden und Objekte prämiert, deren sorgfältig ausgeführte Renovierung eine besondere architektonische Wirkung und Farbharmonie hervorbrachte. Dass der erste Platz in der Kategorie „Häuser ohne Stuck“ an das Eckhaus in der Heisingstraße 22 ging, war für alle Beteiligten eine tolle Bestätigung – und vielleicht auch eine Inspiration für die Nachbarschaft. ◀

Beteiligte und Services

Bauherr: privat

Ausführender Betrieb:

Wittbrodt & Engels GmbH, Duisburg

Verkaufsberatung: Jens Peskes, Brillux Krefeld

Materialien: Fassaden-Streichfüller 444, Evocryl 200

Buntere Berufsschule

Das zweitägige Seminar bildete den Startschuss für eine Neuheit in der Brillux Nachwuchsförderung: **auf Berufsschullehrer/-innen zugeschnittene Angebote der Brillux Akademie.** Thema der Auftaktveranstaltung: (digitale) Methoden zur Unterrichtsergänzung und wie sie Lernerfolge der Azubis nachhaltig verbessern. Die Auftaktveranstaltung in Erfurt im Juni war ein voller Erfolg

Wer im Internet nach geeigneten Lehrunterlagen sucht, der kommt um Brillux nicht herum“, sagt Berufsschullehrer Gerd Schulz, während er in der Veranstaltungspause über sein Smartphone wischt und konzentriert die Lernapp-Kacheln



„Es tut gut, nach den Lockdowns wieder in den Austausch mit Kollegen zu kommen.“

Gerd Schulz, 63, Lehrer aus Schmalkalden

betrachtet. Als Lehrer für Maler/-innen und Lackierer/-innen am Berufsbildungszentrum im südthüringischen Schmalkalden ist er zwar seit Beginn der Corona-Pandemie mit Online-Unterricht vertraut, möchte aber seine Kenntnisse weiter vertiefen. „Mit dem ersten Lockdown mussten wir uns ja ziemlich spontan auf veränderte Unterrichtsbedingungen einstellen“, erklärt der 63-Jährige. Für ihn gehören digitale Lehr- und vor allem Selbststudienangebote heute fest zur Gestaltung seines Unterrichts.

Berufsschule trifft auf Brillux

Wie vielfältig diese Gestaltung sein kann, erfahren Gerd Schulz und seine Kolleg/-innen Anfang Juni bei Brillux in Erfurt. Auf Einladung der örtlichen Landesfachberaterin für Farbtechnik und Raumgestaltung Iris Eisleb beschäftigten sich die zwölf Lehrer/-innen aus Thüringen und Sachsen mit dem Brillux Angebot zur vielfältigen Unterrichtsgestaltung wie beispielsweise der Brillux Lernwelt oder der Lernapp simpleclub. Im Fokus standen Online-Angebote, der Mehrwert individueller Lernansätze und das zeitgemäße Vermitteln von Ausbildungsinhalten. „Wir haben uns das erste Mal ganz bewusst an diese Zielgruppe gewandt, die in vielerlei



01

01 — Perspektivwechsel:
Die Lehrerinnen und Lehrer drückten die Schulbank; Philipp Kern erklärte die individuellen Lernansätze

02 — Und wie macht ihr das so? Die Teilnehmenden tauschten sich ausgiebig über ihren Unterricht aus



„Wir müssen in unseren Lehrangeboten digitaler werden.“

Iris Eisleb, 61, Landesfachberaterin für Farbtechnik und Raumgestaltung



02

Hinsicht wichtig und interessant ist“, schildert Philipp Kern. Der Leiter der Brillux Akademie hatte die Weiterbildungsveranstaltung in enger Abstimmung mit Iris Eisleb konzipiert. „In den Berufsschulen wird schließlich der Grundstein für die Ausbildung der künftigen Maler und Lackierer gelegt“, so der 37-Jährige. „Die Verbindung von Brillux und Ausbildung gelingt hier nahezu spielerisch.“ Die Inhalte selbst seien jedoch weit mehr als nur ein Spiel, betont er: „Wir haben über die Jahre die Weiterbildungsangebote und -formate, und so auch unsere Expertise, erweitert. Hinzu kommt die Vielfalt unserer Produkte und Innovationen mit ihrem ganz unterschiedlichen Einsatzspektrum.“



Das neue Weiterbildungsangebot für Berufsschullehrer/-innen ist Teil der Brillux Ausbildungspartnerschaft.

