

MARKT IMPULSE

Azubi- Offensive

Deine Zukunft
ist bunt – jetzt
erst recht!

Reisehunger

Ein Quiz für
alle, die schon alles
gesehen haben

Einfach & effektiv

Gewinnen Sie mehr
Aufträge mit
der WDVS-Kampagne



Echt jetzt?!

Wie Sie Paradiesvögel zähmen
und auch von ausgefallenen
Kundenwünschen profitieren





„Ich behalte gerne den Überblick!“

Markus Fieber liebt Effizienz und transparente Abläufe. Er gibt deshalb klare Strukturen vor, schenkt den Mitarbeitern aber zugleich sein volles Vertrauen – eine echte Erfolgskombi. [Mehr auf Seite 42](#)

INHALT

Kunden im Negligé – ein Klischee? Nicht unbedingt, stellte unsere Autorin fest, als sie Malermeister nach ihren seltsamsten Baustellenerlebnissen befragte. Zumindest nicht, wenn man Flanellpyjama und Bademantel dazu zählt. Begegnungen in derartigen Outfits passieren sogar recht häufig – allein schon wegen des frühen Arbeitsbeginns. Das sei normal, nicht der Rede wert, lautete die einhellige Meinung der Maler. Zum Glück! Sonst hätten wir nie erfahren, wie Harald Hüttner einen Gartenweg mit dem Staubsauger bearbeiten musste, oder wie Jörg Hülsbusch die Nordsee kurzerhand nach Münster holte. Manche Kundenwünsche sind zum Schmunzeln, einige aber auch zum Kopfschütteln. Wie man besonnen damit umgeht und wie man von spezielleren Anforderungen sogar profitieren kann, erfahren Sie in unserer Titelgeschichte.



10

ECHT JETZT?!

10 Ab auf die Insel

Was erwartet dieser Kunde bloß von mir? Warum erfolgreiche Beratung eine gedankliche Reise voraussetzt, erklärt Business Coach Alexa Kuhnke ...

20 Block berät

Verschönern, verlegen, verkaufen: Malermeister Horst Block vereint drei Geschäfte unter einem Dach

50 Vom Kunden zum Fan

Mit diesen Tipps werden Sie zum Top-Verkäufer



36



HORIZONTE

- 06 Schwarzer Sand am Strand**
Sonnenbad am Fuße eines Vulkans
- 08 Blau**
Die Farbe des Himmels, des Meers, der Unendlichkeit und der Ruhe
- 36 Staunen und gruseln**
Spektakuläre Ruinen und verlassene Traumwelten rund um den Globus
- 52 Lecker konstruiert**
Berühmte Bauwerke, inszeniert aus alltäglichen Lebensmitteln

34

ZU BESUCH

- 28 Galaktische Aussicht**
Im neuen Planetarium ESO Supernova wird stilvoll in die Sterne geblickt
- 34 Wer wirbt, gewinnt!**
Wie Marcus Manderas Betrieb von der erfolgreichen WDV5-Kampagne profitiert
- 42 Mit Vollgas in die Zukunft**
Markus Fieber behält digital alles im Blick und macht mobil: Seine Azubis düsen auf betriebseigenen Rollern zur Arbeit
- 68 Großstadtsafari in Buenos Aires**
Gigantisch: ein 13-stöckiges Giraffen-Wandbild im Wohngebiet



SERVICE

- 32 Meldungen**
- 56 Marketingunterstützung**
- 58 Deine Zukunft ist bunt**
- 66 Brillux Akademie**
- 69 Vorschau**







Playa de Puerto Naos

LA PALMA, KANARISCHE INSELN, SPANIEN

Sonne, Meer – und schwarzer Sand. Verantwortlich für diese untypische Urlaubsidylle ist der Vulkan Tajuva, dessen Ausbruch im Jahr 1585 den Strand beim Dorf Puerto Naos auf La Palma entstehen ließ. Im schwarzen Lavasand liegt es sich ganz wunderbar, auch vor Schmutz muss sich entgegen dem ersten Eindruck niemand fürchten – seit Jahren weht hier die „Blaue Umweltflagge“ der FEE und bestätigt die Sauberkeit von Strand und Wasser. Das ehemalige Fischerdorf Puerto Naos ist längst ein Touristenort, am Strand erwarten Bade- und Wassersportfans fest installierte Sonnenschirme, Beachvolleyballfelder und eine Tauchschule.

FARBE



Im Jardin Majorelle in Marrakesch leuchten die Gebäude in Yves Kleins **perfektem Ultramarinblau**. Den Ton entwickelte er selbst, 1960 ließ er ihn als I.K.B. patentieren.

BLAU

Blaue Räume entspannen uns – die Farbe **Blau vermittelt Vertrauen, Verlässlichkeit und Ruhe**. Schön, dass zur abendlichen „blauen Stunde“ die Hektik des Tages endet. Und weil Blau auch für Ferne und Unendlichkeit steht, für die Weite des Himmels und die Tiefen des Meeres, fahren wir alle so gerne „ins Blaue“

„Je tiefer das Blau wird, desto tiefer ruft es den Menschen in das Unendliche, weckt in ihm die Sehnsucht nach Reinem und schließlich Übersinnlichem. Es ist die Farbe des Himmels.“

Wassily Kandinsky (1866–1944), expressionistischer Maler, Gründer der Künstlergruppe „Der blaue Reiter“.

Das traditionelle **kobaltblaue Zwiebelmuster** des Meissen Porzellans wird vor dem Glasieren mit Silikatfarbe von Hand aufgemalt. Es gilt als erfolgreichstes Blaudekor der Porzellangeschichte.



Kinder lieben den kleinen treuen Freund der Maus seit 44 Jahren. Inzwischen erklärt der **Blaue Elefant** den jüngsten TV-Zuschauern auch in seiner eigenen Sendung Wissenswertes. In Indien stehen blaue Elefanten übrigens für Weisheit.



Stilkarten zur Farbe Blau

Blau existiert in zahlreichen Nuancen, es changiert zwischen zwei Grundfarben: dem klaren, türkisen Cyanblau und dem warmen, rötlichen Violettblau. „Klares Blau“ macht den Kopf frei, erfrischt und lässt uns durchatmen, zeigt die zugehörige Stilkarte: Moderne, pure Blautöne verwandeln Räume in Refugien, die Stress und Hektik keine Chance lassen. Die Stilkarte „Nächtliches Blau“ hingegen stellt geheimnisvolle, samtige Töne vor, die beschützend wirken und große Ruhe ausstrahlen. Perfekt etwa für eine Wand im Schlafzimmer!



Seit über 2.000 Jahren wird der Farbstoff **Indigo** aus Pflanzen gewonnen.

Das ist bis heute sehr aufwendig, lohnt sich aber: Jeans-Fans lieben, wie stilvoll er altert.

Bei Gewitterwetter tanzt das gespenstische Elmsfeuer auf Schiffsmasten und vor Flugzeugcockpits leuchtend **elektrischblau**. Es entsteht durch Entladungen in der Luft.

Echt

jetzt?!

Ganz unter uns: Dachten Sie auch schon mal, dieser Kunde hat doch einen Knall? Absurde Kundenwünsche oder unlogische Baustellenregeln sind zum Glück kein Grund, gleich auf die Palme zu gehen. Business Coach Alexa Kuhnke empfiehlt zur Beruhigung einen Strandspaziergang – und zwar auf der persönlichen Insel Ihres Kunden. Wie Sie dort hingelangen, lesen Sie auf den folgenden Seiten.

Jedem seine Insel

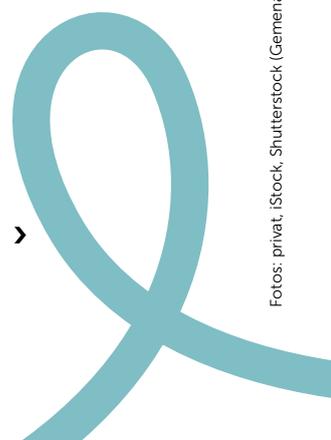
Übertriebene Ordnungsliebe, ein seltsamer Kleiderkodex, unerwünschte Gespräche? Business Coach **Alexa Kuhnke weiß, wie Sie skurrilen Wünschen erfolgreich begegnen** – und weshalb Sie dafür „auf die Insel“ müssen

Der Kunde ist König – das ist ein Satz, den ich ungern so stehen lasse. Mir gefällt besser: Der Kunde ist Gast. Ein Gast ist jemand, den ich dazu einlade, mit seinem Auftrag zu mir zu kommen. So entsteht eine Beziehung auf Augenhöhe, eine solide Basis, auf der Argumente sachlich ausgetauscht werden können. Das ist besonders beim Thema Beratung wichtig. Denn geht die daneben, kommt es gar nicht erst zum Auftrag. Immer wieder werde ich von Malern gefragt, ob und wie man Kunden in der Beratung Grenzen setzen darf. Eine Antwort darauf finden wir gemeinsam anhand mitgebrachter Fallbeispiele. Das sorgt gelegentlich für Heiterkeit, denn die Erlebnisse der Handwerker sind mitunter zum Schmunzeln, wie dieses Beispiel zeigt: In

einer Kleinstadt wollte eine Frau die Außenfassade ihrer Altbauvilla in einem knalligen Pinkton streichen lassen. Der angefragte Malermeister tat sich jedoch mit der Farbwahl schwer. Wäre es um den Innenbereich gegangen, hätte er nicht gezögert, den Wunsch umzusetzen. Aber eine grelle pinkfarbene Fassade entsprach zum einen nicht seiner Vorstellung von Ästhetik, zum anderen sorgte er sich um die Außenwirkung seines Betriebs im Anschluss. Die Villa steht an einer prominenten Stelle des Orts, und er befürchtete, dass es sich schnell herumsprechen würde, welcher Malerbetrieb da am Werk war. Sein Bauchgefühl riet ihm auf den Auftrag und somit auf ein gutes Geschäft zu verzichten. Er wollte nicht mit etwas in Verbindung gebracht werden, hinter dem er nicht steht. Doch wie kann er eine Absage formulieren, ohne die Kundin zu brüskieren? Gemeinsam schauten wir auf die Situation, um zu ergründen, ob eine Absage tatsächlich die einzige Option wäre.

