

MARKT IMPULSE

**Nachwuchs
finden**

... unterstützt von
„Deine Zukunft
ist bunt“

(M)ein Traumjob

Kreativ gestalten, im Team arbeiten, Kunden zum Lächeln bringen – davon können viele Berufsgruppen nur träumen. Dass dieser Job ziemlich glücklich machen kann, zeigt eine aktuelle Studie der Universität Göttingen

Start in der Garage

Malermeister
Stephan Raddatz –
der Bill Gates aus
dem Bergischen

Farbe to go

Wie der erste
mobile Pigment-
kasten die Fanta-
sie der Kunden
beflügelte



„Wir packen zusammen an“

Malermeister Stephan Raddatz aus Nümbrecht, Nordrhein-Westfalen, freut sich, dass er auch in Zukunft mit Sohn Niklas die Pinsel kreuzen kann – der 20-Jährige steigt bald ins Unternehmen ein. **Mehr auf Seite 46**

INHALT



36

06 Herzschatz aus Licht

Mehrdimensionale Kunst auf Glas

08 Gold

Farbfakten

10 Alte Tradition, frische Ideen

Neues aus der Online-Welt

12 Handwerk macht glücklich

Schwerpunkt

20 Was macht uns zufrieden?

Fakten rund ums Glück

22 Eine Familie startet durch

Reportage Betrieb Haubner, Berngau

30 Was machen Sie im Job richtig gern?

Betriebsumfrage

34 Gute Arbeit ohne Umwege

Der Brillux Effizienz-Check

36 Viele Wege führen zum Azubi

Die Brillux Initiativen auf einen Blick



12

Schwerpunkt: Handwerk macht glücklich



46

38 Per Klick zum Auszubildenden

Erfolgreiche Kooperation: „Deine Zukunft ist bunt“ und AZUBIYO

40 Botschaft des guten Geschmacks

Baustellenporträt über das Restaurant „L'Ambasciatore“, Basel

44 Förderung nutzen

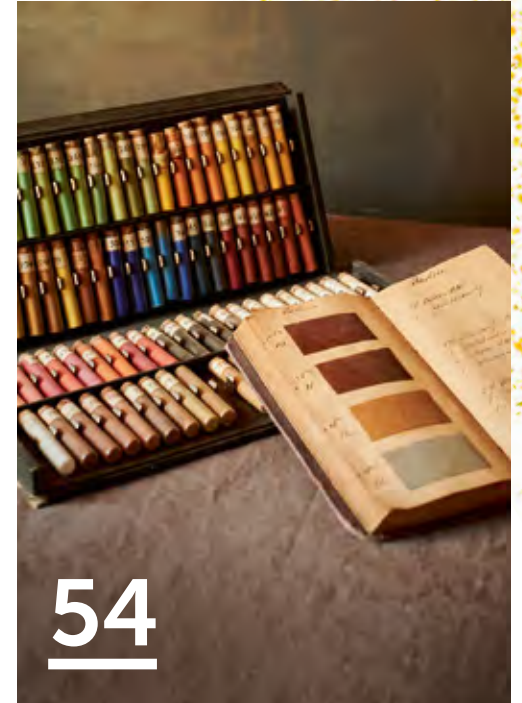
Branchennews und -trends

46 Erfolgsgeschichte aus der Garage

Reportage Betrieb Raddatz, Nümbrecht

54 Farbe zum Mitnehmen

Serie „Historisches Handwerkszeug“



54

56 Spiel, Spaß und Schrott

Spielerfinder Reinhold Wittig im Gespräch

60 Schwierige Typen? Kein Problem!

Betrieb im Fokus

62 Neuer Betrieb mit alten Wurzeln

Interview mit Existenzgründer Alexander Dohmen

64 Ab ins Netz

Neue Social-Media-Webinare in der Brillux Akademie

66 Verwirrspiel mit Vogel

Anblick

Editorial

Nach einem Arbeitstag auf der Baustelle zufrieden ins Bett fallen und sich freuen, dass man einen schönen Beruf hat – dieses Gefühl wollten wir auf unserem Cover einfangen. Denn ein Handwerk ist für viele nicht nur ein Beruf, es ist auch Berufung. Drei Menschen erzählen in unserer Titelgeschichte, was sie in ihrem Job besonders erfüllt, und Sie erfahren, weshalb sicht- und fühlbare Arbeitsergebnisse so gut für unser Wohlbefinden sind.

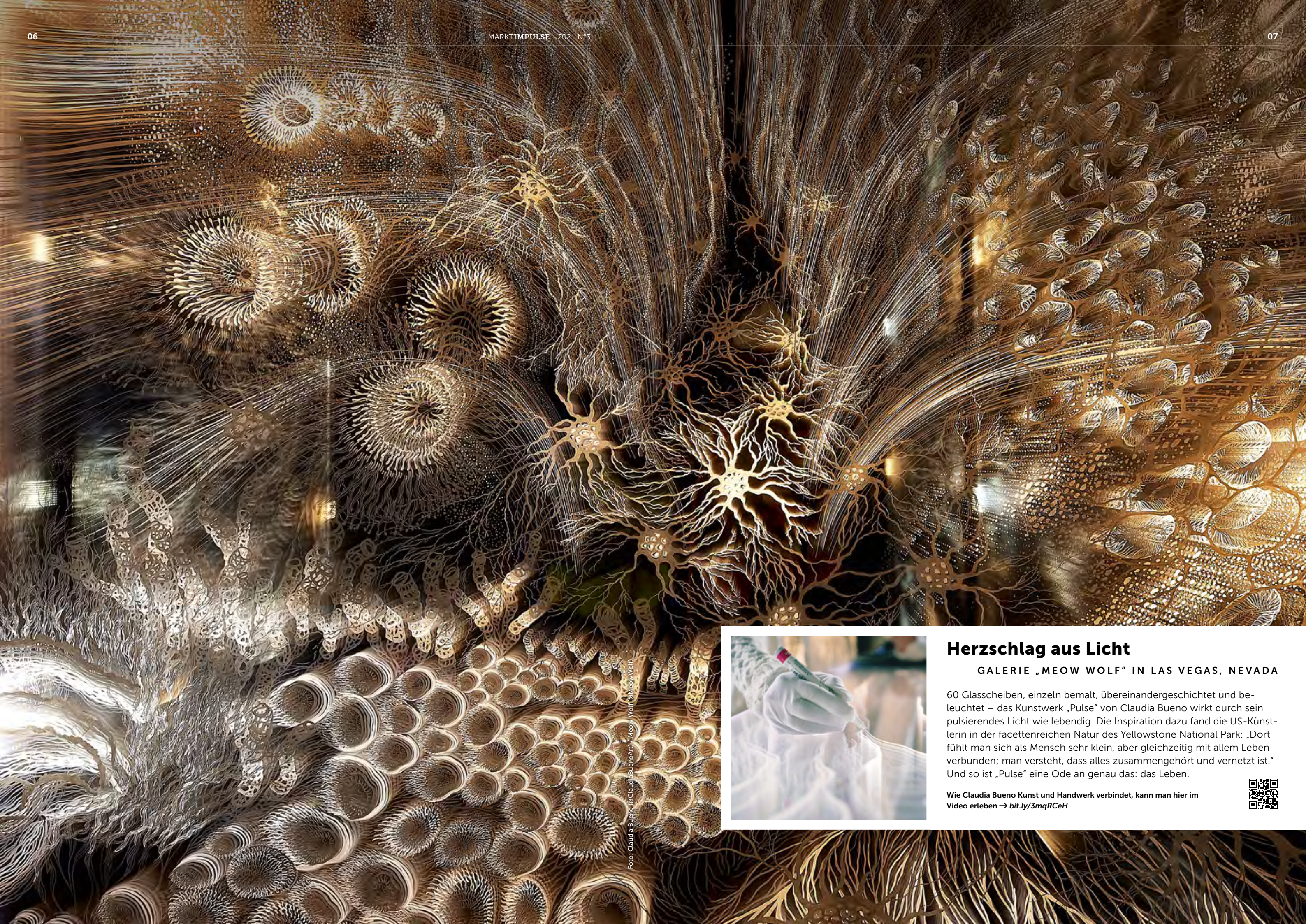


Foto: Claudia Bueno (@ClaudiaBuenoArt) / Meow Wolf (@MeowWolf)



Herzschlag aus Licht

GALERIE „MEOW WOLF“ IN LAS VEGAS, NEVADA

60 Glasscheiben, einzeln bemalt, übereinandergeschichtet und beleuchtet – das Kunstwerk „Pulse“ von Claudia Bueno wirkt durch sein pulsierendes Licht wie lebendig. Die Inspiration dazu fand die US-Künstlerin in der facettenreichen Natur des Yellowstone National Park: „Dort fühlt man sich als Mensch sehr klein, aber gleichzeitig mit allem Leben verbunden; man versteht, dass alles zusammengehört und vernetzt ist.“ Und so ist „Pulse“ eine Ode an genau das: das Leben.

Wie Claudia Bueno Kunst und Handwerk verbindet, kann man hier im Video erleben → bit.ly/3mqRCeH



FARBE

In dieser Farbe glänzt die Sonne, durch sie erhalten die Kronen der Kaiser und Könige ihren Glanz, und wer eine Goldmedaille gewinnt, ist unbestrittener Sieger: **Gold** steht wie kein anderer Farbton und kein anderes Metall für Macht und Reichtum. Kein Wunder: Durch seine Seltenheit ist das schimmernde Edelmetall besonders wertvoll

Gold

Schmeckt nach Reichtum?

Von wegen: Für menschliche Geschmacksrezeptoren kommt Gold total neutral daher. Das hält jedoch weder Köchinnen noch Konditoren davon ab, das Edelmetall als dekadente Dekoration zu nutzen – das Auge isst schließlich mit!



Goldgelb **AZTEKENGOLD**

Vergoldetes Vergnügen

In „Der Kuss“ hat Gustav Klimt (1862–1918) die Liebe, ihre Kostbarkeit und Unvergänglichkeit mithilfe von Blattgold und Ölfarbe in Szene gesetzt. Das Bild stammt aus der „goldenen Phase“ des Künstlers, der mit dem Material schon früh vertraut war: Sein Vater war Goldgraveur.



Fotos: shutterstock.com (Bobica10, creaPictures, Kurner Oksana, photodonato, NUM LPPHOTO, Takashi Images, Tuhin001); Adobe Stock (GiorgioMorara)



Glänzende Ansichten Dass Ludwig XIV. sich nicht gerade durch Bescheidenheit auszeichnete, beweist sein Spiegelsaal im Schloss Versailles: Etwa 250.000 Goldblätter sind hier verarbeitet. Auch handwerklich eine echte Glanzleistung.



Maneki-neko („winkende Katze“) heißt der japanische Glücksbringer. Dieses vergoldete Exemplar soll Reichtum bringen und – weil es die linke Pfote hebt – Kunden anlocken.



Pracht und Pension

Steigender Goldpreis im Herbst = Hochzeitssaison in Indien. Üppige Goldgeschenke haben dort eine jahrhundertealte Tradition – und sind für viele Inder ein wichtiger Bestandteil der Altersvorsorge.

79 **AU** 196,97
Gold 2,54



Begehrte und rar Als Element kann Gold nicht künstlich hergestellt werden. Und: Weltweit gibt es nur etwa 170.000 Tonnen. Kein Wunder also, dass es so wertvoll ist.

„Ehe du auf goldene Berge baust, baue auf deine eigenen Hände.“

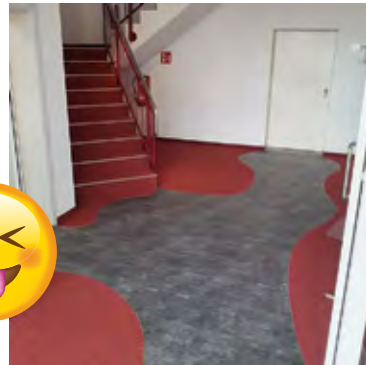
Chinesisches Sprichwort

WEISSGOLD Altgold Bernstein gold Honiggold Gold blond

#ONLINE



→ Instagram @hp_meyer_malereibetrieb



Ein sympathisches Team im Einsatz: Der Instagram-Account der Hans Peter Meyer GmbH beweist, dass anspruchsvolle Arbeiten mit guter Laune am besten gelingen
→ maler-hp-meyer.de

Alte Tradition, frische Ideen

Traditionsbetrieb auf neuen Wegen: 1966 von Hans Peter Meyer (der noch immer das Geschehen im Betrieb begleitet) gegründet, hat sich die Hans Peter Meyer GmbH sowohl bei Maler- und Tapezierarbeiten als auch bei der Fassadendämmung und der Sanierung von Brand- und Wasserschäden einen Namen gemacht. Die Initiative zur Instagram-Präsenz kam 2020 von Mitarbeiterin Sina Hänsch: „Auf Insta kommt man privater rüber als auf der Website“, erklärt die Malermeisterin. „Die Nutzer können sofort sehen, was wir machen, und auch unser Team persönlicher kennenlernen.“ 1.318 Follower geben ihr Recht. Darunter sind viele Kunden, „die natürlich stolz sind, wenn wir ihr Objekt veröffentlichen“, so Sina Hänsch. Aber auch die Vernetzung mit Kollegen und anderen Betrieben ist ihr wichtig: „Damit neben aller Tradition immer wieder frische Ideen entstehen.“

Fotos: Instagram @hp_meyer_malereibetrieb, Unsplash (david-becker)

PRAXISTIPP

Fahren, fahren, fahren auf der Autobahn!

Auf dem Weg zwischen Baustelle und Firma gehören Staus und Behinderungen auf den Autobahnen oft zu den täglichen Ärgernissen. Gut, wenn man schon vorher weiß, wo es eng wird. Aktuelle deutschlandweite Infos liefert seit Ende Juli die von der Autobahn GmbH des Bundes herausgegebene Autobahn-App. Neben Stau- und Störungsmeldungen kann man sich darin für die ausgewählte Autobahnstrecke Live-Bilder sowie Informationen zu Parkplätzen, Autohöfen, Raststätten, Tankstellen und Elektro-Ladesäulen anzeigen lassen. Die App kann kostenlos im App Store und bei Google Play heruntergeladen werden.



100

Stunden Druckzeit: So lange hat die Produktion des ersten deutschen Hauses aus dem 3-D-Drucker gedauert

Das 160 Quadratmeter große zweistöckige Wohnhaus steht im nordrhein-westfälischen Beckum und ist komplett per 3-D-Druck entstanden.



Spiel mit Spaß und Anspruch

Spielerisch den Maler- und Stuckateurberuf kennenlernen? Die App „Buntes Battle“ macht es möglich: Das im Rahmen der Nachwuchsinitiative „Deine Zukunft ist bunt“ entwickelte Smartphone-Spiel wurde jetzt von der Gesellschaft für Pädagogik, Information und Medien mit dem Comenius-EduMedia-Siegel ausgezeichnet. Das Siegel für digitale Bildungsmedien belegt, dass diese nach pädagogischen, didaktischen, ästhetischen und technischen Kriterien konzipiert und realisiert wurden.



→ deine-zukunft-ist-bunt.de/buntes-battle

Test am Telefon?

Britische Forscher arbeiten an einer Methode, die Touchscreens von Smartphones für Corona-Tests zu nutzen. Spannender Ansatz – vorausgesetzt, man verleiht sein Smartphone nicht ...