Mehr Informationen unter:
→ brillux.de/ausbildungspartnerschaft





01 — Die Teilnehmenden kamen für das Seminar aus den verschiedensten Regionen angereist

02 — Digitale Lernmodule unterstützen die Lehrenden mit didaktisch und methodisch gekonnt aufbereiteten Inhalten

03 — Gutes Klima: Im Seminar wurden, neben dem Fachwissen, auch persönliche Erfahrungen ausgetauscht

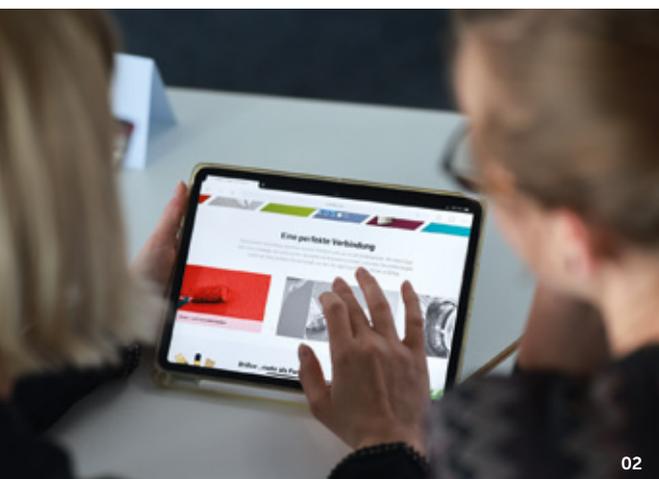
Lehrende werden ins Boot geholt

Während des zweitägigen Seminars bildeten die Brillux Produkte und Innovationen die erste Gesprächsgrundlage, öffneten den Raum für Fragen und den Austausch über das Farbangebot hinweg. Lehrerin Tina Müller kam für den Workshop extra aus Dresden: „Nur durch Weiterbildung bleiben wir am Ball. Unterrichtsnahe Angebote wie hier helfen uns, aktuell zu sein.“ Gerd Schulz ergänzt: „Es ist eine gute Sache, dass Brillux uns als Berufsschullehrer mit ins Boot holt und wir auf diese Weise unseren eigenen Unterrichtshorizont ein gutes Stück erweitern können. Diese Weiterbildungsveranstaltung betrachte ich nicht



„Dieses Seminar ist bemerkenswert – darin liegt noch eine große Chance.“

Axel Grüsner, Trainer Soft-Skill-Seminar
„Methodenfeuerwerk für Berufsschullehrer“



nur als persönliche Bereicherung, sondern als zukunftsweisenden Erfolg für alle Berufsschullehrer/-innen.“ Davon ist auch Seminarleiter Axel Grüsner überzeugt, der am zweiten Tag die Kursleitung übernahm. Der Mentor für Business und Management ist begeistert von der positiven Energie, die die Teilnehmenden mitbrachten: „Die Seminarteilnehmer/-innen kannten sich untereinander nicht, sie kamen aus verschiedenen Regionen, waren aber merklich glücklich darüber, sich face to face austauschen zu können.“ ◀



03



Weiterbildung gezielt angehen – mit den umfangreichen Angeboten der Brillux Akademie profitieren ab sofort auch Berufsschullehrer/-innen von der Brillux Nachwuchsförderung

VEREINT FÜR UNSERE AZUBIS

Ausbildungsbetrieb & Berufsschule

Täglich stecken Sie Herzblut in die Ausbildung Ihrer Azubis. Damit sind Sie nicht allein: Fördern Sie Ihren Nachwuchs und machen Sie Berufsschullehrer/-innen auf Brillux' umfangreiche Weiterbildungsmöglichkeiten aufmerksam – Ihre Azubis profitieren von digital gestaltetem Unterricht und können neue Branchentrends live miterleben.

