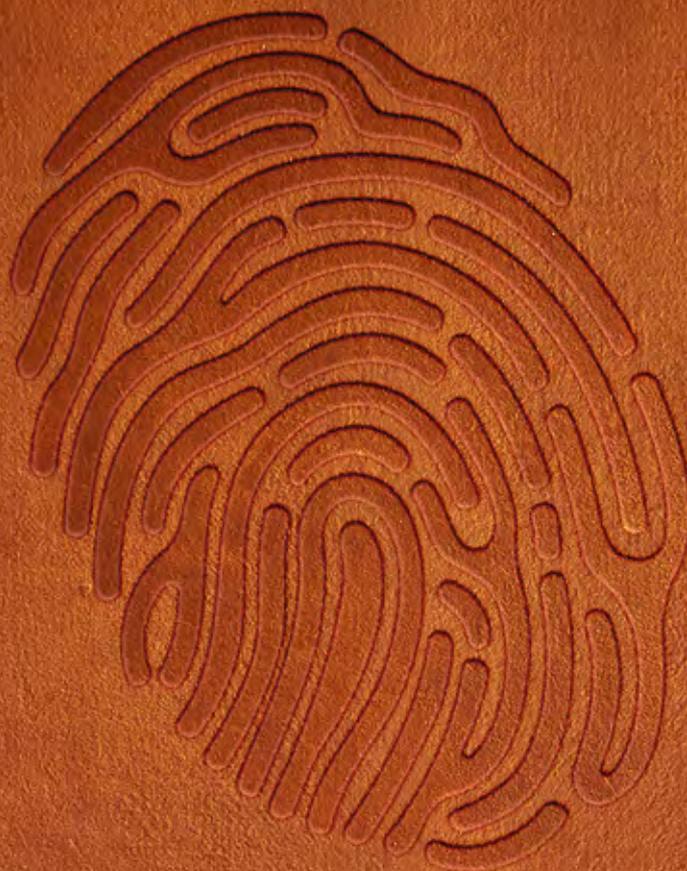


MARKT IMPULSE

**Brillux
Akademie**

Webinare,
Online-Workshops
& Live-Trainings



Eindruck hinterlassen!

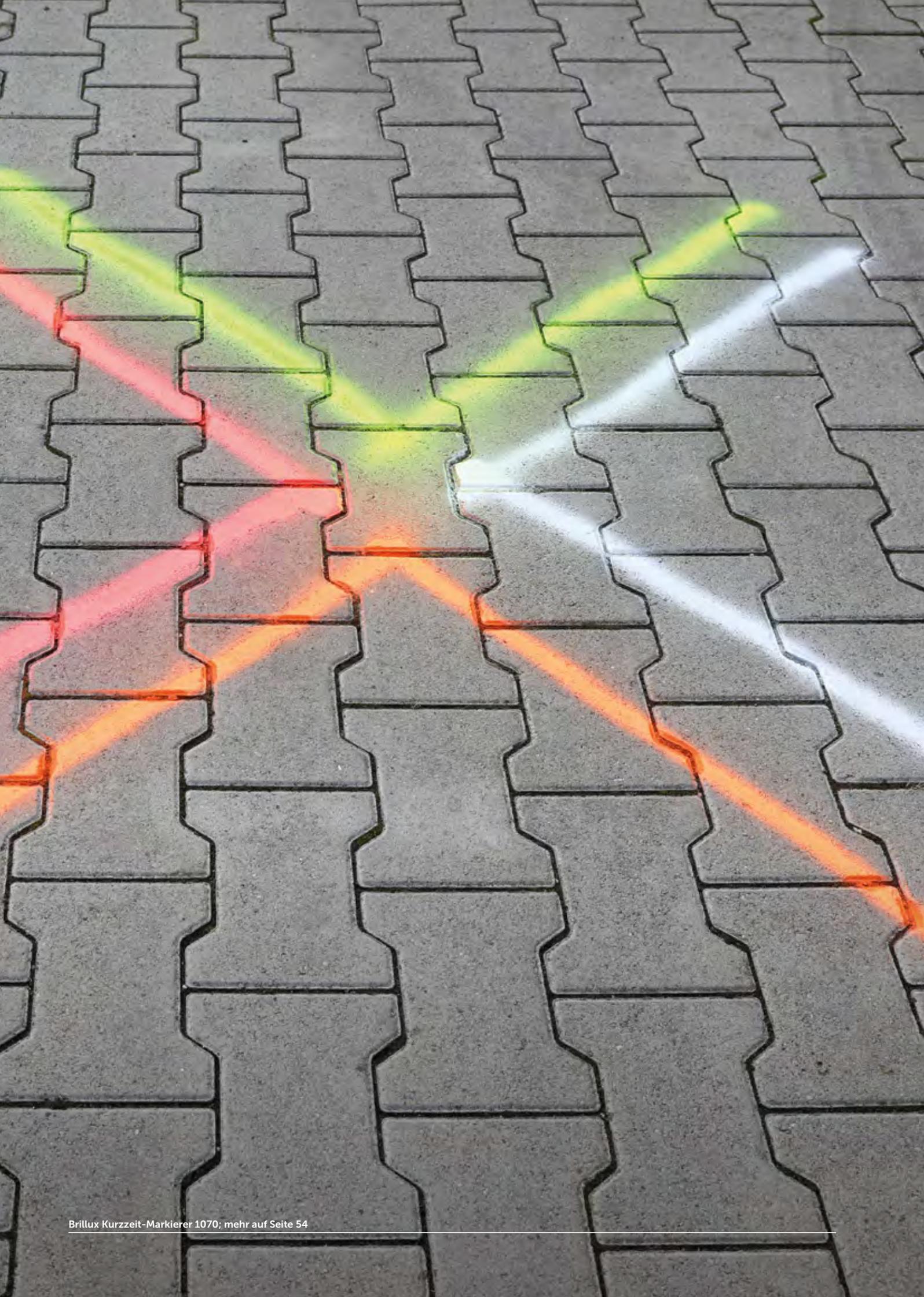
Sie wissen ganz genau, was Sie und Ihr Team draufhaben. Neue Kunden wissen das (noch) nicht. So gelingt Ihnen der erste Eindruck garantiert – auch auf den zweiten Blick

Guter Mix

Fußballprofi in der Familie, Magier im Team: Im Betrieb Leven wird's nie langweilig

Zarte Blätter

Die Polimentvergoldung erfordert nicht nur Können, sondern auch eine gute Rasur





„Die nächste Feier kann kommen“

Für das passende Party-Ambiente ist bei Sascha Leven längst gesorgt. Nach dem Ende der Corona-Pandemie möchte der Chef des Malerbetriebs Walter Leven aus Düsseldorf seine Mitarbeiter wieder im nostalgischen Pausenraum bewirten. **Mehr auf Seite 44**

INHALT

33 Millisekunden benötigt unser Gegenüber, um uns beim ersten Zusammentreffen einzuschätzen. Ein ziemlich winziges Zeitfenster, um einem Kunden unsere Schokoladenseite zu präsentieren. Zum Vergleich: Ein Blinzeln dauert etwa dreimal so lang. Und was geschieht, wenn diese unbewusste Blitzanalyse negativ ausfällt? Keine Sorge, beruhigt Imageberaterin Monika Seeger, die Chance auf einen lukrativen Auftrag sei damit nicht vertan. Aber egal ob nun auf den ersten oder zweiten Blick, Fakt ist: Ein guter Eindruck ist auch gut fürs Geschäft. Und den können wir schon am Telefon und in E-Mails aktiv beeinflussen. Welche Rolle dabei unsere Hirnchemie spielt, weshalb Arbeitskleidung uns zwar nicht modischer, dafür aber kompetenter wirken – und obendrein auch werden – lässt, lesen Sie in unserer Titelgeschichte ab Seite 10.



10

EINDRUCK HINTERLASSEN

- 10 Kompetent auf den ersten Blick**
Wie Sie auf andere wirken, können Sie selbst beeinflussen. So erkennen Kunden und Geschäftspartner, wer da vor ihnen steht: ein fähiger und fairer Chef
- 20 Kleider machen doch Leute**
Eine Fotostrecke über die passende Arbeitskleidung: Die schützt oder schmückt uns nicht nur, sie macht uns auch professioneller
- 24 Fast 100 Jahre guter Ruf**
Die Kunden von Maler Klee aus Ebern wissen dank positiver Mundpropaganda bereits vor dem ersten Auftrag, wen und vor allem was sie erwarten können
- 32 Wann haben Sie mal jemanden falsch eingeschätzt?**
Die Betriebsumfrage

Coverthemen sind farbig markiert



36



HORIZONTE

06 Sehen, was nicht zu sehen ist
Fotokunstwerk: Xavi Bou macht die Spuren der Vögel in der Luft sichtbar

08 Rosa
Typisch Mädchen? Diese Farbe war einst die Farbe der Könige. Heute symbolisiert sie Zuversicht und Unbeschwertheit – und zwar für alle

36 Historisches Handwerkszeug
Von hauchdünnem Gold, glattpolierten Achaten und gut rasierten Wangen: die Technik der Polimentvergoldung

44

ZU BESUCH

38 Foyer mit Flair
Fläche machen bei 39 Grad Celsius: Die Arbeit im Theater Rüsselsheim erforderte Tempo und einen kühlen Kopf

44 Die Magie der Macher
Im Malerbetrieb Leven wird zügig und detailgetreu gearbeitet. Nichtsdestotrotz wird hier getrickelt – in der Pause

66 Weniger ist mehr
Ben Johnston hinterließ in Serbien das Mural „Love“. Warum dieses kleine Wort ganz schön(e) Wellen schlägt



SERVICE

- 42 Betrieb im Fokus
- 52 Buchtipps
- 54 Meldungen
- 56 Marketingunterstützung
- 58 #online
- 60 Brillux Akademie
- 62 Deine Zukunft ist bunt







Die Spur der Vögel

ISLAND

Ein Bild wie aus einer anderen Welt. Ist es ein schwebender DNA-Strang? Oder sind es über den Himmel tänzelnde Tausendfüßler? Es ist noch absurder. Denn hier ist etwas zu sehen, was man eigentlich gar nicht sehen kann: Flugspuren von Küstenseeschwalben, die vor Islands Küste nach Heringen fischen. Der spanische Fotograf Xavi Bou filmt die Vögel bei ihrem Tanz durch die Lüfte, nimmt das Video anschließend auseinander und setzt es aus bis zu 600 Einzelaufnahmen zu einem Kunstwerk zusammen. Bou selbst nennt die Ergebnisse dieser monatelangen Detailarbeit aus Technologie, Wissenschaft und Kunst „Zeichnungen, skizziert von den Vögeln selbst“. Deshalb heißt sein Fotoprojekt „Ornitographies“.

→ xavibou.com

FARBE

Auf rosa Wolken durch rosarote Brillen rosigen Zeiten entgesehen: Die Mischfarbe aus unschuldigem Weiß und leidenschaftlichem Rot versprüht Zuversicht und Unbeschwertheit. Zugleich wird Liebhabern dieses Farbtons ein Hang zur Naivität nachgesagt. Zu Unrecht: Farbpsychologen attestieren dem Farbton eine aggressionshemmende und beruhigende Wirkung

Rosa



Von wegen Rosa für Mädchen und Blau für Jungen! Ein Blick in die Geschichtsbücher zeigt, dass das „blasser Rot“ einst sogar als Jungensfarbe galt: 1927 kleidete die belgische Königin Astrid im festen Glauben, einen Sohn zu bekommen, die Wiege in Rosa aus. Und brachte Prinzessin Joséphine zur Welt. Klischee ade: Heute mögen Kinder alle Farben des Regenbogens.



Mauve **BAKER-MILLER-PINK**



Eigentlich nur als Vorspann für die gleichnamige Komödie entwickelt, war die Resonanz auf den **rosaroten Panther** so groß, dass er eine eigene Zeichentrickserie bekam: Paulchen, wie er im Deutschen heißt, spielte in 124 Kurztrickfilmen mit und gewann sogar einen Oscar.



Elegante Leichtigkeit und Anmut waren Merkmale des Rokocos, des zu Zeiten des französischen Königs Ludwig XV. vorherrschenden Stils. Keine Farbe verkörperte diese Werte besser als Rosa, fand Ludwigs Geliebte Madame Pompadour. Von ihrer Rosaliebe zeugt heute noch die nach ihr benannte zartrosa Farbe „**Rose Pompadour**“.



Auch wenn seine Samen oft im Müsli stecken: **Amarant** ist kein Getreide, sondern ein Fuchsschwanzgewächs und zählt zu den ältesten Nutzpflanzen der Menschheit. Seine leuchtenden Blüten schmecken nussig und gaben dem Farbraum Amarant seinen Namen.



Stilkarte zur Farbe Rosa

Als lebensfroh und optimistisch gelten Menschen, die sich an Wände in selbstbewusstem Pink wagen. Dabei könnte die Wahl auch für jemanden sprechen, der sich mit Farbwirkungen auskennt – und sich nach Entspannung sehnt: So sollen rosa Wände laut Farbpsychologen den Abbau von Aggressionen und Stress zur Folge haben und sogar appetithemmend wirken. Ob das Ess- oder das Kinderzimmer für diesen Farbton daher der richtige Ort ist, ist jedem selbst überlassen.



Die „Grüne Zitadelle von Magdeburg“ ist rosa! Der Name des letzten von Friedensreich Hundertwasser entworfenen Gebäudes bezieht sich auch nicht auf die Fassade, sondern wirft einen Blick in die Zukunft: Das Haus soll sich, so der Wunsch des verstorbenen Architekten, in einen riesigen Wald verwandeln.

Inspector Clouseau ist der einzige bekannte **rosa-farbene Mantarochen** der Welt und lebt bei Lady Elliot Island in Australien. Seine außergewöhnliche Farbe, Mantarochen sind eigentlich schwarzweiß, ist laut Meeresforschern Ergebnis einer Genmutation.



Eindruck hinterlassen

Sind Sie kompetent, zuverlässig, freundlich? Die meisten Menschen würden diese Fragen bejahen. Wie wir es schaffen, dass Fremde von uns einen ebenso **guten Eindruck** bekommen, wie wir ihn von uns selbst haben, klären wir in diesem Feature. Wir zeigen auch, wie schnell unser Hirn zu falschen Urteilen gelangt und welche Wirkung Berufskleidung auf unser Fremd- und Selbstbild hat



Du bist, was ich sehe –

oder nicht?

Ist der Auftraggeber sympathisch oder wird es heute eher schwierig und holprig miteinander werden? Eine Antwort darauf liefert Ihr Unterbewusstsein, nur Sekunden nachdem Ihnen der Kunde die Tür öffnet. Wie Sie es schaffen, dass Ihr Gegenüber den besten ersten Eindruck von Ihnen erhält, verrät **Imageberaterin Monika Seeger** in unserem Handwerksknigge

Wäre dieser Text ein Mensch, dann stünde Ihr Urteil über ihn schon nach dem Lesen dieses ersten Satzes fest. Ein winziger Augenblick, genau 33 Millisekunden, ist ausreichend, um ein Gegenüber einzuordnen. Blitzschnell bilden wir uns eine Meinung über Fremde und entscheiden, ob wir ihnen vertrauen, das Weite suchen oder sogar in den Angriffsmodus wechseln. Denn sobald wir einem Unbekannten begegnen, arbeitet der Mandelkern, die Region im limbischen System des Gehirns, die unsere Emotionen und Ängste regelt, auf Hochtouren. Seine Aufgabe ist es, uns schnellstmöglich mitzuteilen, ob wir dieser Person vertrauen können oder nicht. Gleichzeitig, so zeigen Studien der Psychologin und Neurowissenschaftlerin Tessa Marzi von der Universität Florenz (Italien) sowie von Alexander Todorov, Professor für Psychologie an der Princeton-Universität (USA), wird der soziale Status unseres Gegenübers abgecheckt: Wirkt dieser Mensch auf mich sympathisch, attraktiv, dominant? Wie stehe ich im Vergleich zu ihm da? Dieser Prozess wirkt unterbewusst und ist tief im menschlichen Bauplan verankert. Die durch ihn herbeigeführten Urteile sind dabei keineswegs immer hilfreich, sondern führen uns manchmal auch auf die falsche Fährte. „Du bekommst keine zweite Chance für

einen ersten Eindruck“ lautet ein bekanntes Sprichwort, das u. a. dem deutschen Philosophen Arthur Schopenhauer zugeschrieben wird. Wenn aber der erste Eindruck so bedeutsam ist, wie können wir dann erreichen, dass es ein positiver ist? „Ganz einfach: indem wir ihn trainieren“, sagt Monika Seeger. Die diplomierte Imageberaterin und Business-Coachin aus Oberägeri in der Nähe von Luzern übt jedes Jahr mit mehreren hundert Auszubildenden aus Handwerksunternehmen in ihrem „Knigge-Training“ den persönlichen Erstkontakt.