Ab auf die Insel

Im ersten Schritt empfehle ich stets, jede Kundenidee, und sei sie noch so außergewöhnlich, wertschätzend zu begrüßen und sich Zeit zu nehmen, um die Beweggründe für den Wunsch zu verstehen. In diesem Fall also: Was für eine originelle Idee! Was gefällt Ihnen generell an der Farbe Pink? Was möchten Sie mit der Fassade zum Ausdruck bringen? Welche Wirkung soll das Haus auf andere haben? Ich nenne das „den Kunden auf seiner Insel besuchen“. Die Inspiration für diesen Ansatz habe ich von der bekannten Motivationstrainerin Vera F. Birkenbihl, die leider inzwischen verstorben ist. Um im Bild zu bleiben: Jeder von uns sitzt auf seiner Insel, auf der er von ganz





Harald Hüttner

Hüttner Kreative Raumgestaltung GmbH & Co. KG, Erlangen

„Ehrensache, dass man eine Baustelle aufräumt und im Haus keine Arbeitsspuren hinterlässt! Natürlich greifen wir da auch oft zum Staubsauger. Bei einem Kunden kam dieser jedoch an ungewöhnlicher Stelle zum Einsatz: Wir hatten die Baumaterialien durch den Garten zum Haus getragen, über einen gepflasterten Weg. Diesen hätten wir am Ende des Arbeitstages durchaus mit dem Besen gekehrt, schließlich fällt beim Transport schon mal ein Stück Styropor herunter. Der Kunde verlangte jedoch, dass wir den Weg abends mit dem Staubsauger reinigen.“



Ralf Kirch

Werkstätten für Malerei und Anstrich, Monschau

„Wir haben viele Kaufhof-Filialen in Deutschland renoviert. Bis zu 4.000 m² Deckenflächen mussten wir jeweils in nur einer Nacht beschichten. Wir durften nach Ladenschluss in die Läden, Morgens öffneten sie in neuem Glanz. Möglich war das nur dank guter Logistik und unseres qualifizierten und motivierten Teams. Wir haben vor Ort zunächst alles abgedeckt und eingepackt – sämtliche Waren und Verkaufsstände blieben nämlich an ihrem Platz. Auch die vielen Lampen und Sprengleranlagen mussten abgeklebt werden. Dann lackierte ein Trupp mit Airlessgeräten fachmännisch die Decken. Anschließend räumten die Kollegen die Abdeckungen wieder ab. Bei Sonnenaufgang saßen wir wieder im Bus und fuhren zurück nach Hause.“

persönlichen Gefühlen, Erfahrungen und Vorstellungen umgeben ist. Hat ein Maler verstanden, was ein Kunde auf seiner Insel erreichen will, kann er anschließend auf der Sachebene passgenau beraten. Zurück zum Fallbeispiel: Der Malermeister hat die Frau also „auf ihrer Insel besucht“, sie nach ihrer Pink-Vorliebe befragt, mit ihr darüber gesprochen, welche Wirkung sie mit der Fassade erzielen möchte. Hätte die Kundin geantwortet, dass sie Pink sehr liebt und die Schönheit dieser Farbe mit anderen teilen möchte, hätte er ihr Farbkarten mit Schattierungen von Zartrosa bis Neonpink sowie einige Beispielfotos vorgelegt. Er hätte etwas über die Wirkung verschiedener Töne erzählt und abgewartet, welche Nuan-

ce sie daraufhin wählt. Gegebenenfalls hätte er ihr anschließend eine weniger schrille Variante ans Herz gelegt. Doch der Malermeister fand dank seines „Inselbesuchs“ nicht nur heraus, dass die Kundin diese Idee von einer Indienreise mitgebracht hatte, wo Pink als die Farbe des Willkommens gilt. Er erfuhr auch, was die Kundin mit einem leuchtend pinkfarbenen Haus wirklich bezweckte: „Ich wünsche mir einen Hingucker für unser schläfriges Kaff, ich möchte es so richtig krachen lassen“, lautete ihre Antwort, „davon bringt mich nichts und niemand ab.“ Die Idee der Kundin drückte vor allem ihr Bestreben nach Abgrenzung und Rebellion aus. Wieder meldete sich beim Malermeister sein Bauchgefühl. Nach einem Lob für den kreativen Mut der Kundin erklärte er ihr diplomatisch, dass er für ihren Wunsch nicht der passende Fachmann sei. Stattdessen empfahl er den Betrieb eines jüngeren Kollegen, dem er mehr Mut zum Experimentieren zutraut.

Wunsch und Wirklichkeit

Klar formulierte Wünsche öffnen die Tür für ein Fachgespräch. Oft laden Kunden Sie zu einem Gespräch über ihre Bedürfnisse geradezu ein, indem sie zum Beispiel einen Ausriss aus einer Wohnzeitschrift aus der Tasche ziehen und sagen: „Genauso möchte ich es haben!“ Ein mitgebrachtes Bild regt zu einem lebendigen Austausch an. Nehmen wir an, der Kunde hat ein Foto von ▶

Die drei Phasen im Beratungsgespräch

1

Zeigen Sie Wertschätzung. Die Idee des Kunden wird erst gewürdigt, dann geht's „ab auf die Insel“.

2

Zeigen Sie Arbeitsbeispiele. Erfahrungsgemäß trauen die meisten Leute ihren eigenen Augen mehr als den Worten ihres Gegenübers, auch wenn der ein Fachmann ist.

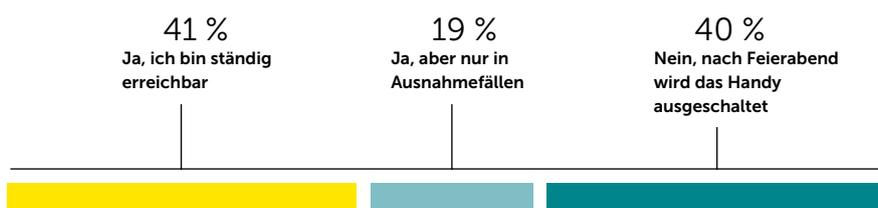
3

Zeigen Sie Ihr Können. Jetzt kommen Muster und Fachwissen auf den Tisch! Auf diesem Weg stößt man selten an Grenzen – sondern eher auf unerwartete Wendungen und neue Wege.

„Jeder von uns sitzt auf seiner Insel, auf der er von ganz persönlichen Gefühlen und Vorstellungen umgeben ist.“

Alexa Kuhnke

Keine Frage der Beratung, eher der Einstellung: Bleibt das Diensthandy nach Feierabend angeschaltet?



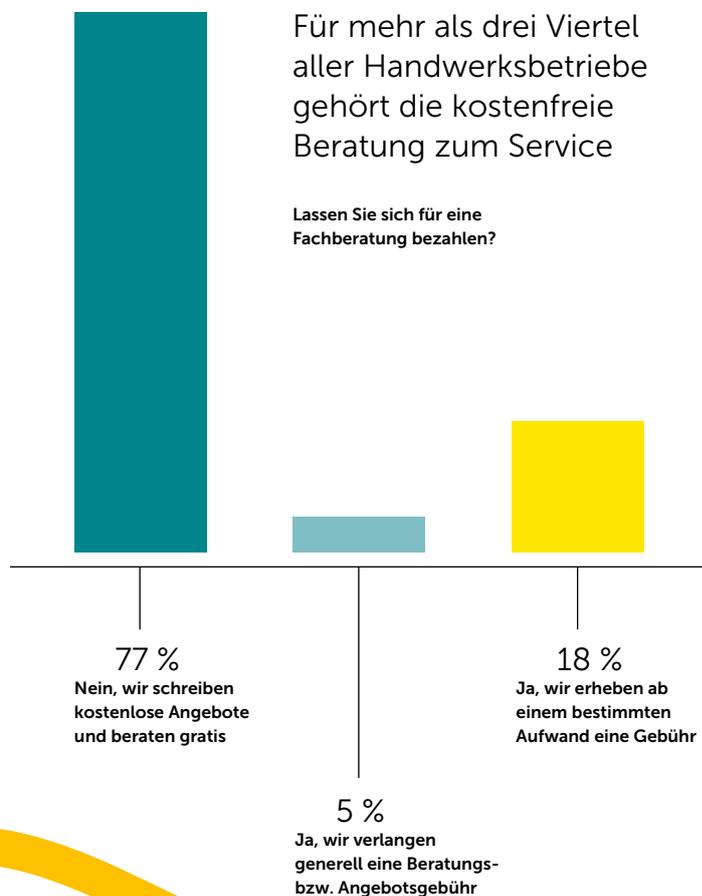
40 % der Handwerker setzen den Kunden eine kleine Grenze und schalten das Handy nach Feierabend aus.

einem Raum mitgebracht, dessen Wände marmoriert aussehen. Sie als Fachmann wissen, dass die auf dem Bild verwendete Technik ihren Effekt nur auf glatten Untergründen entfaltet. Zugleich haben Sie die gemieteten Räume des Kunden vor Augen, deren Wände mit einer sehr unruhigen Strukturtapete bedeckt sind – die leider nicht entfernt werden darf.

Ich empfehle in so einem Fall, zuallererst die Initiative des Kunden zu würdigen. Etwa so: „Toll, dass Sie sich Gedanken gemacht und eine Idee im Gepäck haben!“ Anstatt als Nächstes zu verkünden, dass diese Idee hier unter keinen Umständen umsetzbar ist, machen Sie nun den „Inselbesuch“: Fragen Sie den Kunden, was ihm an dem Look gefällt

und welche Wirkung er erzielen soll. Wenn Sie verstanden haben, welche Ausstrahlung für die Räume gewünscht wird, können Sie anhand des vorgelegten Fotos erklären, auf welchen Untergründen die besagte Technik ideal zur Geltung kommt und auf welchen sie weniger wirkt. Im Idealfall haben Sie diverse Beispielmuster zur Hand.

Schauen Sie anschließend gemeinsam auf die Wände des Kunden. Er wird aufgrund Ihrer Erklärungen registriert haben, dass die von ihm gewünschte Optik auf der vorhandenen Wandfläche anders aussehen wird als auf seinem Beispielfoto. Hält er dennoch an seinem Wunsch fest, so ist das eben Ihr Arbeitsauftrag. Rückt er jedoch durch die gehörten Fachinformationen von seinem Wunsch ab, unterbreiten Sie ihm zwei neue Vorschläge, die seine Strukturtapete berücksichtigen.



Der Ton macht's

In der Begegnung mit dem Kunden geht es oftmals nicht ausschließlich um Farbtöne oder Wandtexturen, sondern auch um Zwischenmenschliches. Als Maler begegnen Sie in Privaträumen Familienangehörigen, in Büros gestressten Angestellten oder in Geschäften hektischen Kunden – das verlangt immer Flexibilität auf beiden Seiten. Einige >

Jörg Hülsbusch

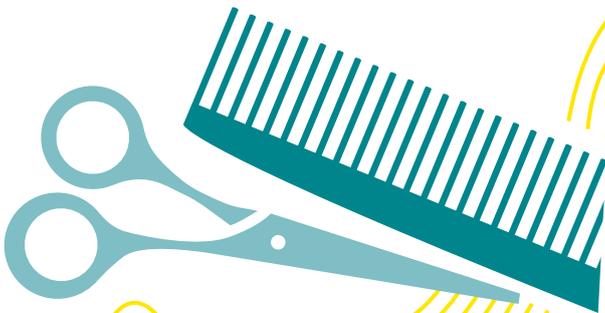
Malerbetriebe Hülsbusch GmbH, Münster

„Eine Kundin hatte Sehnsucht nach der Nordsee, ihrer Heimat. Da es in Münster ja kein Meer gibt, wollte sie es sich an die Hausfassade holen. In Form von großzügigen Wellenbewegungen. Die Umsetzung war nicht einfach: Das Gebäude war drei Stockwerke hoch, dazu etwa 25 Meter lang. Das Ganze wurde dann auch nicht Blaugrau, sie wünschte sich sanfte Wellen in Orangelgelbtönen. Sie freut sich bis heute über ihr ganz individuelles ‚Meerfamilienhaus‘.“



„Nicht hinter jedem Wunsch steckt eine gut nachvollziehbare Begründung.“

Alexa Kuhnke



Michael Harde

Malermeister Stegemann GmbH, Hagen

„Als Berufsanfänger habe ich über Nacht einen Friseursalon gestrichen, der Wand an Wand zu einer Kneipe lag. Zu vorgerückter Stunde wurde es jenseits der Wand immer lauter: Meine Kumpels feierten da drüben fröhlich. Klar, die wussten, dass ich mich beeilen musste, und wollten mich ärgern. Es wurde auch mal an das Schaufenster geklopft, so nach dem Motto: Komm mal rüber! Aber ich habe meinen Job gemacht und schweren Herzens auf das Bier verzichtet.“

Menschen empfinden ein Handwerkerteam gar als Grenzüberschreitung. Auftraggeber versuchen daher manchmal, durch das Aufstellen von Regeln die Kontrolle zu behalten. Bei Appellen wie „Zwischen elf und ein Uhr darf im Haus kein Radio laufen und nicht gesprochen werden“ macht es Sinn, freundlich nachzufragen, woran es liegt, dass diese Zeit so sensibel ist. Lebt vielleicht ein geräuschempfindliches Baby im Haus, welches am späten Vormittag zum Schlafen gelegt wird? Doch nicht hinter jedem Wunsch steckt auch eine gut nachvollziehbare Begründung. So erzählte in einem Coaching ein Malermeister, er habe mal auf einer Baustelle gearbeitet, auf der alle Handwerker ausschließlich schwarze Arbeitskleidung tragen durften, weil der Bauherr dies als beruhigend empfand. Auch wenn die Motivation hinter einer Regel wie dieser unsinnig oder willkürlich erscheint – solange die Vorgabe den normalen Arbeits-

Fast **95 %**

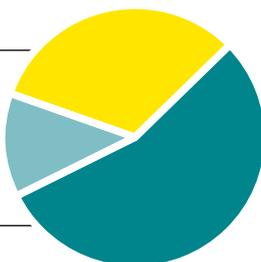
aller Betriebe haben eine Internetseite – dennoch schätzen die meisten Kunden den persönlichen Kontakt, um einen Auftrag zu erteilen

Nutzen Sie Social Media für Ihren Betrieb?