Mehr Informationen finden Sie unter:
→ brillux.de/berufsschule



„Es ist wunderbar, dass die reichen Traditionen des Handwerks bis heute zelebriert werden. Sie erzählen uns vom Zauber der Arbeit mit den Händen und dem Verstand.“

Michael Sommersell, Experte für Malergeschichte



Zukunft fußt auf Vergangenheit: Deshalb sind die Namen der früheren Verantwortlichen der Hamburger Innung in die Obermeisterkette eingraviert

TEIL 10
HISTORISCHES HANDWERKSZEUG

TRADITIONELLE EHRUNG

Glanz und Gloria

Wenn es schimmert und funkelt, dreht es sich häufig um etwas ganz Besonderes. Denn Wertschätzung und Ehre werden in unserer Welt oft mit edlen Metallen verbunden – sei es bei Schmuckstücken wie Kronen, bei Medaillen, Orden oder Pokalen. Was sich in Königshäusern oder im Sport bewährt, wird auch im Handwerk zelebriert. Im Glanz des Handwerks schwelgen, das klappt exzellent im Deutschen Maler- und Lackierer-Museum in Hamburg. Hier lassen sich zum Beispiel der Becher „Willkomm“ und die Obermeisterkette der Maler- und Lackierer-Innung Hamburg bestaunen.

Schluck aus dem Becher

Die prunkvollen Exponate erzählen von der stolzen Tradition der Handwerksinnung: „Jedes Jahr werden in der Hamburger Hauptkirche St. Jacobi die Meisterinnen und Meister freigesprochen. Der Meisternachwuchs bekommt seit Jahrhunderten einen Schluck aus dem ‚Willkomm‘ – wenn er es denn will. Dieses Ritual steht für die Aufnahme in die Gemeinschaft“, erklärt Experte Michael Sommersell. Die Tradition des Bechers pflegen bis heute zahlreiche Innungen; zu welchen Anlässen er auf den Tisch kommt, ist regional jedoch verschieden. Auch die Obermeisterkette erzählt von der langen Geschichte der Hamburger Maler/-innen. Der Obermeister oder die Obermeisterin trägt

sie bis heute bei Festen der Innung – etwa bei Ein- und Ausschreibefeiern der Gesellinnen und Gesellen oder bei Freisprechungen der Meister/-innen. Damit steht das Handwerk in einer weitverbreiteten Tradition, denn Amtsketten gibt es in vielen gesellschaftlichen Feldern. Bürgermeister/-innen oder auch Hochschulrektorinnen und -rektoren schmücken sich ebenfalls mit prunkvollen Ketten.

Traditionen mit Zukunft

Die Amtskette und der „Willkomm“ stehen für das Besondere, das im Handwerk steckt. Schleifen, spachteln, lackieren, streichen, lasieren oder tapezieren – all das ist harte, aber vor allem auch kreative Arbeit. Dass das Handwerk richtig glänzen kann, beweist es seit Jahrhunderten mit seinen Insignien und Ritualen, die bis heute Bestand haben und die Leistung im Handwerk symbolisieren. Auch wenn die Art der Tätigkeiten immer fortschrittlicher und zusehends technisiert wird, das Brauchtum wird fortgeführt. Aber längst nicht nur aus nostalgischen Gründen, weiß Michael Sommersell, sondern vor allem, weil das Handwerk auf diese Art und Weise gewürdigt wird: „Denn etwas vom ersten bis zum letzten Schritt selbst anzufertigen, das hat etwas Stolz, etwas Einmaliges, etwas Magisches. Und daran wird sich auch in Zukunft wenig ändern.“ ◀



In Hamburg bekommen die frischgebackenen Meisterinnen und Meister einen Schluck Wein aus dem Becher „Willkomm“



Unser Experte

Michael Sommersell, 62, ist Maler und (ö.b.u.v.) Sachverständiger und Dipl.-Biologe in Hamburg und bewahrt im Deutschen Maler- und Lackierer-Museum die Geschichte des Handwerks
→ malermuseum.de

Betrieb im
Fokus



Kompakt & konkret

Wie tickt Ihr Team? Das ist Typsache!