On- und offline

Ein neues Konzept verfolgt im kommenden Jahr Deutschlands größte Handwerksmesse: Die hybride Leitveranstaltung ZUKUNFT HANDWERK vom 9. bis 11. März 2022 im ICM in München findet sowohl live als auch online statt. Sie richtet sich branchenübergreifend an Betriebe und führende Köpfe aus Handwerk, Politik, Verbänden, Kammern, Wirtschaft und Industrie. An allen drei Tagen findet das Programm vor Ort statt und wird live im Netz übertragen. So können sich alle Teilnehmenden – digital und von Angesicht zu Angesicht – miteinander vernetzen.

→ zukunftshandwerk.com

Und Sie?

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

→ marketingunterstuetzung@brillux.de

Handwerk macht glücklich

Täglich früh aufstehen, regelmäßig körperliche Arbeit, immer mal wieder anstrengende Kundschaft – Handwerker/-innen haben einen ziemlich fordernden Job. Trotzdem gehören sie hierzulande zu den zufriedensten Berufsgruppen. Sicher, das ahnten wir längst. **Aber was sind die Gründe für dieses Gefühl?** Auf diese Frage hat die Wissenschaft jetzt spannende Antworten gefunden. Kleiner Vorgeschmack gefällig? Es hat auch etwas mit unseren Händen zu tun ...

Foto: Daniel Elke

65%

Fast zwei Drittel der befragten Handwerker/-innen sehen ihren Beruf als Berufung, das beweist die Studie „Zum beruflichen Selbstbild und zur Arbeits- und Lebenszufriedenheit im Handwerk in Deutschland (2020)“ der Universität Göttingen

Rosa Blümchen oder waldgrün?

„Ich bin mehr als die Malerin mit der weißen Farbe“, betont Jennifer Banzhaf. Die 30-Jährige hat bereits viel erreicht: Malerausbildung, eine zweite, kaufmännische Ausbildung, den Meisterbrief und dann vor dreieinhalb Jahren die Gründung eines eigenen Betriebs. Was sie dabei immer angetrieben hat: der Wunsch, selbstständig zu entscheiden und zu handeln – und dabei ihre kreative Seite auszuleben. Die Arbeit mit Kunden macht ihr besonderen Spaß: „Am Anfang geht es darum, erst einmal herauszufinden, was für ein Typ der Kunde eigentlich ist – eher rosa Blümchen oder waldgrün? – und was er braucht. Denn meist kann ich viel mehr anbieten, als viele wissen.“ So hat sie kürzlich einen mit Mikrozement fugenlos gegossenen Boden bei einer Familie eingebaut, deren Tochter auf einen Rollstuhl angewiesen ist und sich nun viel freier im Haus bewegen kann. Oder sie kann die Raumbeleuchtung an der Wand hinter transluzenten Platten verschwinden lassen, für ein außergewöhnliches Licht- und Farbspiel. „Und es muss auch gar nicht immer teuer sein – man kann zum Beispiel mit Glitzerfarbe auf Raufaser sehr edle Effekte erreichen.“ Letztlich ist es die Kombination von Kreativität, Handwerk und der Arbeit mit Menschen, die Jennifer Banzhaf jeden Morgen motiviert aufstehen lässt: „Ich kreierte die Wünsche meiner Kunden mit ihnen gemeinsam – und wenn das Ergebnis am Ende so ist, wie sie es sich gewünscht haben, macht mich das glücklich.“

Jennifer Banzhaf, 30, Malermeisterin und Inhaberin von „Jennifer Banzhaf – die Malerin“ aus Bad Urach



Foto: Mirko Lehnen

Als Kinder kannten wir es alle, dieses gute Gefühl, etwas geschaffen zu haben. Wir bauten Türme, malten Bilder oder bastelten Geschenke. Für unser fertiges Werk erhielten wir dann ein anerkennendes Lob von den Großen – und fühlten uns gut. Wir spürten die Wertschätzung und waren stolz auf das, was wir geleistet hatten – wir hatten etwas selbst gemacht. Und auch wenn wir alle längst erwachsen sind und selbst sehr gut wissen, was wir können, haben wir doch alle das Bedürfnis nach Anerkennung. Wir sind soziale Wesen und wünschen uns Bestätigung – das ist tief in uns verankert. Zuspruch gibt uns Rückenwind, stärkt unser Selbstwertgefühl und gibt uns das Gefühl, dass unser Leben sinnvoll ist. Wer da einen Beruf hat, bei dem er etwas vorzuzeigen hat, an dem er gemessen werden kann, etwas, das er mit den eigenen Händen geschaffen hat, kann sich glücklich schätzen. Dass Berufe im Handwerk beste Voraussetzungen für eine große Kelle Glücksgefühle haben, scheint nahezuliegen. Schließlich zeichnet sich ihre Arbeit gerade durch kreatives Schaffen mit den eigenen Händen aus.

Erfüllung und Identifikation

Beschäftigte im Handwerk sind zufriedener mit ihrer Arbeit – was für uns logisch klingt, war bisher kaum belegt. Dr. Ann-Kathrin Blankenberg und Prof. Dr. Martin Binder

vom Volkswirtschaftlichen Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen wollten es genau wissen: Für ihre Studie „Zum beruflichen Selbstbild und zur Arbeits- und Lebenszufriedenheit im Handwerk in Deutschland (2020)“ befragten sie knapp 2.000 Handwerker/-innen bundesweit. Dabei wollten sie herausfinden, wie zufrieden die Befragten mit ihrem Leben insgesamt waren, aber auch wie sie ihr berufliches und privates Leben im Einzelnen einschätzen. Das Ergebnis: Handwerker/-innen sind zum großen Teil zufrieden mit ihrem Dasein und identifizieren sich stark mit ihrem Beruf. „Die Arbeit im Handwerk unterscheidet sich von vielen anderen Berufen durch Arbeitsmerkmale, die stark prägend für das berufliche Selbstbild sind und außerdem positiv das Wohlbefinden der Arbeitnehmer beeinflussen können“, schreiben Ann-Kathrin Blankenberg und Martin Binder in den Göttinger Beiträgen zur Handwerksforschung. Die Ergebnisse dieser Studie flossen auch in das Projekt „Handwerksstolz“ ein, das Ann-Kathrin Blankenberg gemeinsam mit Kulturanthropologin Dr. Dorothee Hemme ins Leben gerufen hat. Die beiden Wissenschaftlerinnen befragten dafür Handwerker/-innen nach beruflicher Motivation und Zufriedenheit. Auf die Frage, warum die Befragten ihre Tätigkeit ausübten, gab es eine einfache Antwort: „Weil wir es gerne tun.“ ➤



Das ist mir wichtig

„Ich kann nur so gut sein, wie meine Materialien es sind. Bei meiner Arbeit bin ich daher darauf angewiesen, dass alle Farben und Produkte, die ich verwende, auch funktionieren und halten, was sie versprechen. Bei Brillux ist das immer der Fall – das gilt auch für das Werkzeug. Damit habe ich den Rücken frei und kann so kreativ arbeiten, wie ich es möchte.“

Wie zufrieden sind Handwerker/-innen?

Diese Frage stellten Dr. Ann-Kathrin Blankenberg und Prof. Dr. Martin Binder vom Volkswirtschaftlichen Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen Handwerker/-innen in ganz Deutschland. Knapp 2.000 Teilnehmer/-innen folgten im vergangenen Jahr dem Aufruf im Internet und beantworteten den Fragebogen für die Studie. Das Ergebnis: Die allermeisten von ihnen empfinden ihren Beruf als nützlich und sinnstiftend.

→ bit.ly/3yBRSub



„Mit dem Wachsen der Fähigkeiten wird das Handwerk mehr und mehr Teil der eigenen Persönlichkeit.“

Dorothee Hemme, Glücksforscherin

Sichtbarkeit und Zufriedenheit

Aber was macht das Leben im Handwerk so erfüllend? Schließlich handelt es sich in den meisten Fällen um eine körperliche Arbeit, die durchaus anstrengend ist. Entscheidender für die persönliche Zufriedenheit ist vielmehr das Ergebnis dieser Anstrengungen, das sich im wahrsten Sinne des Wortes sehen lassen kann. Jeden Tag betrachten zu können, was man geschaffen hat, ist ein wesentlicher Grund für Arbeitszufriedenheit im Beruf, das bestätigen auch die befragten Handwerker/-innen. Diese Erfolgserlebnisse sind sogar wichtiger als Geld – auch wenn eine angemessene Bezahlung unbedingt ebenfalls zum Glück eines Handwerkers beiträgt. Wer die Wände eines Raumes in einem neuen Farbton gestrichen hat, sieht nicht nur am Ende des Tages selbst, was er getan hat. Auch die Auftraggeber sehen es. Ist ein Kunde dann von dem Ergebnis begeistert und voll des Lobes, stellt sich bei uns wieder das alte Gefühl ein: Das habe ich selbst gemacht! Und das macht glücklich.

Kreativität und Erfahrung

Reizvoll an der Arbeit im Handwerk ist auch, dass sie ausreichend Raum für Kreativität, eigene Ideen und Abwechslung bietet – laut Glücksforscherin Dorothee Hemme

ebenfalls wichtige Bausteine für ein erfülltes Arbeitsleben. Viele Kunden haben nur eine grobe Vorstellung von dem, was sie beauftragen wollen, wenn sie einen Maler einschalten. Im Hinblick auf die Umsetzung ihres Projekts und auf die Details erwarten sie dann kompetente Beratung, Fachwissen und eine professionelle Ausführung. Nullachtfünfzehn ist da selten gefragt, viel lieber lassen sich Auftraggeber von den Ideen der Fachleute inspirieren. Denn niemand kennt die Trends und Neuheiten so, wie die Maler/-innen selbst, die tagtäglich ganz nah dran sind. Nur sie können wirklich einschätzen, was geht – und was eben nicht. Auf diese Weise können Beschäftigte im Handwerk ihre ganze Erfahrung und Vorstellungskraft aktiv in ihrem Berufsleben einsetzen und selbst gestalterisch tätig werden. Da überrascht es nicht, dass 68 Prozent in der Göttinger Studie angaben, dass Kreativität sehr wichtig für ihre Arbeit ist.

Beruf als Berufung

Das alles trägt zu einem positiven Selbstbild bei. Wie wir uns privat wahrnehmen, hängt von vielen Faktoren ab und bestimmt unser Handeln und unser Miteinander. Gleiches gilt genauso für unser berufliches Selbstbild. Das Forscherduo Ann-Kathrin Blankenberg und Martin Binder fand heraus, dass berufliche Identität mehr als nur Gruppenzugehörigkeit, also beispielsweise Teil eines Unternehmens zu sein, ist. Sie umfasst auch die Beziehungen zu anderen ➤

Das ist mir wichtig

„Der Service von Brillux ist schon fast zu gut! Man bekommt selbst Kleinigkeiten superschnell geliefert. Und auf meinen Verkaufberater kann ich mich verlassen – er hat ein ungeheures Wissen und ist immer für mich erreichbar. Mittlerweile bin ich mit ihm befreundet und wir fachsimpeln auch gerne mal beim gemeinsamen Grillen.“



84%

der Befragten sind stolz auf ihren Beruf

Studie „Zum beruflichen Selbstbild und zur Arbeits- und Lebenszufriedenheit im Handwerk in Deutschland (2020)“, Uni Göttingen



Arbeit mit den Händen – und mit dem Herzen

„Eigentlich wollte ich nie Maler werden“, sagt Tim Küpper – er lernte nach der Schule zunächst Kfz-Mechatroniker und arbeitete danach in einem Möbelhaus. „Da hat es mich gepackt, beim Wandestreichen. Das hat mir solchen Spaß gemacht, dass ich mich entschieden habe, eine Malerausbildung zu machen.“ Und nach Lehre, Meisterschule und drei Jahren als Geschäftsführer in einem Malerbetrieb war der nächste Schritt klar: die Selbstständigkeit. „Ich bin sehr kreativ, ich muss das irgendwo rauslassen.“ Das kann er nun im eigenen Betrieb, in dem er sich vorrangig privaten Auftraggebern widmet. „Meine Arbeit ist sehr persönlich, mit den Kunden ist es familiär. Das hilft bei der Beratung: Die wenigsten haben Mut zur Farbe, da soll dann höchstens mal eine Wand grau gestrichen werden. Ich dagegen bin nicht so der Mann fürs Normale – bei uns im Haus gibt es keine einzige weiße Fläche. Also versuche ich herauszufinden, welche Farben die Kunden mögen und welche sie als Kinder gemalt haben. So taste ich mich an eine Lösung heran, die am Ende mich und meine Auftraggeber glücklich macht.“ Küpper setzt bei seiner Arbeit auf eigens gemischte Farben und individuelle Werkzeuge, die er auf seine Bedürfnisse angepasst hat. Kreativ ist er auch in seiner Freizeit: „Abends gehe ich gern in meine Werkstatt und arbeite mit Holz oder drechsele.“ Ob die Arbeit mit den Händen glücklich macht? „Auf jeden Fall! Vor allem macht mich Arbeit glücklich, wenn ich mit dem Herzen dabei bin.“

Tim Küpper, 30, Maler- und Lackiermeister und Inhaber des Malerbetriebs Tim Küpper in Moers

Zurück zu den Wurzeln

Bankkaufmann, Betriebswirt, Unternehmensberater und seit mehreren Jahren Mitinhaber eines Farbenhandels und eines Bodenlegerbetriebs – Unflexibilität kann man Marcel Block wirklich nicht attestieren. Neben seinem Sinn fürs Geschäft war der Unternehmer schon immer kreativ: „Als Kind und Jugendlicher habe ich viel gemalt, und beinahe hätte mein Weg mich sogar auf die Kunstschule geführt“, erinnert er sich. Doch die Welt der Farben war ihm, zumindest zeitweise, zu präsent: „Mein Opa ist Maler, mein Vater ist Maler, ich habe als Schüler viel im Betrieb ausgeholfen. Da wollte ich nach dem Abi erst einmal etwas anderes, Neues machen.“ Also entschied er sich für eine Banklehre und ein BWL-Studium, spezialisierte sich auf Business Intelligence und Controlling und gründete ein Beratungsunternehmen.

Was ihn schließlich doch wieder zurück ins Handwerk gezogen hat, war „das Bodenständige, Handfeste. Dass man abends weiß, was man am Tag geschafft hat.“ Heute nimmt der 36-Jährige die Farbrolle nur noch zuhause beim Renovieren in die Hand. Die Ergebnisse seiner Arbeit sieht er jedoch auch in der Beratung: „Was ich richtig gerne mache: Farbkonzepte erstellen, Kunden bei der Auswahl von Tapeten, Gardinen und Stoffen unterstützen. Und wenn ich dann die entsprechenden Dinge verkaufe, habe ich auch in der Kasse einen Erfolg. Das ist alles viel direkter als bei meiner Unternehmensberater Tätigkeit.“ Die er ebenfalls noch ausübt – an zwei Tagen in der Woche ist er mit Schlips und Kragen unterwegs, an den restlichen drei Tagen in Jeans und T-Shirt im Geschäft. Und findet der zweifache Vater dann noch Zeit, taucht er wie früher in die Welt der Farben ein: Marcel Block stellt sich dann an die Staffelei und malt.