Kompetenz, die man (scheinbar) sieht

Denn es sind eben nicht die wahren Eigenschaften, die wir zur Beurteilung unseres Gegenübers zu Rate ziehen, sondern zuerst einmal reine Äußerlichkeiten, wie das Gesicht, der Gesichtsausdruck, die Kleidung, die Stimme und die Körperhaltung. Gleichzeitig ist unsere Meinung über jemanden abhängig von der Kultur, in der wir aufwachsen, unseren früheren Erfahrungen und den damit einhergehenden ➤

Die Stimme macht

38%

des ersten Eindrucks aus



Monika Seeger stammt selbst aus einer Malerfamilie. Sie hat ihre kaufmännische Ausbildung in einem handwerklichen Betrieb gemacht und war 20 Jahre lang im Verkauf, Marketing und Personal-Management von Unternehmen tätig. Mit ihrer Firma imagenow berät die Diplom-Imageberaterin schweizweit Handwerksunternehmen zu Stil und Auftrittskompetenz.
→ imagenow.ch

33

Millisekunden reichen aus, um unser Gegenüber einzuschätzen

Vorurteilen. So ordnen wir Menschen anhand von bestimmten äußerlichen Merkmalen einer vermeintlich entsprechenden Gesellschaftsschicht zu und verknüpfen mit diesen Stereotypen unwillkürlich auch bestimmte Charaktereigenschaften (siehe mehr dazu auf Seite 18). Alles, was uns dabei weniger vertraut ist, wird von uns auch auf die Schnelle als weniger vertrauenswürdig wahrgenommen. So beurteilen wir durchschnittliche Gesichter positiver als ungewöhnliche. „Diesen evolutionären Effekt muss man kennen, um ihm bewusst entgegenzutreten und die eigenen Vorurteile überwinden zu können“, sagt Monika Seeger.

Der erste Eindruck entscheidet

Für Handwerker, die im unmittelbaren Kundenkontakt stehen, ist das Wissen um die Wirkung des ersten Eindrucks sehr bedeutsam. In diesem kurzen Augenblick entscheidet sich, ob sich aus der Interaktion eine langjährige positive Beziehung mit einem zufriedenen und weiterempfehlenden Kunden entwickelt oder ob der

Betriebsinhaber zukünftig mit schlechten Firmenbewertungen zu kämpfen haben wird (lesen Sie dazu auch das Interview zum Thema Mundpropaganda auf Seite 42). Kurz gesagt: „Mit meinem ersten Eindruck bei der ersten Kontaktaufnahme muss eine positive Beziehungsebene zum Kunden geschaffen werden“, betont Monika Seeger. Erst im Anschluss sei auf der rationalen Ebene ein sachlicher und fachlicher Austausch möglich: „Ein Handwerker kann noch so gute Arbeit machen, wenn die Beziehungsebene zum Kunden nicht funktioniert, dann wird sich der Kunde mit mir nicht wohlfühlen. Die emotionale Ebene macht für eine Kaufentscheidung immerhin 70 Prozent aus.“

So klappt's mit dem ersten Eindruck

1. Passende Kleidung

Zu einem professionellen Äußeren eines Handwerkers gehört nicht nur die saubere Berufskleidung, diese sollte auch einheitlich



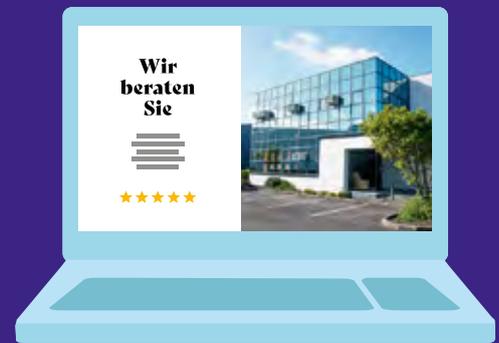
sein: „Die Garderobe ist für Kunden ein Spiegel der Arbeitsweise des Handwerkers. Ist sie nicht sauber, so fragen sich die Kunden: Wie will der Maler bei mir die Wände schön gestalten, wenn er sich nicht einmal ordentlich anzieht?“, so Seeger. Ein eingestickter Firmenname oder das Unternehmenslogo sowie ein an der Kleidung befestigtes Namensschild verrät Ihren Kunden, wer ihnen gegenübersteht. Bei der Oberbekleidung empfiehlt die Expertin ein Poloshirt, das gerade bei Firmenkunden in der Bank- oder Versicherungsbranche mehr einen Eindruck auf Augenhöhe erwecke als ein einfaches T-Shirt mit Rundkragen.

2. Gepflegtes Firmenfahrzeug

Auch hier gilt: Je aufgeräumter und sauberer das Fahrzeug ist, desto professioneller und sachkundiger wird auch Ihr Betrieb erscheinen. Seeger empfiehlt, Hinweisschilder, etwa „Maler im Einsatz. Bitte rufen Sie mich an, falls mein Fahrzeug im Weg steht“, für das Parken auf fremden Parkplätzen oder Einfahrten auszudrucken, zu laminieren und mit einem Saugnapf für die Windschutzscheibe zu versehen. Diese geben, versehen mit dem Logo des Betriebs und den entsprechenden Kontaktdaten, einen vorausschauenden und kompetenten Eindruck. Auch über das Verhalten im Straßenverkehr sollten Sie sich mit Ihrem Team verständigen: Ist Ihr Unternehmen im Ort hauptsächlich wegen der rasanten Fahrweise der Fahrer des Firmenfahrzeugs bekannt, lädt das nicht zur Beauftragung ein.

3. Koordinierte Vorbereitung

Man kennt es aus jeder mündlichen Prüfung: Je besser man vorbereitet ist, desto selbstbewusster kann man auftreten. „Das gilt auch für Kundentermine“, erklärt die Expertin. „Daher sollten Sie spätestens am Vortag klären, was der Kundenauftrag genau beinhaltet, welche Materialien und Werkzeuge Sie und Ihr Team benötigen und wie lang der Anfahrtsweg zum Kunden ist. ➤



Wie Sie mit Ihrer Website Eindruck machen

Bevor Kunden einen Handwerker beauftragen, machen sie sich häufig digital ein erstes Bild von ihm. Um hier einen professionellen Eindruck zu hinterlassen, sollten Sie auch hier auf die Etikette achten.

ZEIGEN SIE SICH: Die Menschen möchten wissen, wen sie in ihre Wohnung lassen. Stellen Sie sich – von der Geschäftsleitung über den Azubi bis hin zum Sekretariat – mit hochwertigen Fotos, auf denen Sie lächeln und direkt in die Kamera blicken, vor.

ZEIGEN SIE, WAS SIE KÖNNEN: Schöne Referenzobjekte verdeutlichen, dass in Ihrem Betrieb Profis arbeiten, für die auch herausfordernde Aufträge zur Routine gehören. Ihre Kunden können sich auf Ihre Erfahrung verlassen, so wie viele Kunden bereits vor ihnen.

LASSEN SIE SICH LOBEN: Kundentestimonials mit Foto und Baustelle zeigen, dass Sie andere Kunden so sehr mit Ihrer Arbeit überzeugt haben, dass sie sogar persönlich für Sie werben. Ein größeres Lob gibt es kaum!

KURZ UND KNACKIG: Ihre potenziellen Kunden wollen sich einen ersten Überblick verschaffen und schauen sich im Zweifelsfall mehrere Maler an. Konzentrieren Sie sich daher auf die wichtigsten Aussagen und vermeiden Sie zunächst zweitrangige Informationen oder Geschichten.

Ein Maler auf der Höhe der Zeit weiß auch über die **NEUSTE TECHNIK** Bescheid: Falls möglich, produzieren Sie einen kleinen Imagefilm über sich, Ihren Betrieb oder ein besonderes Projekt.

Wie Sie nur dank Ihrer Stimme überzeugen

Will Sie ein Kunde beauftragen, dann ruft er Sie oft einfach an. Schaffen Sie sich daher die ideale Telefonsituation, um bei der ersten Kontaktaufnahme per Telefon zu überzeugen. Dazu gehört Ihre Konzentration und positive Einstellung zum Telefonat ebenso wie eine ruhige Umgebung, frei von Hintergrundgeräuschen. Die Gefühle des Sprechenden werden über den Hörer vom Gegenüber erkannt. Seien Sie zugewandt und lächeln Sie. Ihre Stimme inklusive Lautstärke, Sprachfluss und Geschwindigkeit entscheidet zu 87 Prozent über den ersten telefonischen Eindruck, der Inhalt weitaus weniger.

Für Ihre akustische Visitenkarte ist die richtige Begrüßung wichtig: Grüßen Sie mit dem entsprechenden Tageszeitgruß, Ihrem Namen und dem der Firma, da die letzte Information besonders in Erinnerung bleibt.

DER EXPERTINNEN-TIPP: Fertigen Sie für Kundenanrufe direkt Formulare vor, sodass Sie alle wichtigen Daten und Anliegen direkt vermerken können. Das gibt Ihnen Sicherheit, sodass Sie nicht ins Haspeln kommen, und diese Kompetenz kann man hören.

So können Sie gleichzeitig einen weiteren unabdingbaren Punkt für die ‚Profiwirkung‘ erfüllen: pünktlich sein.“

4. Aussagekräftige Begrüßung

Nachdem man zunächst den Kunden mit Augenkontakt und mit Namen angesprochen hat (auf das Händeschütteln ist mit Verweis auf die Corona-Bestimmung aktuell zu verzichten), folgt eine informative und freundliche Begrüßung: „Guten Morgen, ich bin Vorname, Familienname von der Firma xy, der Grund des Besuchs und gegebenenfalls die Namen der weiteren Teammitglieder“, erklärt Monika Seeger. Ob sich dabei jemand mit „Ich bin“ oder „Ich heiße“ vorstellt, ist eher zweitrangig. Die Stimmlage ist entscheidender: Laut Seeger macht die Stimme beim ersten Eindruck 38 Prozent aus, inklusive Lautstärke und Sprechgeschwindigkeit, und nur 7 Prozent der konkrete Sprachinhalt. Schon beim Willkommensgruß empfiehlt es sich, dem Kunden eine Visitenkarte zu übergeben. So hält er die wichtigsten Kontaktdaten in der Hand und kann – gerade bei schwierig auszusprechenden Namen – noch einmal auf der Visitenkarte nachsehen. Eine schöne Geste ist es, wenn Sie gleich klären, ob der Standort des Fahrzeugs der richtige ist. So zeigen Sie dem Kunden, dass Sie Wert auf seine Bedürfnisse (und ggf. auch die des Nachbarn) legen und mitdenken.

„Das Ziel eines jeden Kundenkontakts sollte sein, dass sich alle Menschen mit mir wohlfühlen.“

Monika Seeger, Imageberaterin



5. Professionelle Kommunikation

„Das Ziel eines jeden Kundenkontakts sollte sein“, erklärt Seeger, „dass sich alle Menschen mit mir wohlfühlen.“ Lässt ein Kunde Sie in seine privaten Räume, so sollten Sie vor dem Betreten der Wohnung Schuhe überziehen, sich den Arbeitsplatz zeigen lassen und dann gemeinsam mit dem Kunden die Arbeiten, die Dauer und eventuelle Störfaktoren besprechen. Dazu gehört auch, dass Sie klären, welche Räume betreten werden können und wann Pausen geplant sind, zu denen Sie sich entsprechend ab- und wieder anmelden sollten. „Wenn die Arbeiten abgeschlossen sind, können Sie bei der Abnahme gleich eine Präsentation Ihrer Arbeit machen“, rät Seeger. „An dieser Stelle können Sie sich zudem erkundigen, ob noch etwas Weiteres zu erledigen ist. Das könnte Ihnen im besten Fall Zusatzaufträge einbringen.“

6. Saubere Sache(n)

Keine Frage, Handwerksarbeiten können Dreck machen. Und gerade diese Tatsache lässt manchen Kunden zurückschrecken: Rund 50 Prozent aller Aufträge werden nicht beauftragt, weil Kunden negative Erfahrungen mit Handwerkern gemacht haben und sich vor aufwendigen Reinigungsarbeiten scheuen (Lesen Sie dazu auch das Interview auf Seite 42). „Räumen Sie nach getaner Arbeit den Arbeitsplatz penibel auf“, so der Rat der Expertin, „und bringen Sie dafür die entsprechenden Mülltüten selbst mit. Sollten Schäden am Mobiliar oder an den Böden entstehen, so

erklären Sie sie dem Kunden direkt. Durch Zuverlässigkeit und Ehrlichkeit verzeihen Kunden so manchen Unfall – vor allem, wenn Sie umgehend einen Lösungsvorschlag parat haben.“

Als Adolph Freiherr Knigge 1788 sein Buch über den Umgang mit Menschen verfasste, ging es ihm tatsächlich nicht um oberflächliche und strenge Benimmregeln. Der „Knigge“ hatte vielmehr zum Ziel, eine gewisse Weltklugheit und Moral zu vermitteln. Auch die Tipps von Imageberaterin Monika Seeger sollen keine vermeintlich perfekte Etikette beschwören, sondern Handwerkern vielmehr eine Orientierungshilfe bieten. Denn gerade beim ersten Eindruck kann unsicheres und unprofessionell wirkendes Auftreten das Einzige bleiben, was Ihren Kunden von Ihnen in Erinnerung bleibt, und das kann von Ihrem Können ablenken (mehr zum Referenzeffekt auf der nächsten Seite). Die allerwichtigste Botschaft, die Sie Ihren Kunden vermitteln sollten, ist die persönliche Freude, die Sie an Ihrer Arbeit haben, und dafür sollten Sie sich nicht verstellen müssen. ◀

55%

der Wirkung einer Person wird durch nonverbale Signale bestimmt

Do

Don't

Immer zur Hand:
Überreichen Sie Ihre
Visitenkarte direkt
beim ersten Kontakt

Der erste Eindruck: wenn uns unser Hirn täuscht

Jung, dynamisch, erfolgreich – denkst du! Treffen wir auf Fremde, so ordnet sie unser Gehirn direkt in Schubladen ein. Dabei greift es auf sogenannte kognitive Heuristiken zurück. Das sind Schlussfolgerungen, die uns bei der schnellen Urteilsfindung helfen. Eigentlich eine gute Sache, die aber einen entscheidenden Nachteil hat: Diese Schnellschüsse sind sehr fehleranfällig. Wer die **fünf wichtigsten Effekte** kennt, tappt nicht mehr so schnell in die Vorurteilsfalle



Situation: Ein Kunde beschwert sich über eine (seiner Ansicht nach) schlecht verputzte Ecke auf der Baustelle und möchte Preisnachlass.

Unser Hirn: „Der hat jetzt so rumgemäkelt, weil er Schwabe ist.“



Situation: Ein Vorstellungsgespräch mit einem sehr attraktiven Bewerber.

Unser Hirn: „Der sieht aber gut aus, der ist bestimmt auch intelligent.“



Immer sind die anderen Schuld

Warum macht er das nur? Diese Frage beantworten wir uns häufig mithilfe des **fundamentalen Attributionsfehlers**, mit dem wir versuchen das Verhalten anderer Menschen zu verstehen. Unsere Psyche neigt dazu, die Erklärung für ein bestimmtes Verhalten nicht mit der Situation zu begründen, in der sich jemand befindet, sondern ihm Charaktereigenschaften wie Geiz, Aggressivität oder auch Fröhlichkeit zuzuschreiben. Dabei sind wir uns selbst gegenüber sehr viel milder als in der Beurteilung von anderen: Für unser eigenes Verhalten ziehen wir nämlich gerne die äußeren Umstände zur Erklärung hinzu.



Topmodels haben es leichter

Der **Halo-Effekt**, auch Heiligenschein-Effekt genannt, sorgt dafür, dass wir von einer äußeren Eigenschaft auf andere Fähigkeiten oder Charakterzüge schließen. So werden Menschen, die besonders attraktiv sind, auch als besonders klug oder gesellig eingeschätzt, ohne dass es dafür Belege gäbe. Andere Eigenschaften unseres Gegenübers treten in dem Glanze dieses überstrahlenden Merkmals der Schönheit in den Hintergrund. Diese kognitive Verzerrung wirkt auch umgekehrt: Stellt ein einziges Defizit die gesamte Kompetenz eines Menschen infrage, spricht man vom Teufelshörner-Effekt.



Situation: Ein Kunde beschwert sich auf einem Bewertungsportal, dass ich ihn beim Reinkommen nicht begrüßt hätte. Dass der Auftrag tadellos ausgeführt wurde, erwähnt er nicht.

Unser Hirn: „Er war mir von Anfang an unsympathisch.“



Einmal blöd, immer blöd

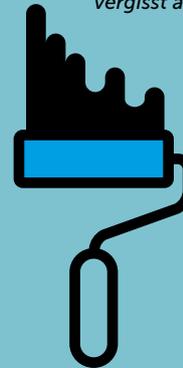
Das Hirn ist manchmal ein mieser Verräter und erlaubt es uns nicht, Menschen wahrhaft objektiv zu betrachten. Jemanden aus einer Schublade, in den wir ihn einmal gesteckt haben, wieder hervorzuholen und neu einzuordnen, fällt uns aufgrund des **Bestätigungsfehlers** so schwer. Haben wir uns einmal ein Urteil über jemanden gebildet, so interpretieren wir alle Handlungen desjenigen als Bestätigung unserer Meinung. Informationen, die unsere Ansicht noch befeuern, bleiben uns besser im Gedächtnis, während diejenigen, die unser Urteil infrage stellen würden, eher ignoriert werden.

Das Dessert bleibt im Kopf

Es gibt keine zweite Chance für einen ersten Eindruck, heißt es. Dass das so ist, liegt am **Primäreffekt**. Dieser Gedächtnis- und Psychotrick des Gehirns sorgt dafür, dass das, was wir zuerst über eine Person gedacht haben, besonders stark in unserem Gedächtnis haften bleibt. Alle weiteren, danach erworbenen Eindrücke treten in den Hintergrund und machen es so schwer, das erste Urteil zu revidieren. Es gibt aber durchaus eine zweite Chance: Neben der ersten Begegnung bleibt uns auch die letzte Erinnerung von jemanden besonders im Gedächtnis, das nennt man den **Referenzeffekt**. Der kommt übrigens auch zum Einsatz, wenn man sich Zahlen- oder Wortreihen merken will oder das Gedächtnisspiel „Ich packe meinen Koffer“ spielt.