32 % Ja

13 % Manchmal

55 % Nein



Alexa Kuhnke

Die 47-Jährige arbeitet als zertifizierter Coach mit Unternehmen in ganz Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Luxemburg – oder auch in ihren eigenen Räumen an der Kieler Förde. Sie gibt Seminare und begleitet Einzelpersonen oder Teams mit Business Coachings. Sie weiß, wie wichtig eine gute Beratung ist, und kennt die typischen Fallstricke.

*coaching-mit-meerblick.de,
alexa-kuhnke.de*

ablauf nicht oder nur wenig stört, rate ich zu Gelassenheit und Kooperation.

Kopfrechnen statt Kopfschütteln

Legt ein Kunde einen Rahmen fest, der für Ihren Betrieb einen zeitlichen oder materiellen Mehraufwand bedeutet? Wünscht er zum Beispiel, dass sowohl die Maler als auch alle Materialien kompliziert über ein Gerüst zur Baustelle im ersten Obergeschoss gelangen statt über die Haustür und die interne Treppe? Eruieren Sie auch hier anhand freundlicher, offener Fragen, welche Befürchtungen dieser Idee zugrunde liegen. Sorgt sich der Kunde zum Beispiel um sein frisch verlegtes, wertvolles Parkett, zeigen Sie im ersten Schritt Verständnis für seine Bedenken. Im zweiten Schritt können Sie Ihre Fachkenntnisse und Ihre Professionalität unter Beweis stellen: Erklären Sie ihm ausführlich, mit welchen Schutzmaßnahmen Sie dafür Sorge tragen können, dass ihm keinerlei Schäden durch Ihre Arbeit entstehen. Rückt er von der Idee der alternativen Zugangsrouten partout nicht ab, so ist dies keinesfalls ein Fall zum Kopfschütteln, sondern vielmehr zum Kopfrechnen: Sie dürfen getrost zwei Kostenvoranschläge ausarbeiten. Ist der Auftraggeber bereit, für den höheren Aufwand mehr zu bezahlen, fällt es Ihnen bestimmt leichter, seiner Marotte entspannt zu begegnen. ◀

Der bunte Block

Bevor das Team von Malermeister Horst Block auf der Baustelle loslegt, werden die **Kunden beraten**. Das Schöne dabei: Kein Auftrag gleicht dem nächsten!

Bei Horst Block werden dicke Bücher nicht nur gewälzt, sondern auch an die Wand gehalten. Hier berät der Malermeister eine Stammkundin in Sachen Tapete



01 — Der „Farbraum Metzler & Block“ misst mehr als 100 m², auf mehrere Räume verteilt. Ausreichend Platz, um Farben, Tapeten, Wohntextilien und Bodenbeläge zu präsentieren

02 — Schau her! Auf dem Handy hat Sven Hansch Fotos seiner Lieblingsprojekte gespeichert

03 — Auf diesem Foto, das die Büroräume ziert, präsentiert Tochter Michelle ihr Meisterschul-Projekt: eine Wurstplatte, kreiert aus Farben



01



02

„Hier ist keine Woche wie die nächste, der Arbeitsalltag ist sehr bunt.“

Sven Hansch, Malermeister



03



Fragt man Horst Block, worauf es im Arbeitsalltag seines Hamburger Malerbetriebs am meisten ankommt, fällt ihm die Antwort leicht: „Kommunikation ist alles!“

Danach sagt der 54-Jährige erst mal eine ganze Weile gar nichts mehr, sondern lässt andere zu Wort kommen. Zum Beispiel Malermeister Sven Hansch, der seit fünf Jahren in der Firma arbeitet. An der Seite Blocks koordiniert er Teams, organisiert Termine, berät Kunden, schreibt Kostenvoranschläge. „Es stimmt schon, gute Kommunikation ist sehr wichtig“, pflichtet Hansch seinem Chef bei. Eine Ergänzung ist ihm aber doch „genauso wichtig, und zwar Kaffee! Ich brauch’ viel Kaffee.“ Auf Nachfrage schätzt er, dass der Bedarf wohl bei vier Kannen pro Tag liegt. Das erstaunte Gesicht seines Gegenübers bereitet ihm große Freude. Es ist seine Kollegin Susana Prüfer, die aufklärt, dass Hansch die Kannen nicht alleine aus-

trinkt. „Stimmt, Susana hat natürlich recht, das mit dem Kaffee ist Teamarbeit, wie alles hier“, stimmt er der Büroassistentin zu, bevor er erzählt, wie die Crew jeden Morgen um kurz vor sieben bei der ersten Kanne gemeinsam in den Tag startet. 17 Personen gehören insgesamt zum Malerbetrieb Block, neun weitere arbeiten an einer anderen Adresse, wo die zugehörigen Firmen „Bodenleger Block“ und „Farbraum Metzler & Block“ ihren Sitz haben.

Ein knappes Jahr ist es her, dass die Blocks das Farbenhaus Metzler, einen Hamburger Traditionsbetrieb, übernommen haben. Auf einer Fläche von weit über 100 m² finden Kunden dort nicht nur eine breite Auswahl an Farben, sondern auch Tapeten, Bodenbeläge aller Art, Stoffe, Möbelstücke und Wohnaccessoires. Während Horst Block den Malerbetrieb leitet, den er selber vor fast 20 Jahren von seinem Vater übernahm, führt seine Frau nun mit Unterstützung des gemeinsamen Sohnes den neuen Firmenzweig.

Ein kleiner Familienbetrieb

Schweift der Blick durch die Büroräume im Stammbetrieb in Hamburg-Bramfeld, wird deutlich, dass man in einem Familienunternehmen zu Gast ist. An der Wand hängt ein Foto einer jungen Frau, „Michelle, unsere zukünftige Chefin“, wie Sven Hansch erklärt. Die junge Dame absolviert gerade die Meisterschule. „In allererster Linie ist sie aber keine Malermeisterin, sondern eine kleine ▶

„Das Feedback der Kunden ist für mich das Allerschönste an unserem Beruf.“

Horst Block, Unternehmer

Meister-Zicke“, fügt Horst Block hinzu. Und guckt, wie einer eben guckt, der erfolglos versucht, seinen Vaterstolz halbwegs zu verbergen.

Der Hamburger Horst Block muss sich also, anders als viele Kollegen, keine Sorgen um die Zukunft seines Betriebs machen. Ein schönes Gefühl? „Aber sicher“, bekräftigt Block nickend. Dann berichtet er, dass unter seinen Kunden einige sind, bei denen bereits sein Vater vor 30 Jahren die Farbrolle geschwungen hat. „Die haben mich als Lehrling gekannt, und nun kommt Michelle ins Spiel. Unsere Familie hat so manchen Kunden quasi durchs Leben begleitet. Erst neulich haben wir in einer Seniorenresidenz gestrichen, bei Leuten, für die ich schon seit Jahrzehnten immer wieder mal gearbeitet habe.“

Es ist wohl kein Zufall, dass der sogenannte Seniorenservice zum Leistungsspektrum der Firma gehört. Was dahintersteckt, erläutert Sven Hansch: „Um Kunden zu entlasten, bereiten wir auf Wunsch die zu streichenden Räume vor. Das heißt, wir hängen Bilder, Lampen und Vorhänge ab, räumen Regale aus, verrücken Möbel. Nach dem Streichen landet alles wieder an Ort und Stelle. Die Kunden können derweil in den Urlaub fah-



01

01 — Was es im Team Block auf die Mütze gibt? Eine Portion Frohsinn!

02 — Maria Block (links) und Mitarbeiterin Ute Schulz werfen gemeinsam einen Blick auf Tapetenmuster

03 — Im Kundengespräch mitunter ebenso wichtig wie auf dem Farbfächer: die ruhigen Zwischentöne!



03

ren, nach ihrer Rückkehr ist alles wie vorher – bis auf die Wände und Decken. Die erstrahlen in neuem Glanz! Und wenn ein Umzug bevorsteht, organisieren wir auch die Kartons.“ Er ergänzt, dass dieser Service nicht nur bei Senioren populär ist, sondern auch von Menschen im mittleren Alter gern gebucht wird und also unter dem Namen „50Plus“ läuft. „Das ist quasi auch was für dich“, spottet Susana Prüfer und verweist so auf seinen vor Kurzem gefeierten runden Geburtstag. Die gelernte Arzthelferin nennt sich „Büro-Allrounderin“ und berichtet munter, wie viel Freude ihr die Arbeit unter Männern macht. „Hier hat jeder einen lockeren Ton drauf, wir ziehen einander gern auf, es wird viel gelacht. Ich glaube, das merken und mögen unsere Kunden.“

Bunte Abwechslung

Apropos Kunden: Der Malerbetrieb Block arbeitet nicht ausschließlich, aber überwiegend für private Auftraggeber. Spezialisiert hat sich die Firma auf Anstriche und Lackierarbeiten in Innenräumen. Der Betrieb ist außerdem zertifiziert für die Beseitigung von Wasserschäden und Schimmel, kennt sich mit Sonnenschutztechnik, Raumakustik oder Elektromog-Schutz aus. Und dank der jüngsten Firmenerweiterung kann sie auch ganze Wohnungen komplett mit Tapeten, Wohntextilien und neuen Böden ausstatten. „Was nicht heißt, dass wir nur drinnen arbeiten“, stellt Sven Hansch klar, „natürlich verpassen wir auch Fassaden einen neuen Anstrich oder sorgen für Witterungsschutz im Außenbereich.“ Gerade die Vielfalt der Aufträge freut ihn: „Hier ist keine Woche wie die nächste, der Arbeitsalltag ist sehr bunt.“

Als er noch selber täglich auf der Baustelle arbeitete, fand Hansch stets jenen Augenblick am schönsten, an dem die



„Ist der Kunde am Ende glücklich, dann habe ich gut beraten und unsere Mitarbeiter haben gut gearbeitet“

Maria Block, Inhaberin



Arbeit vollendet war. „Es macht wahnsinnig zufrieden, abends zu sehen, was man am Tag oder über Tage hinweg vollbracht hat. Dieser Moment fehlt natürlich im Büro ein bisschen. Doch die tollen Feedbacks der Kunden bekommen wir auch hier mit.“ Dies bestätigt auch Horst Block: „Das Feedback der Kunden ist für mich das Allerschönste an unserem Beruf. Ihre Zufriedenheit bekommen wir im Idealfall mehrfach zu spüren: Zuerst, wenn wir mit unserer Arbeit fertig sind und die Kunden sich über das Ergebnis freuen. Dann nach mehreren Jahren erneut, wenn derselbe Kunde wieder anruft.