Marcel Block, 36, aus Hamburg ist Mitinhaber von „Ihr Farbraum Metzler & Block GmbH“, dem Onlineshop „Farbenkönig.de“ und der Firma „Bodenleger Block“



Foto: Conny Tjunnann

Das ist mir wichtig

„Schnelle und fehlerfreie Lieferungen, kurze Kommunikationswege, lösungsorientiertes und verbindliches Verhalten: Mit reibungsloser Logistik und kompetenter Beratung unterstützt uns Brillux dabei, unseren eigenen Qualitätsansprüchen gegenüber unseren Kunden gerecht zu werden.“



76%

sind zufrieden mit den Entwicklungsmöglichkeiten in ihrem Beruf

Studie „Zum beruflichen Selbstbild und zur Arbeits- und Lebenszufriedenheit im Handwerk in Deutschland (2020)“, Uni Göttingen

Menschen und spezifische Arbeitsmerkmale. In Handwerksbetrieben ist etwa die Beziehung zwischen Arbeitnehmer/-in und Führungskraft, aber auch die Beziehung der Teammitglieder untereinander, von enormer Wichtigkeit. Laut Dorothee Hemme zeigen etliche Studien, dass wir glücklicher sind, wenn wir mit anderen Menschen in Verbindung stehen. Teamarbeit hat im Handwerk einen sehr hohen Stellenwert – und auch ein guter Draht zum Kunden trägt zur Zufriedenheit bei. Auszubildende stehen in der Regel im engen Kontakt zu ihren Vorgesetzten. Hier ist Learning by Doing an der Tagesordnung – das lässt den Nachwuchs schnell eigene Erfahrungen machen und Ergebnisse vorweisen. Das fördert gleichzeitig schon früh die Identifikation mit der ausgeübten Tätigkeit. Glücksforscherin Dorothee Hemme fand in ihrem Projekt „Handwerksstolz“ zudem heraus: „Mit dem Wachsen der Fähigkeiten wird das Handwerk mehr und mehr Teil der eigenen Persönlichkeit.“ Handwerk ist offenbar mehr als nur ein Job. 65 Prozent der befragten Handwerker stimmen der Aussage zu: Mein Beruf ist Berufung. Volle 79 Prozent empfinden ihre Tätigkeit sogar als bedeutenden Teil ihrer Persönlichkeit. Interessant: Wer auch als Führungskraft weiterhin auf der Baustelle mit anpackt und nicht nur Bürotätigkeiten

ausübt, ist deutlich zufriedener als jene, die hauptsächlich verwalten und organisieren – auch das ist ein Ergebnis der Befragung.

Hohes Ansehen, großes Vertrauen

Handwerker/-innen können stolz auf sich sein – das sieht auch die Kundschaft so. Bei Umfragen stellt sie ihnen immer wieder gute Noten aus. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) fragt regelmäßig im Rahmen ihres Global Trust Reports, wem die Konsumenten weltweit am meisten vertrauen. 2017 nannten volle 89 Prozent der Deutschen das Handwerk als Wirtschaftsbereich mit dem höchsten Vertrauenswert. Ein Grund dafür ist die starke Identifikation mit dem eigenen Beruf unter Handwerker/-innen. Das ist keine Überraschung, wenn man weiß, dass Arbeit in anderen Berufszweigen oft zunehmend als sinnlos empfunden wird, wie das Forscherduo in der Göttinger Studie herausfand. Und das kann sogar krank machen, wie der Fehlzeitenreport des Wissenschaftlichen Instituts der AOK zeigt: Menschen, die ihren Beruf als erfüllend empfinden, fehlen durchschnittlich nur halb so oft wie diejenigen, die keine Erfüllung in ihrer Arbeit finden. Letzteres trifft seltener auf Handwerker/-innen zu. Weshalb das so ist, erklären die Sinnforscherin Tatjana Schnell und ihr Kollege Thomas Höge von der Universität Innsbruck mit nur einem Satz: Etwas zu schaffen, das für die Gesellschaft, die Umwelt oder andere Personen von Wert ist, ist sinnstiftend. Das Malerhandwerk erfüllt häufig sogar alle drei Punkte. Zusammengefasst bedeutet das: Handwerker genießen das Vertrauen ihrer Kunden, dürfen kreativ sein, sehen das Ergebnis ihrer Arbeit und sind gute Teamplayer – alles verdammt gute Gründe, in diesem Job zufrieden und glücklich zu sein. ◀

Was macht uns zufrieden?

So viel können wir schon verraten: Ruhm und Reichtum sind es nicht. Der **Soziologe und Buchautor Martin Schröder** analysierte aktuelle Daten – mit verblüffenden Erkenntnissen



Schon in Ordnung

Die **Deutschen** bewerten ihre Zufriedenheit insgesamt mit **74 von 100 Punkten**. Damit liegen sie im Ländervergleich des World Values Survey gleichauf mit den **USA** – aber auch deutlich hinter Spitzenreiter **Mexiko (85)** und vor Schlusslicht **Ägypten (48)**.

Happy Wife, Happy Life

Der Spruch stimmt wirklich – auch umgekehrt. Denn **Gemütszustand und Eigenschaften von Partner oder Partnerin beeinflussen das eigene Befinden** erheblich. Besonders positiv, wenn die bessere Hälfte zuversichtlich in die Zukunft blickt, glücklich ist und gut mit Stress umgehen kann. Die Devise „Geteiltes Leid ist halbes Leid“ wird statistisch hingegen nicht bestätigt: Ist ein Partner dauerhaft schlecht drauf, färbt das in der Regel auf den anderen ab.



Großstadttrubel oder beschauliches Landleben?

Auch wenn die Sehnsucht nach ländlicher Idylle vor allem bei Großstädtern seit Jahren wächst: Zwischen Wald und Feld lebt es sich nicht generell zufriedener. Aber auch nicht zwischen Shoppingtempeln und Kulturpalästen. **Generell scheint der Wohnort wenig Auswirkung auf die individuelle Zufriedenheit zu haben** – lediglich Ältere sind auf dem Land ein wenig glücklicher.



La, le, lu ...

... nicht nur Kinder sind zuweilen unausstehlich, wenn sie zu wenig schlafen – auch im Erwachsenenalter hängt die Zufriedenheit stark damit zusammen, wie viel Schlaf wir bekommen. Und das gilt nicht nur bei sporadisch zu kurzen Nächten: **Menschen, die immer nur vier Stunden schlafen, sind um 18 Punkte unzufriedener als jene, die sich jede Nacht für sieben Stunden zur Ruhe legen**. Also: Licht aus, Augen zu!



Macht Geld glücklich?

So pauschal kann man das nicht sagen. Deutliche Zufriedenheitszuwächse zeigen sich nur bis zu einem Nettoeinkommen von **2.000 Euro pro Monat**. Wird es mehr, steigt die Zufriedenheit kaum noch weiter an. Ähnliches gilt interessanterweise auch im größeren Rahmen: Hat ein Land in etwa das Wohlstandsniveau von Deutschland in den 1960er Jahren erreicht, steigt der Zufriedenheitsindex trotz zunehmenden Wachstums kaum mehr an.



Das Buch zur Seite

Soziologieprofessor Martin Schröder nahm u. a. die größte Langzeitstudie zum Thema Zufriedenheit unter die Lupe: das Sozioökonomische Panel (SOEP) des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW). Dafür werden seit 1984 jedes Jahr dieselben rund 85.000 Menschen befragt. Das Werk wurde 2021, auch wegen seiner anschaulichen Grafiken, als „Wissenschaftsbuch des Jahres“ in der Kategorie Geistes-/Sozial-/Kulturwissenschaft ausgezeichnet.

Wann sind wir wirklich zufrieden?, Martin Schröder, C. Bertelsmann, 288 Seiten, 20 Euro

01 — Power-Paar: Marion und Hans-Werner Haubner sind privat und auch beruflich ein erfolgreiches Team

02 — Der Showroom des Betriebs ist eine komplett eingerichtete Wohnung – inklusive Ess- und Schlafzimmer



01

Eine Familie startet durch

Das Ehepaar Haubner hat seinen **Malerbetrieb im bayerischen Berggau** erst mühevoll aufgebaut – und dann kreativ umgebaut. Seitdem macht die Arbeit so viel Spaß, dass auch die Kinder im Betrieb mitarbeiten

Fotos: David Rasche, Annette Kradisch



„Wenn wir eine Idee für eine neue Wandverkleidung haben, produziere ich Musterplatte um Musterplatte, bis die Oberfläche perfekt ist.“

Hans-Werner Haubner, Malermeister und Energieberater im Maler- und Lackiererhandwerk

Schwerpunkt: Handwerk macht glücklich

Bodentiefe Fenster lassen die Sonne ins Esszimmer, das fugenlos gespachtelte Bad strahlt moderne Behaglichkeit aus. Im Wohnzimmer laden Designersessel vor einer mediterranen Motivtapete dazu ein, sich noch ein wenig auszuruhen, bis der Kaffee fertig ist, den die Gastgeberin in der Küche zubereiten. Wer die Firma Haubner zum ersten Mal betritt, könnte meinen, er hätte sich in der Tür geirrt – und aus Versehen eine schicke Privatwohnung betreten. Der Eindruck ist gewollt. Malermeister Hans-Werner Haubner und seine Frau Marion haben hier ihre Vision vom perfekten Ausstellungsraum verwirklicht. Seit 2017 kann man in ihrem „Showroom Handwerk“ in Berggau erleben, wie die exklusiven Wände und Böden, die

das Unternehmen anbietet, in echten Räumen wirken. Klassische Malerarbeiten sind ebenso darunter wie raffinierte Metallverkleidungen, Steinwände und innovative Tapeten. „Wir möchten, dass sich die Kunden in unsere Oberflächen verlieben!“, erklärt Marion Haubner, die als Farb- und Wohnraumdesignerin die kreative Vordenkerin im Familienbetrieb ist. „Das funktioniert aber nicht, wenn man nur Musterplatte an Musterplatte reiht. Die Vorstellungskraft braucht Unterstützung!“

„Leidenschaft und Hobby in einem“

Beim Rundgang durch die Ausstellung spürt man, wie viel Freude es ihr macht, die Einrichtungslust ihrer Kunden auf Touren zu bringen. Die Wände und das Interieur sind nicht nur liebevoll aufeinander abgestimmt, sie sind auch liebevoll ausgesucht: Marion Haubner besucht Möbelmessen in Köln und Mailand, immer auf der Jagd nach besonderen Sofas, Tischen, Kissen und Lampen, die ihre Kunden später im Showroom auch kaufen können. So verleiht sie der „Wohnung“ jedes Jahr ein neues Gesicht. „Das ist für mich Leidenschaft und Hobby in einem“, schwärmt die Chefin. Um das Angebot des Malerbetriebs komplett zu machen, sind im Showroom zusätzlich Lichtgestalter, Schreiner und Elektroinstallateure mit ihren Produkten vertreten. Ein Netzwerk, das Hans-Werner Haubner noch weiter ausbauen möchte: „Unsere Besucher bekommen alle Leistungen aus einer Hand. Und die beteiligten Handwerksfirmen bringen sich gegenseitig Kunden.“ Auch Schulungen und Online-Workshops bietet er gemeinsam mit seinen Kooperationspartnern an: von kreativen Streichtechniken über Lichtdesign bis hin zu Marketing. Das Konzept geht auf. Auch, weil Marion und Hans-Werner Haubner viel Herzblut in die Beratung investieren. Interessenten können unterschiedliche Pakete buchen. „Zeitlich reichen sie von einer Stunde bis zu mehreren Tagen“, erzählt Marion Haubner. „Je nach Bedarf machen wir Farbberatung oder entwickeln gleich das ganze Einrichtungskonzept.“ Dass die Eheleute unterschiedliche Stärken haben, ist dabei von Vorteil, findet der Malermeister: „Wer

Fotos: David Rasche, Annette Kradisch



01

Farbenhandel und Malerbetrieb Haubner

Marion und Hans-Werner Haubner gründeten ihr Unternehmen in Berggau 1999 mit nur einem Angestellten in der Garage ihrer Eltern. Mit den Jahren wuchs der Malerbetrieb in der Nähe von Nürnberg auf 30 Mitarbeiter an, bis das Ehepaar 2013 die Unternehmensstrategie komplett umkrempelte. Anstatt mit großen Bauträgern zu arbeiten, führen sie heute einen kreativen Betrieb mit exklusivem Showroom, entwickeln und vertreiben eigene Tapeten und verschönern mit dekorativer Wand- und Bodengestaltung die Wohnungen von Privatkunden.

→ maler-haubner.de
→ farbe-bestellen.de
→ showroom-handwerk.de
→ funktionsflaechentextil.de



02



03

„Wir verkaufen keine Trends. Wir orientieren uns bei der Beratung ganz individuell an den Wünschen des Kunden.“

Marion Haubner, Farb- und Wohnraumdesignerin



04

viele ideenreiche Vorschläge möchte, ist bei Marion richtig. Sie begleitet Kunden sogar zum Möbelkauf, entwirft Möbel oder gestaltet den Garten mit. Ich bin eher der bodenständige Praktiker und setze Marions Pläne dann gerne vor Ort um.“ Ein perfektes Team. Und ein zufriedenes: „Mit dem Betrieb sind wir jetzt genau dort, wo wir immer hinwollten“, freut sich Marion Haubner. „Wir haben ein einzigartiges Angebot und Aufträge, die uns Spaß machen.“

Erst Hamsterrad, dann Showroom

Der Weg zum glücklichen Status quo erforderte allerdings eine Menge Engagement: Gestartet sind die beiden 1999 als

klassischer Malerbetrieb mit 1500 D-Mark Kapital und einem einzigen Mitarbeiter in der Garage ihrer Eltern. „Damals bin ich schwanger mit auf die Baustelle und hab Wände gestrichen“, erinnert sich Marion Haubner. Mit den Jahren wuchs der Betrieb und zog 2004 in das heutige Firmengebäude. In gleichem Maße wuchs aber auch die Unzufriedenheit des Unternehmerpaares. In der Hochphase, um 2010, hatte „Maler Haubner“ 30 Mitarbeiter und arbeitete hauptsächlich die Aufträge großer Bauträger ab. „Wir waren eine Art ‚Pac Man‘ im Bereich Vollwärmeschutz und Raufasertapete“, erzählt Marion Haubner und meint damit, dass es nur noch um Masse ging. ➔

01 — Firmensitz und Familiendomizil: In den vorderen beiden Gebäuden ist der Betrieb untergebracht, im hinteren Gebäude wohnen die Haubners

02 — Mit Licht, Holz und Geweih: Im Showroom ist jede Ecke durchdacht

03 — Nicht nur Show: Auch das fugenlose Bad im Showroom ist voll funktionsstüchtigt

04 — Marion Haubner und Tochter Sarah (l.) veranschaulichen ihre Entwürfe mit Collagen



01

Fotos: David Rasche



02



03

„Kreativität ist das Vergnügen, das sich als Arbeit verkaufen lässt.“

Tobias Haubner, Malermeister und Social-Media-Beauftragter

„Ein Hamsterrad. Die Wertschätzung für unser Handwerk war gleich null. Da wurde uns klar: Wir müssen einen anderen Weg einschlagen, sonst brennen wir aus.“ Sie verkleinerten den Betrieb auf fünf Mitarbeiter und begannen andere Schwerpunkte zu setzen – mehr Privatkunden sollten es sein, ein vielfältigeres Angebot und ein Showroom. Der Plan hatte zunächst jedoch ein kleines Manko: „Wir haben unser eigenes Haus als Musterwohnung genutzt“, erinnert sich Marion Haubner. „Wenn ein Kunde anrief, mussten wir erst Kinderspielzeug, Kochtöpfe und Zahnbürsten wegräumen. Irgendwann ging ich auf die Barrikaden.“ Und auf die Suche nach einem Ausstellungskonzept, das außerhalb der eigenen Wohnung funktionieren würde. Sie fand es auf Möbelmessen und beim schwedischen Möbelhaus Ikea. „Da hab ich mir abgeschaut, wie man seine