Sie haben zu selten Zeit, Fachliteratur zu wälzen? Kein Problem! Wir bündeln für Sie das Expertenwissen. In dieser Ausgabe verrät Diplom-Psychologin und Buchautorin Stefanie Stahl, **wie Sie den Persönlichkeitstyp Ihrer Mitarbeiter/-innen erkennen und richtig einsetzen**

Merkmale sind
angeboren – nicht
ausgesucht.

SCHAUEN SIE HIN!

Ihr Mitarbeiter ist ein echter Gewinn – kreativ, herzlich und voll brillanter Ideen – doch er behält Zeitpläne nicht im Blick und im Gespräch geraten Sie ständig aneinander? Stefanie Stahl unterscheidet vier Dimensionen, die unsere Persönlichkeit bestimmen. Die vier folgenden Abschnitte vermitteln einen Überblick über die Wesenszüge Ihrer Mitarbeitenden. In Zukunft können Sie sich so von vornherein auf Ihren Mitarbeiter einstellen, die Gesprächsführung erfolgreich steuern und Arbeitsanweisungen zielgenau vergeben.



DYNAMISCH ODER BESONNEN?

Aus der Außenwelt oder dem Innenleben – woraus bezieht Ihr Team Energie? Geben Sie Extrovertierten abwechslungsreiche Aufgaben, Introvertierte benötigen genügend Raum, damit sie ungestört arbeiten können. Die höhere Dopamin-Ausschüttung der Extrovertierten aktiviert das Belohnungszentrum. Die Aussicht auf Erfolg motiviert sie, während Introvertierte Planungssicherheit bevorzugen. Tipp: Unbedingt Extrovertierte laut denken lassen und Introvertierte nach ihrer Meinung fragen.



Das eine ist
nicht besser
als das andere.



FAKTEN ODER VISIONEN?

Realistische Menschen gehen systematisch vor und überzeugen mit Genauigkeit und Faktenwissen. Sie bevorzugen den konventionellen Weg, Theorien ohne Praxisbezug langweilen sie. Mitunter verlieren sie das große Ganze aus dem Blick. Hier punkten die Menschen mit Visionen, die abstrakt Denkenden: Ihre Ideen bringen Ihr Unternehmen voran und Sie können sich darauf verlassen, dass jemand mitdenkt. Tipp: Beziehen Sie Abstrakte früh in die kreative Projektentwicklung ein und übertragen Sie die Verantwortung den Realist/-innen.

Für alle gilt: Nicht gemeckert ist NICHT genug gelobt.

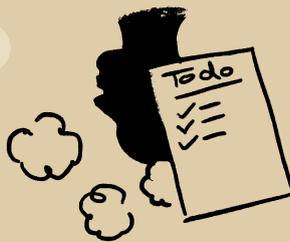


FÜHL- ODER DENK-ENTSCHEIDER?

Fühl-Entscheider wirken offen und sympathisch, sie besitzen eine warme Ausstrahlung. Denk-Entscheider sind selten launisch, sind schwer zu beleidigen und denken lösungsorientiert. Gegen gute Stimmung haben sie nichts, aber im Zweifel fokussieren sie sich lieber auf die Sache. Fühl-Entscheidern hingegen ist die Harmonie sehr wichtig. Tipp: Am besten dringen Sie zu ihnen durch, wenn Sie häufig loben und Kritik besonnen äußern. Bleiben Sie bei Denk-Entscheidern sachlich – Gefühlsausbrüche verwirren sie nur.

Konkret Denkende sehen, was machbar ist. Abstrakte, was möglich wäre.