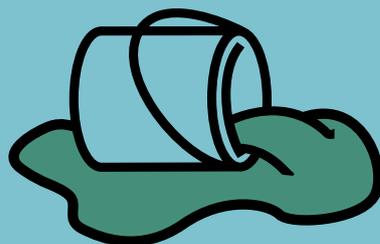
Situation: Ein Mitarbeiter, der mir unsympathisch war, macht einen Fehler.

Unser Hirn: „Der ist immer so schludrig. War ja klar, dass er vergisst abzukleben.“



Situation: Mir ist der Eimer runtergefallen.

Unser Hirn: „Jetzt starren mich alle an.“



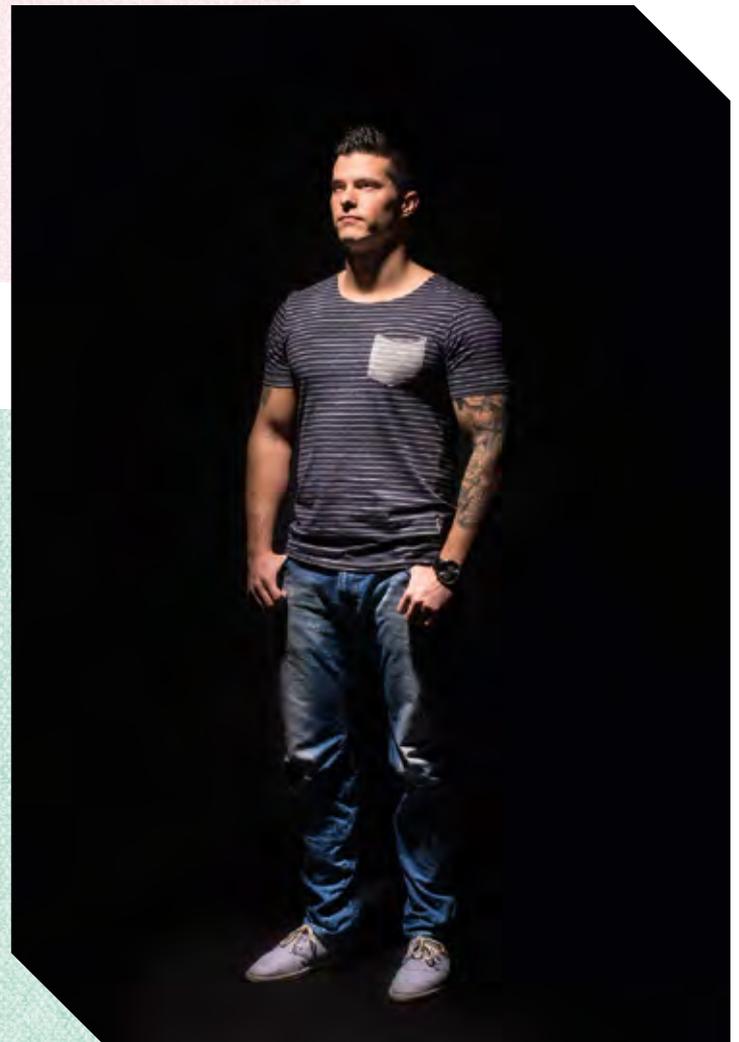
Keiner ist so wichtig, wie er glaubt

Da Menschen sich selbst als Zentrum der (bzw. ihrer) Welt begreifen, ist es für uns schwer einzusehen, dass das andere nicht auch tun. Daher überschätzen wir, wie sehr andere auf uns und unser Handeln achten. Selbst, wenn uns etwas Unangenehmes passiert, achtet unsere Umgebung in einem viel geringeren Maße auf uns, als wir glauben: Psychologen haben den **Spotlight-Effekt** u.a. dadurch nachgewiesen, dass sie Probanden in einem Uniseminar T-Shirts des Sängers Barry Manilow tragen ließen. Da sie aber selbst gar keine Fans des US-amerikanischen Schmusbarthen waren, wollten sie am liebsten vor Scham im Boden versinken. Und die Kommilitonen? Die hatten das fingierte Fanbekenntnis nicht einmal bemerkt.



„Kleidung hat einen systematischen Einfluss auf die psychologischen Prozesse des Trägers.“

Adam D. Galinsky, Professor für Führung und Ethik,
Columbia Business School in New York



Arbeit unter Hochspannung

Aber niemals unter Spannung – so lautet die wichtigste Regel unter Elektrikern. Arbeitet jemand mit Starkstrom, droht ihm nicht nur der altbekannte „Schlag“, er muss um sein Leben fürchten: Denn tritt ein sogenannter Störlichtbogen auf, muss er enormem Druck und einer Plasmasäule trotzen. Dafür tragen Elektriker eine Schutzkleidung, die isoliert ist, und einen Gesichtsschutz, der bis zu 20.000 Grad aushält. Trägt der Elektriker Schutzkleidung, sieht man ihm die Wachsamkeit an, sein Körper geht auch beim harmlosen Fotoshooting automatisch in Habachtstellung.

Kleider machen Leute

Dass Sie Maler sind, wissen nicht nur Ihre Kunden, sondern auch völlig Fremde – zumindest dann, wenn Sie Ihre **Arbeitskleidung** tragen. Offensichtlich als Angehöriger eines Berufsstandes erkennbar zu sein, hat viele Vorteile: So vermittelt das Tragen von formaler Kleidung Menschen nicht nur das Gefühl, kompetenter und wichtiger zu sein, sondern Studienteilnehmer schnitten, so gekleidet, auch in Tests besser ab^{1, 2}. Das trifft auch für das Tragen eines Malerkittels zu: Dieser hilft Studien zufolge beim Lösen kreativer Aufgaben.¹ Was die Arbeitsuniform mit den Trägern anderer Berufsgruppen macht, zeigen die folgenden Bilder

Studienquellen

1. Adam D. Galinsky, Hajo Adam. Enclothed cognition. *Journal of experimental social psychology*, 2012.
2. Prof. Abraham M. Rutnick. The cognitive consequences of formal clothing. *Social Psychological and Personality Science* 6, 2015.



Kittel statt Freizeitkluft

Hand aufs Herz: Wem würden Sie mehr vertrauen, wenn es um Ihre Gesundheit geht? Dem Mann links oder unten im Bild? Genau. Ein Arzt in weißem Kittel wirkt nicht nur vertrauenswürdiger, fürsorglicher und fachkompetenter, er hat dadurch auch die gesünderen Patienten, fanden Forscher des Universitätsspitals Zürich heraus. Die Mehrheit der befragten Patienten gab an, dass sie einem Arzt in Alltagskleidung bei der Medikamentenvergabe eher misstrauen und den Behandlungsplan eher hinterfragen. „Der weiße Kittel ist dabei nicht nur eine Tradition oder ein Statussymbol“, erklärt Studienleiter Prof. Dr. Hugo Sax das Ergebnis: Weil es im Krankenhaus Personen mit verschiedenen medizinischen Berufen gibt, helfe die Kleidung schlicht dabei, deren Funktion zu erkennen.



„Der weiße Kittel ist nicht nur Tradition oder Statussymbol ... Die Kleidung hat letztlich auch Einfluss auf den Behandlungserfolg.“

Prof. Hugo Sax, Leiter der Spitalhygiene am Universitätsspital Zürich



Zünftig bekleidet

Ein Dach über dem Kopf ist beim Hausbau wohl das Wichtigste. Wenn man sich einen Zimmerer für den Bau seines Dachstuhls wünschen würde, dann käme er wohl optisch dem hier Fotografierten sehr nahe: Gekleidet in voller Zunftmontur mit Zunfthose, Weste, Zunftstade und Hut sieht man dem Porträtierten seinen Stolz, Angehöriger der Handwerkszunft zu sein, deutlich an. Mit den graumelierten Haaren und dem selbstbewussten Auftreten wirkt er so berufs- und lebenserfahren, dass man ihm nicht nur bei der Konstruktion des Hausdachs, sondern durchaus auch in anderen wichtigen Lebensfragen Vertrauen schenken würde.



Du bist, was du arbeitest

Das Fotoprojekt „face to face“ der Mönchengladbacher Fotokünstler Dirk Albertz und Wolfgang Dreßen (†2020) zeigt jeweils zwei lebensgroße Abbildungen einer Person, einmal in ziviler, einmal in der Berufskleidung. Ziel des Projekts war es, zu zeigen, wie sehr Arbeitskleidung eine andere Persönlichkeit von uns zu Tage fördert. Weil der Aufbau der Fotos identisch ist, werden die Veränderungen in Gesichtsausdruck und Haltung besonders deutlich. Um die Authentizität zu gewährleisten, wussten die Teilnehmer nicht, dass schon tatsächlich fotografiert wird, sondern gingen von Testaufnahmen aus.

→ dirk-albertz-fotografie.de

Tradition trifft Fortschritt

Der **Familienbetrieb „Maler Klee“** ist seit fast 100 Jahren im unterfränkischen Ebern zuhause und dort ein absoluter Kundenliebling – dank Qualitätshandwerk, frischer Ideen und echter Liebe zum Beruf



Diese Zertifikate beweisen es: Bei „Maler Klee“ legt man größten Wert auf fundierte Ausbildung und Zusatzqualifikationen

Bei „Maler Klee“ gibt es etwas zu entdecken, das man eher in einem Adelsschloss erwarten würde: eine Ahnengalerie. Sie sticht dem Kunden sofort ins Auge. Sobald man, durch ein Glöckchen angekündigt, die gläserne Eingangstür passiert, entdeckt man an der Wand hinter der Empfangstheke ein Dutzend goldgerahmter Meisterwerke. Wer dabei an Porträts von ehrwürdigen Damen und Herren in mittelalterlichen Roben denkt, liegt falsch. Es handelt sich um wesentlich nützliche-

re Kostbarkeiten aus der Geschichte des Unternehmens, das heute bereits in der vierten Generation von derselben Familie geführt wird. Sie reichen vom Meisterbrief des Urgroßvaters bis zu den zahlreichen Auszeichnungen, Zertifikaten und Zusatzqualifikationen des aktuellen Chef-Duos Dieter und Anton Gerstenkorn.

Expertise auf vielen Gebieten

Vater und Sohn haben die kleine Ausstellung scherzhaft „Ahnengalerie“ getauft. Das, was die Dokumente belegen, nehmen die beiden jedoch absolut ernst: ihr Bestreben, kontinuierlich Neues zu lernen und bestehende Qualifikationen zu vertiefen. „Wir möchten unsere Kunden fundiert beraten und hervorragende Arbeit leisten. Das funktioniert nur, weil wir uns mit traditionellen Techniken und aktuellen Entwicklungen gleichermaßen gut auskennen“, sagt Seniorchef Dieter Gerstenkorn. Er selbst ist Maler- und Lackierermeister, Stuckateurmeister und Energieberater. Sein Sohn Anton ist auch Maler- und Lackierermeister, Stuckateurmeister und Betriebswirt des Handwerks, hat den Meisterpreis der Bayerischen >



Dieter und Anton Gerstenkorn leiten den Malerbetrieb zurzeit gemeinsam und mit großem Engagement. Und wenn man sie bei der Arbeit erlebt, merkt man sofort, wie viel Freude sie daran haben

„Stillstand ist Rückschritt.
Deshalb ist uns Fort-
bildung extrem wichtig.“

Dieter Gerstenkorn, Seniorchef



01 — Die Restaurierung historischer Fachwerkhäuser gehört zu den Lieblingsaufgaben der beiden Chefs

02 — Egal ob Tapezieren, Malern oder Trockenbau: „Maler Klee“ setzt auf beste handwerkliche Qualität

03 — Schönste Werbung: Die Renovierung des Eberner Rathauses brachte der Firma zahlreiche Folgeaufträge

04 — Passgenaue Arbeit auf der Baustelle. Die Mitarbeiter von Maler Klee finden für jeden Kundenwunsch die richtige Lösung



„Die Rathausrenovierung war der Einstieg in den Denkmalschutz.“

Anton Gerstenkorn, Juniorchef

Staatsregierung für herausragende Leistungen als Stuckateur und ein Fortbildungsstipendium in Venedig gewonnen. In der Innung leitete er die überbetriebliche Lehrlingsunterweisung. Die Meisterschule in Würzburg, wo der 33-Jährige seit Jahren als Fachbeisitzer im Prüfungsausschuss sitzt, weiß Gerstenkorns Expertise ebenso zu schätzen wie eine treue Kundengemeinde, die „Maler Klee“ zum großen Malerbetrieb der Region werden ließ.

Den Grundstein dafür legte Namenspatron und Firmengründer Michael Klee. Der Großvater von Dieter Gerstenkorns Frau machte sich 1929, in den mageren Zeiten der Wirtschaftskrise, selbstständig – damals noch im beengten Hinterhof seines Wohnhauses in der Eberner Altstadt. Wo der Betrieb blieb, bis Michaels Sohn Willi 1988 ein Grundstück erwarb: ein zwei Hektar umfassendes Gelände im Gewerbegebiet



Sandhof mit einer leerstehenden Landmaschinen-Reparaturwerkstatt – in der, dank ihrer riesigen Tore, selbst Traktoren lackiert werden können. Der neue Standort bot jede Menge Raum für Wachstum. Und als Dieter Gerstenkorn den Betrieb 1992 von seinem Schwiegervater übernahm, nutzte er die großzügige Fläche. Von anfangs fünf Mitarbeitern erweiterte er seine Belegschaft auf zeitweise sogar 25 Personen. Eine weitläufige Gerüsthalle wurde angebaut, neue Auftragsbereiche erschlossen.

Fast ganz Ebern restauriert

Was diese Erfolgsgeschichte so sympathisch macht: Dieter Gerstenkorn verdankt sie nicht nur seinem Geschäfts-, sondern auch seinem Gemeinschaftssinn. „In der Wirtschaftskrise von 2002 hatte die Stadt Ebern kaum Gewerbesteuererinnahmen und kein Geld, um das historische Rathaus, ein wunderschönes Fachwerkgebäude, zu sanieren“, erzählt Dieter Gerstenkorn. „Da haben wir es auf unsere eigenen Kosten eingerüstet und frisch gestrichen.“ Eine Entscheidung, die sich gleich dreifach auszahlte: Das Rathaus wurde zum Schmuckstück, Dieter Gerstenkorn in den Stadtrat der 7.300 Einwohner starken Stadt gewählt und „Maler Klee“ als Experte für Denkmalsanierung bekannt. „In unserer Gegend gibt es viele Schlösschen, Villen und historische Kirchen. Wenn dort eine Renovierung ansteht, ruft man uns.“ „Maler Klee“ vergoldet Kirchturmuhren und -spitzen, streicht Innenräume und Fassaden und kümmert sich um die Restaurierung von Stuckdecken, Gesimsen und antiken Heiligenfiguren. ➤



Einzigartig in der Region: In der aufwändig renovierten ehemaligen Stabskaserne hat „Maler Klee“ einen inspirierenden Showroom eingerichtet

„Mit dem Ausstellungsraum wollten wir uns absetzen und neue Wege gehen.“

Dieter Gerstenkorn

„Im Grunde haben wir fast die gesamte mittelalterliche Innenstadt von Ebern restauriert“, freut sich Anton Gerstenkorn. „Wenn wir durch die Straßen laufen, schauen wir uns die Häuser an und freuen uns, wie schön alles geworden ist. Der Beruf ist für uns wirklich eine Berufung.“

Wir sind Problemlöser

Das gilt natürlich auch für die anderen Arbeiten, auf die sich der Betrieb spezialisiert hat. Wobei spezialisiert nicht ganz der richtige Begriff ist. Im Grunde ist „Maler Klee“ darauf spezialisiert, nicht spezialisiert zu sein: „Wir sind ein Allrounder“, sagt der Seniorchef. „Wir sind Problemlöser“, nennt es der Junior. Gemeint ist in beiden Fällen: Wir können alles. Und das ist auch nötig, da sich viele Aufträge vom Kleinen zum Großen entwickeln: „Wir werden gerufen, um die Küche zu streichen. Dabei fällt auf, dass erst Schimmel beseitigt werden muss. Dann möchte der Kunde gerne noch eine Trockenbauwand, einen Wanddurchbruch mit neuem Türsturz, eine neue Lackierung für eine Tür, eine Gipskartondecke mit Einbaustrahler und anschließend Stuck an

die Decke.“ „Maler Klee“ ist für all das der richtige Ansprechpartner. Und falls mal Elektroanschlüsse oder Bodendielen fehlen, besorgt die Firma Handwerker, die das umgehend erledigen. „Der Kunde will heute am liebsten alles aus einer Hand“, weiß Dieter Gerstenkorn. „Wir organisieren das ohne lange Wartezeiten und übernehmen auf Wunsch auch die Baustellenleitung.“ Möglich macht das ein zuverlässiges, über Jahrzehnte aufgebautes Netzwerk mit anderen Firmen in der Region. „Die Kollegen lassen uns nicht im Stich, wenn wir sie brauchen. Umgekehrt gilt natürlich dasselbe.“

Eine Ausstellung, die inspiriert

Bei so viel Service und handwerklicher Qualität wundert es wenig, dass die zufriedenen Kunden den Betrieb stets weiterempfehlen. „Mundpropaganda ist das beste Marketing“, findet Dieter Gerstenkorn und freut sich über jeden der vielen Anrufer, die die Dienste von „Maler Klee“ in Anspruch nehmen möchten. Damit es so erfreulich weitergeht, setzen die beiden Chefs auf fortschrittliche Arbeitsmethoden. „Stillstand ist Rückschritt“ heißt ihr Motto. Als erster Betrieb in der Gegend besaßen sie schon vor Jahren Geräte wie eine Brillux Farbmischanlage, einen Frästisch und eine Wärmebildkamera. 2015 eröffnete „Maler Klee“ zudem eine beeindruckende Ausstellung im Gewerbepark „Alte Kaserne“.