Produkte richtig inszeniert.“ Sie erweiterten den Betrieb um einen Anbau, in dem sie dann 2017 mit einem großen Event den „Showroom Handwerk“ eröffneten. „Eine irre Kraftanstrengung, aber ein voller Erfolg. Die Veranstaltung wiederholen wir seitdem jedes Jahr, wenn wir die Einrichtung erneuern. Dabei erhalten wir einen großen Teil unserer Aufträge fürs ganze Jahr.“

Viele der dort gezeigten Wand- und Bodengestaltungen hat das Chefduo eigenhändig entwickelt. Die Ideen entstehen aus spontanen Eingebungen, eingehender Recherche und intensiven Tests. „Wenn wir eine gute Idee haben, verschwinde ich in der Werkstatt und produziere Musterplatte um Musterplatte, bis die Oberfläche perfekt ist“, sagt Hans-Werner Haubner lachend. „Der gesamte Prozess dauert etwa ein Jahr.“ Ihr bisher spektakulärstes „Baby“

01 — Maximilian Unger, Tobias Haubner, Mustafa Emirleroglu und Johannes Nutz (v.l.) beim gemeinsamen Mittagessen

02 — Tobias Haubner bearbeitet einen Entwurf der hauseigenen Tapetenmarke „FFT“. Sie wird nach den Wünschen des Kunden zugeschnitten

03 — Dschungel-Optik: ebenfalls ein Modell der FFT-Serie. Die Größe ist variabel, und bei Bedarf kann sie sogar in die Waschmaschine



01

„Wir waren eine Art ‚Pac Man‘ im Bereich Vollwärmeschutz und Raufasertapete.“

Marion Haubner, Inhaberin

01 — Im Team und mit Blick fürs Detail: Mutter und Tochter auf der Suche nach der passenden Tapete

02 — Waschraum im Web: Tobias Haubner dokumentiert auf seinem YouTube-Kanal „kreativtobi“, wie dieses kleine Bad tapeziert und gespachtelt wurde

haben sie „FFT“ getauft. Eine Abkürzung für das lange Wort Funktionsflächentextil, hinter dem sich eine Tapetenart mit aktuell vier Qualitätsstufen und vielfältigen Talenten verbirgt: Die Tapete „FFT crocodile“ beispielweise besitzt keine Nähte und ist für Dusche, Fassade und Bodenbeläge geeignet. Die „FFT snake“ ist schnell angebracht, in der Waschmaschine waschbar und somit nachhaltig. Das Motiv kann aus der Kollektion oder nach eigener Vorlage gewählt werden. Eine kleine Revolution – und für Marion Haubner aktuell das Lieblingsthema im Job.



02

Familie – auf allen Kanälen

In den deutschlandweiten Verkauf kam die Tapetenmarke im März 2021 durch die Initiative von Tobias Haubner, dem Sohn der Haubners. Er baute extra für die FFT Tapete ein umfangreiches Online-Angebot auf. Genau wie seine Eltern liebt auch er es, neue Wege zu gehen. Der 22-Jährige arbeitet nicht nur als Malermeister, sondern betreibt unter dem Namen „kreativtobi“ zusätzlich einen erfolgreichen YouTube-Kanal sowie Instagram- und TikTok-Accounts, auf denen er Malertechniken demonstriert und aus seinem Arbeitsalltag berichtet. Auch der

Fotos: David Rasche



YouTube-Star „kreativtobi“

Eigentlich wollte Tobias Haubner nur seine Meisterprüfung auf YouTube dokumentieren. Dann machte ihm das so viel Spaß, dass er weitere Videos mit Handwerkertipps und Produktempfehlungen folgen ließ. Heute hat er mit seinem Kanal „kreativtobi“ und seinen Instagram- und TikTok-Accounts über 40.000 Follower.

#malerhaubner
#kreativtobi
#showroomhandwerk



03



Online-Shop für Farben, Werkzeuge, Arbeitsmaterialien und das Social-Media-Marketing von „Maler Haubner“ gehört zu seinen Aufgaben. Mit Websites und Kanälen von Facebook über Pinterest, Twitter und Houzz hat er die Firma seiner Eltern in ein kleines Medienunternehmen verwandelt. Damit auch die Buchhaltung des Betriebs immer up to date ist, ist ein weiteres Familienmitglied im Büro aktiv: Tobias' 19-jährige Schwester Sarah kümmert sich als Kauffrau für Büromanagement um die Zahlen, hat aber auch schon mit der Kundenberatung angefangen, um ihre Mutter zu unterstützen.

Die Familie arbeitet nicht nur gemeinsam, sie wohnt auch zusammen im Haus neben der Firma. Nur drei Türen liegen zwischen Berufsalltag und Feierabend. Damit trotzdem alle abschalten können, gibt es bei Familie Haubner eine eiserne Regel: „Wenn man die letzte Tür schließt, bleibt der Arbeitstag dahinter zurück.“ Denn bei aller Leidenschaft für den Beruf: Pause muss sein. Ebenso wie Urlaub: Zwei, drei Mal im Jahr steigen Marion und Hans-Werner Haubner in ihren Camper und brechen damit auf zu neuen Ufern. Gut gelaunt und abenteuerlustig – genau wie sie es seit Jahrzehnten in ihrem Job halten. ◀

Was machen Sie im Job richtig gern?

Spachteln, Kreativtechniken und Kontakt zu den Kunden: Das Malerhandwerk hat viele Facetten. Sechs Mitarbeiter des Familienbetriebs „**Maler Haubner**“ verraten, welche Tätigkeiten ihnen besondere Freude bereiten

Fotos: David Rasche



Das Ergebnis zählt!

Kreativtechnik, Spachteltechnik, Betonoptik – je interessanter und ungewöhnlicher der Auftrag, desto spannender finde ich es. Deshalb arbeite ich auch so gerne in dieser Firma. Die Arbeit hier ist absolut vielfältig. Der schönste Moment kommt für mich erst dann, wenn ich mit der Arbeit fertig bin, alles gut aussieht und die Kunden sich über das tolle Ergebnis in ihrer Wohnung freuen.

Mustafa Emirleroglu, 22
Geselle, seit fünf Jahren im Betrieb
Der Gute-Laune-Garant im Betrieb



Bloß keine Langeweile

Das Beste an diesem Job: Hier wird es einem nie langweilig! An einem Tag bin ich auf der Baustelle und mache das Aufmaß, am nächsten kümmere ich mich um die Homepage, dann wieder schreibe ich Angebote oder Rechnungen. Diese Abwechslung und die damit verbundenen spontanen Herausforderungen sind genau das Richtige für mich.

Nicole Bäuml, 28
Kaufrfrau für Büromanagement, seit elf Jahren im Betrieb
Kann alles, erledigt alles



Neues macht am meisten Spaß

Am meisten Freude macht es mir, Baustellen so zu planen, dass möglichst effizient gearbeitet werden kann. Das ist dann leichter für das Team und spart auch dem Chef Zeit. Außerdem finde ich es immer spannend, neue Arbeitsweisen auszuprobieren. Und dann ist da natürlich noch mein YouTube-Kanal, die Instagram- und TikTok-Accounts: Dafür filme ich Handwerkstechniken und gebe Produkttipps. Ein tolles Hobby, das den Arbeitsalltag zusätzlich attraktiv macht.

Tobias Haubner, 22
Malermeister, seit fünf Jahren im Betrieb

Scheut kein Scheinwerferlicht



Der Zauber der Zahlen

Es macht mir echt Spaß, mit Zahlen zu arbeiten. Deshalb war es toll, dass ich schon während meiner Ausbildung die Buchhaltung und die Löhne übernehmen durfte. Ich arbeite aber auch in der Kundenberatung mit und finde es interessant, wie unterschiedlich die Geschmäcke der Menschen sind. Es ist ein tolles Gefühl zu sehen, wie sehr sie sich über ihr neues Zuhause freuen.

Sarah Haubner, 19
Kauffrau für Büromanagement, seit zwei Jahren im Betrieb

Hat den kürzesten Weg ins Büro



Ordnung muss sein

Ich mag die Arbeiten, bei denen man ganz genau sein muss. Da gehört zum Beispiel das Vorbereiten des Untergrunds und das Spachteln vor dem Tapezieren oder Streichen dazu. Da habe ich den Ehrgeiz, die perfekte Unterlage zu schaffen. Kommt wahrscheinlich daher, dass ich ein eher ordentlicher Mensch bin. Ich lebe mit meiner Freundin zusammen, aber ich bin derjenige, der zuhause am meisten aufräumt und putzt.

Maximilian Unger, 32
Geselle, seit drei Monaten im Betrieb

Ist die Ruhe selbst – auch, wenn es mal stressig wird



Im Freien ist es am schönsten

Ich finde es total entspannend Fassaden zu beschichten oder die Umrandungen von Fenstern zu streichen. Eine ruhige Arbeit, bei der ich für mich sein kann, ganz ohne Hektik. Hinzu kommt, dass ich dabei im Freien bin. Das liebe ich – nicht nur während der Arbeit, auch in meiner Freizeit. Drinnen hält es mich nie sehr lange. Am Wochenende mache ich Bergtouren oder bin irgendwo mit dem Fahrrad unterwegs.

Johannes Nutz, 30
Malermeister, seit neun Monaten im Betrieb

Braucht frische Luft zum Glücklichein



„Morgens um sieben bestellt, um zehn geliefert – das ist Effizienz!“

Daniel Otremba, Malermeister, freut sich über die effiziente Brillux Logistik



Gute Arbeit ohne Umwege

Auf der Baustelle geht die Farbe aus? Die Konkurrenz hat mit neuen Techniken die Nase vorn? Und überhaupt dauert es viel zu lange, bis ein Auftrag erledigt ist? **Dann ist es Zeit für einen Effizienz-Check!**

Auf den ersten Blick ist es nur ärgerlich, wenn Lieferungen auf sich warten lassen, Produkte oder Werkzeuge nicht richtig funktionieren oder die Mitarbeiter fachlich und technisch nicht mehr auf dem neuesten Stand sind. Auf den zweiten wird es teuer: Wertvolle Zeit wird mit Warten vergeudet, Kunden sind unzufrieden, weil das Ergebnis schlechter ausfällt als erwartet. Aufträge brechen weg,

weil Mitbewerber innovativer sind, Azubis entscheiden sich für andere Betriebe, weil diese attraktiver sind. Was tun? Das Zauberwort heißt Effizienz. Effizient arbeitende Betriebe sind wirtschaftlicher – und bieten Chefs und Mitarbeitern mehr Zeit fürs Kerngeschäft, mehr Zeit mit den Kunden und am Ende auch: mehr Freude an der Arbeit.

Den eigenen Betrieb checken

Effiziente Prozesse halten Maler/-innen den Rücken frei und sorgen gleichzeitig dafür, dass der Betrieb langfristig erfolgreich sein kann. Um festzustellen, wie effizient Ihr Betrieb bereits arbeitet, nehmen Sie die folgenden Punkte doch einmal genauer unter die Lupe. ◀

Sie möchten Ihren Betrieb effizient gestalten?

Mehr lesen Sie auf
→ brillux.de/effizienz-check



Produkte

Mit aufeinander abgestimmten Materialien lässt sich ein optimales Ergebnis besser erreichen als mit zusammengewürfelten Einzelkomponenten.



Verarbeitung

Pinzel und Rolle oder Spritzgerät? Mit modernen Verarbeitungstechniken wird präziseres und schnelleres Arbeiten möglich.



Wissen

Auf dem neuesten Stand der Technik bleiben, Branchentrends kennen – regelmäßige Weiterbildungen helfen Betrieben, Kundenwünsche besser zu erfüllen und für den Nachwuchs attraktiv zu bleiben.



Service

Fachkundige Beratung, persönliche Betreuung und Unterstützung in allen Belangen rund um den Betrieb ermöglichen mehr Zeit fürs Kerngeschäft.



Logistik

Wartezeiten ade! Schnelle Lieferung – auch von Einzelteilen – ohne Mehrkosten ist das A und O für effizientes Arbeiten auf der Baustelle.



Viele
Instrumente und
Infos jetzt im neuen
digitalen Service
**„Mein Ausbildungs-
marketing“**



→ [brillux.de/
ausbildungsmarketing](https://brillux.de/ausbildungsmarketing)

Viele Wege führen zum Azubi

Gemeinsam gegen Nachwuchsmangel: Mit Leitfäden für langfristige Schulkooperationen, gelungene Messeauftritte, Online-Anzeigen und Social Media **unterstützt „Deine Zukunft ist bunt“ das Maler- und Stuckateurhandwerk** beim Ausbildungsmarketing

Wer sich heute auf die Suche nach Auszubildenden begibt, muss aktiver werden als noch vor 20 Jahren. Statt einer Anzeige in der örtlichen Zeitung braucht es mehr Präsenz off- und online, um die potenziellen Azubis vom eigenen Betrieb zu überzeugen – und am besten ein richtiges Ausbildungsmarketing. Eine solche aktive Nachwuchssuche braucht jedoch Zeit – die sehr viele Betriebe bei der aktuell guten Auftragslage kaum

aufbringen können. Daher unterstützt die Brillux Nachwuchsinitiative „Deine Zukunft ist bunt“ Maler- und Stuckateurbetriebe bei der Nachwuchsgewinnung mit einer ganzen Reihe von individuellen und kostenlosen Maßnahmen. ◀



Registrieren Sie sich als
Betrieb hier, um die kostenlosen
Angebote zu nutzen:
→ brillux.de/dzib-registrierung



DEINE ZUKUNFT IST BUNT
AUSBILDUNG IM MALER- UND STUCKATEURHANDWERK



„Deine Zukunft ist bunt“ vor Ort

Messen und Veranstaltungen in Schulen werden nach Corona wieder gute Gelegenheiten sein, Jugendliche für das Maler- und Stuckateurhandwerk zu begeistern. Mit einem professionellen Auftritt im „Deine Zukunft ist bunt“-Design und dem Brillux Messe-Coach gelingt das noch besser.

Schulkooperationen

Durch gezielte Aktionen mit Schülern können Betriebe die Jugendlichen direkt erreichen und sie mit Beispielen aus der Praxis für den Beruf begeistern – Brillux hilft bei der Kontaktaufnahme und stellt Leitfäden für verschiedene Projektideen zur Verfügung.



AZUBIYO

Ausbildungs- und Praktikumsbörse

In der Ausbildungs- und Praktikumsbörse von „Deine Zukunft ist bunt“ können sich Betriebe mit ihrem Profil eintragen und sich von interessierten Jugendlichen finden lassen. Die zusätzliche Kooperation mit der reichweitenstärksten Online-Anzeigenplattform AZUBIYO (siehe auch S. 38) ermöglicht zudem eine Anzeigenschaltung im „Deine Zukunft ist bunt“-Look.



Social Media

Ohne Instagram, YouTube und Co. geht heute bei der Suche nach Auszubildenden nichts mehr. Wie Betriebe eigene Kanäle erstellen können und worauf es bei den Inhalten ankommt, erfahren Sie in der neuen Rubrik anhand von Leitfäden und Anwendungsvideos. Darüber hinaus erhalten Sie dort eine große Auswahl an Bildformaten zur Nutzung auf Ihrer Website und Social-Media-Kanälen.