Lockere nehmen sich Zeit; Organisierte teilen sie ein.



ABSCHLUSS ODER PROZESS IM FOKUS?

Organisiert oder locker? Beides hat Vor- und Nachteile: Die Organisierten lieben Struktur, lassen sich nicht ablenken und verlieren nie das Ziel aus den Augen – improvisieren ist nicht ihre Stärke. Die Lockeren sind zwar chaotischer, reagieren aber spontan und flexibel. Tipp: Ein Team braucht beides. Die Organisierten fokussieren und treiben Dinge voran; die Lockeren verhindern den Tunnelblick und erweitern die Perspektive.



Das Buch zur Seite

Wenn wir uns selbst und andere richtig einschätzen können, zeigt sich das eigene Verhalten und das unserer Mitmenschen in einem neuen Licht.

So bin ich eben!, Stefanie Stahl, Ellert & Richter Verlag, 272 Seiten, 15 €



Gemeinsam kreativ werden

Mit Alina Soyez hat die ältere Tochter eine leitende Position in der **Soyez Stuckateur GmbH** übernommen. Gemeinsam mit ihrem Vater Axel Soyez, ihrer Mutter Andrea und ihrer Schwester Lara bringt sie den Familienbetrieb auf kreative Weise voran



„Es hat viel damit zu tun, dass es sich nicht so sehr wie Arbeit anfühlt.“

Axel Soyez, Geschäftsführer

Familie Soyez steckt voll individueller Expertise, kreative Lösungen für den Familienbetrieb entstehen jedoch stets gemeinsam. „Wir versuchen alle, voneinander zu lernen, und sitzen bei strategischen Entscheidungen gemeinsam am Tisch“, erzählt Alina Soyez. Die 26-Jährige sammelte als duale Studentin bereits 2015 erste Erfahrungen im Familienunternehmen. Axel Soyez kann auf ihre Mitarbeit ebenso zählen wie auf die ihrer Mutter und ihrer Schwester. Als Chef setzt er auf flache Hierarchien, innerhalb der Familie vertraut er auf die Kompetenz seiner Frau und seiner Töchter. Das Geheimnis: Jeder steckt Herzblut in seine persönliche Leidenschaft und bringt diese ins Unternehmen ein.

Familie heißt hier Frauenpower

Als Architektin und Feng-Shui-Beraterin ist Andrea Soyez, 55, „unglaublich kreativ“, beschreibt Alina Soyez. Sie übernahm die Marketingabteilung vor vier Jahren von ihrer Mutter: „Damals war das Thema ja noch nicht so groß, aber unsere Website und andere Marketingleistungen wurden von ihr betreut.“ Doch auch als Marketingleiterin muss die 26-Jährige nicht auf

die Unterstützung ihrer Familie verzichten: Ihre Mutter steht ihr nach wie vor beratend zur Seite. Und Social Media betreut Alina gemeinsam mit ihrer Schwester Lara Soyez. Die 23-Jährige verkörpert als Auszubildende die junge Zielgruppe. Ihr Input ist unverzichtbar, wenn es darum geht, was junge Menschen eigentlich wollen. Familie Soyez vertraut aber nicht nur auf ihr junges Alter, sondern auch auf Lara Soyez' fachliche Kompetenz. Schließlich verbindet die Ausbildung zur Ausbaumanagerin handwerkliche Praxis mit Unternehmensmanagement. Nach dreieinhalb Jahren Ausbildung ist Lara Soyez dann nicht nur voll ausgebildete Stuckateurin, sondern kann zugleich mit einem Meisterbrief aufwarten. Kein Wunder also, dass sie bei strategischen Entscheidungen nicht fehlen darf, da sind



01 — Um den Familientisch versammelt: Axel Soyez, Lara Soyez, Andrea Soyez, Alina Soyez (v. l. n. r.)