Und manchmal schon kurze Zeit später, wenn das Telefon klingelt, weil besagter Kunde uns einem Bekannten empfohlen hat.“

Gute Kommunikation

Der Anteil der Stammkunden in der Adressdatei der Blocks ist hoch. Gibt es ein Erfolgsgeheimnis? „Wie gesagt: Kommunikation ist alles“, antwortet Horst Block, „das gilt nicht nur innerhalb des Teams, sondern auch für den Kundenkontakt. Wir hören zu und beraten ausführlich. Wenn mal was nicht reibungslos geklappt hat,

01 — Hier ein Fotobeweis: Beim hauseigenen Fußballturnier kommt Geld für den guten Zweck zusammen!

02 — Geselle Matthias Ihrke wirft einen prüfenden Blick zur Decke, wo sein junger Kollege am Werk ist

03 — Susana Prüfer hat als Büroassistentin Zahlen und Stimmung im Blick. Und beides stimmt!



01



02



03

„Hier hat jeder einen lockeren Ton drauf, wir ziehen einander gern auf, es wird viel gelacht.“

Susana Prüfer, Büroassistentin

es nicht um mich, sondern um den Kunden. Ist er am Ende glücklich, dann habe ich gut beraten, dann haben unsere Mitarbeiter gut gearbeitet.“

Im Team zum Turnier

Der Dienstälteste im Team ist Matthias Ihrke. Seit 13 Jahren schon ist der Geselle im Malerbetrieb Block dabei. Heute streicht er gemeinsam mit Azubi Nicolas Zaudig die Decke der Ausstellungsfläche beim Farbraum Metzler & Block. Auch sie beide schätzen an ihrem Arbeitsalltag die bunte Abwechslung und das unersetzliche Gefühl, mit der beendeten Arbeit anderen Freude zu bereiten.

Anderen etwas Gutes zu tun, das war auch die Motivation für ein ganz anderes Projekt, das der Betrieb vor drei Jahren begründete. Aus einer Wette heraus entstand die Idee, ein Fußballturnier auszurichten und dabei Geld für einen guten Zweck zu sammeln. Wie in den vergangenen beiden Jahren werden auch diesen Sommer zwölf Betriebsmannschaften gegeneinander antreten, ergänzt wird der Sport mit einem kleinen unterhaltsamen Rahmenprogramm. 2018 siegte ein Team des Casio-Konzerns beim Block-Charity-Turnier, aber wichtiger war ein anderes Ergebnis: Stolze 5.000 Euro kamen zusammen, die der Betrieb dem Projekt „Hörer helfen Kindern“ von Radio Hamburg spendete. Der Sender unterstützt damit bedürftige Kinder und Jugendliche. „In diesem Jahr kicken übrigens gleich zwei Brillux Teams mit“, weiß Sven Hansch, dann greift er zum Kaffeebecher und fügt grinsend hinzu: „Mal sehen, was die so können.“ ◀

dann bessern wir nach.“ Und im Übrigen streite er sich nicht über Geschmacksfragen. „Wenn der Kunde einen Wunsch hat, dann können wir ihn mit unserem Fachwissen sanft lenken. Ich kann eine bestimmte Technik empfehlen und bei der Arbeit beste Qualität liefern. Aber niemals würde ich von etwas abraten, nur weil es nicht meinem persönlichen Geschmack entspricht.“ Diese Einstellung teilt auch Maria Block. Sie liebt es, Kunden zu beraten, ihnen anhand von Musterbüchern eine neue Welt zu eröffnen. Doch im Gespräch über Farben und Tapeten, über Gardinen und Fußböden agiert sie stets achtsam: „Schließlich geht

Maler Block

Im Jahr 2006 übernahm Horst Block den Malerbetrieb, den sein Vater Hugo 1987 in Hamburg gegründet hatte. Zum Team gehören heute 17 Personen. Spezialisiert ist man auf Arbeiten im Innenbereich, ein Schwerpunkt liegt auf der zertifizierten Schimmelsanierung. 2018 wurde der Betrieb um die Firmen **Farbraum Metzler & Block** und **Bodenleger Block** erweitert – hier sind insgesamt neun weitere Mitarbeiter beschäftigt. malerblock.de; bodenleger-block.de; metzler-block.de

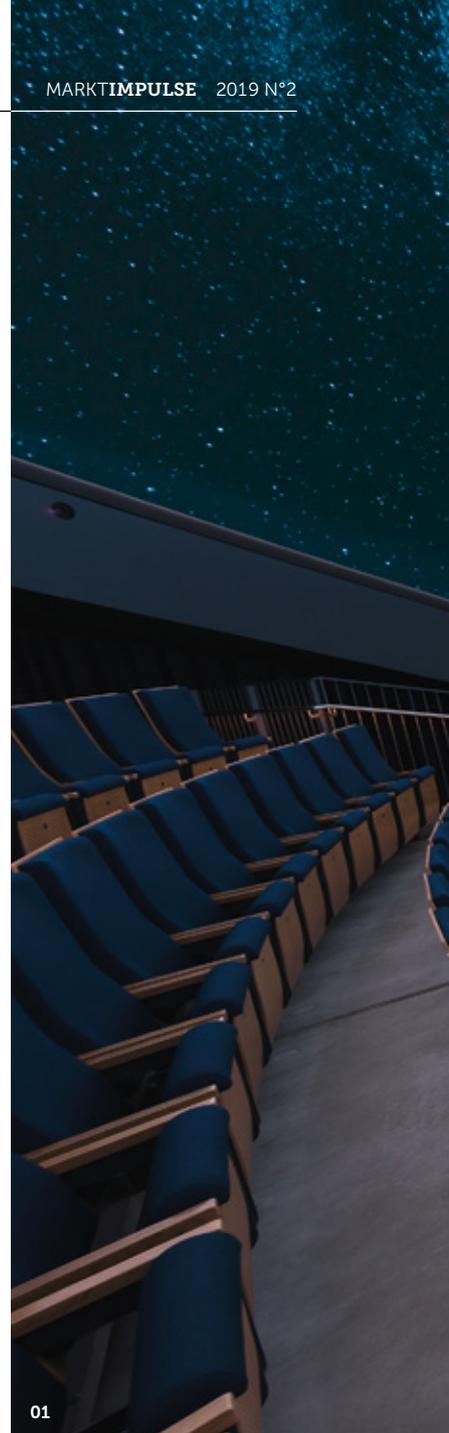
Ein Heim für die Unendlichkeit

Die Arbeit im Neubau des Planetariums **ESO Supernova** schickte André Miethe auf eine Zeitreise – in seiner Jugend war der Malermeister aus München selbst begeisterter Hobby-Astronom



André Miethe, Malerwerkstätte Rebel + Sohn GmbH, München

Die Geschichte der Malerwerkstätte Rebel + Sohn reicht bis ins Jahr 1907 zurück. Über vier Generationen hat sich das Familienunternehmen mit derzeit 80 Mitarbeitern und Sitz in Obersendling zu einem der führenden Malerbetriebe im Raum München entwickelt. André Miethe feierte Ende Februar sein 24-jähriges Firmenjubiläum – er begann als Geselle und ist seit 1999 als Malermeister und Bauleiter beschäftigt.



01



02

Von den luftigen Höhen der chilenischen Atacama-Wüste aus suchen gigantische Teleskope den Weltraum ab. Wenn sie wieder einmal einen Beweis für ein Schwarzes Loch in unserer Milchstraße gefunden oder Milliarden Lichtjahre entfernte Moleküle analysiert haben, landen ihre Daten in Garching bei München. Hier befindet sich die Zentrale der 1962 gegründeten Europäischen Südsternwarte, kurz ESO, einer gemeinschaftlichen Organisation von 16 europäischen Staaten zur astronomischen Erforschung der südlichen Hemisphäre. Im April 2018 eröffnete sie einen spektakulären Erweiterungsbau, das neue Planetarium und Besucherzentrum ESO Supernova. Seitdem können bis zu 100.000



„Hier hat der Maler
seine Arbeit richtig gemacht,
wenn sie keinem auffällt.“

André Miethe, Bauleiter

Zuschauer jährlich die unendlichen Weiten des Weltraums entdecken. Auf 17,4 Meter Höhe bringt es die Planetariumskuppel, bei einem Durchmesser von 14 m. Drumherum informiert eine Dauerausstellung mit 13 Themenbereichen auf 2.200 m² Fläche über „Das lebendige Universum“ in all seinen schillernden Facetten.

Die Tücken des Lichts

Das vom Darmstädter Architekturbüro Bernhardt + Partner entworfene Gebäude besteht aus zwei charakteristischen, ineinander verschränkten kugelförmigen Baukörpern mit einer bronzefarbenen Blechfassade. Es ähnelt einem Doppelsternsystem, in dem Masse von einem Stern zum anderen übertragen wird. In der Realität gipfelt eine solche Konstellation in der Explosion des

schwereren Sterns, was zu einer Supernova führt, dem kurzzeitigen Aufleuchten, das so hell ist wie das Licht aller Sterne unserer Milchstraße zusammen.

Mit weniger Leuchtkraft, dafür aber mit einer ungewöhnlichen Architektur bekam es Malermeister André Miethe im Zuge der Bauarbeiten in der ESO Supernova zu tun. Als Bauleiter der beauftragten Malerwerkstätte Rebel + Sohn GmbH betreute er das Objekt von November 2016 bis zur Fertigstellung im März 2018. Aufgrund seiner enormen Komplexität wurde das Gebäude vorab anhand eines digitalen 3-D-Modells bis ins Detail geplant und auch farblich konzeptioniert. Dann galt es, anhand von Bemusterungen die Farbgebung von Flächen und Wänden, Geländern und Türen mit dem Architekturbüro abzustimmen. ➤

01 — Von „Europas Weg zu den Sternen“ bis zum „Zauber des Teleskops“ – zwölf Programme werden im großen Saal auf 360° projiziert

02 — Am Rande des Hochschul- und Forschungszentrums Garching der Technischen Universität München fungiert die Supernova als Aushängeschild der ESO-Zentrale

„In meiner Jugend war ich begeisterter Hobby-Astronom.“

André Miethe



01



02

01 ___ Funktionale Bereiche wie Büros und Konferenzräume erhielten klassisch weiße Anstriche

02 ___ Die Ausstellung wurde von Design und Mehr aus Stockach entwickelt

03 ___ Unter dem Sternendach lassen sich Objekte zu Teleskopen anordnen

04 ___ Klaus Brummer von der Malerwerkstätte Rebel + Sohn auf der Baustelle der Supernova

Parallel begannen bereits die Malerarbeiten, durchschnittlich waren dafür drei bis vier Mann vor Ort. Während die funktionalen Räume – Umkleide, Kantine, Büros und Konferenzräume – standardmäßig weiße Anstriche erhielten, wurden die Decken und Wände in den Ausstellungsbereichen eher dunkel gehalten. So verschwinden Installationsanlagen wie etwa die Sprinkler optisch nahezu komplett. Die matte Farbe auf den Projektionsflächen soll hingegen Grafiken und Videos zum Strahlen bringen, dabei aber weder Tages- noch Kunstlicht zusätzlich reflektieren. Die wenigen von André Miethe vorgelegten Unterkonstruktionen im Außenbereich wurden derweil von der reinen Stahlfassade komplett überdeckt. „Das war einer jener Aufträge“, so Miethe, „bei denen der Maler seine Arbeit richtig

gemacht hat, wenn sie in den Hintergrund tritt und hinterher keinem mehr auffällt.“ Lediglich in den Aufzugsbereichen kamen bunte, lebhaftere Farben zum Einsatz, um den barrierefreien Zugang zu allen Ebenen möglichst auffällig und einfach zu gestalten.

Treffen der Generationen

Dass das Gebäude im Grunde aus zwei zusammengesteckten Kugeln besteht, brachte eine besonders ungewöhnliche Herausforderung für den erfahrenen Bauleiter und seinen Vorarbeiter Marco Rieck mit sich. „Da gab es sehr wenige gerade Wände“, erinnert sich André Miethe. „Viele Flächen sind konvex oder konkav, was die Spachtelarbeiten in diesen Bereichen sehr umfangreich und aufwändig machte.“ Entsprechend arbeitete



03

„Es gibt nur wenige gerade Wände. Viele Flächen sind konvex oder konkav.“

André Miethe



04

das Malerteam oft im Spritzverfahren, damit man „schöne, perfekte Rundungen erreicht und keine Übergänge sieht“.