„Wir haben viel bessere Bewerbungen bekommen.“

Harald Alps, Geschäftsführer
beim Malereibetrieb Theodor Schulz in Lüneburg

Freuen sich über die große Resonanz: Harald Alps (r.) und Betriebsleiter Benjamin Wagner

Per Klick zum Auszubildenden

Wo findet man heute Azubis? Immer öfter auf **AZUBIYO**, einem der größten deutschen Ausbildungsportale. Dank der **Kooperation mit „Deine Zukunft ist bunt“** können Brillux Kunden dort seit Ende 2020 komfortabel inserieren – und haben beste Erfahrungen gemacht

Ausbilden heißt Zukunft sichern – Auszubildende zu finden ist aber bekanntermaßen schwer. Die Brillux Initiative „Deine Zukunft ist bunt“ unterstützt Betriebe mit gezielten Maßnahmen bei der Nachwuchsgewinnung – und seit Ende vergangenen Jahres auch durch die Zusammenarbeit mit dem Online-Ausbildungsportal AZUBIYO. Wie das geht? „Ganz einfach“, sagt Jasmin Dorn. Die Malermeisterin ist Prokuristin bei Dorn Malerfachbetrieb im hessischen



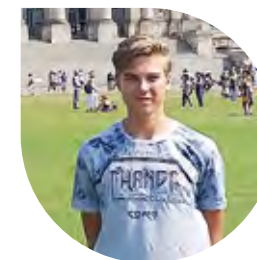
„Die Anzeige war sehr schnell und einfach eingerichtet.“

Jasmin Dorn, Dorn Malerfachbetrieb

Fotos: Conny Trumann, Malerfachbetrieb Dorn, privat (2x)



Erfolgreich beworben: Svea Brandt, 23, und Till Kelschenbach, 18, treten ihre Ausbildung bei Theodor Schulz an

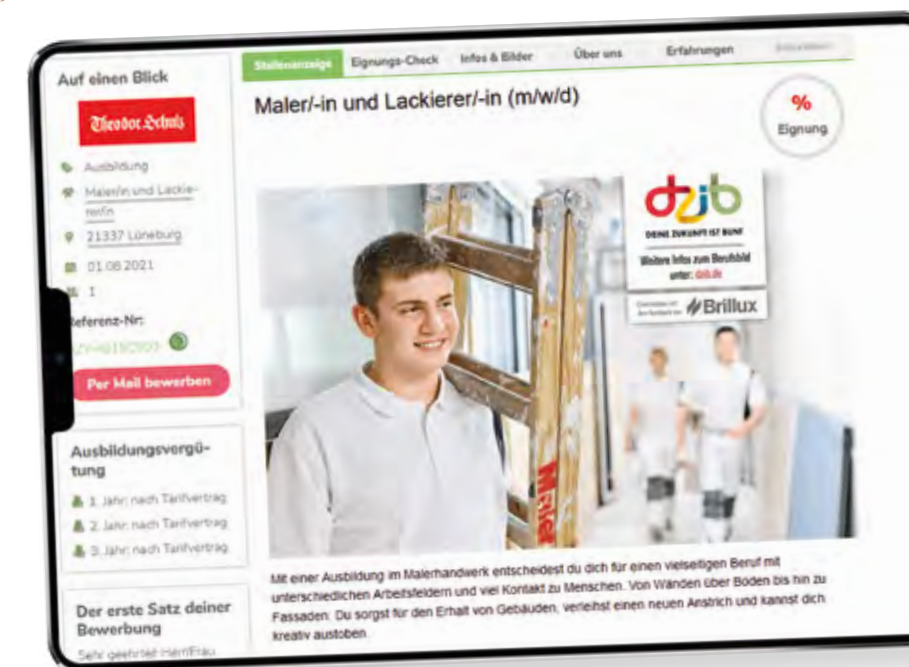


Gelnhausen und hat über AZUBIYO bereits einen Kandidaten gefunden, der zum Herbst seine Ausbildung beginnt. „Unser Brillux Verkaufsberater hat uns AZUBIYO im Januar vorgestellt, Brillux hat die Anzeige im ‚Deine Zukunft ist bunt‘-Design innerhalb kürzester Zeit für uns eingerichtet, das war sehr unkompliziert“, so Dorn.

Mehr und bessere Bewerbungen

Harald Alps, Geschäftsführer des Lüneburger Traditionsbetriebes Theodor Schulz, kann dem beipflichten. Er war nicht nur vom Tempo, sondern auch von der Resonanz beeindruckt: „Wir haben viel mehr und bessere Bewerbungen bekommen als auf unsere Anzeigen in den sozialen Medien, auf unserer Website und über Google.“ Gleich fünf potenzielle Kandidat/-innen durchliefen bei Theodor Schulz ein einwöchiges Praktikum, zwei von ihnen beginnen nun ihre Ausbildung. Einer davon ist der 18-jährige Till Kelschenbach: „Ich habe auf AZUBIYO gesucht, weil ich einen guten Ausbildungsplatz finden wollte und es dort sehr übersichtlich ist.“ Und seine Kollegin in spe, die 23-jährige Svea Brandt, ergänzt: „Die Anzeige von Theodor Schulz ist mir gleich aufgefallen, weil das Logo so prägnant war.“

Marius Marburger, der bei Brillux die Nachwuchsinitiative verantwortet, bestätigt den Erfolg der Kooperation: „Der Anzeigenservice mit AZUBIYO ist aktuell eines der effektivsten Instrumente aus dem gesamten Repertoire von ‚Deine Zukunft ist bunt‘. Wir haben zahlreiche tolle Erfolgsmeldungen von den Betrieben bekommen. Schön zu



sehen, wie gut es funktioniert!“ Und er erklärt, wie Betriebe auch nach der Anzeigenschaltung den Bewerbungsprozess effizienter gestalten können: „Kommunikation ist das A und O. In der digitalen Welt sind junge Leute es gewöhnt, schnell Rückmeldung zu bekommen – das sollten Betriebe beherzigen und Bewerber/-innen regelmäßig über den aktuellen Stand informieren.“ Ebenfalls wichtig sei, wie sich der Betrieb präsentiere: „Das gilt für die Website genau wie für das Vorstellungsgespräch – in dem sich ja nicht nur der Azubi beim Betrieb bewirbt, sondern auch umgekehrt.“ ◀

Mehr erfahren:

Wenn auch Sie Nachwuchs suchen und eine Anzeige auf AZUBIYO schalten wollen, können Sie sich hier informieren und anmelden:

→ brillux.de/azubiyo



Nominiert
für den Brillux
Design Award
2021

Botschaft des guten Geschmacks

Italienische Küche und exklusive Cocktails in hochwertigem Ambiente: Mit diesem Anspruch ging das Baseler Restaurant L'Ambasciatore vor einem Dreivierteljahr an den Start. Der **Malerbetrieb Zenhäusern** steuerte einen eigens kreierten Farbton bei



Besim Demiri, Malerbetrieb Zenhäusern, Liestal, Schweiz

Besim Demiri, 29, wurde in Füllinsdorf, fünf Kilometer südlich der schweizerisch-deutschen Grenze, zum Maler ausgebildet. Nach einigen Jahren als Zeitarbeiter stellte er sich im Mai 2020 beim Malerbetrieb Zenhäusern vor. Wenig später wurde er als Kundenmaler in Festanstellung übernommen. Seither arbeitet er in dem von Oliver Zenhäusern und Marco Thommen geführten Team mit sechs Kolleginnen und fünf Kollegen, darunter zwei Auszubildende und ein Praktikant.

→ malerzenhaeusern.ch



„Im laufenden Betrieb muss eine Farbe stabil sein.“

Besim Demiri, Kundenmaler

01



02

In Corona-Zeiten ist jede Neueröffnung ein besonderes, optimistisches Statement. Entsprechend selbstbewusst gingen auch der Betriebswirt Mohran Jouini und Küchenchefin Fabiana Scarica an den Start, als sie im Frühjahr 2020 ihr Restaurant L'Ambasciatore planten. Auf halbem Weg zwischen Centralbahnhof und Rheinufer, nah an Theater und Kunstmuseum gelegen, sollte es zu einer der ersten Adressen für italienisches Essen und Cocktails in der Baseler Innenstadt werden. Der großzügige, auf zwei Stockwerke verteilte Raum ist für 250 Gäste ausgelegt. Der Vorbesitzer hatte eine irische Bar mit rustikalem Wohnzimmerflair und eine mit Akustikplatten verkleidete Decke. Die anstehenden Malerarbeiten hatten also nicht nur eine edle und moderne Atmosphäre zum Ziel; es mussten auch ver-

Porträtfoto: Malerbetrieb Zenhäusern

schiedenste Untergründe bewältigt werden. Folgerichtig konnte der auf exklusive Arbeiten spezialisierte Malerbetrieb Zenhäusern die Ausschreibung für sich entscheiden.

Die Mischung macht's

Der eidgenössisch diplomierte Maler Oliver Zenhäusern gründete 2006 in Liestal, 15 Kilometer südöstlich von Basel, seinen Malerbetrieb. 2012 wurde er in eine GmbH umgewandelt, der Oliver Zenhäusern und sein früherer Geselle Marco Thommen als Geschäftsführer vorstehen. Zu ihren zwei Standorten in Basel-Stadt und Basel-Land kam 2020 noch ein Showroom für selbstentwickelte Farbmischungen hinzu – gerade rechtzeitig für die ambitionierten Vorstellungen von Mohran Jouini und Fabiana Scarica, die zu den ersten Kunden des Showrooms zählten. Statt auf Neubauten-Baustellen

konzentriert sich der Betrieb Zenhäusern auf die individuelle Betreuung von Privat- und Geschäftskunden. Entsprechend gehört hier zum Anforderungsprofil der sogenannten Kundenmaler neben handwerklichem Können auch eine besondere Begabung fürs Zwischenmenschliche im direkten Kundenkontakt. Beides brachte Neuzugang Besim Demiri in einem Maße mit, dass ihm gleich nach seiner Anstellung im Sommer 2020 das Projekt L'Ambasciatore übertragen wurde.

Dunkles Durcheinander

Mit einem Schmunzeln fasst der 29-jährige Maler seine Erinnerungen an die erste Objektbegehung zusammen. „Es war ziemlich dunkel da drinnen und alles ein bisschen durcheinander. Die Wände waren alle farbig, aber es gab keine bestimmte Richtung.“ In den ersten Arbeitstagen mussten erstmal

01 — Für sein außergewöhnliches Ambiente wurde das L'Ambasciatore im Juni 2021 mit dem Swiss Location Award ausgezeichnet und ist für den Brillux Design Award 2021 nominiert

02 — Die moderne Betonfassade des Hauses in der Elisabethenstraße 33 fügt sich reizvoll in die umliegenden Altbauten der Baseler Innenstadt ein

➤

„Das Wichtigste sollte im Fokus stehen: das Essen.“

Oliver Zenhäusern, Geschäftsführer



01



02

01 — Profile und Rosetten von Orac Decor spielen mit der Tradition des Barock und sorgen subtil für eine Beibehaltung des italienischen Stils

02 — Auch im Zwischengeschoss harmonisieren der neue Farbton, der Boden und das Mobiliar miteinander. Hier finden bis zu 100 Personen Platz

03 — Der Hauptsaal mit seiner großzügigen Bar ist für 150 Gäste ausgelegt. Hier bereichern der Dielenboden und LED-Lichter die Atmosphäre

04 — Auch bei Licht betrachtet ergab der Einsatz von Spritztechnik bei der Vielzahl von Profilen und Kanten ein ebenmäßiges Bild

die Untergründe von Altlasten befreit und für den Neuanstrich vorbereitet werden. Demiri zählt auf: „Tapeten kamen runter. Die Fliesen in den Sanitärbereichen wurden angeschliffen und gereinigt. Die Akustikplatten aus gelöchertem Metall und die Holztüren waren ebenfalls individuell zu behandeln.“ Mit Unterstützung von Brillux entstand hier ein ausgefeiltes Farb- und Materialkonzept, für das aus Dunkelgrün und Grau eine gänzlich neue Farbe gemixt wurde. Je nach Lichteinstrahlung weckt der Ton Assoziationen von Oliv- bis Tannengrün. Mit der fertigen Farbe fiel im August 2020 endlich der Startschuss.

Schön und stabil

Besim Demiri war insgesamt neun Wochen mit dem Praktikanten Janis Madörin vor

Ort. Bei Bedarf kam zusätzliche Unterstützung aus der Firma. Mit der extra gemischten Farbe wurde das Innenleben des Restaurants weder gerollt oder gestrichen, es wurde gespritzt. „Das ist aufgrund der vielen Ecken und Kanten einfach schlauer“, so Demiri, „und ergibt auch ein gleichmäßigeres Bild.“ Atmungsaktive Dispersion tauchte die Wände in das neue, dunkle Grün. Die reich mit Metallleisten und Kanten verzierten Barbereiche in beiden Stockwerken überzog Demiri mit einer Grundierung und einem Mattlack als Finish. „Im Betrieb tummeln sich da ja Gäste, die die Wände anfassen, streifen oder auch mal aus Versehen gegen die Oberflächen stoßen. Da muss eine Farbe stabil sein.“ Was jedoch den individuellen Farbton angeht, war der Maler zunächst etwas skeptisch.



03

„Das dunkle Grün war mal was anderes, Spezielles.“

Marco Thommen, Geschäftsführer



04

„Ist das nicht zu dunkel? Ich dachte, das würde ich persönlich nicht so machen“, blickt Demiri zurück. Doch während des Anstrichs gefiel ihm die Farbe von Tag zu Tag besser. Pünktlich zur Fertigstellung war er vollends vom Farbkonzzept überzeugt: „Zum Schluss kam das wirklich wunderbar raus. Das Ergebnis spricht für sich.“

Doppelte Kunst

Am 10. Oktober 2020 wurde das L'Ambasciatore eröffnet. Eine erste Ausstellung von Skulpturen des 1981 verstorbenen Baseler Bildhauers Alexander Zschokke bewies, dass das Farbkonzzept nicht nur mit kulinarischer, sondern auch mit bildender Kunst sehr gut harmoniert. Doch auch in der Schweiz kam es durch die Corona-Pandemie zu Maßnahmen, die den Betrieb von Restau-

rants einschränkten. Von Mitte Dezember bis Ende Mai mussten alle gastronomischen Betriebe schließen. Das frisch eröffnete Restaurant behalf sich mit Take-away-Angeboten und so wurde das L'Ambasciatore, auf Deutsch „der Botschafter“, seinem Namen gleich zweifach gerecht: Die Gäste bekamen via Bote Pasta, Tiramisu und Co. geliefert und gleichzeitig verbreitete sich in der ganzen Stadt die Hoffnung auf eine baldige Wiedereröffnung. Auch in der Firma Zenhäusern bleibt von ihren Malerarbeiten im L'Ambasciatore mehr als eine Erinnerung. Zum einen wurde der Farbton „lambasciatore green“ fest in das Portfolio ihres Showrooms übernommen. Zum anderen hatte sich Praktikant Janis Madörin in der Zusammenarbeit so bewährt, dass er nun als Lehrling übernommen wird. ◀

Beteiligte und Services

Bauherr: L'Ambasciatore, Basel, CH

Ausführender Betrieb: Malerbetrieb Zenhäusern, Liestal, CH

Verkaufsberatung: Enrico Aubry, Brillux Muttens, CH

Materialien: Superlux ELF 3000, 2K-Epoxi Varioprimer S 864, 2K-Aqua Mattlack 2390

MELDUNGEN

**WER
DÄMMT,
GEWINNT.**

Brillux
„mehr als Farbe“



Sparen durch
Wärmedämmung:
80 Prozent des
Energieverbrauchs
von Privathaus-
halten gehen
auf Heizung und
Warmwasser
zurück

Förderung nutzen

Dank der Bundesförderung für effiziente Gebäude (BEG) werden nun auch Wohnungsbaugesellschaften und Wohnungseigentümergeinschaften bei energieeffizienten Umbauten finanziell unterstützt. Bereits seit 2020 ist es möglich, bis zu 40.000 Euro für Baumaßnahmen von der Steuer absetzen. Voraussetzung dafür: Die Dämmarbeiten müssen von einem Fachbetrieb ausgeführt werden – vielleicht von Ihrem? Mit umfangreichen Kommunikationsmaterialien unterstützt Brillux Sie dabei, Ihre Kunden auch in Sachen Förderung bestens beraten zu können.