Hinter der mit bunten Quadraten verzierten Fassade eines umgebauten Stabsgebäudes in der alten Kaserne zeigt der Malerbetrieb in thematisch geordneten Räumen, was er kann. Und das ist eine ganze Menge: angefangen bei einem Kinderzimmer, das



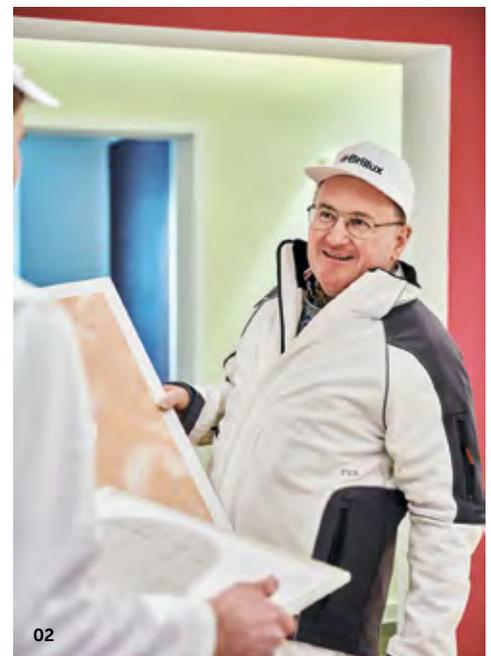


01

01 — 16 Zimmer voll guter Ideen: Die Ausstellung zeigt eine Vielzahl dekorativer und praktischer Strategien

02 — Seniorchef Dieter Gerstenkorn freut sich über die begeistertsten Reaktionen seiner Kunden

03 — Darf es ein wenig opulenter sein? Auch Stuck und indirekte Beleuchtung gehören zum Repertoire



02



03

„Wir sind Allrounder.
Die Kunden sagen immer:
Ihr könnt ja alles!“

Dieter Gerstenkorn

*gestalten und
erhalten*

Maler- und Lackierermeister
Stukkateurmeister und
Energieberater HWK



03



Maler Klee

Gegründet wurde das Unternehmen 1929 von Michael Klee, der es damals noch im Hinterhof seines Wohnhauses betrieb. Seitdem ist es in Familienbesitz und wird aktuell von Dieter Gerstenkorn und seinem Sohn Anton geführt. Nach dem Umzug ins Gewerbegebiet und einer Angebotserweiterung, u. a. um Denkmalschutz, ist der Allrounder heute der größte Malerbetrieb der Region um den fränkischen Ort Ebern.

→ maler-kee.de



01

„Malerhandwerk ist kein Job, sondern ein Beruf. Und das kommt von Berufung.“

Anton Gerstenkorn

01 — Eine sympathische Truppe: Die Gesellen, Meister und Bürokräfte von „Maler Klee“

02 — Juniorchef Anton Gerstenkorn wird die Firma ab 2022 alleine weiterführen. Sein Vater will sich dann zurückziehen und ihm nur noch beratend zur Seite stehen

03 — Die Halle im Gewerbegebiet Sandhof wurde in den letzten Jahrzehnten Stück für Stück erweitert. Auf dem zwei Hektar großen Gelände ist viel Platz, um neue Ideen zu realisieren

kunstvoll mit Affen und anderen Tieren bemalt ist, über ein praktisch orientiertes Büro mit Magnettapete bis zum eleganten, mit Stuckelementen verzierten Wohnzimmer. Dazu werden raffinierte Beleuchtungssysteme, Dämmmethoden und Problemlösestrategien gegen Schimmel und Algen vorgestellt. Kurz: Es gibt ausreichend Inspiration und Rat für alle, die bauen, umbauen oder renovieren möchten. Dieter Gerstenkorn erlebt regelmäßig begeisterte Besucher: „Wer unsere Ausstellung gesehen hat, will nur noch uns engagieren. Die Kunden sagen immer: Ihr könnt wirklich alles!“

Erfolgsrezept: Harmonie

Es ist offensichtlich: Dieter und Anton Gerstenkorn sind ein hervorragendes Team. Und das nicht nur im Unternehmen, von



02

dem der Vater 51, der Sohn 49 Prozent der Anteile hält. Auch privat gibt es eine Menge Gemeinsamkeiten: „Mein Vater hat mir vieles in die Wiege gelegt“, erzählt Anton. „Ich wollte schon als Kind Maler werden wie er und hab ständig Verputzen gespielt.“ Beide sind fest in der Gemeinde verwurzelt und Mitglieder der Eberner Feuerwehr – Anton im Vorstand, der Vater als Referent im Stadtrat. Momentan wohnen sie sogar im selben Haus. Allerdings nicht mehr lange. Im nächsten Jahr wird sich einiges ändern: Anton baut ein herrschaftliches Bürgerhaus mit großer Scheune, Stallungen und Garten zu seinem neuen Domizil um. Und im Januar 2022 werden sich auch die beruflichen Wege trennen. Dieter Gerstenkorn zieht sich mit 61 Jahren größtenteils zurück, Anton übernimmt den Betrieb. Wie es sich anfühlt, der alleinige Chef zu sein, kann er schon jetzt von Zeit zu Zeit erleben. Immer dann, wenn der Vater sagt: „Anton, morgen bist du dran. Wir sind kurz mal weg.“ Dann gönnt sich Dieter Gerstenkorn eine Auszeit und fährt mit seiner Frau, die als Bürokraft im Betrieb arbeitet, übers Wochenende in ein Wellnesshotel oder auf Städtetour. Anton findet das wunderbar. „Zum einen, weil ich mich für meine Eltern freue. Zum anderen, weil die Arbeit für mich keine Strafe ist, ich arbeite sehr gern.“ Sicher die beste Voraussetzung dafür, dass „Maler Klee“ auch in Zukunft der Liebling seiner Kunden bleibt. ◀

Wann haben Sie mal jemanden falsch eingeschätzt?

Freundlich, kooperativ oder eher mit Vorsicht zu genießen: Nicht immer ist es ganz einfach, auf den ersten Blick zu erkennen, wie andere Menschen ticken. Wir haben sechs Mitarbeiter des Eberner Betriebs „**Maler Klee**“ gefragt, ob sie sich schon einmal richtig in ihrem Gegenüber getäuscht haben ...



Wenn sich der Chef als Langschläfer entpuppt

Da fällt mir direkt ein Beispiel aus dem Betrieb ein: Mein Juniorchef kam eine Zeit lang, besonders montags, immer ein bisschen zu spät. Das hat mich sehr gewundert. Von einem Chef erwartet man ja eigentlich, dass er immer mit gutem Beispiel vorangeht. Aber dann habe ich gemerkt, dass er zum Ausgleich abends einfach sehr viel länger bleibt. Da konnte ich das nachvollziehen. Mittlerweile hat er sich mit den Arbeitszeiten uns angepasst und ist immer pünktlich da.

Dieter Werner, 60
Geselle, seit 44 Jahren im Betrieb

Immer top: als Maler, Angler, Kleintierzüchter



Plötzlich ein netter Typ

Manchmal ist es wirklich schwer, Kunden richtig einzuschätzen. Neulich hatte ich es zum Beispiel mit einem Auftraggeber zu tun, dem man es einfach nicht recht machen konnte. Er stand ununterbrochen während der Arbeit hinter mir und hat mir über die Schulter geschaut. Nichts war ihm ordentlich genug gemalert, ständig hat er sich beschwert. Ich hatte wirklich ein schlechtes Gefühl ihm gegenüber. Aber am Tag der Abnahme war er dann auf einen Schlag wie ausgewechselt: superfreundlich und glücklich mit dem Ergebnis. So im Nachhinein war er vermutlich einfach angespannt und hatte extrem Angst, dass etwas schiefgeht.

Jens Schöninger, 24
Maler- und Lackierergeselle, seit zehn Jahren im Betrieb

Malertalent und Feierbiest



Ich hatte einfach Glück

Puh, das ist eine schwierige Frage. So blöd das jetzt vielleicht klingt, aber ich kann mich nicht erinnern, dass mir so etwas jemals passiert wäre. Natürlich nicht, weil ich superschlau bin und jeden Menschen sofort durchschaue. Vielleicht eher, weil ich mit allen gut auskomme oder einfach Glück hatte bisher und keine schlechten Erfahrungen machen musste.

Matthias Schneider, 41
Maler- und Lackierergeselle, seit zwölf Jahren im Betrieb

Fußballbegeisterter Familienmensch



Ein Trick, um Geld zu sparen

Vor einiger Zeit haben wir für einen Kunden gearbeitet, mit dem die Arbeit richtig Spaß gemacht hat. Er war freundlich und schien rundum zufrieden. Doch als wir fertig waren, ging der Ärger los. Plötzlich hatte er an allem etwas auszusetzen und begann herumzünörgeln. Warum das so war, kam dann auch schnell heraus. Er wollte schlicht und einfach den Preis drücken. Nicht besonders sympathisch, wie wir fanden. Da wir einwandfrei gearbeitet hatten, musste er trotzdem voll bezahlen.

Werner Hink, 53
Maler- und Lackierergeselle, seit 34 Jahren im Betrieb

Toller Handwerker, liebenswürdiger Typ



Erst freundlich, dann unzuverlässig

Unser Betrieb ist sehr engagiert in der Ausbildung und bisher haben wir mit den jungen Leuten immer gute Erfahrungen gemacht. Doch neulich hatten wir einen Lehrling, den wir leider wieder entlassen mussten. Zunächst schien er motiviert und hat gut gearbeitet. Dann hat er immer öfter verschlafen und es stellte sich heraus, dass er sich auch bei der Kundschaft nicht korrekt verhielt. Ein absolutes No-Go.

Achim Tübner, 54
Maler- und Verputzergeselle, seit 20 Jahren im Betrieb

Schon morgens zu jedem Späßchen bereit



Eine spannende Unterhaltung

Ich war für Malerarbeiten bei einer älteren Dame, die mir anfangs recht zugeknöpft erschien. Aber dann habe ich schnell gemerkt, dass das Gegenteil der Fall war. In den drei Tagen, die ich bei ihr war, hat sie mir ihr ganzes Leben erzählt. Es war eine interessante Unterhaltung. Und jedes Mal, wenn sie jetzt wieder etwas bei uns in Auftrag gibt, bittet sie explizit darum, dass man mich zu ihr schickt.

Siegfried Baidersdorfer, 52
Maler- und Lackierermeister, seit 24 Jahren im Betrieb

Virtuos mit Pinsel und Tenorhorn

„Vor diesen Könnern ziehe ich meinen Hut.“

Michael Sommersell, Experte für Malergeschichte



Mittelalterliches Vergoldungbesteck: Lederkissen, Messer und Metallfinger mit Achat-Kralle dieser Art werden noch heute für die Polimentvergoldung eingesetzt. Günstiger als diese Methode ist die Ölvergoldung, die sich auch für den Außenbereich eignet

TEIL 5
HISTORISCHES HANDWERKSZEUG

DIE POLIMENTVERGOLDUNG

Fliegendes Gold



Gold von der Rolle: Mit diesem Werkzeug können Bilderrahmen mit einem fortlaufenden Streifen verziert werden

Was auf Bilderrahmen in Museen, auf Altären in Kirchen und auf Stuck in Altbauten leuchtet, ist häufig echtes Gold. Aufgebracht wird das zarte Metall blättchenweise mit einem traditionellen Verfahren: der Polimentvergoldung. „Diese Methode für Innenräume gilt seit Jahrtausenden als hohe Schule beim Vergolden“, erklärt Farbexperte Michael Sommersell vom Hamburger Malermuseum. „Bereits die alten Ägypter nutzten sie, um Sargmasken zu verzieren.“ Die Polimentvergoldung ist anspruchsvoll und erfordert, neben jahrelanger Übung und aufwendiger Planung, vor allem Fingerspitzengefühl und kontrollierte Atmung. Die Goldblätter sind hauchdünn, ein menschliches Haar ist 500 Mal so dick. Zudem sind sie nicht gerade günstig: Ein Blatt kann, je nach Tagespreis, gut einen Euro fünfzig kosten.

Gut rasiert und Fenster zu

„Der Aufbau dieser Vergoldung besteht aus einer komplexen Folge von Grund- und Polimentschichten, die sich der Vergolder selbst herstellt“, schildert Michael Sommersell. Auf feste Holzarten, Gips oder Stuck wird eine Leimtränke aus Tierhaut- oder Knochenleim mehrfach aufgetragen, geschliffen und mit diversen Kreiden in genauer Abfolge angelegt. Das Besondere: Diese Schichten lösen sich beim nächsten Auftrag nicht schuppenförmig ab, wie es von Leimfarbe bekannt ist. Ist dieser Untergrund fein geschliffen und gelöscht, wie das

Grundieren hier genannt wird, geht's ans Poliment, den eigentlichen Träger des Goldes. Es wird genauso mehrschichtig aufgetragen wie der Kreidegrund. Das Poliment wird, je nach Verfahren, benetzt, sprich kurzzeitig angelöst, dann wird das Gold aufgebracht. Dazu nimmt man mit dem Vergoldermesser das Blättchen auf und schneidet es auf dem Vergolderkissen zu. Die Herausforderung: flach atmen und nicht sprechen – schon ein Hauch kann das Gold davonwehen. Nun kommt der Anschleifer zum Einsatz, ein breiter Pinsel aus Eichhörnchen- oder Kamelhaar. Dieser wird über die Wange gestrichen, um ihn elektrostatisch aufzuladen. So „fliegt“ das Gold an die Borsten. Tipp: Vorher rasieren – das funktioniert nicht mit Bart. Dann „schießt man das Gold an“, so nennt man das Aufbringen. Im Anschluss wird es mit dem Vergolderpinsel „angestrichen“, überstehende Reste werden abgekehrt. Zum Abschluss kommen Achate zum Einsatz: Die Quarz-Edelsteine eignen sich dank ihrer glatten Oberfläche perfekt, um Gold zu polieren. Für diese Methode bedarf es großer Erfahrung, weiß Michael Sommersell: „Vor diesen Könnern ziehe ich meinen Hut.“ Doch nicht jede goldene Oberfläche benötigt gleich eine neue Schicht: „Häufig ist sie nur verschmutzt und es reicht, das Innere eines Brötchens zu einem Radiergummi zusammendrücken und damit das Gold wieder erstrahlen zu lassen. Und das geht auch mit Dreitagebart.“ ◀



Unser Experte

Michael Sommersell, 61, ist Maler und (ö.b.u.v.) Sachverständiger in Hamburg und bewahrt im Deutschen Maler- und Lackierermuseum die Geschichte des Handwerks → malermuseum.de

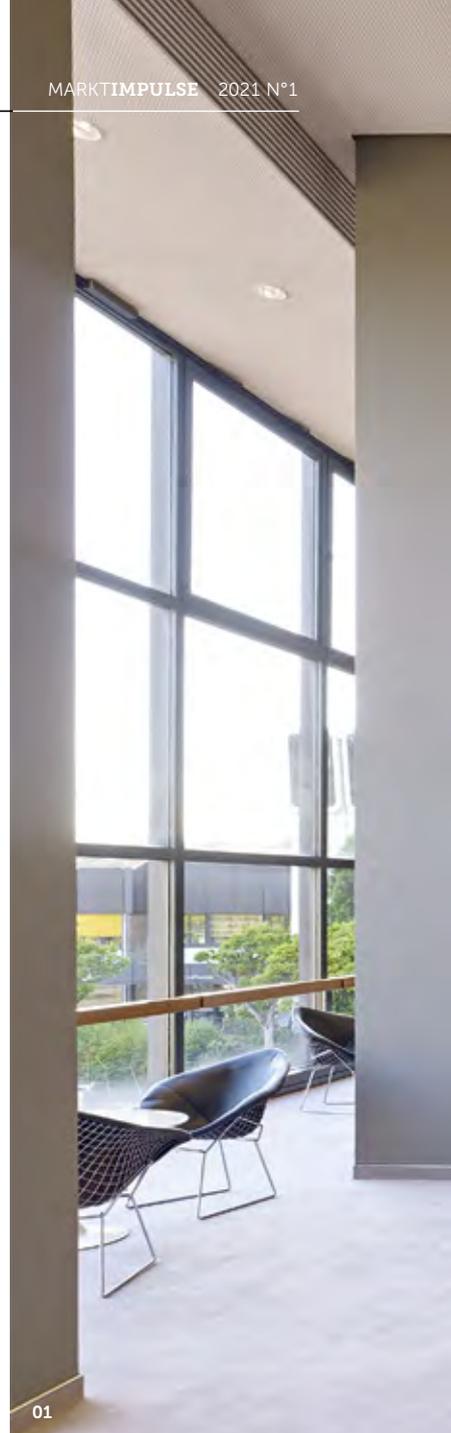
Wettlauf mit Naturgewalten

Das **Theater Rüsselsheim** eröffnete 1969. Zur 50-Jahr-Feier wurde das großzügige Foyer renoviert und verbindet nun den Schick der Zweiten Nachkriegsmoderne mit einer zeitgemäßen Farbgestaltung. Bevor es so weit war, hatten Malermeister Achim Steingass und sein Team allerdings mit widrigen Umständen zu kämpfen



Achim Steingass, W. Birk Baudekoration GmbH

Südlich von Wiesbaden aufgewachsen, ließ sich Achim Steingass von seinem Vater, einem Malermeister, ausbilden. Nach drei Gesellenjahren absolvierte er die Meisterschule in Lahr. 1999 ging Steingass zu einem großen Handwerksnetzwerk, zu dem auch der 1893 gegründete Wiesbadener Traditionsbetrieb W. Birk Baudekoration GmbH gehörte. 2013 übernahm Steingass die Leitung dieses 23 Mitarbeiter umfassenden Betriebs. → birk-baudekoration.de



01



02

Einen knappen Kilometer vom Hauptbahnhof und vom Ufer des Mains entfernt liegt das Theater Rüsselsheim, mitten in der Stadt. Gleich daneben haben sich unter der gemeinsamen Dachmarke Kultur123 auch die Musikschule und die Stadtbücherei angesiedelt. Doch das optische Zentrum dieses vitalen kleinen Areals bildet das 1969 unter Federführung des Architekten Dietrich Hirsch erbaute Gastspielhaus. Es bietet im großen Saal 865, auf der Hinterbühne rund 300 Sitzplätze. Zu normalen Zeiten stehen hier etwa 150 Veranstaltungen pro Jahr auf dem Programm. Ein besonderer architektonischer Hingucker ist das großzügige Foyer, dessen Flair nicht von ungefähr an die sechs Jahre ältere Berliner Philharmonie des Stararchitekten Hans Scharoun erinnert,



Dietrich Hirschs Lehrmeisters. Als 2019 zum 50. Jubiläum des Theaters eine Renovierung des Foyers anstand, plante die Mainzer Innenarchitektin Monika Schäfer keinen radikal neuen Wurf. Sie entwickelte ein zeitgemäßes Raumkonzept, das sich bewusst auf den Stil der klassischen Moderne der Originalentwürfe aus den späten 1960er-Jahren bezieht.