02 — Lara und Alina Soyez bringen Expertise und frische Ideen ins Familienunternehmen

03 — Geschäftsführer Axel Soyez ist von der kreativen Energie seiner Familie überzeugt

04 — Mitarbeiter/-innen schätzen das repräsentative Betriebsgebäude in Ilsfeld





Soyez Stuckateur GmbH

Axel Soyez übernahm 1993 seinen Ausbildungsbetrieb – damals bestand das Unternehmen schon seit 45 Jahren. Inzwischen ist der Maler- und Stuckateurbetrieb in Ilsfeld auf 140 fest angestellte Mitarbeiter/-innen gewachsen, über 1.100 Projekte im Jahr sprechen für sich. Neu ist die Arbeitgebermarke „Mein Team“, die neben Soyez vier weitere Partnerbetriebe umfasst.

→ soyez.de

sich Mutter und Schwester einig: „Sie repräsentiert unsere Zielgruppe, ihr Blickwinkel darauf, was eigentlich wichtig ist, ist für uns entscheidend.“

Aus Liebe zur Arbeit

Geschäftsführer Axel Soyez kann nicht nur auf familiären Rückhalt, sondern auch auf geballte Frauenpower zählen. Jede der Frauen ist doppelt qualifiziert, gemeinsam bringen sie Expertise aus verschiedenen Blickwinkeln ein. Hinzu kommt die jahrelange Erfahrung, die Andrea Soyez an der Seite ihres Mannes sammelte. 1993 übernahm er seinen Ausbildungsbetrieb, seitdem ist dieser beständig gewachsen – inzwischen auf 140 Mitarbeiter/-innen und 1.100 Projekte im Jahr. Axel Soyez' Erfolgsgeheimnis ist so intuitiv wie wegweisend: „Es ist seine Herangehensweise an Herausforderungen, sein Blick fürs Wesentliche und seine Art zu führen“, sagt Andrea Soyez über ihren Mann. Dass dieser nach langen Arbeitstagen

01/02 — Leidenschaft für den Beruf macht glücklich, aber erst die Kollegen sorgen für richtig gute Laune bei der Arbeit

03 — Das erste „Mein Team“-Event wurde mit viel Herzblut organisiert und zeigt, dass das Team nicht nur gemeinsam arbeiten, sondern auch feiern kann

04 — Sämtliche „Mein Team“-Marketingangebote wurden im Einklang miteinander entwickelt. Mehr auf:
→ mein-team.net



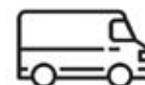
140
Mitarbeiter



16
Meister



1.100
Projekte im Jahr



90
Fahrzeuge



03

„Wir sind offen für Innovationen, ob es neue Maschinen oder Ideen sind.“

Alina Soyez, Marketingleiterin



04

immer noch frisch und entspannt wirkt, hat viel damit zu tun, dass „es sich nicht so sehr wie Arbeit anfühlt.“ Diese Einstellung kann man nicht lernen, auch der Fokus ist zweitrangig: „Ich bin sicher, wenn er nicht Stuckateur gelernt hätte, sondern etwas ganz anderes, dann würde es dort ebenso gut funktionieren“, meint Andrea Soyez.

Von Kindesbeinen an

Diese Liebe zur Arbeit erlebten Alina und Lara Soyez von Kindesbeinen an. Der Ehrgeiz, mit dem sie ihr eigenes Berufsleben in Angriff nehmen, kommt nun auch dem Familienunternehmen zugute. Doch Soyez wäre nicht Soyez, wenn professioneller Perfektionismus nicht mit familiärer Herzlichkeit und Nahbarkeit verbunden wäre. Alina Soyez' Stimme ist die Wärme anzuhören, wenn sie von ihrer Familie erzählt: „Meine Eltern sind immer offen für neue Ideen, man muss sie einfach nur gut begründen und umsetzen – dann kann ich mir ihrer Unterstützung sicher sein.“