→ [brillux.de/richtig-daemmen](https://www.brillux.de/richtig-daemmen)



Vier Welten entdecken

Haptisch spannend, optisch edel: Mit auf Kalk und Marmormehl basierenden mineralischen Produkten sind Wände ein Erlebnis. Für die Brillux Creativ-Produkte Algantico 70 und Sentimento 78 gibt es einen umfangreichen Farbtonblock, unterteilt in vier Farbwelten. Inspiriert von der Natur entführt „quiet walk“ mit warmen Grün-, Blau- und Sandtönen in einen lauen Spätsommerabend, „solid hike“ erinnert mit Grün, Ocker und Rot an die Flora von Berggipfeln. Wer es geradlinig mag, wird die klaren Erdtöne und blaugrünen Akzente von „plain move“ lieben – und Freunde von Kontrasten werden sich über die dynamischen Gelb- und Rotorange-töne freuen, die bei „powerful turn“ eine kraftvolle Partnerschaft mit klarem Wasserblau eingehen. Alle vier Welten können kreativ kombiniert werden.

→ [brillux.de/mineralische-wandgestaltung](https://www.brillux.de/mineralische-wandgestaltung)



NEU: Lieferung via Lastenrad

Der Verkehr steht – und der Lieferwagen mit den Materialien für die Baustelle steckt mittendrin? Von Staus in Städten sind Brillux Lieferungen jetzt immer weniger betroffen: „Das stetig hohe Stauaufkommen, gerade in Innenstadtbereichen, stellte uns immer wieder vor logistische Herausforderungen. Wir haben uns daher entschieden, eine zusätzliche Auslieferungsmöglichkeit mit dem E-Lastenfahrrad zu schaffen“, sagt Philipp Hellwig, Niederlassungsleiter bei Brillux Münster. Die E-Bikes werden bereits in mehreren Städten im Auslieferungsbetrieb eingesetzt, weitere sind in Planung.

→ www.brillux.de/e-lastenrad





01

Fotos: Daniel Elke

Erfolgsgeschichte aus der Garage

Stephan Raddatz startete einst wie Bill Gates: ohne Startkapital und zu zweit in einer Garage. Mittlerweile führt der Malermeister einen Betrieb, der vom Küchenanstrich bis zu Komplettarbeiten alles anbietet. Dabei greift der Chef gerne selbst zum Pinsel

Vanessa Becher streicht gerade die Fassade des Hotels „Derichsweiler Hof“, als ein Mann sich dem Gerüst nähert. Die 26-Jährige stutzt einen Moment, dann erkennt sie den Baustellenbesucher. „Ach, du bist es“, stellt die Maler- und Lackierergesellin fest. „Es ist so ungewohnt, dich in solchen Klamotten zu sehen.“ Vor Vanessa Becher steht ihr Chef Stephan Raddatz. Er hat einen Termin mit Thorsten Derichsweiler, dem Inhaber des Vier-Sterne-Hotels. Und zur Besprechung trägt Raddatz ausnahmsweise Jeans und Hemd. „Eigentlich kennen mich meine Kollegen nur im Maleroutfit“, sagt der 48-Jährige lachend. Der Malermeister führt einen Betrieb im oberbergischen Nümbrecht, rund 45 Autominuten von Köln entfernt. Bei den Kunden deckt er eine große Bandbreite ab – vom Küchenanstrich im Nachbarort Waldbröl bis hin zu Arbeiten in einem Gebäudekomplex mit 500 Wohnungen in Bonn. Für Kliniken, Schulen, Industriehallen und Hotels schnürt ➤



01 — Die Garagenzeiten sind vorbei: Nicole und Stephan Raddatz haben 2003 in Ruppichterath eine Halle gebaut. Dort entsteht aktuell ein Bürogebäude – mit einem Arbeitsplatz für Sohn Niklas

02 — Arbeiten, wo andere Urlaub machen: Zu Vanessa Bechers Aufgaben gehört es auch, Hotelfassaden anzustreichen



01

01 — Wer will fleißige Handwerkerhände sehen? Der muss zu Firma Raddatz nach Nümbrecht gehen

02 — In seinem Element: Stephan Raddatz ist Malermeister mit Leib und Seele

03 — Ein starkes Team: Familie Raddatz mit ihren Mitarbeiter/-innen. Alexej Warkentin (Fünfter von rechts) ist glücklich, dass er seit 2006 dazugehört

das Unternehmen Rundumpakete, die Wärmedämmung, Bodenverlegung und Spachtelarbeiten beinhalten. Die Auftragslage stimmt. Stephan Raddatz könnte sich auf die Büroarbeit konzentrieren. Doch das kommt für ihn nicht infrage. Er tunkt lieber den Pinsel in die Farbe, als die Tasten des Computers zu drücken. „Dafür bin ich einfach zu gerne auf der Baustelle“, erklärt Stephan Raddatz. Für ihn ist das Malerhandwerk eine Leidenschaft. Eine, die sich mit ein bisschen Verspätung entwickelte: Ursprünglich wollte der jugendliche Stephan Raddatz eine Lehre zum Schreiner machen, doch es gab keine Ausbildungsplätze in der Region. Im Rückblick war es für ihn glückliche Fügung, dass seine Mutter Ingelore Samorski ihn deshalb drängte, sich nach einer Alternative umzusehen. Er fand sie 1989 bei Malermeister Dieter Adolfs im Örtchen Niederbreitenbach. „Der war ein Könnner seines Fachs“, beschreibt Stephan Raddatz seinen ehemaligen Chef. Maler zu werden war offenbar die richtige Entscheidung:

„Eigentlich kennen mich meine Kollegen nur im Maleroutfit.“

Stephan Raddatz, Firmeninhaber

Aufgrund seiner guten Leistungen verkürzte er seine Ausbildungszeit und wurde nach zweieinhalb Jahren Geselle.

Engagiert und ehrgeizig

Mit nur 21 Jahren besuchte Stephan Raddatz bereits die Meisterschule in Köln. Der zweitjüngste Meisteranwärter war volle sieben Jahre älter. Den Mangel an Erfahrung glich Stephan Raddatz durch Ehrgeiz und Engagement aus – mit 23 Jahren rahmte er sich den Meisterbrief ein. Mit ihm endete auch seine Zeit bei Dieter Adolfs und somit auch sein Dasein als Angestellter: Stephan Raddatz gründete, zusammen mit seiner Frau Nicole, seinen eigenen Betrieb. Er kaufte sich einen alten VW-Bus und fuhr damit die Baustellen an. „Der erste Firmensitz war eine Garage“, erinnert sich Stephan Raddatz und schiebt lachend hinterher: „Ich habe es also wie Bill Gates gemacht.“ Im Gegensatz zum Microsoft-Gründer verlief Stephan Raddatz' Start in die Selbstständigkeit ein wenig holpriger. Es mangelte zwar nicht an Aufträgen, dafür aber an der Zahlungsmoral der Kunden. „Ich habe mich damals auch über den Tisch ziehen lassen“, gibt Stephan Raddatz zu. Das junge Ehepaar hatte gerade in Nümbrecht ein Haus gebaut. Die finanziellen Sorgen ließen den Malermeister häufig schlecht schlafen. Schließlich bot der Onkel seiner Frau ihm Hilfe an. Dieser führt in Köln erfolgreich einen Stuckateur-Meisterbetrieb. „Er hat uns mehr oder weniger gerettet“, erklärt Stephan Raddatz. Von ihm bekam der frischgebackene Gründer aber keine Finanzspritze; der erfahrene Geschäftsmann gab



02

Maler- und Lackierermeister Stephan Raddatz

Stephan Raddatz machte sich am 1. April 1997 im Alter von 23 Jahren selbstständig. Anfangs bildeten nur er und Ehefrau Nicole den Betrieb. Ab 2003 vergrößerte Raddatz seine Firma und baute in Ruppichteroth eine Lagerhalle. 16 Mitarbeiter/-innen umfasst das Team aktuell, darunter ein Auszubildender. Sein Sohn Niklas Raddatz begann am 1. August 2016 im Unternehmen seines Vaters. Ab 2022 plant er den Besuch der Meisterschule. Der jüngere Sohn Tim begann am 1. August 2019 eine Ausbildung als Stuckateur.

→ malerbetrieb-raddatz.de



03

„Doch dann ist mir bewusst geworden, dass Maler und Lackierer der richtige Beruf für mich ist.“

Niklas Raddatz, Vorarbeiter und Juniorchef



01

01 — Die nächste Generation steht bereit: Niklas Raddatz entschied sich fürs Familienunternehmen und gegen eine Karriere als Koch. Dafür brutzelt er Vater Stephan in seiner Freizeit mal ein Steak

02 — Der Kapitän und sein Boot: Im Urlaub schippert Stephan Raddatz mit „Fritzchen“ übers Wasser. Ein Mainzelmännchen stand Pate für den Bootsnamen

ihm vielmehr strenge Nachhilfe in Sachen Geschäftssinn. Vor allem machte er ihm klar, wie wichtig es ist, bei Zahlungsverzügen härter durchzugreifen. Stephan Raddatz nahm sich die Ratschläge des Onkels zu Herzen – und sein kleiner Betrieb begann zu wachsen.

„Ich wollte mich ja eigentlich nur auf Privatkunden beschränken“, beschreibt Stephan Raddatz seine anfänglich bescheidene Geschäftsidee. „Zwei, drei Mitarbeiter hätten mir im Grunde gereicht.“ Doch weil immer mehr Wohnungsbaugesellschaften und Architekten auf das Unternehmerehepaar zukamen, begann der Gründer größer zu denken. Er baute im Nachbarort Ruppichteroth eine Lagerhalle und stellte neue Leute ein. 16 Mitarbeiter/-innen beschäftigt Stephan Raddatz mittlerweile. Ehefrau Nicole Raddatz, 48, kümmert sich derweil um die Buchhaltung und die Organisation.

Die Geschichte wiederholt sich

Zum Team gehört auch der älteste Sohn des Ehepaars. Bei ihm kam die Berufsfindung ebenfalls über Umwege: Niklas Raddatz überlegte während seiner Schulzeit, Koch oder Landschaftsgärtner zu werden. Um Klarheit zu finden, machte er in beiden Bereichen ein Praktikum. „Doch dann ist mir bewusst geworden, dass Maler und Lackierer der richtige Beruf für mich ist“, erinnert



02

sich der 21-Jährige. Seine Ausbildung machte er im Familienbetrieb, mittlerweile ist er Vorarbeiter, im kommenden Jahr soll es auf die Meisterschule gehen.

Der Job des jüngsten Sohns bleibt ebenfalls in der Familie, aber diesmal mütterlicherseits: Der 18-jährige Tim entschied sich für eine Ausbildung zum Stuckateur. Er arbeitet derzeit in einem Betrieb in Hennef. „Meine Frau stammt ja aus einer Stuckateursfamilie“, erklärt Stephan Raddatz. „Da war es naheliegend, dass ein Sohn diesen Weg einschlägt.“ Er schließt aber nicht aus, dass auch sein Zweiter irgendwann in Nümbrecht arbeitet. Sein eigener Betrieb verputzt auch Wände und hängt Decken ab – einen weiteren Fachmann auf diesem Gebiet kann Stephan Raddatz jederzeit gebrauchen.

Die Nachfolge im Unternehmen ist somit vorgezeichnet – der Betrieb bleibt auch zukünftig in den Händen von mindestens einem Raddatz. Der einzige Unterschied zum Werdegang des Vaters: Niklas und Tim müssen ihre Selbstständigkeit nicht in einer Garage beginnen, sondern können das in einem gut ausgestatteten Firmengebäude tun, das noch Kapazitäten für „mehr“ hat. Wenn es irgendwann soweit ist, werden die Brüder auf Leute treffen, die sie seit früherster Kindheit kennen. Denn ihr Vater setzt auf langfristige Zusammenarbeit. Das kann Geselle Alexej Warkentin nur bestätigen. 2006 vermittelte ihm das Arbeitsamt einen Kontakt zu Stephan Raddatz. Dann ging alles ganz schnell: „Wir haben telefoniert, er hat ➤



01 — Genießt die Arbeit auf der Baustelle: Für Vanessa Becher kam ein Job im Büro nicht infrage

02 — Handwerk hält fit: In Windeseile klettert Wolfgang Mockenhaupt das Gerüst hoch. Oben angekommen, hat der 62-Jährige noch ausreichend Luft für ein paar Sprüche

03 — Humor muss sein: Bei Claudia Hassel (l.) und Vanessa Becher kommt der Spaß bei der Arbeit nicht zu kurz

mich direkt für den nächsten Tag zum Vorstellungsgespräch eingeladen und mir einen Job angeboten", berichtet der 44-Jährige. Alexej Warkentin ist mittlerweile Vorarbeiter und verantwortet eigene Projekte. „Ich habe in den fünfzehn Jahren schon so viele Aufträge gehabt, an die ich mich gerne zurückerinnere“, schildert er. Dabei denkt er zum Beispiel an die Klinkerhöfe in Hürth. Das Quartier ist in den vergangenen Jahren vor den Toren Kölns entstanden. Die Malerarbeiten übernahm der Betrieb aus Nümbrecht. Chef Stephan Raddatz legt Wert darauf, trotz der ganzen Großprojekte nicht die Privatkunden aus den Augen zu verlieren. „Wir nehmen uns gerne Zeit für die Leute, bei denen nur eine Tür zu streichen ist“, betont er. Aufträge dieser kleinen, feinen Art übernimmt Raddatz gern selbst. Dann fällt das Schreiben von Angeboten in die Abendstunden.