Malermeister Miethe fühlt sich auch ganz persönlich mit der ESO Supernova verbunden: „Ich war schon in meiner Jugend Hobby-Astronom und früher selbst Mitglied in der Volkssternwarte München.“ Er weiß also durchaus, wovon die Rede ist, wenn nun Begriffe wie schwarze Materie, Zwergstern oder Andromeda-Galaxie in seiner ehemaligen Baustelle wiederhallen. Und auch „seine Jungs“, die Maler um seinen Vorarbeiter, haben das fertige Planetarium schon besucht. „Sie waren ganz begeistert“, freut sich Miethe. Nicht nur das Malerhandwerk, auch die unendlichen Weiten des Weltalls können offenbar nach wie vor Generationen verbinden. ◀

Beteiligte und Services

Bauherr: Europäische Südsternwarte, Garching bei München

Ausführende Betriebe:
Rebel + Sohn GmbH,
Malerwerkstätte, München;
Architekturbüro Bernhardt
+ Partner, Darmstadt

Verkaufsberater: Otto Löffler,
Brillux München

Technischer Berater: Boris Gönner,
Brillux Wiesbaden

Materialien: Superlux ELF 3000,
Sensocryl ELF 266, Glemalux ELF
1000, Dolomit ELF 900, Evocryl 200,
Wandfarbe ELF 971, Hydro-PU-Tec
Seidenmattlack 2088, Hydro-PU-
Tec Vorlack 2020, Briplast Mineral-
Handspachtel leicht ELF 1886

MELDUNGEN

Handlicher Helfer:
Mit dem Qju
Klebeschaum
arbeiten Sie
schneller und
sauberer



Qju – das blaue Wunder

Qju ist ein Wärmedämm-Verbundsystem, bei dem die Dämmplatten nicht wie sonst üblich mit einem mineralischen Kleber, sondern mit einem speziellen Klebeschaum auf der Fassade fixiert werden. Der Qju-Klebeschaum in seiner handlichen Dose wird vor dem Auftragen einfach kurz geschüttelt. Da alle Komponenten bereits verarbeitungsfertig sind, entfällt die bei den sonst eingesetzten, in Pulverform angelieferten Klebern bekannte Staub- und Schmutzentwicklung. So bleibt die Baustelle viel sauberer. Auch ist die Verarbeitung deutlich leiser, da weder ein Rührwerk noch ein Silo mit Mischer benötigt wird.

„Lichtgestaltung plus Raumgestaltung ergibt erst das gewünschte Raummilieu.“

Lichtplaner Jürgen Ludewig führt durch das neue Creativ-Heft zum Thema Indirekte Beleuchtung. Weil die Lichtsituation maßgeblich bestimmt, wie wohl wir uns in einem Raum fühlen, verrät er uns einige seiner „Lichtgeheimnisse“ – etwa, dass gelungene Lichtkonzepte auf zwei Gestaltungsprinzipien beruhen: genau dosierter direkter und indirekter Beleuchtung. Direkte Beleuchtung – die Arbeitsleuchte in der Küche oder die Leselampe im Wohnzimmer – stellt die Hauptaufgabe des Lichts in diesem Bereich sicher. Indirekte Beleuchtung hingegen kann Grundhelligkeiten herstellen und Raumgrenzen positiv verschieben, gezielt Akzente setzen und Flächen sanft betonen. Besonders einfach gelingt das mit dem Brillux TuneLight-System.



Bringt Glanz in jede Hütte

Metallisch schimmernde Oberflächen liegen bei der Raumgestaltung im Trend. Mit dem neuen *Hydro-PU-Metallic-finish* bietet Brillux eine smarte Lösung für die glanzvolle Veredelung lackierter Oberflächen. Das transparente Metallicfinish wird als Schlussbeschichtung auf Brillux Hydro-PU-Spritzlacke appliziert. So kann sich jeder Wunschfarbton in eine seidig glänzende Metalliclackierung verwandeln: wasserbasiert, geruchsarm, blockfest und schnelltrocknend.

20

nominierte Objekte

Brillux Design Award Im März hat die Fachjury des Brillux Design Awards in jeder der sechs Wettbewerbskategorien die besten Einreichungen nominiert. Auf der feierlichen Preisverleihung am 23. September im LWL-Museum für Kunst und Kultur am Domplatz in Münster, zu der alle Nominierten eingeladen sind, werden dann die sechs Categoriesieger verkündet – und die ausgezeichneten Projekte präsentiert.



Bestellen Sie das neue Creativ-Heft unter brillux.de/werbemittelshop

„Die Kampagne bringt sehr gut rüber, worum es geht!“

Wer dämmt, gewinnt! Das gilt auch für die Willi Konert GmbH & Co. KG. Seit die **Brillux Dämm-Initiative** läuft, setzt der Betrieb das Marketingmaterial erfolgreich ein

Wer zur Volksbank möchte oder ins Grill-Restaurant, kommt einfach nicht dran vorbei: Mitten in der Innenstadt von Herzfeld (Gemeinde Lippetal) prangt auf einer Gerüstplane der Slogan „Wir machen aus Erbstücken ganz einfach Schmuckstücke“, darunter groß das Logo der Willi Konert GmbH & Co.KG. Hinter dem Gerüst entsteht ein 1.400 m² großer Neubau. Ein paar Straßen weiter ziert eine zweite Plane mit dem Slogan „Der erste Winter ohne Wollsocken“ ein Mehrfamilienhaus. Ebenfalls unübersehbar.

Einfach auf den Punkt gebracht

„Auf unsere Gerüstplanen werden wir häufig angesprochen“, bestätigt Markus Mandera, seit Anfang des Jahres Inhaber und alleiniger Geschäftsführer der Willi Konert GmbH & Co. KG in Wadersloh. Der alteingesessene Betrieb hat 21 Mitarbeiter – und die sind nicht zuletzt mit Dämm-aufträgen gut beschäftigt, auch dank der Brillux Dämm-Initiative. „Die Kampagne gefällt mir persönlich richtig gut.

Die Slogans bringen es ganz simpel und mit einem Augenzwinkern auf den Punkt. Privatkunden springen darauf an – und das hat uns sicher geholfen, neue Aufträge zu gewinnen“, so Mandera. Interessierte Kunden kann er rasch von den Vorteilen einer zeitgemäßen Fassadendämmung überzeugen: Sie verbessert das Wohnklima ganzjährig, spart Heizkosten und schützt die Bausubstanz vor Witterungseinflüssen. Entscheidend für den Erfolg seines Betriebs ist natürlich, dass die fachliche Expertise der Mitarbeiter stimmt: „Meine Mitarbeiter und ich haben schon an einigen WDVS-Seminaren der Brillux Akademie teilgenommen. So bleiben wir immer auf dem aktuellen Stand der Dinge.“

Werden Sie Teil der Kampagne

Mit den in der Brillux Dämmbox enthaltenen Wertschecks bestellte Mandera die beiden Gerüstplanen und WDVS-Broschüren mit seinem Firmenlogo – ganz einfach über den Brillux Werbemittelshop. So nutzte er die aufmerksamkeitsstarken Kampagnenmotive für seinen Betrieb.

Seit September 2018 sind die Motive der Brillux Dämm-Initiative in Zeitungen und Zeitschriften, auf Plakatwänden und LKW-Planen sowie auf verschiedenen Online-Plattformen präsent. Über den Brillux Werbemittelshop können Sie diverse WDVS-Marketingmaterialien mit Ihrem Logo beziehen – so profitiert auch Ihr Betrieb direkt von der erfolgreichen Initiative. ◀



Alles auf einen Blick: Was bringt mir WDVS? In dieser Broschüre können die Kunden es klar und übersichtlich nachlesen

WER DÄMMT, GEWINNT.
Brillux

WIR MACHEN AUS ERBSTÜCKEN GANZ EINFACH SCHMUCKSTÜCKE.

Brillux
mehr als Farbe

WILLI KONERT
Malerbetrieb und Farbenfachgeschäft

Posskamp 27 | 59329 Wadersloh
Tel.: 02523/9225-0
info@maler-konert.de | www.maler-konert.de



Ihre Dämmbox

Alles drin: Info- und Werbematerial, Dämmmuster, Vorlagen für die schriftliche Kundenkommunikation – und Wertschecks, mit denen Sie unkompliziert im Werbemittelshop weiteres Marketingmaterial vergünstigt bestellen können. Aktionspreis: 129 Euro

brillux.de/dämmen

Über 1.400 m² Wohnfläche dämmen Markus Manderas Mitarbeiter hier – damit in dem entstehenden Wohnprojekt später niemand kalte Füße bekommt

Gescheiterte Visionen

Wenn's floppt statt fluppt: **Diese Bauprojekte starteten einst mit Ehrgeiz und Elan** – ihre Zukunft dagegen sieht düster aus. Doch die pathetische Aura der monströsen Bauruinen übt eine magnetische Anziehungskraft aus



02



01 — Auf diesem Platz namens Champs-Élysées findet sich der Nachbau eines Brunnens aus dem Pariser Jardin du Luxembourg

02 — Mit 108 Metern misst der chinesische Eiffelturm nur ein Drittel des Originals

Charmante Geisterstadt

Die Stadt der Liebe im Land des Lächelns! Was wie eine perfekte Kombination klingt, ist leider gründlich schiefgegangen: Geplant wurde die originalgetreue Paris-Kopie im Jahr 2007 für etwa 10.000 Einwohner – mehr als 2.000 Menschen lebten hier jedoch nie. Dabei ist die Reproduktion durchaus gelungen: Der Stil der Häuser, die Plätze mit ihren Brunnen und die sorgfältig angelegten und gepflegten Gärten – alles passt. Dass hier niemand wohnen möchte, ist der geografischen Situation geschuldet: Tianducheng liegt inmitten riesiger Felder, erreichbar nur über enge, gewundene Landstraßen. Die Ladenlokale sind bis heute nicht vermietet, die Wohnungspreise horrend. Längst breiten sich neben den luxuriösen Apartmenthäusern ungepflegte Baracken aus. Immerhin: Als Kulisse für Hochzeiten funktioniert die Stadt noch.

Ein Vergnügungspark, der kaum Vergnügliches zu bieten hat

Nara, Japan

Eröffnet: 1961

Geschlossen: 2006

„Das japanische Disneyland“



Verlassene Traumwelt

Beeindruckt vom kalifornischen Disneyland beschloss der japanische Geschäftsmann Kunizu Matsuo in den späten 1950er-Jahren, in Japan einen ähnlich spektakulären Vergnügungspark zu bauen: Nara Dreamland. Er nahm Kontakt mit Walt Disney auf – aber es kam zu keiner Einigung über die Lizenzgebühren für die Nutzung der Disneyfiguren. Japanische Designer entwarfen daraufhin eigene Maskottchen für den Park, seine Gebäude und Attraktionen kopierten dennoch die Disney-Welt: das Dornröschenschloss, das Abenteuerland und das Piratenschiff. Der Park eröffnete 1961, aber schon 22 Jahre später besiegelte die Eröffnung des Original-Disneyland in Tokio seinen Niedergang. Eine Supermarktkette erwarb die Anlage 1993, im Sommer 2006 wurde sie endgültig geschlossen und sich selbst überlassen.