Farbenfroh fürs Fest

Auf drei Etagen lädt das Foyer vor den Vorstellungen und in Pausen zum Verweilen ein. Immerhin 25 Jahre waren vergangen, seit hier die etwa 400 m² Wandflächen das letzte Mal einen Maler gesehen hatten. Graublau-Töne verströmten eine mittlerweile aus der Mode gekommene 80er-Jahre-Ästhetik. „Auf dem größten Teil der Wände war Spachteltechnik drauf“,

erinnert sich Malermeister Achim Steingass an seinen ersten Eindruck vor Ort. „Die war teilweise an den Ecken und auch mal in der Fläche abgeplatzt. Man hat den Untergrund durchgesehen.“ Als Firmenleiter der W. Birk Baudekoration GmbH aus dem benachbarten Wiesbadener Ortsteil Mainz-Kastel hatte Steingass zuvor die Ausschreibung der Malerarbeiten für sich entschieden. Damit sich die Gäste der Wiedereröffnung Anfang September 2019 an den neuen farblichen Akzenten, allen voran am strahlenden Violett der Saalrückseiten, würden erfreuen können, galt es, die knapp bemessene Zeit während der Theaterferien optimal zu nutzen.

Kunst unter Schutzfolie

Von Juli bis Mitte August des Jubiläumsjahres war Steingass mit sechs Mitarbeitern >

01 — 2,5 Millionen Besucher haben in den letzten 50 Jahren dieses Foyer bevölkert. Nun ist es für die nächsten Jahrzehnte gerüstet

02 — Theater reflektiert die Realität. Nun scheint sich manchmal das Violett des neuen Foyers auf dem Theatervorplatz zu spiegeln

„Das Violett setzt nun einen neuen, brillanten Akzent.“

Achim Steingass, Malermeister und Betriebsleiter



auf der Baustelle, um die Wände, Untersichten, 240 Meter Geländer und Handläufe zu bearbeiten. Vor dem Anstrich der Wände musste der alte Putz ausgebessert und mit einer haftvermittelnden Grundierung versehen werden. Mithilfe eines sieben Meter hohen Gerüsts konnten die schwindelfreien Gesellen auch die entlegensten Ecken erreichen. Besondere Vorsicht war bei zwei großformatigen Gemälden des 1987 in Rüsselsheim verstorbenen Malers Diether Ritzert geboten. Sie sind seit 1969 fest an den Außenwänden installiert und gehören nun auch selbstverständlich zum erneuerten Raumkonzept. Vor Staub und Farbspritzern geschützt, überstanden sie die Malerarbeiten unter dichten Schutzfolien. Einen Schutz anderer Art verlangen die hölzernen Handläufe

der Treppengeländer, die naturgemäß im besonderen Maße im Publikumskontakt stehen. Hier sorgt Zweikomponentenlack für besonders widerstandsfähige neue Beschichtungen.

Sommerpause mit Tücken

Dass sich die Arbeiten auf die spielfreie Zeit im Hochsommer konzentrieren mussten, hatte für Achim Steingass und seine Mitarbeiter ganz besondere Herausforderungen zur Folge: Im Juli 2019 stiegen die Temperaturen in Rüsselsheim auf bis zu 39 °C. „Bei den großen Wänden war es sehr schwierig, das wirklich streifenfrei hinzukriegen,“ blickt Steingass mit leichtem Schauer zurück. Die große Fensterfront konnte zum Teil zugehängt werden und auch die Klimaanlage lief auf

„Kaum dass die Farbe drauf kam, war sie schon angetrocknet.“

Achim Steingass, Malermeister und Betriebsleiter



01 — Die fest installierten Gemälde stammen von Diether Ritzert. Über das Werk des Rüsselsheimer Künstlers informiert Tochter Beate unter
→ diether.ritzert.net

02 — Dank frischer Farbe, neuem Teppichboden und ausgefeiltem Lichtkonzept strahlt der Eingangsbereich zum Jubiläumsjahr in zeitloser Eleganz

03 — 23 Reihen im Parkett und sechs im Rang fasst der große Saal. Hier soll im neuen Jahr u. a. „Willkommen bei den Hartmanns“ laufen

04 — 300 m² Abdeckfolie für den Boden und 90 m² für die Treppen sorgten dafür, dass die neue Farbe nur dort hin kam, wo sie hin sollte

Hochturen. Trotzdem: „Kaum dass die Farbe drauf kam, war sie schon angetrocknet. Bei der besonders großen Wand waren wir alle zur selben Zeit dran und ich hab noch danebengestanden und ein Auge drauf gehabt, dass es keine Fehlstellen gab.“ Die Mühe hat sich gelohnt. Seit September 2019 erstrahlt das Foyer im Theater Rüsselsheim in neuem Glanz. Einer erfolgreichen Jubiläumsspielzeit stellte sich dann jedoch die Pandemie in den Weg. Vorstellungen entfielen reihenweise. Achim Steingass schaffte es 2020 nur einmal hierher, zu einer Corona-konformen Freiluftaufführung. Es bleibt die Hoffnung, dass in diesem Jahr die Rüsselsheimer möglichst bald wieder ihr Theater betreten dürfen und das im neuen Glanz erstrahlende Foyer. ◀

Beteiligte und Services

Bauherr: Kultur123, Stadt Rüsselsheim

Ausführende Betriebe: W. Birk Baudekoration GmbH, Mainz-Kastel

Verkaufsberater: Lars Hillmann, Brillux Wiesbaden

Technischer Berater: Boris Gönner, Brillux Wiesbaden

Materialien: Sensocryl ELF 267, Dolomit ELF 900, Superlux ELF 3000, CreaGlas Glasvlies VG 1001 Premium, Hydro-PU-Tec Seidenmattlack 2088, Hydro-PU-Spray Seidenmattlack 2188, 2K-Aqua Seidenmattlack 2388

Betrieb im
Fokus



Karsten Noack berät Unternehmen und Privatpersonen seit 20 Jahren zu Selbstpräsentation und Kommunikation → karstenoack.de

Eine Empfehlung ist ein Geschenk

Angebote über Angebote: Wie soll man sich da entscheiden? Bevor Verbraucher einen Handwerker beauftragen, erkundigen sie sich bei Freunden und Bekannten. Wie Handwerksbetriebe überzeugen, so dass Kunden sie gern weiterempfehlen, weiß **Führungskräftecoach Karsten Noack**

schon von vorneherein eine positive Einstellung zu meinem Angebot. Das ist eine wunderbare Ausgangssituation, um einen rentablen Auftrag zu bekommen.

Und was kann ein Chef dafür tun?

Im ersten Schritt muss ich dafür Sorge tragen, dass es nichts Negatives über mein Unternehmen und die Qualität unserer Arbeit zu berichten gibt. Solch unerwünschte Informationen können als kleine Lästereien beginnen und dann aber auch zu ausgewachsenen Gerüchten mutieren, die in der Folge schlicht geschäftsschädigend werden. Bedauerlicherweise geben manche Menschen Hinweise dieser Art schneller weiter als die Tatsache, dass Handwerker ihre Baustelle sauber und fachmännisch hinterlassen. Genau hier liegt die Herausforderung von nützlicher Mundpropaganda: Will ich als Chef erreichen, dass meine Kunden ihrem Umfeld vorteilhaft von meiner Arbeit und meinem Betrieb berichten, muss ich ihre Erwartungshaltung übertreffen und ihnen mehr bieten.

Es reicht also nicht aus, wenn ein Maler gute Arbeit leistet?

Die ist natürlich das Wichtigste. Aber auch hier gibt es starke Konkurrenz und es lohnt sich, neben der professionellen Leistung einem Kundenkontakt eine persönliche Note zu geben. So wirkt ein Betrieb nahbarer. Ein Kunde empfiehlt jemanden, zu dem er eine vertrauenswürdige Verbindung hat, deutlich lieber weiter. Ich muss mir also grundsätzlich Gedanken darüber machen, wie ich mich als

Wie wichtig ist Mundpropaganda für Handwerksbetriebe?

KARSTEN NOACK Sie kann entscheidend sein, weil im Handwerk ein großer Wettbewerb herrscht und viele Kunden im ersten Schritt nach einem günstigen Preis Ausschau halten. Empfiehlt niemand meinen Betrieb aktiv weiter, muss ich zwangsläufig mit den Preisen der Konkurrenz mithalten, um zu überzeugen. Kommt ein Kunde aber direkt auf mich zu, weil er beispielsweise von meiner Expertise und meinem eingespielten Team gehört hat, muss ich nicht um jeden Euro feilschen. Denn dank dieser Mundpropaganda hat er

Betriebsinhaber inszenieren will und welche „Geschichte“ ich von mir verbreitet wissen möchte. Das sollte etwas sein, das die Leute möglichst positiv bewerten und wovon sie anderen berichten können. Das kann etwas Lustiges sein, zum Beispiel eine kleine Anekdote aus dem eigenen Betrieb und dem Team. Warum nicht eine Begebenheit erzählen, bei der einem Kollegen zwar etwas schiefgegangen ist, er das Problem aber letztlich professionell und kostensparend gelöst hat? Das finden Kunden sympathisch und offen und vor allem ist es authentisch. Wenn ich als Chef gezielt Geschichten streue, sollte ich immer im Hinterkopf behalten, dass Menschen gerne Informationen weitergeben, die auch etwas Positives über ihre eigene Einstellung oder ihren Geschmack aussagen: etwa „dass die Farbe des Malers besonders gut für die Umwelt ist“ oder „dass diese Strukturtapete auch in einem bekannten Restaurant hängt“. Viele Chefs tun sich erfahrungsgemäß schwer mit der Entwicklung von eigener Mundpropaganda und es gibt hier auch nicht den einen ultimativen Tipp, weil die Glaubwürdigkeit von Betrieb und Mitarbeitern entscheidend ist. Jede Geschichte sollte individuell sein. Kunden merken intuitiv, wenn ich nur einen flotten Werbespruch anbringe, der aber nicht gelebt wird. Hier gilt das Motto: lieber echt als Hochglanz.

Inwieweit sollten Mitarbeiter in die Förderung von Mundpropaganda miteinbezogen werden?

Die Mitarbeiter sind dabei ein ganz wichtiger Bestandteil. Sie sind diejenigen, die diese Geschichte mit Leben füllen und nach außen tragen können. Deshalb ist es bei der Entwicklung solcher sinnstiftender Erzählungen wichtig, dass sie miteinbezogen werden. Ich als Chef sollte mir überlegen, welche Außenwirkung ich erzielen möchte. Der Feinschliff erfolgt anschließend im Team, etwa in einem ge-

„Will ich als Chef erreichen, dass meine Kunden ihrem Umfeld vorteilhaft von meiner Arbeit und meinem Betrieb berichten, muss ich ihre Erwartungshaltung über treffen und ihnen mehr bieten.“

meinschaftlichen Brainstorming. Meine Mitarbeiter wissen schließlich am besten, warum sie gern bei mir arbeiten. Diese Gründe sind ein guter Ausgangspunkt.

Sollte ein Chef Kunden aktiv um eine Empfehlung bitten?

Menschen sind da sehr unterschiedlich. Ich kann meinen Kunden die Empfehlung natürlich vereinfachen, indem ich etwa den Link zu einem Bewertungsportal in einer E-Mail sende, aber ich sollte da nicht mit allzu großer Resonanz rechnen. Es gibt Menschen, denen ist es ein persönliches Anliegen, meinen Betrieb weiterzuempfehlen, weil sie sich mit mir identifizieren, die Arbeit wertschätzen und mir etwas Gutes tun wollen. Vor allem diese Kunden sind unbezahlbar. Und denen darf ich auch auf keinen Fall das Gefühl vermitteln, dass ich sie oder eine Empfehlung von ihnen kaufen möchte. Diese Beziehungen pflege ich, indem ich diesen Auftraggebern ein Gefühl der Zugehörigkeit zu meinem Betrieb vermittele und sie beispielsweise zu meinem Sommerfest einlade oder online mit ihnen in Kontakt bleibe, indem ich mich mit ihnen vernetze und Austausch mittels einer Social-Media-Plattform wie Facebook oder Instagram biete. Es ist keine Selbstverständlichkeit, wenn Menschen mich unterstützen. Empfehlungen von anderen sollte ich als Unternehmer immer als Geschenk betrachten. Und so erwarte ich auch von Betrieben anderer Gewerke, die ich persönlich weiterempfehle, dass sie mit ihren neuen Kunden besonders aufmerksam sind, sonst wirft das zugleich ein schlechtes Licht auf mich, den Empfehlenden. ◀



Erinnerungen an die Anfänge:
Den alten Stupfpinsel seines
Vaters hat Sascha Leven auf-
bewahrt. Auch der Meisterbrief
von Walter Levens Ausbilder
aus dem Jahr 1924 befindet
sich im Aufenthaltsraum

Handwerk, Magie und Fortuna

Der **Malerbetrieb Walter Leven** aus Düsseldorf setzt auf Familie, Ausbildung und moderne Technik. Und auf ein kleines bisschen Zauberei ...

Die Tür zum Aufenthaltsraum des Malerbetriebs Walter Leven führt in die Vergangenheit: An den Wänden hängen Schwarz-Weiß-Fotos aus Gründungszeiten, auf dem Tisch liegen alte Malerpinsel, die vor 50 Jahren zum Einsatz kamen, auf abgewetzten Barhockern am Bartresen werden die Kollegen ins Partykeller-Zeitalter der 1980er-Jahre katapultiert. Chef Sascha Leven hält sich gern hier auf. Vieles vom Inventar ist Erinnerungen an Firmengründer Walter Leven. Als der 47-Jährige sich auf dem Sofa niederlässt, quietscht es verdächtig. „Die Feder ist schon etwas in die Jahre gekommen“, räumt er lächelnd ein. „Aber ich möchte mich ungern von den alten Möbeln trennen. Auch die stammen noch von meinem Vater.“

Familienprojekt

Walter Leven machte sich 1962 in Düsseldorf selbstständig. Von der alten, still-

gelegten Eller Mühle aus, dem damaligen Standort des Unternehmens, fuhr der Maler- und Lackierermeister die Baustellen der Umgebung an. Sohn Sascha packte schon während seiner Jugend im Unternehmen mit an. Eine Karriere im Handwerk hatte er zunächst aber nicht geplant. „Ich wollte BWL studieren und hatte mich bereits an der Uni Wuppertal beworben“, erinnert er sich. „Doch dann hat mir mein Gefühl gesagt, dass ich woanders gebraucht werde.“ Sein Vater erkrankte an Leukämie. Um ihn zu entlasten, trat Sascha Leven kurzerhand in die Fußstapfen des Vaters und legte einen Durchmarsch hin. Er absolvierte die Lehre im elterlichen Betrieb und bildete sich weiter fort. 1998 konnte sich Sascha Leven seinen Meisterbrief an die Wand hängen – da war er gerade 25 Jahre alt. Drei Jahre später machte der Düsseldorfer noch seinen Betriebswirt. Sascha Leven erlebte in dieser Zeit, wie die Krebserkrankung seinen Vater zunehmend schwächte. Als Walter





Ein Traditionsbetrieb, der mit der Zeit geht: Neben modernen Drohnen kommen im Malerbetrieb Leven auch digitale Lernmethoden wie Webinare oder Lernapps zum Einsatz. So werden die aktuell fünf Azubis bei der Vorbereitung der Gesellenprüfung unterstützt

Leven im Jahr 2002 verstarb, standen Sascha Leven und Bruder Markus in der Verantwortung. Unterstützung erhielten die beiden Geschäftsführer durch ihre Mutter. Anita Leven war eine gelernte Kauffrau. Die Abrechnungen gingen über ihren Schreibtisch, zudem beschaffte sie neues Material. „Meine Mutter war keine Frau, die im Rentenalter nur auf dem Tennisplatz stehen wollte“, schildert Sascha Leven. „Sie ist in ihrer Arbeit aufgegangen.“ Vor eineinhalb Jahren kam ein weiterer Schicksalsschlag für die Familie. Und damit auch für das Unternehmen. Anita Leven erlitt einen Schlaganfall und verstarb im August 2019. „Das war für uns ein großer Schock, der uns sehr belastet hat“, beschreibt Sascha Leven diese Zeit. Halt fand er bei seiner Familie, Ehefrau Sandra und Schwiegervater Werner Eck haben die Brüder im Unternehmen unterstützt. Nach der ersten Trauer gingen sie gemeinsam einen langgehegten Wunsch an: Das Mehrfamilienhaus der Levens, in dem sich auch seit 1992 der Firmensitz befindet, bekam als Familienprojekt eine umfangreiche Fassadensanierung. Seitdem fällt das Haus

Lernen mit der App

Der Malerbetrieb Walter Leven ist seit 2018 Ausbildungspartner von Brillux. Die jungen Mitarbeiter genießen dadurch viele Vorteile. So können sich Azubis wie Sharon Wachholder und Elias Mahmuti bei „Fit für den Job“-Seminaren weiterbilden oder die Azubi-TechnikTage besuchen.