Meister, Kapitän und Trainer

Als Betriebsinhaber ist Stephan Raddatz Handwerker und Kaufmann in einer Person. Doch er achtet darauf, dass seine Hobbys nicht zu kurz kommen. Wenn es die Zeit zulässt, fährt die ganze Familie nach Rügen

„Er hat mich direkt für den nächsten Tag zum Vorstellungsgespräch eingeladen und mir einen Job angeboten.“

Alexej Warkentin, Vorarbeiter

und schippert mit dem Segelboot „Fritzchen“ über die Ostsee. Stephan Raddatz' weitere Leidenschaft gilt dem Kampfsport: Er ist Trainer im Budo-Club Waldbröl. Und auch im Taekwondo ist der 48-Jährige ein Meister: Er trägt den Schwarzgurt des 1. Dan. In der südkoreanischen Kampfkunst namens TeukGong Moosool hat Stephan Raddatz ebenfalls diesen Grad erreicht. „Das ist ein super Ausgleich zur Arbeit“, findet der Unternehmer. So wirkt Stephan Raddatz dann auch im Job tiefenentspannt, was beim Treffen mit Hotelbesitzer Thorsten Derichsweiler spürbar ist. Nachdem er mit ihm die bevorstehenden Arbeitsschritte für den Auftrag beim Hotel besprochen hat, nimmt sich der Meister noch die Zeit, mit seinen Leuten zu quatschen. Neben Vanessa Becher stehen auch Claudia Hassel, 45, und Wolfgang Mockenhaupt, 62, auf dem Gerüst. Die beiden lernten ihr Handwerk einst, genau wie ihr Chef, im Betrieb von Dieter Adolphs. Wolfgang Mockenhaupt war damals Stephan Raddatz' Ausbilder. Dass er heute in der Firma seines Ex-Azubis arbeitet, spricht für den Teamgeist im Betrieb. Stephan Raddatz erinnert sich gern an diese Zeit zurück: „Wolfgang hat mir damals viel beigebracht, was für den Malerberuf wichtig ist.“ Dann verabschiedet er sich. Auf dem Weg zum Auto kündigt der Chef noch an, morgen wieder in Malermontur zur Arbeit zu erscheinen. „Dann kann ich endlich wieder anpacken.“ ◀



„Wolfgang hat mir damals viel beigebracht, was für den Malerberuf wichtig ist.“

Stephan Raddatz über Wolfgang Mockenhaupt

02



03

„Mit dem Pigmentkasten gelang es Malern, eine Idee vom Farbton zu vermitteln.“

Michael Sommersell, Experte für Malergeschichte



Die Rezepturen für Farbtöne vermerkten Maler in Notizbüchern – streng geheim natürlich

Fotos: Conny Trumann, Hintergrundgrafik: shutterstock.com (leanna_alex)

TEIL 6 HISTORISCHES HANDWERKSZEUG

DER PIGMENTKASTEN

Farbe zum Mitnehmen

Ist das Grün eher bläulich oder schimmert es gelb? Leuchtet es oder ist es eher stumpf oder blass? Farben im Kopf eines Kunden entstehen zu lassen, das ist seit jeher herausfordernd. Aus diesem Grund haben sich Maler lange Zeit mit kleinen Pigmentproben beholfen. Auch im Malermuseum Hamburg steht ein solcher Pigmentkasten, der etwa hundert Jahre alt ist. Experte Michael Sommersell erklärt: „Der Pigmentkasten war der Instrumentenkasten des Malers – er half der Fantasie auf die Sprünge. Diese individuellen Rezepturen zum Mischen der Töne hüteten die Maler wie einen Schatz.“

Giftgrün – geliebt, aber gefährlich

Schon immer waren Farben heiß begehrt. Meist wurden Erden und Steine dafür zermahlen. Für ein grünes Pigment zum Beispiel wurden Böhmisches Grüne Erde oder der Halbedelstein Malachit pulverisiert. Der Haken: Das war teuer. 1814 gelang einem Chemiefabrikanten die industrielle Herstellung eines synthetischen Grüns. Unter dem Namen „Schweinfurter Grün“ brachte er einen brillanten Farbton auf den Markt – damals eine Sensation, denn die meisten Naturfarben konnten in Sachen Leuchtkraft nicht mithalten. Eine Probe des Schweinfurter Grüns findet sich auch im Hamburger Malermuseum. Hier gilt: nur gucken, nicht anfassen! „Das Schweinfurter Grün ist giftgrün – im wahrsten Sinne des Wortes“, warnt

Michael Sommersell. „Denn es enthält Kupfer und giftiges Arsen.“ Deshalb wurde es später verboten. An seine Stelle trat das ebenfalls chemisch hergestellte Aldehydgrün. Es gelangte zu Weltruhm, als die französische Kaiserin Eugénie ein Kleid trug, das damit gefärbt war.

Ordnung für die Welt der Farben

Mit Farben waren in unserer Geschichte jahrhundertlang Privilegien und Monopole verbunden. Heute ist das längst Geschichte, und Farbsysteme sind unabhängig von Herstellern fest etabliert – darunter Pantone und NCS (Natural Colour System). Auch der Reichsausschuss für Lieferbedingungen (RAL) hat Farbcodes entwickelt, 1927 gab er die erste Farbkarte heraus. Von da an konnten Maler ihre Kunden mit Fächern beraten, die Pigmentproben hatten ausgedient. Heute umfasst der weltweit genutzte RAL-Farbstandard volle 2.530 Töne. Nicht ausgedient haben hingegen die Farbnamen. Sie haben noch immer häufig etwas mit der Natur zu tun – trotz synthetischer Herstellung. Grün gibt es als Dschungelgrün, Meergrün, Eiswassergrün, Mostbirmengrün, Kiwisorbetgrün oder Grashüpfergrün. Und das ist nur eine winzig kleine Auswahl. So ist für Kunden längst nicht mehr die Beschaffung oder gar der Preis die größte Herausforderung, sondern vielmehr die Qual der Wahl. ◀



In der Antike wurde der Halbedelstein Malachit zermahlen und für Wandmalereien geschätzt. Das „Schweinfurter Grün“ aus dem 19. Jahrhundert enthält hochgiftiges Arsen und ist heute verboten



Unser Experte

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



01

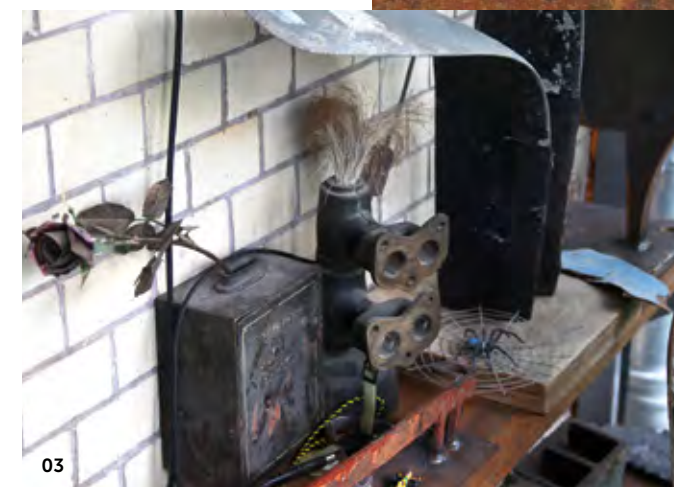
Spiel, Spaß und Schrott

Er arbeitete als Marionettenspieler, Künstler und Wissenschaftler. **Reinhold Wittig** Leidenschaft gilt jedoch den (und dem) Spielen. Weshalb der Spieleerfinder zur Inspiration am liebsten auf dem Schrottplatz stöbert – und wie er dort Schätze und gute Freunde findet

Fotos: Joe Nikisch, Abacus; Adobe Stock (Corri Seizinger, nataliazakharova)

01 — Wittig findet auf dem Schrott nicht nur Material für Spiele und Skulpturen, sondern auch für Möbel. Dieses Sofa entdeckte er ausnahmsweise im Baumarkt – es war einmal ein Ambassador, ein indischer Autoklassiker

02 — Stellt Wittig Objekte aus, dann oft mit Augenzwinkern. Was hier mit dem Titel „Wildpferdherde aus dem Ural“ und einer fiktiven Jahreszahl in der Vitrine steht, sind Teile einer alten Heizung



03



02



04

Sie sind Spieleerfinder. Dafür gibt es ja keine klassische Ausbildung. Was ist Ihr beruflicher Hintergrund?

REINHOLD WITTIG Meinen Sie diese, vergangene oder nächste Woche? Aber Spaß beiseite: In den 1950er-Jahren war ich mal von Beruf Puppenspieler und hatte ein eigenes Theater. Irgendwann begann ich, nebenbei ein bisschen „herumzustudieren“: Kunst- und Musikgeschichte, Ethnologie, Mathematik, Geophysik. Dann landete ich bei der Geologie. Nach dem Studium bot man mir an der Universität in Göttingen eine Stelle als Geologe an. Später kamen Lehraufträge im Bereich der Kunst dazu. Künstlerisch war ich Zeit meines Lebens

tätig. Eines Tages kam die Sache mit den Spielen dazu und ließ mich nicht mehr los. Das war irgendwie in mir. Schon als junger Mann habe ich von Hand kunstvolle Spielfiguren aus Holz gedreht, mein Spiel „Piratenbillard“ stammt aus dem Jahr 1957. Es wird übrigens bis heute im Abacus-Verlag verlegt. Gefertigt aus hochwertigem Holz, mit einer Leintuch-Bespannung.

Sie beschreiben das Material, als sei Ihnen Haptik beim Spielen sehr wichtig ...

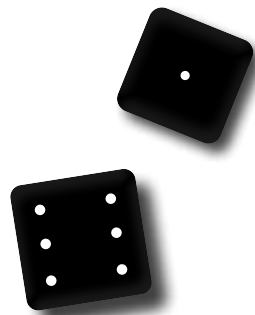
Unbedingt! Ich komme ja von der Handwerkskunst. Meine Marionetten waren immer von Hand erschaffen und wenn ich an einer Skulptur arbeite, ist das Material

03 — Altes Eisen? Von wegen! In der Werkstatt warten Metall- und Holzteile auf den Einsatz im Namen der Kunst

04 — Der Name „Spiel“ ist als Aufforderung zu verstehen: Es gibt zig Wege, aus den Würfeln eine Pyramide zu konstruieren. Auf dem großen Bild links ist der Prototyp des preisgekrönten Klassikers zu sehen

„Ich habe auch Spiele entwickelt, die ganz ohne Regeln daherkommen.“

Reinhold Wittig



ebenso wichtig wie die Form. Beim Entwickeln eines Spiels geht es mir auch immer um das Taktile. Das muss stimmen.

Ihre Spiele sind also Handschmeichler?

Das trifft zumindest bei den meisten zu. Manchmal sind Material oder Form zuerst da und geben die Initialzündung. Das Rechenspiel „Hakahana“ habe ich 1976 erfunden, nachdem ich in Namibia auf Granatkristalle stieß, die Fünfecke als Seiten hatten. Eine spannende Form für einen Würfel! Ich goss diese Form in Deutschland von Hand aus Aluminium nach. Inzwischen werden die Würfel für

dieses Spiel aus Kunststoff hergestellt, das ist günstiger. Das Ganze muss ja bezahlbar sein für Menschen, die damit spielen wollen. Aber die außergewöhnlichen Würfel liegen auch in Plastik gut in der Hand.

Namibia ist weit weg. Finden Sie Ihre Inspiration eher in der Ferne?

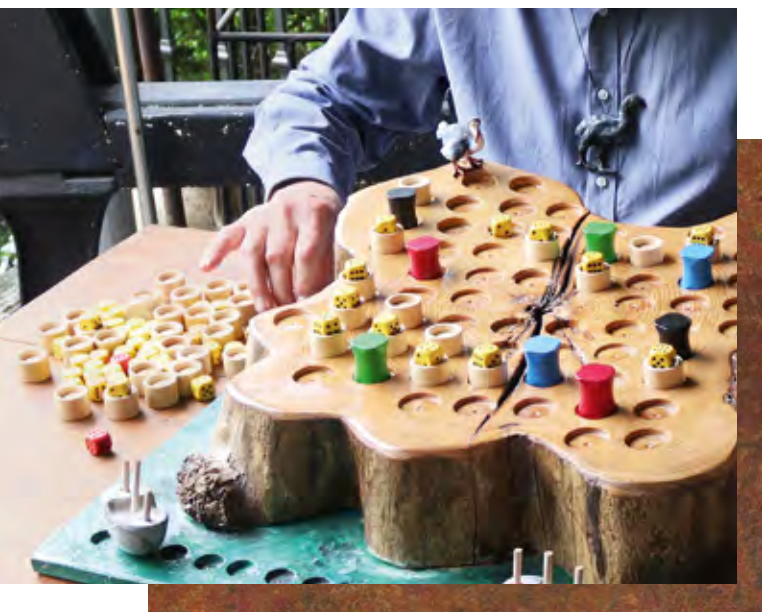
Auch. So manches Spiel hatte seinen Ursprung auch auf einem deutschen Schrottplatz. Wie „Wabant“, das ich 1974 erfand. Im Auftrag des Göttinger Kunstvereins sollte ich ein Gesellschaftsspiel entwickeln. Es gab keine Vorgaben. Damals fand ich auf dem Schrott Edelstahlmuttern, deren Sechseckform mich an Honigwaben erinnerte. Ich hatte die Idee, die Muttern als Spielsteine einzusetzen, die auf einem Brett bewegt werden, das wiederum ein Wabenmuster trägt.

Gehen Sie noch heute regelmäßig zur Materialsuche auf den Schrottplatz?

Ja, aber nicht nur deswegen! Auf dem Schrottplatz bekomme ich besonders guten Kaffee. Außerdem treffe ich dort nette Menschen, vom Arbeiter bis zum Chef. So manche Freundschaft hat sich dort über die Jahre gebildet. Es geht mir also nicht nur um die materielle Schatzsuche.

Wenn Abfallprodukte in etwas Neues verwandelt werden, sagt man auf Neudeutsch „Upcycling“ dazu. Da waren Sie ja quasi ein Trendsetter.

Sagen wir so: Nachhaltigkeit ist mir seit jeher wichtig. Ich habe schon im Jahr 2005 das Spiel „Rapa Nui“ entwickelt, in dem es um den Erhalt des Ökosystems auf der Osterinsel geht. Ein ebenso wichtiges Anliegen ist mir die Wertschätzung anderer Kulturen. Deswegen gibt es in meinen Spielen auch kein kolonialistisches Gedankengut, obwohl viele einen direkten Bezug zu Gebieten in Afrika oder Ozeanien oder zu den Ureinwohnern Amerikas haben. Bei mir werden Völker weder ausgeraubt noch umgesiedelt.



Ein 3D-Prototyp des Spiels „Rapa Nui“ – quasi die Osterinsel aus Robinienholz



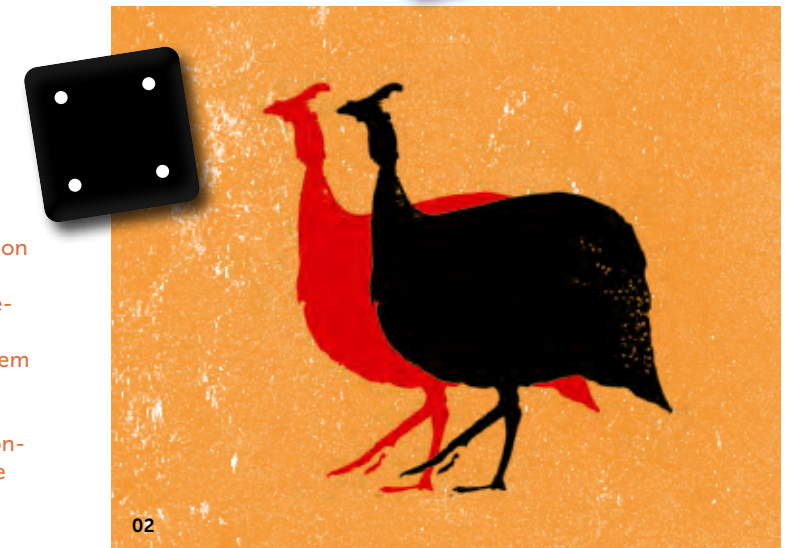
01 — Ausgemusterte Hydranten-Deckel dienen hier als Druckvorlage. Man ahnt schon: Daraus könnte ein Spielfeld werden

02 — „Edition Perlhuhn“ heißt der Verlag, in dem Wittig seit 1976 seine Spiele selbst verlegt. Das Logo mit dem namensgebenden Vogel – hier ein Linoldruck – zierte die Schachteln all seiner Spiele

Zur Person

Reinhold Wittig, geboren 1937, entwickelt seit 1957 Gesellschaftsspiele. Rund hundert hat er bisher erfunden, handwerklich umgesetzt und in seinem Spielverlag „Edition Perlhuhn“ verlegt. Seit 2020 erscheinen seine Werke auch im ABACUS-Spielverlag. Viele seiner Ideen wurden ausgezeichnet, einige wurden Klassiker, wie sein Werk namens „Spiel“, das aus 311 Würfeln besteht. Die Ideen kommen dem Geologen auf seinen Reisen, doch auch auf dem Schrottplatz findet der siebenfache Vater und dreizehnfache Opa Inspiration und Materialien, aus denen nicht nur Spiele, sondern auch Skulpturen entstehen. Einige seiner Kunstwerke kann man in seiner Heimatstadt Göttingen entdecken.