01 — Mehr als 30 Höhenmeter überwand die Holz-Achterbahn Aska auf einer Strecke von rund einem Kilometer

02 — Hereinspaziert ins Land der Träume: Das Eingangstor ist eine exakte Disneyland-Kopie





01

01 — Außerirdisches Flugobjekt?
Nein, Propaganda-Palast der bulgarischen Kommunisten, errichtet auf dem geschichtsträchtigen Busludscha-Berg in 1.440 m Höhe

02 — Kostbare Mosaik, wertvolle Ornamente und Wandbilder schmückten das Innere des Monuments. Bereits acht Jahre nach seiner Einweihung wurde es dem Verfall überlassen



02



 Busludscha, Bulgarien

 Baubeginn: 1974

 Aufgabe des Gebäudes: 1989

Zeugnis des Größenwahns totalitärer Regime und ihrer unfassbaren Verschwendungssucht

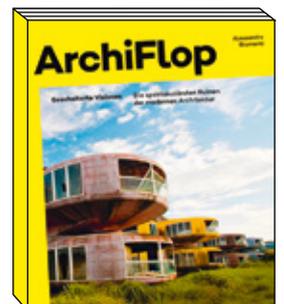
BULGARIEN

Busludscha



Durchlöchertes Denkmal

Eine fliegende Untertasse aus Beton, garniert mit Slogans der Kommunistischen Partei: Zu seinen goldenen Zeiten galt dieser Propagandapalast als bedeutende Ikone der kommunistischen Welt. Sein Inneres schmückten Mosaik und Wandbilder mit den Themen sowjetischer Propaganda, der Sowjetstern auf dem Turm war dreimal so groß wie das Vorbild am Kreml. Eingeweiht wurde der 7 Milliarden Euro teure Bau 1981 – als Memorial sowohl für die Befreiung von den Türken als auch von der nationalsozialistischen Herrschaft. Schnell erkor ihn die KP Bulgariens zu ihrem Hauptquartier. Seit dem Sturz der Regierung 1989 verwaist er. Porträts kommunistischer Führer wurden zerstört, Kupfer-Ornamente gestohlen, Mosaik geplündert – und der Stern von Pistolenschüssen durchsiebt.



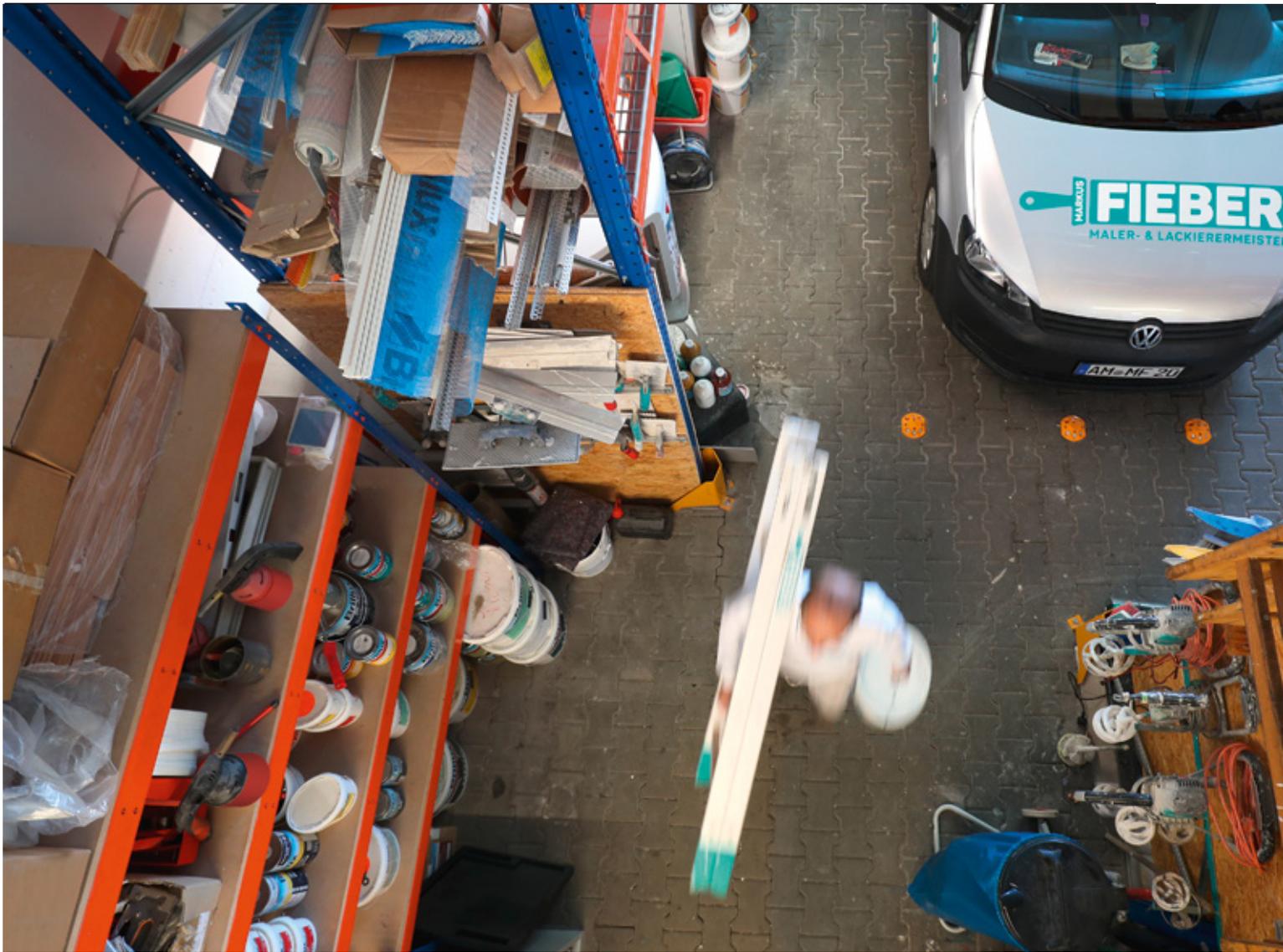
Alessandro Biamonti:
ArchiFlop. Gescheiterte
Visionen; DVA; 29,95 Euro

Ordnen, organisieren und optimieren: Markus Fieber setzt alles daran, Abläufe in seinem Betrieb immer weiter zu vereinfachen und möglichst transparent zu gestalten. **Kunden und Mitarbeiter schätzen ihn dafür**

Mit Herz und Struktur



Mitarbeiter-Meeting: Um 6.45 Uhr findet die morgendliche Lagebesprechung statt. Markus Fieber (3. von links) ist da bereits seit drei Stunden im Büro



Morgens um halb fünf: Während sich die meisten Menschen zu dieser Zeit noch mitten im schönsten Tiefschlaf befinden, ist Markus Fieber schon längst aus dem Bett gesprungen und in seine Werkstatt gefahren. Der Malermeister aus Ammerthal, einem kleinen Dorf in der Nähe der historischen Stadt Amberg mit ihrem mittelalterlichen Stadtkern, mag es, seinen Arbeitstag in aller Herrgottsfrühe zu beginnen. Da kann er ungestört vor sich hin räumen, in Ruhe seine Vorbereitungen erledigen und vor allem seiner liebsten Beschäftigung nachgehen: dem Organisieren und Optimieren. „Ich bin“, sagt der 42-jährige Inhaber und Geschäftsführer lachend über sich selbst, „ein notorischer Planer und Ordnungsfanatiker. Es gibt für mich nichts Schöneres, als immer wieder nach Möglichkeiten zu suchen, meinen Betrieb noch besser zu strukturieren und die Abläufe zu vereinfachen.“ Seine neueste Entdeckung ist ein

Kalendersystem mit dem ebenso skurrilen wie einprägsamen Namen „Super Blick auf alles“, kurz SBaa. Es wurde vom baden-württembergischen Unternehmer Peter Kübel speziell fürs Bauhandwerk entwickelt und ermöglicht mithilfe einer Stecktafel und verschiedenfarbiger Karten eine übersichtliche Ablauf- und Auslastungsplanung für bis zu ein Jahr. Markus Fieber nennt dieses verblüffend simple, aber überaus effektive Tool ein „Gottesgeschenk“ – auch wenn er dafür „ein halbes Vermögen“ hinlegen musste. Doch wenn der sympathische Oberpfälzer von etwas hundertprozentig überzeugt ist, dann gibt er dafür auch gerne Geld aus:

„Ich bin ein notorischer Planer und Ordnungsfan.“

Markus Fieber



01

„Mit diesem System“, so Markus Fieber, „muss ich meinen Mitarbeitern nichts mehr erklären, und ich vergesse auch nichts mehr. Jeder sieht sofort, wer wann auf welcher Baustelle ist oder wo wir ein Zeitfenster für einen neuen Auftrag haben. Außerdem können wir viel schneller auf Änderungen reagieren und notfalls umdisponieren. Das erleichtert nicht nur uns die Arbeit, sondern kommt auch den Kunden zugute – weil wir Terminüberschneidungen vermeiden und absolut sichere, verbindliche Zusagen geben können.“

Klug kombiniert

Während Fieber bei der Auslastungsplanung also auf eine innovative, aber klassisch-analoge Lösung schwört, setzt er an anderer Stelle gerne auf digitale Unterstützung: bei der Zeit- und Arbeitserfassung.



02

Auch in der digitalen Welt gibt sich der Perfektionist jedoch nicht mit Standards zufrieden, wenn sie seinen hohen Ansprüchen nicht genügen. Lieber lässt er sich dann selbst etwas einfallen. Gemeinsam mit seinem Freund Jörg Müller, der in der Werkhalle nebenan einen Getränkehandel betreibt und versierter Hobbyprogrammierer ist, tüftelte er deshalb ein halbes Jahr lang an einer Software, die speziell auf seine Bedürfnisse zugeschnitten ist. ➤



03



01 — In der Werkhalle hat alles seinen Platz – auch der Fuhrpark. Fieber möchte, dass alle Wagen im Trockenen stehen

02 — Digitale Organisation: Celine Hawliceck, Gesellin im zweiten Jahr, findet die Software zur Arbeitserfassung „extrem effizient“

03 — Analoge Gedächtnisstütze: Jeder Mitarbeiter erhält vom Chef am Anfang des Jahres eine Kladde für persönliche Arbeitsnotizen



01 — Auf das richtige Verhältnis kommt es an: Nadine Kachel sorgt am Farbmischer für den perfekten Ton

02 — Mitarbeiter Waldemar Ril lädt Gerüstständer auf. Sie sind, wie alles in der Firma, in „Fieber-Grün“ gehalten

Auch hier ging es Markus Fieber darum, „die Abläufe zu vereinfachen und transparenter zu machen.“ Morgens tragen seine Mitarbeiter nun an einem der beiden Computer in der Werkstatt ein, zu welcher Baustelle sie fahren und welche Materialien sie mitnehmen. Nach Feierabend halten sie ihre Arbeitszeit fest und notieren gegebenenfalls anstehende Urlaubstage. „So habe ich alles im Blick, weiß genau, ob wir auf einer Baustelle mit der veranschlagten Zeit und den kalkulierten Kosten zurechtkommen. Obendrein spare ich mir eine Bürokratie“, so der Chef. Am Monatsende genügen ein paar Klicks, und alle wichtigen Daten für die Lohnbuchhaltung landen beim Steuerbüro. Darüber hinaus ist im System vom Klebeband über den Farbeimer bis hin zu den Winterreifen für den Firmen-LKW der gesamte Lagerbestand erfasst. „Fehlt etwas oder muss ein Auto zum TÜV, erinnert mich das Programm sofort daran“, strahlt Markus Fieber, der sich vor allem darüber freut, dass alles so „kinderleicht“ funktioniert und niemand im Betrieb länger als ein paar Minuten am Computer beschäftigt ist. Auch Fiebers Mannschaft ist begeistert. Vom Computersystem – und überhaupt von der

bis ins Detail durchdachten Struktur, mit der ihr Chef den Betrieb führt. Selbst dass er nicht müde wird, seine Mitarbeiter zu absoluter Ordnung anzutreiben, kommt gut an. „Klar muss man sich erst mal daran gewöhnen, dass jedes Werkzeug einen festen Platz hat und sich nach Benutzung dort auch wieder einzufinden hat, damit es digital erfasst wird. Oder dass jedes Fahrzeug nach Feierabend aufgeräumt und saubergemacht werden muss. Aber klare Ansagen und verlässliche Strukturen erleichtern die Arbeit auch ungemein und geben einem Sicherheit“, sagt Nadine Kachel. Die 29-Jährige hat sich vor drei Jahren genau deshalb gezielt bei Markus Fieber beworben. Und natürlich wegen seines Rufs, ein super Arbeitgeber zu sein. Einer, der nicht nur sehr fair – heißt: weit über dem Tarif – zahlt, sondern seine Mitarbeiter als sein wichtigstes Kapital begreift.