Der Arbeitgeber als Marke

Innovativ zu sein – diesen Wunsch verkörpert die Firma Soyez in vielerlei Hinsicht. Mitarbeiter/-innen schätzen die moderne Betriebsausstattung sowie spannende Bauprojekte. Innovation ist einer von drei Werten der Arbeitgebermarke „Mein Team“, die neben Soyez aus vier Partnerbetrieben besteht (Malerwerkstatt Köhler, Malerbetrieb Koos, Lutz Akustik und Trockenbau, Stuckateur- und Malerbetrieb Schuster). Kern der Arbeitgebermarke bildet die Suche nach Gesellen oder Quereinsteigern für die Baustelle sowie nach Auszubildenden. Denn genauso wie ein Unternehmen sich mit Produkten und Dienstleistungen zu einer Marke entwickeln kann, kann es sich auch im Arbeitgebermarkt wiedererkennbar positionieren. Das ist umso wichtiger, je mehr Konkurrenz um wichtige Fachkräfte im Handwerk besteht. Im Interview erzählt Marketingleiterin Alina Soyez, wie die „Mein Team“-Broschüren entstanden sind. ➤



Keine Floskeln, keine leeren Versprechungen

Dass Alina Soyez, Marketingleiterin, keine Floskeln bedient, wenn sie von Innovation spricht, zeigt das neueste **Marketingprojekt der Soyez Stuckateur GmbH**. Das aufwendig umgesetzte Projekt der Arbeitgebermarke „Mein Team“ setzt neue Standards in der Fachkräftesuche

Mit der Entwicklung einer Arbeitgebermarke wollen Unternehmen sich von anderen abheben. Wie überzeugen Sie?

Heute müssen Betriebe definitiv auch mit Werten und einer besonderen Unternehmenskultur punkten. Viele Unternehmen wissen nicht, inwiefern sie sich von anderen abheben können oder sollen. Auch wir haben erst während der Entwicklung unserer Arbeitgebermarke herausgefunden, dass – und warum – wir ein besonderer Arbeitgeber sind. Unabhängig durchgeführte Befragungen zeigen, dass unsere

Mitarbeiter/-innen insbesondere die modernen Werkzeuge, das entgegengebrachte Vertrauen und die Stärke unseres Unternehmens schätzen. Dadurch haben sich auch die Werte entwickelt, die das Leitbild der Arbeitgebermarke bilden: „stark. wertschätzend. innovativ.“

Wie setzen Sie das im Marketing um?

Wir ziehen das Leitbild komplett durch. Sowohl auf der „Mein Team“-Website als auch im „Mein Team“-Film bilden die Werte „stark. wertschätzend. innovativ.“ den roten Faden. Und auf den gemeinsam mit Brillux entwickelten „Mein Team“-Broschüren zur Fachkräftesuche sind die Worte bereits auf dem Umschlag zu lesen.

Wer wird mit den Broschüren angesprochen?

Unsere Hauptzielgruppe sind Maler, Stuckateure und Trockenbauer im Alter von 25 bis 40 Jahren – in der Blüte ihres Lebens also.



03



02

01 — Nach ihrem dualen Studium im Fach BWL hat Alina Soyez noch ein Studium drangehängt – und kann ab diesem Sommer einen Bachelor im Bauingenieurwesen vorweisen

02 — Neben der deutschen Ausgabe gibt es Übersetzungen der Broschüre in fünf weiteren Sprachen

03 — Das Azubi-Marketing ist Teil der Marketingkommunikation von „Mein Team“ – die Verantwortung liegt in den Händen von Lara Soyez

„Wir stehen komplett hinter unserem Leitbild.“

Alina Soyez, Marketingleiterin

Also männliche Bewerber?

Nicht nur. Wir setzen in der Broschüre zwar auf maskuline Kommunikation und männlich geprägte Bilder, generell sind wir aber auf der Suche nach neuen Teammitgliedern, die genug körperliche Stärke mitbringen, um die anstrengende Arbeit auf der Baustelle auf Dauer ausüben zu können und zu wollen – das können natürlich auch Frauen sein.

Die Broschüre gibt es in sechs Sprachen – weshalb?