→ brillux.de/mein-brillux/ausbildungspartnerschaft

aus den 1970er-Jahren im Stadtteil Hassels auf, mit seinem anthrazitfarbenen Kratzputz und dem Kontrast zu Fenster- und Türrahmen, die in einem hellen Grauton gestrichen wurden.

Nostalgie und Moderne

Der Betrieb ist ein Traditionsunternehmen, dabei jedoch keineswegs in der Zeit stehen geblieben. So kommen neuerdings auch moderne Drohnen zum Einsatz. Mit dem Fluggerät führen die Mitarbeiter auch bei schwierig einsehbaren Häusern Fassadenchecks durch. Sie lassen die Drohne beim Kunden steigen und ermöglichen so auch detaillierte Aufnahmen von schwer zugänglichen Bereichen wie Dachgäuben oder Dachrinnen. „So können wir mögliche Schäden dokumentieren und das Sanierungskonzept umgehend anpassen“, begründet Sascha Leven die Investition. Auch bei seiner Personalplanung hat der Chef die Zukunft stets im Blick. Er beschäftigt aktuell fünf Auszubildende – bei insgesamt 20 Mitarbeitern eine bemerkenswerte Quote. Zu den Neuen gehören Sharon Wachholder, 21, und Elias Mahmuti, 19. Beide begannen ihre Ausbildung im vergangenen August und haben seitdem viel gelernt. „Schon in den ersten Wochen durfte ich Wände streichen und Tapeten verkleben“, sagt Elias Mahmuti. Und Sharon Wachholder ergänzt: „Die Kollegen lassen mich viele Sachen alleine machen, haben aber auch immer die richtigen Tipps parat. So soll es in der Ausbildung sein.“ Die Azubis profitieren vom Erfahrungsschatz des Teams. Und der lässt sich bei einigen Kollegen in Zahlen benennen: So ▶



„Ich habe schon
angedroht, die
60 Jahre im
Unternehmen
vollzumachen.“

Heinz Mahn, Altgeselle



01 — Hingucker im Viertel:
Die Fassade seines Firmen-
sitzes und Wohnhauses hat
Sascha Leven im vergange-
nen Jahr saniert

02 — Mann für die Baustelle:
Heinz Mahn wollte nie den
Meister machen. Von seiner
Erfahrung aber profitieren die
jungen Kollegen

03 — Packen mit an: Elias
Mahmuti und Sharon Wach-
holder schauen nicht zu,
sondern nehmen den Pinsel
in die Hand

blicken die Gesellen Klaus Thissen und Frank Nielsen bereits auf 40 Jahre im Malerbetrieb Walter Leven zurück, und der 70-jährige Heinz Mahn gehört, mit mehr als einem halben Jahrhundert Firmenzugehörigkeit, längst zum Inventar. Vor einigen Monaten verlieh ihm die Handwerkskammer eine Urkunde für 55 Jahre im Betrieb. Sascha Leven ist stolz auf seinen ältesten Mitarbeiter: „Solche Lebensläufe findet man heute gar nicht mehr.“

Dabei hatte Heinz Mahn, genau wie sein Chef Sascha Leven, als Jugendlicher völlig andere Pläne. Sein Berufswunsch hieß: Masseur und medizinischer Bademeister. „Doch dann hatte ich den Bademeister aus der Schule im Kopf“, erzählt Mahn und ergänzt grinsend: „So wollte ich nicht werden.“ Also ging er zu Walter Leven, begann dort seine Ausbildung und fand den Beruf fürs Leben.

2013 trat Mahn ins Rentenalter ein. Aber die Arbeit – und vor allem die Kollegen – fehlten ihm. Und so blieb er einfach. „Ich habe schon angedroht, die 60 Jahre im Unternehmen vollzumachen“, scherzt Mahn. Als Aushilfe versiegelt er weiterhin Oberflächen, spachtelt Wände und trägt Farbe auf. Nebenbei lernt er nicht nur die jungen Kollegen an, er verzaubert sie dabei auch manchmal: Wenn die Zeit es zulässt, sorgt der 70-Jährige auf den Baustellen für Unterhaltung und packt allerhand Tricks aus. „Der Heinz ist unser Zauberer“, sagt Sascha Leven. Der Düsseldorfer trickst auch vor Publikum. ➤

„Der Heinz ist
unser Zauberer.“

Sascha Leven, Betriebsinhaber





Staub der Vergangenheit: Mit so einem Borstenpinsel arbeitete Heinz Mahn als Junggeselle. Aus Nostalgiegründen bewahrt sein Chef das alte Werkzeug noch auf



01 ___ Der echte Fußball spielt in Sascha Levens Familiengeschichte eine große Rolle – sein Großonkel wurde 1933 Deutscher Meister

02 ___ Ständig unterwegs: Heinz Mahn arbeitet schon seit 55 Jahren für die Familie Leven – und denkt noch nicht ans Aufhören

03 ___ Kein alltäglicher Auftrag: Die Malerarbeiten im Nachwuchsleistungszentrum von Fortuna Düsseldorf waren Herzenssache

04 ___ Der Fachmann ist zufrieden: Heinz Mahn schaut zu, wie Elias Mahmuti mit der Malerrolle hantiert

Malerbetrieb Walter Leven

1962 gründete der Malermeister Walter Leven das Unternehmen in Düsseldorf. Seit dem Tod des Vaters im Jahr 2002 stehen seine Söhne Sascha und Markus in der Verantwortung. Mit dem Namen Malerbetrieb Walter Leven bewahren die beiden dem Verstorbenen ein Andenken. 20 Mitarbeiter zählt das Unternehmen, das Aufträge in Düsseldorf, aber auch in Essen, Mönchengladbach, Krefeld oder Köln abwickelt. Fünf Auszubildende gehören zum Team. In diesem Jahr wird das Unternehmen wachsen, unter anderem kommen zwei weitere Maler- und Lackierermeister hinzu.

→ malerbetrieb-leven.de





Auf der Bühne lässt Mahn dann Spielkarten verschwinden oder zersägt seine Zuschauer – selbstverständlich ohne Blut und Folgeschäden. Sascha Leven erinnert sich selbst noch gut, wie Mahn früher Geldscheine zerriss und die Teile mit Magie wieder zusammenfügte. Wie der Trick funktioniert, hat Mahn ihm bis heute nicht verraten.

Fußballprojekt

Heute ist der Altgeselle aber nicht als Zauberer gefragt, sondern als Handwerker. Er fährt mit Sascha Leven in den Düsseldorfer Stadtteil Benrath. Dort saniert der Malerbetrieb im Auftrag einer Wohnungsbaugenossenschaft Mietwohnungen. Geselle Sebastian Bodewein hat in mehreren Räumen bereits Wände mit Raufaser tapeziert und Zargen weiß gestrichen. Heinz Mahn mustert das Badezimmer. Er streicht mit der Hand über die Wand. „Das passt, die Fläche ist eben“, lobt er den 26-Jährigen. Und auch Sascha Leven nickt zufrieden: „Solche Arbeiten sind unser tägliches Geschäft.“ Andere Aufträge wiederum sind alles andere als alltäglich. 2018 bekam Sascha Leven den Zuschlag, die Malerarbeiten am neuen Nachwuchsleistungszentrum von Fortuna Düsseldorf durchzuführen. In den Kabinen, wo sich die Talente des rheinischen Fußballklubs vor dem Training umziehen, im Fitnessbereich, in dem die Nachwuchsspieler ihre Gewichte stemmen, oder in den Besprechungsräumen, wo sich die Trainer zum Austausch treffen: In all diesen Bereichen haben Sascha Levens Mitarbeiter gestrichen. Sie haben viel Rot und Weiß aufgetragen – die Vereinsfarben der Düsseldorfer. Auch den Fassaden verpassten



„Schon in den ersten Wochen durfte ich Wände streichen und Tapeten verkleben.“

Elias Mahmuti, Auszubildender

die Maler einen Fortuna-Anstrich. „Da haben wir schon einige Meter gemacht“, beschreibt der Chef.

Die Arbeit für Fortuna Düsseldorf war für Sascha Leven mehr als ein wichtiger Job. Der Verein spielt auch in seiner Familiengeschichte eine wichtige Rolle. 1933 gewann die Mannschaft die Deutsche Meisterschaft – mit Kapitän Theo Breuer, der Sascha Levens Großonkel war. Zur Erinnerung hängt das Konterfei des Fußballnationalspielers in Levens nostalgischem Pausenraum. Woran sich Sascha Leven ebenfalls gern erinnert, ist der Moment, als das Vereinslogo auf die Fassade kam. „Das ist schon besonders gewesen“, erinnert er sich. Fast schon magisch. Kein Wunder – das Logo malte ja Heinz Mahn, der Zauberer. ◀

LESENSWERTES

Ausgezeichnete Architektur zum Blättern



Über Stock und Stadt

Keine andere Architektur prägt in aktuellen Zeiten der Wohnungsknappheit den Anblick von Städten so stark wie der Geschosswohnungsbau. Der Award Deutscher Wohnungsbau 2020 ist der erste Architekturpreis für Auftraggeber und Architekten in diesem Bereich. Das Jahrbuch stellt die ausgewählten Preisträger vor.

„Ausgezeichneter Wohnungsbau“, Ulrich Maly/Cornelia Dörries, Callwey-Verlag, 272 Seiten, 98 €

Bewährter Baustoff – neu gedacht

Geliebter, gehasster und vor allem genutzter Beton. Seit 1974 honoriert der Architekturpreis Beton herausragende Leistungen der Architektur und Ingenieurbaukunst, die mittels des umstrittenen und weltweit am meisten genutzten Baustoffs entstanden sind. Mit Projektporträts stellt diese begleitende Publikation die Preisträger vor.

„Beton.“, Oliver Herwig, Callwey-Verlag, 184 Seiten, 49,95 €



Privilegiertes Wohnen

Seit zehn Jahren prämiieren das Deutsche Architekturmuseum und der Callwey-Verlag mit den „Häuser des Jahres“ 50 herausragende Häuser und innovative Produktlösungen im deutschsprachigen Raum. Mit dem dazugehörigen Jahrbuch, inklusive aller Häuserporträts und Grundrisse, liefern sie eine unverzichtbare Inspirationsquelle für Bauherren und Architekten.

„Häuser des Jahres“, Nicola Borgmann/Katharina Matzig, Callwey-Verlag, 320 Seiten, 59,95 €

Schimmel hat uns was voraus

Malermeister Jürgen Jörges ist zertifizierter Sachverständiger und Schimmelexperte. Seine Mission: „Ein schimmelfreies Leben für jedermann“. Jetzt hat er ein Buch darüber geschrieben. Im Interview erzählt er vom Lüften im Homeoffice und seinem Lieblingsschimmel



Schimmelwissen für alle

Jürgen Jörges, 55, ist Schreiner und Maler- und Lackierermeister aus Dreieich. Um sein Know-how als Schimmelexperte mehr Menschen zugänglich zu machen, schrieb er das Buch „Schimmel, Arsch und Zwirn“. Es erscheint im Goldegg-Verlag, umfasst 178 Seiten und kostet 18 €.

Warum schreiben Sie ausgerechnet über Schimmel?

— **JÜRGEN JÖRGES** Im Maleralltag gibt es immer wieder Kunden, die anrufen und sagen: Bei mir schimmelt's. Machen Sie das bitte weg! Irgendwann habe ich festgestellt, dass ich eigentlich zu wenig über dieses Thema weiß. Also habe ich Weiterbildung betrieben und wurde zum Schluss als Schimmelsachverständiger zertifiziert. Aber das Unwissen über Schimmel ist nach wie vor weit verbreitet. Um hier ein bisschen Aufklärungsarbeit zu leisten, habe ich das Buch geschrieben.

Was sollte jeder allgemein über Schimmel wissen?

— Schimmel ist ein Naturprodukt und umgibt uns immer. Er hat die Aufgabe, alles, was rumliegt, gnadenlos zu zersetzen. Das hat der Schimmel uns voraus: Er grübelt nicht herum, sondern nutzt jede Chance zum persönlichen Wachstum. Wenn er in einer Wohnung wächst, ist die Ursache immer Feuchtigkeit.

Welcher Irrtum ist am weitesten verbreitet?

— Tapete ab, Schimmel-Ex auftragen und drüberstreichen hat mit Schimmel-Beseitigung nichts zu tun. Erst wenn ich die Ursache für die Feuchtigkeit beseitigt habe, kann ich auch die Schimmelsporen wegmachen und bin mir sicher, dass sie nicht wiederkommen.

Gewinnspiel

Wer „Schimmel, Arsch und Zwirn“, das neue Buch von Jürgen Jörges, gewinnen möchte, schickt einfach bis zum 30.04.2021 eine Email an:

marketingunterstuetzung@brillux.de
Betreff: „Stoßlüften“

Das Los entscheidet. Viel Glück!

Teilnahmebedingungen:
brillux.de/schimmel-arsch-und-zwirn

Sie schreiben, dass das Coronavirus auch für Schimmel sorgt. Das überrascht. Wie meinen Sie das?

— Im Lockdown sind oft ganze Familien über Tage und Wochen zuhause und produzieren durch das Atmen Feuchtigkeit. In der Arbeitsstättenverordnung steht aber nicht umsonst, dass jeder Büroraum jede Stunde einmal gelüftet werden muss.

Diese Verordnung müsste also auch fürs Homeoffice gelten?

— Durch das Atmen und die Emissionen technischer Geräte sinkt die Luftqualität ja besonders schnell in kleinen Büroräumen. Trotzdem macht es Sinn, sich auch zuhause am Arbeitsschutz zu orientieren.

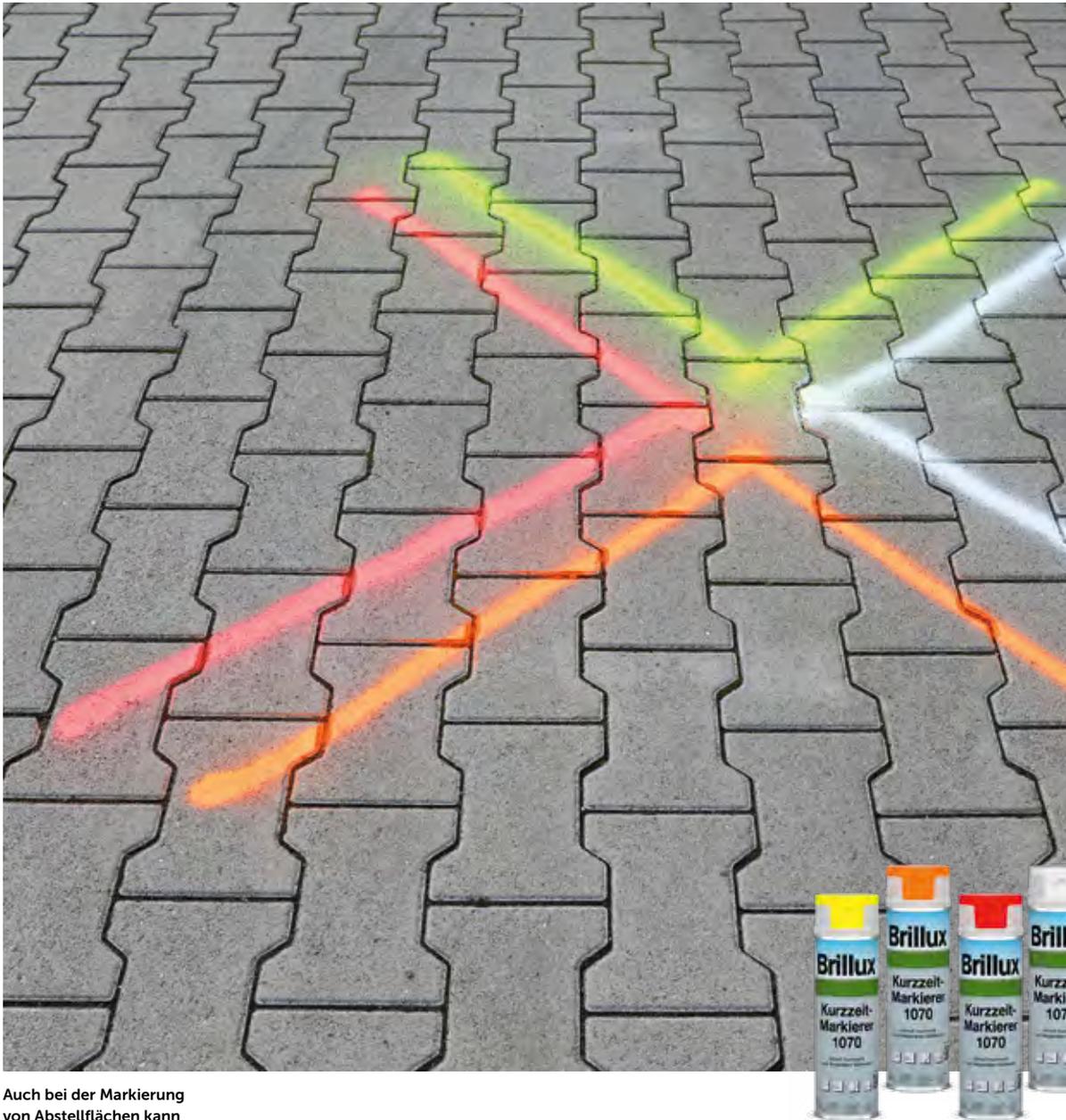
Wie machen Sie das selbst?