Volles Vertrauen

„Der Chef“, sagt Herrmann Hirsch, mit 56 Jahren der Älteste im Betrieb und schon 13 Jahre dabei, „kümmert sich um jeden Einzelnen von uns und hat immer für alles ein offenes Ohr. Man kann sich absolut auf ihn verlassen.“ Tatsächlich hat Markus Fieber neben seinem Organisations-talent noch eine andere herausragende Fähigkeit: Er sieht das Potenzial in anderen Menschen und gibt jedem erst einmal einen Vertrauensvorschuss. Wenn er an jemanden glaubt, besorgt er ihm schon mal eine Wohnung, bezahlt die Kautions- und den Lohn vorab. Er gibt auch Bewerbern eine Chance, die nicht den besten Schulabschluss mitbringen, denn: „Was sagt schon ein Stück

„Der Chef kümmert sich um jeden von uns und hat für alles ein offenes Ohr.“

Herrmann Hirsch, Facharbeiter





Papier über die handwerkliche Begabung aus?“ Auch sorgt er für seine Auszubildenden und deren Pünktlichkeit: Sie bekommen auf Wunsch einen betriebseigenen Motorroller gestellt – für den Arbeitsweg und die Fahrten zur Berufsschule, aber auch zur privaten Nutzung. Der Chef zahlt sogar den Führerschein und die nötigen Versicherungen. Nur für das Benzin müssen die jungen Leute selbst aufkommen.

Starker Zusammenhalt

Diesen Einsatz dankt ihm sein Team mit absoluter Loyalität, auf den Chef lassen sie nichts kommen. Teure Kurse in Personalführung oder aufwändige Team-Building-Maßnahmen sind da nicht mehr nötig. „Um den Zusammenhalt zu stärken, habe ich meine Mitarbeiter vor vielen Jahren noch in die Therme nach Erding geschickt oder eigenhändig Ostereier für sie versteckt, die sie dann in einer stundenlangen Aktion suchen mussten. So etwas organisieren die Kollegen mittlerweile von ganz alleine. Ich werde aber immer zu allem eingeladen.“ Für das Wohl seiner Mitarbeiter sorgt



Malerbetrieb Markus Fieber GmbH

Das kleine Malergeschäft in Amberg, das Markus Fieber 1997 als 20-Jähriger übernahm, hat er zu einem der bekanntesten Fachbetriebe der Oberpfalz gemacht. Der 42-Jährige beschäftigt mittlerweile 13 Mitarbeiter und legt großen Wert darauf, regelmäßig Nachwuchs auszubilden. Sein innovativer Betrieb, der auch über einen eigenen Gerüstbau verfügt, hat sich besonders auf Oberflächengestaltung im Airless-Spritzverfahren spezialisiert.



01

„Bei uns herrscht ein super Betriebsklima, und die Arbeit ist toll. Ich habe hier meinen Traumjob gefunden.“

Samantha Lück, Auszubildende

01 — Im ersten Stock der Werkhalle befinden sich die Räume für die insgesamt neun Mitarbeiter und vier Mitarbeiterinnen

02 — Alle Auszubildenden bekommen auf Wunsch einen Roller gestellt

der leidenschaftliche Mountainbiker und Motocross-Fan durch Wertschätzung – und vorbildliche Arbeitsbedingungen. Pünktlich um 6.30 Uhr treffen alle in der Werkstatt ein, um 16 Uhr ist Feierabend, freitags sogar schon um 14 Uhr.

Seinen Beruf hat Markus Fieber von der Pike auf gelernt. Er ging bei seinem Vater in die Lehre, der in Amberg einen kleinen Malerbetrieb mit zwei Mitarbeitern führte. Nach der Ausbildung arbeitete er dann erst einmal in einer Autolackiererei. Doch als sein Vater überraschend starb, entschloss sich der jüngste von drei Brüdern, in dessen Fußstapfen zu treten und den Betrieb weiterzuführen. Als 20-Jähriger machte er seinen Meister, zwei Jahre später war er bereits selbstständig. Seither wächst seine Firma stetig. In Amberg und Umgebung ist der Name Fieber längst ein Garant für Qualität. Er gilt als „nicht gerade billig“, aber überaus exakt, verlässlich und hochprofessionell. Die Auftragsbücher sind voll bis

ins Jahr 2020 hinein, fast alle seine Kunden kommen aus der Region.

Kreativer Kaufmann

Fieber hat sich mit seinem Betrieb besonders auf die Sanierung von Außenfassaden spezialisiert. Er selbst fungiert mittlerweile vor allem als Berater, „manchmal fast schon als Bauleiter“. Er ist derjenige, der den Erstkontakt zum Kunden aufbaut, sein fachliches Wissen und kreative Vorschläge einbringt – und gut kalkuliert. „In unserem Beruf genügt es ja nicht, ein hervorragender Handwerker zu sein“, resümiert er. „Man muss auch ein mindestens ebenso hervorragender Kaufmann sein.“

Fieber ist beides – von montagmorgens um halb fünf bis freitags um 14 Uhr. Danach gibt es den Malermeister nicht mehr. Sondern nur noch den Privatmann, Ehemann und Vater von zwei Kindern. „Das Wochenende“, sagt er, „gehört der Familie.“
Komme, was wolle. ◀

Betrieb im
Fokus



Stefanie Brandt aus dem Team von FRIEDERBARTH coacht mit ihren Kollegen an der Brillux Akademie

Da geht noch was!

Was macht einen erfolgreichen Verkäufer im Handwerk aus? Wer fachlich weiß, was er tut, und seinen Job liebt, bringt alle Voraussetzungen mit, um Kunden zu begeistern. Worauf es darüber hinaus ankommt und **wie jeder zum überzeugenden Verkaufstalent wird**, erklärt Stefanie Brandt, Coach an der Brillux Akademie

Auftreten. Ebenso wichtig ist ein ordentliches Auto. Sieht es außen schmutzilig und innen chaotisch aus, fragt sich der Kunde wahrscheinlich: „Huch, wie hinterlässt der hier wohl seinen Arbeitsplatz?“ Erst wenn es auf dieser Ebene stimmt, kann das Fachwissen überhaupt zum Tragen kommen.

Der Auftritt sitzt. Wie kann ich meinen Kunden nun dazu bringen, einen erteilten Auftrag auszuweiten?

Grundsätzlich ist es immer einfacher, einen Bestandskunden größer zu machen, als einen neuen Kunden zu akquirieren. Man hat ihn ja schon an der Angel, vom fachlichen Können und Wissen ist er bereits überzeugt. Sinnvoll ist es, bereits eine Idee davon zu haben, was dem Kunden gefällt, bevor ich ihm von mir aus etwas anbiete. Wenn man für den aktuellen Auftrag vor Ort beim Kunden ist, sollte man deshalb gut aufpassen: Was steht im Flur herum, was hängt an den Wänden? Welcher Sender läuft im Radio? Daraus ergeben sich dann Gesprächsanlässe, die ein guter Verkäufer zu nutzen weiß: Die afrikanische Statue im Wohnzimmer verrät vielleicht ein Faible für diesen Kontinent, die Italienfotos an der Wand eine Vorliebe für Urlaub am Mittelmeer. Sobald man ahnt, wie der Kunde tickt, kann man mit entsprechendem Smalltalk eine ent-

Wie finden Maler eine glaubwürdige Balance zwischen kundenorientiertem Auftreten und ihrem Fachwissen?

STEFANIE BRANDT Es bleibt dabei: Der erste Eindruck zählt! Hier entscheidet sich, ob der Kunde dem Betrieb grundsätzlich vertraut und etwas zutraut. Der erste Auftritt beim Kunden muss also sitzen. Dabei zählen zunächst mal die Basics: saubere Kleidung und ein offenes, freundliches

spannte Atmosphäre schaffen und über den aktuellen Auftragswunsch elegant zum nächsten kommen: „Ach, jetzt verstehe ich, warum Sie sich hier diesen Terracottaton wünschen – der erinnert wirklich sehr an Italien. Man könnte den auch prima in der Küche mit einem Fliesenboden wieder aufnehmen, haben Sie da schon einmal drüber nachgedacht?“ Wichtig ist es also immer, gut hinzuschauen und gut zuzuhören – dann klappt es viel einfacher, Folgeaufträge abzuleiten.

Wie erkenne ich denn, was dem Kunden zusagen wird und wie ich ihn am besten emotional abhole?

Die beschriebene „Bedarfsanalyse“ ist absolut entscheidend, sie kommt aber leider oft viel zu kurz. Wenn ich dem Kunden einfach irgendwas anbiete, was an dessen Wünschen völlig vorbeigeht, wird es schwierig. Ein wirklich großer Fehler ist es zudem, sich keine Zeit zu nehmen und den Kunden mit Fachchinesisch zu überfallen. Man muss ihm nicht alles erzählen, was man weiß, und nicht alles zeigen, was man anbietet. Wer etwas verkaufen möchte, sollte immer zuerst rausfinden, was der Kunde grundsätzlich will und wie er drauf ist. Dann kann man verschiedene Vorschläge machen, von denen man denkt, dass sie seinen Vorstellungen entsprechen. Sobald der Kunde darauf anspringt, darf man ihm auch verschiedene Techniken und Umsetzungsvarianten vorstellen. Verschiedene Varianten anzubieten, ist an dieser Stelle dann sogar ganz entscheidend: So bleibt die finale Entscheidung dem Kunden überlassen, es ist somit seine! Auf diese Weise steht er dann auch voll dahinter und bekommt nicht das Gefühl, dass ihm etwas „angedreht“ wurde.

„Wer etwas verkaufen möchte, sollte erst einmal rausfinden, wie der Kunde grundsätzlich tickt.“

Wie bereitet man sich möglichst gut auf ein Verkaufsgespräch vor?

Etwas Aufwand bei der Vorbereitung zahlt sich aus. Oft bietet es sich an, die eigenen Ideen und Vorschläge mit Hilfe von Mustermappen oder mit Fotos gelungener eigener Projekte vorzustellen. Denn: je mehr Sinne Sie beim Kunden ansprechen, umso besser! Er muss die Strukturtapete fühlen können, den Farbunterschied zwischen Buchen- und Eichenparkett konkret vor Augen haben ... Man kann seinem Kunden auch sagen: „Wenn Sie beim Schwimmbad vorbeikommen, dann achten Sie doch mal auf das Haus gegenüber – da haben wir xy an der Fassade gemacht, das würde hier bei Ihnen auch sehr gut passen ...“

Welche Tricks und Tipps gibt es darüber hinaus für die direkte Kommunikation mit dem Kunden?