Deutschsprachige Fachkräfte werden in unserem Gewerk immer weniger. Wir wollten unsere Suche daher unbedingt auf nicht deutschsprachige Fachkräfte ausweiten. Deswegen war uns von Anfang an klar, dass wir die Broschüren auch in weitere

Sprachen übersetzen lassen. Konkret in Türkisch, Polnisch, Bulgarisch, Italienisch und Albanisch. Unsere bulgarischen, türkischen oder polnischen Bauleiter verteilen die Broschüren auf der Baustelle an potenzielle Fachkräfte – das ist unkompliziert und persönlich.

Gibt es Verständigungsprobleme?

Um die Kommunikation und damit auch die Integration zu erleichtern, bieten wir unseren nicht deutschsprachigen Mitarbeiter/-innen mehrmals im Monat einen Deutschkurs an. Die Verantwortung dafür trägt einer unserer Bauleiter. Der Kurs findet mehrmals im Monat in unseren Räumlichkeiten statt und wird von einer Deutschlehrerin durchgeführt. Die Teilnahme ist selbstverständlich freiwillig, wird aber sehr gut angenommen. Trainiert werden Alltagsbegriffe und Fachvokabular wie beispielsweise Werkzeugnamen. Jedes Teammitglied ist dort herzlich willkommen. Und diese Einstellung gilt grundsätzlich für alle und in allen Bereichen unseres Betriebs. ◀

ANBLICK



Pfusch am Bau?

Rutscht hier etwa die Fassade in den Vorgarten? Der britische Fassadenkünstler Alex Chinneck stellt die uns vertraute Umwelt mit Installationen im öffentlichen Raum auf den Kopf. Das Projekt „From the Knees of My Nose to the Belly of My Toes“ ist nicht nur ein surreales Spektakel, es weist außerdem auf soziale Probleme des einst wohlhabenden Stadtteils Cliftonville in Margate (Kent, Großbritannien) hin. Das Haus stand volle elf Jahre leer, anstatt für den sozialen Wohnungsbau genutzt zu werden. Um sein architektonisches Projekt möglichst echt wirken zu lassen, ließ er speziell gebogene Ziegel, Paneele, Fenster und Türen maßanfertigen.

→ Instagram @alexchinneck

Impressum

Herausgeber

Brillux GmbH & Co. KG
Weseler Straße 401
48163 Münster
Tel. +49 251 7188-759
Fax +49 251 7188-53395
brillux.de

Kontaktadresse

Brillux Marketingservice
brillux.de/service
marketingunterstuetzung@brillux.de

Redaktion und Gestaltung

formba – Editorial und Design,
Billrothstraße 77,
22767 Hamburg, formba.de

Autoren: Maria Berentzen,
Wiebe Bökemeier, Paul-Philipp
Braun, Fabian Grimm, Denis
de Haas, Andrea Guthaus, Ralf
Krämer, Kristina Völker

Erscheinungsweise

4x jährlich, ISSN 1610-6822
Nachdrucke, auch auszugsweise, oder andere Formen der Vervielfältigung bedürfen der ausdrücklichen Genehmigung von Brillux.



**„Alter ist irrelevant,
es sei denn, du bist
eine Flasche Wein.“**

Joan Collins (1933), britische Schauspielerin

Thema in der nächsten Ausgabe:
Nachfolgeregelung – das Beste kommt zum Schluss!



Colour
your life!

Jetzt Reinhören:
www.brillux.radio

4-4181/225/14,6/0922 8826.0010.9082

Eine Armierung für alle Fälle.

Sven Westerhelweg



Einfach effizienter arbeiten.

QJusion Hybrid ist die erste und einzige Armierungsmasse für das gesamte WDVS-Jahr. Dank des erstklassigen Abbindeverhaltens kann das Produkt bei Temperaturen von 1° bis 30° problemlos und ohne Materialwechsel in einem längeren Zeitraum verarbeitet werden. Nach der Aushärtung bietet es höchste Riss- und Stoßsicherheit.



www.brillux.de/qju

 **Brillux**
..mehr als Farbe