— Ich sitze in meinem Büro und wenn ich mir mal einen Kaffee hole, stehe ich auf und mache das Fenster auf. Wenn ich wiederkomme, mache ich es wieder zu. Dann habe ich tatsächlich mehrmals am Tag eine kleine Stoßlüftung, was immer noch besser ist, als einmal morgens und dann nie wieder.

Haben Sie einen Lieblingsschimmel?

— Es gibt 150.000 Schimmelpilzarten, die einen Namen bekommen haben. Und es gibt ungefähr nochmal so viele, mindestens, die noch keinen Namen haben. In der Pilzwissenschaft stecken wir fast noch in den Kinderschuhen. Allerdings ist das nicht mein Thema, ich bin kein Biologe. Wenn es um Lieblingsschimmel geht, dann wäre das wohl der Edelschimmel auf der Salami oder im Gorgonzola. ◀

MELDUNGEN



Auch bei der Markierung von Abstellflächen kann man dank der „Sprühkreide“ seine Kreativität in Weiß, Rot, Gelb oder Orange ausleben

Markieren mit Signalwirkung

Wo muss die Palette hin? Wo darf der Firmenwagen beim Kunden stehen? Das alles lässt sich mittels des temporär haftenden Kurzzeit-Markierers 1070 in ein paar Strichen beantworten. Dank fluoreszierendem Spezialpigment der „Sprühkreide“ leuchten die aufgesprühten Kennzeichnungen in Weiß, Rot, Gelb oder Orange. Durch die 360-Grad-Sprühfunktion lässt sich der Speziallack bequem auf Untergründen wie Asphalt, Stein oder Gras anbringen. Die Farbe verschwindet nach einigen Wochen, abhängig von Witterung und Untergrund, von allein.

→ brillux.de/kurzzeit-markierer



Inspirierende Natur

Mineralische Wandgestaltungen auf natürlicher Basis stehen aufgrund ihrer positiven Raumwirkung hoch im Kurs. Bei der Suche nach der richtigen Farbtonkombination und Ausführungstechnik hilft der ab Anfang April verfügbare Farbtonblock „Mineralische Wandgestaltung“. Er zeigt ein Spektrum von insgesamt 64 Farbönen, die jeweils als Sentimento- und Algantico-Muster dargestellt sind. Diese Farbtöne sind in vier Themenwelten aufgeteilt. Ambientebilder aus der Natur stehen stellvertretend für das Farbtonepektrum der jeweiligen Themenwelt. Der Farbtonblock wird ab Ende April geliefert, bestellbar über Ihren Verkaufsberater.

→ brillux.de/farbtonblock



Fest verankert

Ob Vordach, Markise oder Briefkasten, an der gedämmten Außenwand eines WDV-Systems muss einiges befestigt werden. Gleichzeitig stellt das Durchbohren des WDV ein Risiko dar, weil Wasser eindringen kann oder Wärmebrücken entstehen können. Daher bietet Brillux für jedes dieser sehr unterschiedlichen Elemente, ob schwer oder leicht, mit oder ohne Zuglast, die passende sichere Montageverankerung. Was sie womit befestigen, lässt sich schnell durch einen Klick auf ein interaktives Hausmodell auf der Brillux Website herausfinden.

→ brillux.de/montageverankerungen



WDVS

Damit die Wärme bleibt

Die passgenaue Abdichtung von Fensterbänken und Fensterlaibungen ist ein wichtiger Bestandteil der effektiven Wärmedämmung eines Hauses. Diese bauphysikalische potenzielle Schwachstelle kann man vorsorglich mit dem Einbau der WDV Laibungsplatten 3858 verhindern. Die EPS-Hartschaum-Dämmplatten halten auf tragfähigen, ebenen Untergründen wie Mauerwerk, Beton oder Altputz und lassen sich exakt und schnell montieren. Auch der Einbau eines entsprechenden Raffstorekastens MD 3862 mit Mauerwerksdämmung aus expandiertem Polystyrol-Hartschaum trägt zur optimalen Wärmedämmung bei und ist daher integraler Bestandteil des Brillux WDV-Systems.

→ brillux.de/wdvs-raffstorekasten





Yvonne Hirschmann übernahm 2020 die Firma ihres Vaters. Als „Hirschmann Malerbetrieb“ ist das Familienunternehmen nun auch digital präsent:

→ hirschmann-malerbetrieb.de

Vom Ingenieurswesen zum eigenen Malerbetrieb

Als Wirtschaftsingenieurin war sie eine gefragte Führungskraft. Hier erzählt **Yvonne Hirschmann**, wie sie dann noch zur preisgekrönten Malermeisterin wurde, den Betrieb ihres Vaters übernommen hat und welche Rolle das Existenzgründer-Paket von Brillux dabei spielte

Nach vielen erfolgreichen Jahren in der Industrie haben Sie beruflich noch einmal ganz neu angefangen. Wie kam es dazu?

Irgendwann habe ich gemerkt, dass ich in der Industrie nicht wirklich glücklich wurde. Mir hatte es gefehlt, vollständig die Fäden in der Hand zu halten. In dieser Zeit hat mein Vater, der 40 Jahre lang einen erfolgreichen Malerbetrieb geführt hat, sich auf die Suche nach einem adäquaten Nachfolger gemacht, aber keinen gefunden. Er sagte: „Bevor ich das Unternehmen an jemanden gebe, bei dem ich kein gutes Gefühl habe, sperr’ ich lieber zu.“ Das war vor zwei Jahren. Nicht zum ersten Mal bin ich ins Grübeln gekommen und habe gemerkt, wie viel mir am Unternehmen liegt, schließlich bin ich hier aufgewachsen.

Im September 2020 haben Sie als Jahrgangsbeste Ihren Maler- und Lackierermeister gemacht. Ein paar Wochen später wurden Sie mit dem Meisterpreis der Bayerischen Staatsregierung ausgezeichnet. Wie sah Ihr Weg dahin konkret aus?

Nach der Grübelelei nahm ich die Zügel in die Hand, informierte mich und erfuhr, dass es eine Möglichkeit zum Quereinstieg gibt. Ich durfte vor der Handwerkskammer Oberfranken die Ausnahmewilligung ablegen, bei der ich sowohl praktische als auch theoretische Malerkenntnisse nachweisen musste. Das war wie eine kurzgefasste Gesellenprüfung. Nach dem Besuch einer Infoveranstaltung an der HWK Oberfranken entschloss ich mich, den Meister zu machen.

Können Sie nun auch frühere Erfahrungen in den neuen Beruf einbringen?

Sehr viele sogar. Sowohl die Erfahrung aus Kindheit und Jugend, da ich hier im Unternehmen aufgewachsen bin, als auch die Kenntnisse aus meiner Ausbildung zur Industriekauffrau, meinem Studium als Wirtschaftsingenieurin und meiner Erfahrung als Führungskraft in der Industrie. Dazu kommt noch, dass mich unsere Stammkunden teilweise von Kindesbeinen an kennen. Sowohl die betrieblichen Komponenten wie Management und Organisation als auch die sozialen Komponenten sind äußerst wichtig, sie greifen quasi wie Zahnräder ineinander.



01 — Das exklusive Logo auf Briefpapier macht klassische Korrespondenz zum Aushängeschild

02 — Der erste Eindruck entscheidet: Auch im digitalen Zeitalter bewährt sich die Visitenkarte bei jedem analogen Kontakt

03 — Das Schaufenster von heute: Kaum ein Betrieb kommt ohne eigene Website aus. Auch hier unterstützt Brillux mit Erfahrung und Know-how

04 — Auch der Firmenwagen wird im neuen Look zum unverwechselbaren Hingucker

05 — Flagge zeigen! Mit einer Beachflag ist man vor der Ladentür und auf Messen unübersehbar

Als Chefin beschäftigen Sie nun Ihren Vater und zwei weitere Angestellte. Wie klappt das für Sie und Ihren Vater: Sind Sie sich immer einig?

Mein Vater hat sich immer individuelle Spachtel- und Kreativtechniken für die Kundschaft überlegt. Wenn ich jetzt mit auf die Baustelle komme, zeigen manche Kunden noch auf eine Wand und sagen: „Schauen Sie mal, das hat ihr Vater noch gemacht. Wir sind immer noch ganz stolz drauf.“ Wir sind uns nicht immer einig, aber ich bin sehr froh noch von der Erfahrung meines Vaters lernen zu können und so tauscht man sich aus und findet eine Lösung.

Sie haben mit der Betriebsübernahme auch Ihren Unternehmensauftritt mit Hilfe des Existenzgründer-Pakets umgestellt. Wie sind Sie auf das Angebot von Brillux aufmerksam geworden?

Mein Verkaufsberater Karl Müller hat mir das Existenzgründerpaket vorgestellt und mir Beispiele präsentiert. Schnell war für mich klar, dass ich dieses Angebot in Anspruch nehmen möchte. Nach der Vertragsunterzeichnung folgte zunächst die Logoentwicklung. Dies hat etwas mehr Zeit in Anspruch genommen, da ich generell jemand mit sehr klaren Vorstellungen bin und ich mich mit dem Logo absolut

identifizieren wollte. Es sollte aussagekräftig sein und einen hohen Wiedererkennungswert haben. Nach vielen Stunden des Grübelns und Entwerfens war die Idee geboren. Ich habe eine Bleistiftzeichnung entworfen, diese an die Grafikabteilung von Brillux geschickt und um Umsetzung gebeten (lacht). Die Erstausrüstung mit Briefbögen und Visitenkarten wurde sehr schnell geliefert und die Reaktionen der Kunden waren absolut positiv. Auch bei der Homepageerstellung hat mir Brillux geholfen. Eine Homepage war mir besonders wichtig, da sie ja das Schaufenster von heute ist.

Können Sie sich vorstellen noch einen vierten Beruf zu erlernen?

Das habe ich nicht mehr vor (lacht). Zumal ich heute davon überzeugt bin, dass dies der absolut richtige Weg für mich ist. Ich bin glücklich und habe Spaß an meiner Arbeit. ◀

Kontakt

Tel.: +49 251 7188-759

E-Mail: marketingunterstuetzung@brillux.de

#ONLINE

„Das i-Tüpfelchen, das letztlich zur Kaufentscheidung führt.“

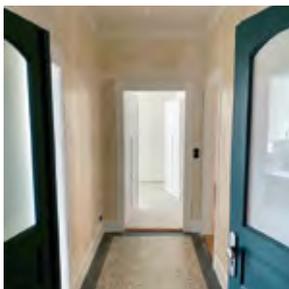
Georg Bohnert, Chef



Mit klaren Kanten, hellen Farben und einer fröhlichen Bildsprache schafft die malerteam_bohnert_gmbh auf Instagram auch optisch einen Wiedererkennungswert. Unten im Bild: Chef Georg Bohnert



→ Instagram
@maler-team-bohnert.de



→ maler-team-bohnert.de

Werte via Instagram



Um in der Vielfalt der Social-Media-Profile aufzufallen, braucht es ein bemerkenswertes Alleinstellungsmerkmal. Die Malerteam Bohnert GmbH aus Gengenbach und Ortenberg hat das für sich gefunden. „Wir erhalten Ihre Werte“ – so der Slogan des vierzehnköpfigen Teams um Chef Georg Bohnert, mit dem es seine Fotos auf Instagram postet. Das Motto passe gut, weil sein Betrieb viele Sanierungen mache, so Bohnert. „Das ist gleichzeitig Werterhaltung und Wertschaffung.“ Rund eine halbe Stunde täglich, meistens abends, nimmt sich der Malermeister Zeit, um Fotos von sanierten Altbauern, denkmalgeschützten Fassaden und Graffiti-Entfernungen zu posten. Für viele seiner jüngeren Kunden sei der Social-Media-Auftritt des Malerteams „das i-Tüpfelchen, das letztlich zur Kaufentscheidung führt“, so Bohnert. Daher lohne sich die zeitliche Investition. Die über 800 Abonnenten des Schwarzwälder Malerbetriebs scheinen das ähnlich zu sehen.

PRAXISTIPP

Darf ich dich anschreiben?

Der meistgenutzte Kurznachrichtendienst der Welt, WhatsApp, ist für viele Handwerker ein wichtiges Kommunikationshilfsmittel. Weil man mal eben Termine abstimmen oder Fotos von der Baustelle schicken kann. Dennoch: Wer die Daten seiner Kunden ohne deren Einwilligung an WhatsApp weitergibt (das passiert bereits, wenn die Kontaktdaten im Smartphone abgespeichert werden), verstößt als Betrieb gegen die Datenschutz-Grundverordnung. Das gilt auch für Fotos. Bevor Sie Ihren Kunden also via WhatsApp kontaktieren, sollten Sie sich vorab die Einwilligung geben lassen. Das beweist auch Ihre Sorgfalt.



→ bit.ly/3aY88wS

In fünf Minuten schlauer

Wie saniert man einen Riss an der Innenwand? Wie verarbeitet man Zierprofile effizient? Es erfordert Berufserfahrung, in jedem Bereich kompetent zu sein. Daher ist es gerade zu Ausbildungsbeginn hilfreich, wenn man weiß, wo man sich die nötigen Informationen beschaffen kann: Für angehende Maler, Lackierer und Stuckateure heißt die Antwort vielfach YouTube. Hier bietet die Brillux Serie „Praxistipps“ mit Videoclips hilfreiche Anleitungen für den Expertenauftritt auf der Baustelle oder in der Berufsschule.



Bewusst abschalten

Ständig online, ständig erreichbar, ständig im Stress? Wenn die Angst, etwas (online) zu verpassen, dafür sorgt, dass wir unseren Blick gar nicht mehr vom Smartphone nehmen können, helfen paradoxerweise Apps beim digitalen Abschalten. Mit der App Forest (Android-Version kostenfrei, iPhone 0,89 €) wachsen in der surffreien Zeit Bäume auf dem Bildschirm. Nutzt man vor Ablauf der zuvor festgelegten Zeit sein Smartphone, verkümmern die Pflanzen.

Die Videoplattform TikTok ist nicht nur was für tanzende Teenies: Auch immer mehr Betriebe sind hier vertreten. Ihr Vorteil: Weil sie die ersten Handwerker auf TikTok sind, haben sie hohe Zugriffszahlen. Eine Chance auch für Ihren Malerbetrieb!