Mehr Infos unter: → perlhuhn.de/spieleliste.html



Woran erkennen Sie ein gutes Spiel?

Man guckt es an – und es weckt Neugierde! Man will es anfassen und erfassen. Wobei ich sagen muss: Ich habe auch Spiele entwickelt, die ganz ohne Regeln daherkommen. Sie müssen also nicht kognitiv erfasst werden, sondern fordern die Spielenden dazu auf, kreativ zu werden und eigene Regeln zu erfinden. Wenn man nach einem Spiel Lust hat, gleich eine weitere Runde zu spielen ... dann ist das ein gutes Spiel!

Heutzutage wird viel digital „gedaddelt“. Was verpasst man, wenn ein Spiel bloß auf dem Bildschirm stattfindet?

Es fehlt mir das taktile Erleben, da es keine Verknüpfung zwischen Händen und Gehirn gibt. Und natürlich gibt es keinen sozialen Aspekt, keine unmittelbare Kommunikation. Und gerade das macht ja das Gesellschaftsspiel aus!

Finden Sie überhaupt noch Zeit zum Spielen? Mit Ihren Kindern oder Enkeln?

Na klar! Und hat die Familie keine Zeit oder Lust, dann treffe ich mich mit ehemaligen Studierenden, zu denen ich noch heute viel Kontakt habe. Wir veranstalten regelmäßig Spielereffen. <



Kompakt & konkret

Schwierige Typen? Kein Problem!

Als Chef/-in haben Sie zu selten Zeit, Fachliteratur zu wälzen? Dann überlassen Sie das doch uns. Wir nehmen in jeder Ausgabe ein Werk unter die Lupe und bündeln für Sie das Expertenwissen. Dieses Mal: Kompetenzberaterin und Autorin Silke Weinig verrät, **wie man mit anstrengenden Menschen souverän umgeht**

Handeln
statt ärgern!

DAS BETRIEBSKLIMA SCHÜTZEN

Choleriker, Drama-Queens und Nörgler nerven den Rest der Belegschaft. Und das ist nicht nur unangenehm, sondern kann für den Betrieb auch teuer werden: Ein schlechtes Arbeitsklima führt zu unzufriedenen, unkonzentrierten Mitarbeiter/-innen und zu höheren Krankenständen. Also: Halten Sie engen Kontakt zu Ihrem Team, identifizieren Sie die Störenfriede und suchen Sie das Gespräch mit ihnen.



ZUM ADLER WERDEN

Schwierige Menschen suchen nach Anerkennung und fühlen sich bestätigt, wenn Sie auf ihre Masche eingehen. Im Konflikt kommen Sie also nicht zum Zug, wenn Sie auf verbale Attacken mit Gegenangriffen oder auf ewig langes Gerede mit ermutigendem Nicken reagieren. Stellen Sie sich stattdessen vor, Sie seien ein Adler, der ganz entspannt über allem schwebt und die Situation von hoch oben beobachtet. Das entspannt Sie und lässt Ihr Gegenüber ins Leere laufen.

Treten Sie im Konflikt
innerlich einen Schritt
zurück!

Foto: Humboldt Verlag



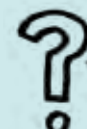
Wenn Sie zu
explodieren drohen,
steuern Sie gegen!

BEWUSST ATMEN

Zugegeben, manchmal ist es schwer, bei unmöglichem Verhalten anderer Menschen Ruhe zu bewahren. Was hilft: Konzentrieren Sie sich auf Ihren Atem! Allein schon durch den Gedanken „Atmen“ lenken Sie sich von den gerade in Ihnen entstehenden negativen Gefühlen ab. Zudem verschafft Ihnen der kurze Moment bewussten Atmens eine Pause, die es Ihnen ermöglicht, sachlich zu reagieren.



Wer fragt, der führt.



FRAGEN STELLEN

Durch gezieltes Nachfragen nehmen Sie die Gesprächsführung (wieder) in die Hand. Dauermeckerer können Sie mit der Frage „Und wie wäre Ihr Lösungsvorschlag für das Problem?“ auf eine konstruktivere Ebene lenken, Besserwisser lassen sich mit Fragen wie etwa „Woher haben Sie diese Informationen?“ oder „Können Sie ein Beispiel nennen?“ wieder auf Spur bringen.



Nonverbale
Kommunikation
nicht vergessen!

KÖRPERSPRACHE NUTZEN

Egal, ob Sie etwas sagen oder nicht – Ihre Körperhaltung, Gestik und Mimik sprechen für sich. Achten Sie also in der Auseinandersetzung mit einem schwierigen Menschen darauf, dass Sie auch nonverbal Selbstbewusstsein ausdrücken. Konkret: Stehen Sie gerade, stellen Sie im Sitzen beide Füße fest auf den Boden, bewegen Sie sich ruhig, sprechen Sie nicht zu hastig.



Das Buch zur Seite

Anstrengenden Zeitgenossen gelassen begegnen – wie das geht, erläutert Silke Weinig in ihrem Ratgeber ausführlich. Ihr Fokus liegt vor allem darauf, bei allem Ärger die (innere) Ruhe zu bewahren.

Mit schwierigen Menschen umgehen, Silke Weinig, Humboldt Verlag, 184 Seiten, 19,99 €

Neuer Betrieb mit alten Wurzeln

Vor vier Jahren übernahm **Alexander Dohmen** den traditionsreichen **Malerbetrieb Hilgers in Mönchengladbach**. Seit April trägt dieser auch seinen Namen – und kommt mit einer neuen Außendarstellung daher



Alexander Dohmen, 41, war als Malermeister lange im technischen Außendienst tätig, bevor er in den Betrieb Hilgers einstieg
→ dohmen-malermeister.de

Herr Dohmen, wie kam es zu der Übernahme des Betriebs von der Familie Hilgers?

Ich bin Malermeister, habe aber zunächst im technischen Außendienst gearbeitet. Mit den Jahren ist aber der Wunsch nach einem eigenen Malerbetrieb immer mehr gewachsen – und als der mir bekannte Betrieb Hilgers einen Nachfolger gesucht hat, bin ich 2017 dort eingestiegen. Zunächst firmierte die Firma noch unter dem Namen Hilgers/Dohmen – auch, um die Kunden langsam an den Wechsel heranzuführen.

Sie haben dann auch begonnen, Ihre Außendarstellung zu ändern?

Genau, mit der Übernahme sollte auch ein bisschen frischer Wind wehen. Natürlich nicht, ohne die Wurzeln des Betriebs zu würdigen! So spiegeln sich in unserem neuen Logo Tradition und Beständigkeit wider, es wächst aus zwei Farben zusammen, die

wiederum für Hilgers und Dohmen stehen. Das Logo ist das Herzstück der Außendarstellung – es findet sich überall wieder, vom Briefpapier über die Visitenkarten bis hin zu den Firmenwagen. Und natürlich auf der Website, die wir komplett neu gestaltet haben – denn ein überzeugender Internetauftritt ist heutzutage das wichtigste Aushängeschild des Betriebes.

Was würden Sie Kollegen, die einen Betrieb übernehmen oder neu gründen, in Sachen Marketing empfehlen?

Fangt früh mit der Planung an! Bei einer Übernahme oder Neugründung gibt es so viel Wichtiges zu tun, dass die Themen Marketing und Werbung schnell ins Hintertreffen geraten. Und unter Zeitdruck entsteht nichts Gutes. Ideal ist es, wenn man bei der Planung mindestens zu zweit ist, ein gemeinsames Brainstorming machen und sich gegenseitig ehrlich die Meinung sagen kann. Denn im Austausch entwickeln sich oft die besten Ideen. Die Umsetzung sollte man dann den Profis überlassen. Wir haben die Marketingunterstützung von Brillux genutzt und darüber die Logo-Entwicklung sowie die Gestaltung der Geschäftsausstattung zu einem sehr guten Preis bekommen. Und wir waren ziemlich pingelige Kunden! Insgesamt hat der Entwicklungsprozess vier Monate gedauert. Es ist wirklich toll, wenn man über einen recht langen Zeitraum so gut unterstützt wird. Und dann noch ein Ergebnis dabei herauskommt, auf das man stolz ist. ◀

Kontakt

Tel. +49 251 7188-759
marketingunterstuetzung@brillux.de

Porträtfoto: Alexander Dohmen

01 Angebotsmappe

„Die beiden Farben im Logo symbolisieren die beiden Betriebe, alt und neu.“

Alexander Dohmen, Inhaber



02 Briefbogen



03 Visitenkarte



04 Firmenwagen



01 — Alle Unterlagen an einem Platz: Mit der Angebotsmappe hinterlässt die Firma Dohmen bei den Kunden einen bleibenden Eindruck

02 — Klar und übersichtlich ist der neue Briefbogen – die wichtigen Infos sind grau unterlegt

03 — Einprägsam prangt das Logo auf den Visitenkarten

04 — Schon von Weitem erkennbar: der Name des Betriebs plus Logo auf dem Firmenwagen



Kunden gewinnen und binden, potenzielle Mitarbeiter und Azubis auf sich aufmerksam machen: **Social Media** wird dabei für Handwerksbetriebe immer wichtiger. Wie das funktioniert, vermitteln zwei neue **Brillux Live-Webinare**

Der Sommer neigt sich langsam dem Ende zu, und die Abende werden wieder länger – eine gute Zeit, sich mit der strategischen Weiterentwicklung des eigenen Betriebes zu befassen. Wenn es dabei ums Marketing geht, führt an Social Media, also Facebook, Instagram und Co., kein Weg mehr vorbei. Doch wie präsentiert man sich als Unternehmen im Netz am besten? Und wie erreicht man potenzielle Kunden? Antworten darauf liefert das Live-Webinar „Effektiv kommunizieren: Mit Social Media durchstarten“. Darin vermitteln die beiden erfahrenen Referentinnen Berit Lütke und Julia Schwarzmann die Basics für die Nutzung von Social-Media-Kanälen speziell für Handwerksbetriebe. Im Mittelpunkt steht der Aufbau einer auf den eigenen Betrieb zugeschnittenen Social-Media-Strategie, die sich einfach in den Arbeitsalltag integrieren lässt. Das nötige Handwerkszeug, sowohl zur Erarbeitung der Strategie als auch zur Erstellung pas-

sender Inhalte mit überschaubarem Aufwand, gehören selbstverständlich dazu. Wer bereits Vorkenntnisse hat und überlegt, neben den bisherigen Social-Media-Aktivitäten auch aktiv online werben zu wollen, kann im Live-Webinar „Advertising erfolgreich einsetzen: Anzeigen auf Social Media schalten“ lernen, wie das funktioniert. Berit Lütke und Julia Schwarzmann erklären Schritt für Schritt, wie man eine Anzeige konzipiert, gestaltet, schaltet und auswertet – und stehen den Teilnehmenden mit Rat und Tat zur Seite, wenn diese direkt im Kurs ihre eigene Anzeige erstellen. ◀

So nehmen Sie teil:

Die Anmeldung für beide Webinare erfolgt über die Brillux Lernwelt, in der Sie sich ganz einfach über Ihren „Mein Brillux“-Zugang einloggen können. Hier geht's zu den Webinaren:

→ brillux.de/live-onlineprogramme



1

Weiterbildung für Einsteiger

Mit Social Media durchstarten

Instagram, Facebook & Co. – eine gelungene Social-Media-Strategie kann Handwerksbetrieben zu Aufträgen, Bekanntheit und neuen Mitarbeitern verhelfen. In diesem 90-minütigen Einsteiger-Webinar lernen kaufmännische Angestellte und Inhaber/-innen, die verschiedenen Social-Media-Kanäle passgenau und nutzbringend einzusetzen. Im Einzelnen geht es um:

- die wichtigsten Social-Media-Kanäle und ihre Funktionen
- die passende Kommunikation für Ihre Zielgruppe
- die einfache Erstellung relevanter Inhalte
- Beispiele für gelungenes Social-Media-Marketing zur Kundengewinnung
- einen ersten Einblick in Datenschutz und Co.

Die Teilnahmegebühr beträgt 25 Euro netto.

2

Weiterbildung für Fortgeschrittene

Anzeigen auf Social Media schalten

In diesem zweistündigen Online-Workshop für kaufmännische Angestellte und Inhaber/-innen mit Vorkenntnissen geht es um die Nutzung des Werbeanzeigen-Managers von Facebook und Instagram. Sie lernen, welche Kampagnenarten und Zielsetzungen es gibt, wie Sie Ihr Budget am besten einsetzen und über welche Kennzahlen Sie Erfolg definieren und messen können. Dazu werden die Teilnehmenden:

- ein Facebook-Werbekonto anlegen
- Nutzerberechtigungen verwalten
- Ziele festlegen, Zielgruppen auswählen, Budget bestimmen
- Anzeigen gestalten
- die Anzeigen über A-B-Tests optimieren
- die Ergebnisse interpretieren

Die Teilnahmegebühr beträgt 50 Euro netto. Teilnehmende sollten eine Betriebs-Facebookseite mit hinterlegter Zahlungsmethode haben und Ideen für die Gestaltung der Anzeige mitbringen.



Die Referentinnen

Berit Lütke (l.) und Julia Schwarzmann betreuen die digitalen Kanäle und die Kampagnenaussteuerung von Brillux. Beide Expertinnen haben mehrjährige, praxisnahe Erfahrung im Onlinemarketing.

ANBLICK



Verwirrspiel mit Vogel

Hätte dieser nordamerikanische Blauhäher nicht das Format eines Straußes, könnte man meinen, er sei echt. Dieses 3-D-Kunstwerk in Sarasota, Florida (USA) von Carlos Alberto teilt mit seinem geflügelten Modell zwar nicht die Größe, dafür aber die Fähigkeit zur Täuschung. Und wie der mexikanische Street-Art-Künstler ist auch der Blauhäher ein Meister der Illusion – er ist nämlich gar nicht blau, er ist braun! In seinen Federn steckt kein einziges blaues Pigment; die Farbe wird nur durch Lichtbrechung erzeugt. Um Albertos Werke betrachten zu können, benötigt man übrigens einen exakten Blickwinkel: Sogenannte Anamorphosen sind Bilder, die nur aus einer Perspektive plastisch wirken. Bewegt man sich, verschwimmt die Kunst zu einem bunten Farbenspiel.

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

Autor/-innen

Wiebe Bökemeier, Karina
Bostelmann, Denis de Haas,
Andrea Guthaus, Ralf Krämer,
Janina Nagel, Charlotte
Reuscher, Barbara Stummer

Erscheinungsweise

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



Foto: Carlos Alberto GH

„Unsere Wünsche sind
Vorgefühle der Fähig-
keiten, die in uns liegen,
Vorboten desjenigen,
was wir zu leisten
imstande sein werden.“

Johann Wolfgang von Goethe (1749–1832), Dichter und Naturforscher

Thema in der nächsten Ausgabe: Wunsch dir was!

Mehr Erfolg, weniger Aufwand. Check.

Machen Sie jetzt
Ihren persönlichen
Effizienz-Check!



36310 370/14 6 0921 8826 0010 9082



Arbeiten Sie so effizient und komfortabel wie nie.

Brillux bietet Ihnen mehr als den Standard: Profitieren Sie von professioneller Beratung, gewinnen Sie mit hochwertigen Produkten und Konzepten wertvolle Zeit und ersparen Sie sich unnötige Kosten und Arbeitsgänge. Damit am Ende nur einer erledigt ist: der Auftrag.

Mehr auf www.brillux.de/effizienz-check

 **Brillux**
..mehr als Farbe