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 bei uns:

→ marketingunterstuetzung@brillux.de

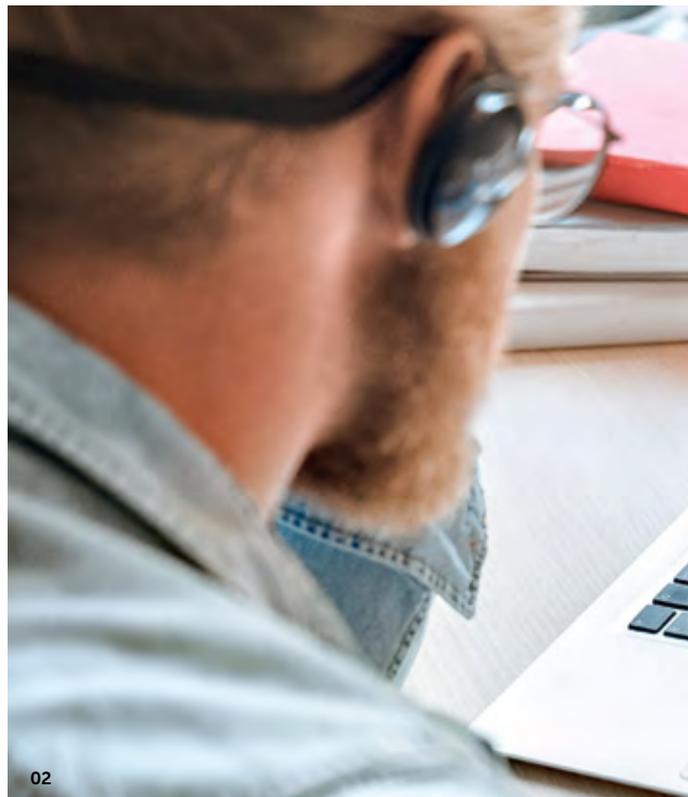
86 %

der deutschen Unternehmen wollen Briefpost durch digitale Kommunikation ersetzen

Quelle: Digitalverband Bitkom, repräsentative Umfrage vom Mai und Juni 2020

Digitales Lernen für alle

Lernen kann man von überall, davon ist man in der Brillux Akademie seit Jahren überzeugt. Auf Basis dieses großen Erfahrungsschatzes konnte das **digitale Lernangebot** für das Jahr 2021 nochmal passgenau ergänzt und vergrößert werden: So erhält jeder – vom Azubi bis zum Malermeister – das für ihn optimal geeignete Wissenswerkzeug



Aufgrund der hohen Nachfrage nach digitalen Lernformaten für alle Alters- und Karrierestände hat Brillux sein bestehendes Angebot in diesem Jahr weiter ausgebaut: In insgesamt fünfzehn Themen können sich alle Mitarbeiter von Maler- und Stuckateurbetrieben in den Webinaren und Online-Workshops der Brillux Akademie weiterbilden. Von sehr praxisnahen Bereichen wie Aufmaßtechnik, Bodenversiegelung oder Balkonbeschichtung für Gesellen, Meister und Inhaber über Marketingthemen wie das Webinar „Mit Social Media durchstarten“ bis hin zum Webinar-Thema „Das Brillux Existenzgründer-Paket“ für Meisterschüler. Zusätzlich beinhaltet das Webinar-Programm drei relevante Inhalte für Azubis: „Das 1x1 der Bodenbeläge“, „Das 1x1 der Klebebänder“ und „Das 1x1 des Tapezierens“. Sowohl technische Referenten der Akademie als auch externe Experten für Marketing und Führung referieren zu den angebotenen Lernthemen. ◀

Legen Sie los!

Buchen Sie die Brillux Live-Online-Programme direkt unter:

→ brillux.de/live-onlineprogramme



01 — Wird digital vermittelt und hilft in der Praxis weiter: Basiswissen Aufmaß. Einer der neuen Online-Workshops im Lernangebot 2021

02 — Nachfragen ausdrücklich erwünscht: Per Videochat können die Teilnehmenden des Webinars ihre Fragen direkt mit dem referierenden Experten besprechen



Maler Kastner will's wissen!

Frank Kastner, 51, hat schon an acht Brillux Seminaren teilgenommen. Warum der **wissbegierige Malermeister** jedes Jahr das Rechtsseminar besucht und ihm Webinare besonders gefallen



Wie sind Sie auf die Seminare von Brillux aufmerksam geworden?

Mein Verkaufsberater hat mich darauf hingewiesen und dann habe ich mich direkt für drei, vier Seminare angemeldet. Ich mache generell gerne Seminare, weil ich der Ansicht bin, dass man lebenslang dazulernt und nie fertig ausgelernt hat. Insgesamt habe ich in den vergangenen Jahren an acht Seminaren von Brillux teilgenommen. Für mich sind die Praxis- und Technikseminare nicht mehr so relevant, weil ich nicht mehr selbst rausfahre. Aber alle Module mit Tipps zu den Themen Mitarbeiterführung und Optimierung im Kundenumgang sind für mich sehr wertvoll. Am Rechtsseminar nehme ich sogar jedes Jahr teil. Da gibt es immer wieder neue Fallbeispiele und Urteile, da nehme ich wirklich viel mit.

Jetzt gab es dieses Jahr coronabedingt vor allem Webinare. Wie haben Ihnen die gefallen?

Ehrlicherweise finde ich die Webinare noch besser. Das ist sehr bequem. Natürlich fehlt durch die Distanz die persönliche Ebene, aber dafür habe ich die Möglichkeit, mich an einem Bürotag, wenn ich sowieso vorm Computer sitze, für eineinhalb Stunden zurückzuziehen und am Webinar teilzunehmen. Das ist total unkompliziert und erfordert keine Anreise oder anderen Aufwand, sondern nur einen Computer oder ein Tablet.

Was haben Sie aus den Veranstaltungen in Ihren Alltag mitgenommen?

Vieles! Ich habe zum Beispiel meine Website und die Texte angepasst und Flyer und Visitenkarten drucken lassen, die ich meinen Kunden beim ersten Besuch mitbringe. Tatsächlich sind es Veränderungen, bei denen ich auch schon vorher eigentlich wusste, dass sie wichtig sind. Aber ich habe die im Alltag schleifen lassen. So ein Seminar bietet dann die Gelegenheit, aus lang gehegten Ideen Tatsachen werden zu lassen. ◀

Malermeister Frank Kastner führt den Malerbetrieb Kastner in Langenfeld und Esterwegen in zweiter Generation. Als Sachverständiger für das Maler- und Lackierhandwerk nimmt Kastner regelmäßig an Weiterbildungen teil. Mit den Brillux Seminaren baut er sein Wissen im Bereich Mitarbeiterführung, Recht und Marketing aus → maler-kastner.de

Die digitalen Azubi-Technik-Trainings auf einen Blick

- Wer** Teilnehmen können alle Auszubildenden im 1. bis 3. Ausbildungsjahr
- Was** Die digitalen Azubi-TechnikTrainings bestehen aus Online-Formaten mit 20 Online-Lerneinheiten pro Thema inklusive Fachvideos, Merkblätter und Wiederholungstest. Die ersten Trainingsthemen für 2021 sind „Saubere Farbanschlüsse“ und „Saubere lackieren mit wasserbasierten Lacken“. Damit das Gelernte direkt umgesetzt werden kann, gibt es einen Praxisteil mit Anleitung, der in der betrieblichen Werkstatt absolviert wird. Jedes Training umfasst 6–7 Arbeitsstunden plus die Trocknungszeit der Materialien. Abgeschlossen wird das E-Learning mit einem Abschlusstest mit Zertifikat.
- Wo** Alle weiteren Informationen zu den digitalen Azubi-TechnikTrainings finden Sie unter → brillux.de/azubi-techniktrainings
- Warum** Digitales Lernen ist die Zukunft – auch im Malerhandwerk. Weil Azubis digital aufbereitete Inhalte auch spannend finden, sind die Zufriedenheit und das Engagement der Auszubildenden bei der Kombination aus Online- und Praxislernformen höher. Zugleich fördert digitales Lernen die Selbstständigkeit: eine der wichtigsten Fähigkeiten auf jeder Baustelle!



Mit Charme zum besseren Image

Seine Mission: Jugendlichen zu zeigen, wie cool das Malerhandwerk ist. Seine Werkzeuge: Instagram, YouTube und seine offene und sympathische Art. Der 21-jährige **Malerazubi Luca Ansel** unterstützt die Nachwuchsinitiative „Deine Zukunft ist bunt“

„Man kann das Handwerk kaum besser darstellen als über die sozialen Medien“



Luca, du bist jetzt Bestandteil von „Deine Zukunft ist bunt“. Warum machst du bei der Initiative mit?

Mein Ziel ist es, das Image des Malerhandwerks bei der jungen Generation zu verbessern und zu zeigen, wie cool es wirklich ist. Ich habe deswegen im letzten Jahr angefangen auf Instagram zu dokumentieren, wie mein Alltag als Maler aussieht. Ich habe gemerkt, dass das gut ankommt, und dann regelmäßiger gepostet. Auf den Social-Media-Plattformen wie Facebook und Instagram ist wirklich jeder Jugendliche unterwegs – man kann das Handwerk kaum besser und authentischer darstellen als über die sozialen Medien.

Mit Brillux als Partner kann ich das Ganze viel größer aufziehen und noch viel mehr Menschen erreichen.

Vor deiner Ausbildung war deine Begeisterung für das Handwerk zunächst nicht so groß: Du wolltest nach dem Realschulabschluss erst noch Abitur machen, hast dich dann aber noch umentschieden. Wie kam es dazu?

Mein Vater hat einen eigenen Malerbetrieb und mein Traum war eigentlich schon, den Betrieb irgendwann zu übernehmen. Aber nach dem Realschulabschluss war ich ehrlicherweise noch nicht bereit, mit der Ausbildung zu beginnen. Zumal keiner meiner Freunde den Gedanken hatte, überhaupt eine Ausbildung im Handwerk zu absolvieren. Gerade das Malerhandwerk hat bei Jugendlichen kein gutes Standing. Der Maler wird gern als Stereotyp wahrgenommen, der schmutzig wird, wenig verdient und nach Feierabend



Warum der Malerberuf besser ist als sein Image, zeigt und erklärt Luca Ansel mit viel Begeisterung und Humor auf YouTube

nur Bier trinkt. Dass das nicht so ist, will ich jetzt beweisen. Rückblickend würde ich sagen, dass ich einfach noch nicht reif genug war und die Entscheidung gegen den Malerberuf eher aus einem Gruppenzwang heraus getroffen habe. In der 12. Klasse war motivationstechnisch die Luft total raus und ich hatte gar keine Lust mehr auf die Schule. Dann habe ich mich mit meinen Eltern und auch mit meinem Klassenlehrer zusammengesetzt und schnell stand fest, dass ich die Ausbildung zum Maler und Lackierer bei meinem Vater im Betrieb beginne. Ich bin jetzt im dritten Lehrjahr und habe die Entscheidung noch nicht eine Sekunde bereut.

Dass du sehr zufrieden mit deiner Entscheidung bist, merkt man dir an. Wie willst du auch andere davon überzeugen, was hast du da geplant?

Um zu zeigen, was der Beruf genau bedeutet und wie komplex er wirklich ist, werde ich die Leute in meinen Videos mit auf die Baustelle nehmen. Dann werde ich noch ein Video drehen, in dem ich meine Lieblingskreativtechnik vorstelle. Hier bin

Luca Ansel

Der 21-jährige Freiburger Luca Ansel ist im dritten Lehrjahr seiner Ausbildung zum Maler und Lackierer. Seinen Berufsalltag zeigt er auf Instagram (@creativluca) und auf dem Deine-Zukunft-ist-bunt-YouTube-Kanal.

→ youtube.com/watch?v=Bim0gdITZuQ



ich tatsächlich noch am überlegen, welche ich nehme, weil ich mehrere habe und auch weiß, dass das die Abonnenten ganz besonders interessiert. Und danach will ich nochmal meine Argumente für das Malerhandwerk vorstellen. Es sind tatsächlich noch weitere Themen geplant, aber da will ich auch noch nicht zu viel verraten. Es bleibt auf jeden Fall unterhaltsam!

Bekommst du Rückmeldungen auf dein Engagement?

Ja, in letzter Zeit sogar vermehrt. Ich habe zum Beispiel Nachrichten von Berufsschülern bekommen, die mir schreiben: „Wegen dir macht mir die Ausbildung mehr Spaß.“ Das ist schon echt cool zu lesen. ◀

Online Nachwuchs gewinnen

Etwa 1,8 Millionen Mal im Monat wird das Ausbildungsportal AZUBIYO besucht. Malerbetriebe, die hier vertreten sind, haben gute Chancen, interessierte Nachwuchskräfte zu finden



Azubis per Klick

Mit wenig Aufwand viele potenzielle Auszubildende erreichen: Dank des Online-Ausbildungsportals AZUBIYO ist das für Brilllux Kunden jetzt ganz einfach möglich

Was mache ich nach der Schule? Da sind viele Jugendliche zunächst häufig noch ratlos. Damit die Lehrstellensuche im Idealfall bei einem Malerbetrieb endet, ist es für die Betriebe wichtig, digital Präsenz zu zeigen und potenzielle Interessenten auf sich aufmerksam zu machen.

Denn nicht nur das Malerhandwerk konkurriert um die fähigsten Schulabgänger und potenziellen Nachwuchskräfte, auch andere Gewerke tun das. Um in diesem Wettbewerb erfolgreich zu bestehen, ist es sinnvoll, auf Plattformen aktiv zu sein, die hauptsächlich von Jugendlichen frequentiert werden: Nutzen Sie deshalb den neuen Brilllux Anzeigenservice, um auf dem Ausbildungsportal AZUBIYO für Ihren freien Ausbildungsplatz zu werben!

AZUBIYO ist eines der reichweitenstärksten Ausbildungsportale, auf denen sich Schüler über freie Ausbildungsstellen



„Als wir von AZUBIYO erfahren haben, war uns sofort klar, dass wir dort unsere offenen Ausbildungsstellen zur Verfügung stellen möchten.“

Malermeister Daniel Otremba aus Essen

informieren können. Knapp 70 Prozent der potenziellen Azubis suchen mittlerweile online: Die Plattform verzeichnet rund 1,8 Millionen Besuche im Monat. Davon profitieren Sie als Brilllux Kunde, indem Sie jetzt Ihre individuelle Ausbildungsanzeige einem breiten Interessentenkreis zugänglich machen können – für das Ausbildungsjahr 2021 (Anmeldung bis zum 30.06.2021) ist dieser Service sogar kostenlos. ◀

Anmelden bei AZUBIYO: So einfach geht's



1.

Registrieren Sie sich als Brillux Kunde bei „Deine Zukunft ist bunt“:

→ dzib.de/betriebsdaten



2.

Hinterlegen Sie die Logodaten Ihres Betriebs:

→ brillux.de/logoservice

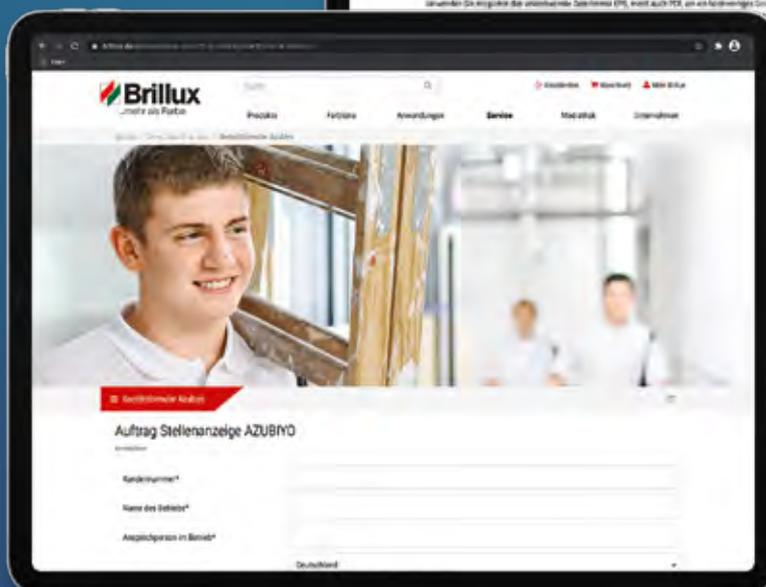


3.

Melden Sie sich an:

Jetzt ergänzen Sie noch individuelle Daten, dann wird Ihre Anzeige professionell mit bereits hinterlegten Texten und Bildern aufbereitet, geprüft und freigeschaltet.

→ brillux.de/azubiyo



ANBLICK



Vier Buchstaben, die Wellen schlagen

Love. Allein dieses Wort ist schon eine starke Botschaft, die auf der ganzen Welt verstanden wird. Kommt sie aber als optische Täuschung daher, ist sie umso eindringlicher: Diese Hommage an die wellenschlagende Kraft der Liebe malte der Künstler Ben Johnston im Herbst 2020 auf die Fassade der Egység-Kulturstation in Novi Sad. Die Metropole im Norden Serbiens sollte 2021, als erste Stadt außerhalb der EU, den Titel „Europäische Kulturhauptstadt“ tragen. Aufgrund der Corona-Pandemie werden nun die Auszeichnung und alle Events um ein Jahr verschoben. Umso wichtiger bleibt die positive Botschaft des Kanadiers, die signalisiert, dass die Liebe zur Kultur über dieses Jahr hinaus bleibt.

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: Wiebe Bökemeier,
Denis de Haas, Ralf Krämer,
Sarah Schönewolf, Barbara
Stummer

Erscheinungsweise

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

Redaktioneller Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verwenden wir das generische Maskulinum. Alle Personen sind damit gleichberechtigt angesprochen und ausdrücklich mit gemeint.



**„Das Wenige,
das du tun
kannst, ist viel.“**

Albert Schweitzer (1875–1965), deutsch-französischer Arzt,
Philosoph und Friedensnobelpreisträger

Thema in der nächsten Ausgabe: Füreinander



Weitere Informationen
zu SolvoGuard 885
finden Sie hier:
[www.brillux.de/
solvoguard](http://www.brillux.de/solvoguard)

36308/69/15_4/0321 8826.0010.9080

Strukturerhaltende Anstriche im Außenbereich

Charakterstark renovieren



SolvoGuard 885

Unkompliziert renovieren im Außenbereich: Die seidenmatte Alkydharz-Holzfarbe ist in deckenden oder lasierenden Farbtönen erhältlich und ermöglicht gleichmäßige Oberflächenergebnisse auf ungleichmäßig abgewitterten Holzbauteilen.

- guter Verlauf und hohes Standvermögen
- leichte Verarbeitung durch geringen Streichwiderstand
- verhindert das Durchschlagen von Holzinhaltstoffen
- optional in Protect-Qualität erhältlich

Langlebig, schützend, charakterstark!

www.brillux.de/solvoguard

 **Brillux**
..mehr als Farbe