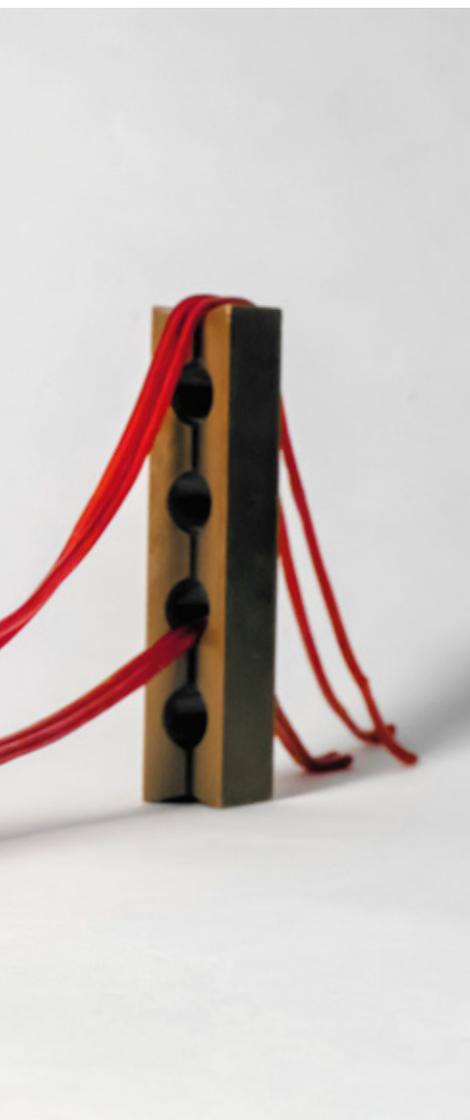
Professionelle Verkäufer setzen auf zwei bewährte Techniken. Erstens: Auf die Wortwahl des Kunden achten und ihn dann vorsichtig spiegeln. Wenn er etwa erzählt, dass ihm ein bestimmtes Restaurant im Ort gut gefällt, weil es so „hip“ ist – dann kann man etwas später anmerken, dass Farbton xy doch an der Wohnzimmerwand absolut hip wirken würde. Zweitens: Es ist wichtig, Produkte und Verfahren so zu beschreiben, dass dem Kunden sofort klar wird, was er persönlich davon hat: „Dadurch haben Sie ...“, „Das maximiert Ihren ...“, „Das erspart Ihnen ...“, „So erleben Sie ...“ Auf diese Weise steht der Kundennutzen automatisch im Vordergrund. Dabei auch bewusst Adjektive verwenden, die das Beschriebene aufwerten, etwa „heller“, „strahlend“, „außergewöhnlich“, „individuell“. So schafft man Bilder im Kopf des Kunden und holt ihn auf der emotionalen Ebene ab. ◀

Empfehlung des Hauses!

Was haben wir denn da angerichtet?
Ein hübsches Potpourri aus bekannten
Touristenattraktionen – gebaut aus
Leckereien wie Pommes, Keksen oder
Obst! **Unser kleines Quiz** für alle, die
schon alles gesehen haben: Erkennen
Sie diese vier Sehenswürdigkeiten?



01



02



03



04



Fünf Freunde und die Suche nach dem passenden Geschenk für einen Architekten – so entstand dieses Buch.

K. Empl, M.-J. Félix, M. Huber, S. Huber, A. Wittmann:
Bauschmaus. Ein kulinarisch-architektonisches Rätselbuch;
DVA; 15,00 Euro



01

BRANDENBURGER TOR

Architekt Carl G. Langhans
Standort Berlin, Deutschland
Baujahr 1788–1791



02

GOLDEN GATE BRIDGE

Architekten Joseph B. Strauss,
Irving F. Morrow, Charles Ellis
Standort San Francisco, USA
Baujahr 1933–1937



03

SPACE NEEDLE

Architekt John Graham
Standort Seattle, USA
Baujahr 1961–1962

BASILIUS- KATHE- DRALE

Architekten Postnik
Jakowlew, Iwan Barma
Standort Moskau, Russland
Baujahr 1555–1561

04





Nicole und Jörg Winter verordnen Ihrem Betrieb nach der Übernahme eine radikale Verjüngungskur

Richtig gut im Rennen!

Klar und modern präsentiert sich die F. F. Winter GmbH aus Emsdetten mit ihrer neuen Corporate Identity – und mit einem rasanten Firmenwagen

Frau Winter, wieso ein neuer Firmenauftritt?

Unseren Betrieb gibt es seit über 40 Jahren, man kennt uns. Als mein Mann die Firma im Sommer 2017 von seinem Vater übernommen hat, wollten wir das Erscheinungsbild merklich modernisieren. Wichtig war uns aber, dass die Marke F. F. Winter im Logo weiterhin klar erkennbar bleibt. Mit der neuen Corporate Identity, die wir mit der Brillux Marketingunterstützung entworfen haben, ist uns das perfekt gelungen: Das Logo ist frisch und klar, fällt ins Auge, und man erkennt es sofort wieder.

Wie kommt das bei Ihren Kunden an?

Wir werden seitdem tatsächlich positiver wahrgenommen. „Bei euch tut sich ja richtig was!“, hören wir jetzt sehr oft. Obwohl wir auch vorher schon sehr präsent waren, bleiben wir mit dem professionellen, einheitlichen Auftritt viel besser in den Köpfen.

Und was sagen Mitarbeiter und Bewerber?

Wir haben aktuell rund 50 Mitarbeiter und keine Nachwuchssorgen. Auf unsere Stellenanzeigen bekommen wir tolle Rückmeldungen, auch via Facebook.

Was haben Sie mit dem neuen Corporate Design noch vor?

Erst mal war es uns wichtig, eine Basis zu schaffen. Mittlerweile ist der neue Firmenauftritt etabliert, und wir können nun darauf aufbauen: mit Plakaten, bei der Beschriftung des Firmengebäudes oder der Gestaltung von Give-aways. Auch unser Fuhrpark wird jetzt nach und nach das neue Corporate Design bekommen.

Welche Neuerung gefällt Ihnen persönlich am besten?

Wir haben einen neuen Firmenwagen angeschafft, einen PS-starken kleinen Flitzer, dem wir mit der Marketingunterstützung von Brillux ein tolles Renn-Outfit im „F.F. Winter“-Design verpasst haben. Da verbinden wir Spaß mit Arbeit, denn mit diesem Hingucker verhelfen wir unserer Firma bei jeder Fahrt zu noch mehr regionaler Präsenz. ◀

Kontakt Brillux

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

01 — Azubi-Anzeigen

Laaaaangweilig?

Nicht bei uns!

Ihr professioneller Partner für Malerarbeiten und Trockenbau

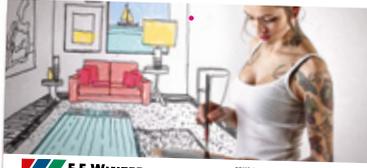


Wir bilden aus:
Maler und Lackierer (m/w)
Kaufmann/-frau für Büromanagement

Frau Nicole Winter freut sich auf Ihre Bewerbung.

F.F. Winter GmbH
 Spatzenweg 60
 48282 Emsdetten
 Tel. 02572 6186
 www.ff-winter.de

F.F. WINTER
 Malerbetrieb – Trockenbau



F.F. WINTER
 Malerbetrieb – Trockenbau

22 Jahre Qualität
 Spitzenarbeit
 4000 Mitarbeiter

Tel. +49 2572 6186
 Hauptwerkstatt
 www.ff-winter.de

2018	DEZEMBER	DECEMBER	DICEMBRE	DIEMBRE
49	3	4	5	6
50	10	11	12	13
51	17	18	19	20
52	24	25	26	27
1	31	1	2	3
2019	JANUAR	JANUARY	JANVIER	ENERO
1	31	1	2	3
2	7	8	9	10
3	14	15	16	17
4	21	22	23	24
5	28	29	30	31
2019	FEBRUAR	FEBRUARY	FÉVRIER	FEBBRAIO
5	28	29	30	31
6	4	5	6	7
7	11	12	13	14
8	18	19	20	21
9	25	26	27	28

03 — Kalender

02 — Stellenausschreibungen

Sicherheit und Perspektiven
 für engagierten
 Maler und Trockenbauer (m/w)!

Sind Farbe und Gestaltung Ihre Berufung? Verfügen Sie über Berufserfahrung? Liegt Ihnen verantwortungsvolles, selbstständiges Arbeiten? Zeichnen Sie hohe Motivation und Freude am Kundenkontakt aus? Haben Sie einen Pkw-Führerschein? Dann sollten wir uns kennenlernen. Wir suchen ab sofort!

Malergesellen und Trockenbauer (m/w)
 die unsere qualitätsorientierte Mannschaft ergänzen. Neben leistungsgerechter Bezahlung, einem guten Betriebsklima und abwechslungsreicher Tätigkeit erwartet Sie ein moderner Arbeitsplatz mit ausbaufähigen Perspektiven. Schicken Sie uns Ihre Bewerbung!

F.F. Winter GmbH
 Spatzenweg 60 | 48282 Emsdetten
 Tel. 02572 6186 | nicole.winter@ff-winter.de
 www.ff-winter.de

F.F. WINTER
 Malerbetrieb – Trockenbau

Sicherheit und Perspektiven
 für engagierten
 Maler und Trockenbauer (m/w)!



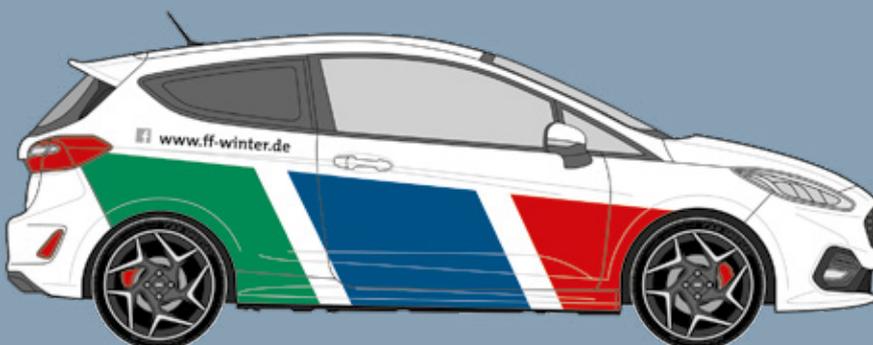
Sind Farbe und Gestaltung Ihre Berufung? Verfügen Sie über Berufserfahrung? Liegt Ihnen verantwortungsvolles, selbstständiges Arbeiten? Zeichnen Sie hohe Motivation und Freude am Kundenkontakt aus? Haben Sie einen Pkw-Führerschein? Dann sollten wir uns kennenlernen. Wir suchen ab sofort!

Malergesellen und Trockenbauer (m/w)
 die unsere qualitätsorientierte Mannschaft ergänzen. Neben leistungsgerechter Bezahlung, einem guten Betriebsklima und abwechslungsreicher Tätigkeit erwartet Sie ein moderner Arbeitsplatz mit ausbaufähigen Perspektiven. Schicken Sie uns Ihre Bewerbung!

F.F. Winter GmbH
 Spatzenweg 60 | 48282 Emsdetten
 Tel. 02572 6186 | nicole.winter@ff-winter.de
 www.ff-winter.de

F.F. WINTER
 Malerbetrieb – Trockenbau

04 — Firmenwagen



01 — Mit witzigen Motiven wirbt die F. F. Winter GmbH sehr erfolgreich um Auszubildende – der Hinweis auf den Facebook-Auftritt wird gern angenommen

02 — Rund 50 Mitarbeiter hat die F. F. Winter GmbH, Nachwuchssorgen gibt es nicht. Die Resonanz auf die klar gestalteten Stellenausschreibungen ist sehr gut

03 — Auf Ausbildungsplatzbörsen und Jobmessen kommen kleine Give-aways wie dieser Kalender oder Taschenwärmer gut an und halten den Betrieb langfristig in Erinnerung

04 — Der rasante Firmen-Ford ST 200 im Corporate Design ist unübersehbar



DEINE ZUKUNFT IST BUNT

Die Nachwuchsinitiative für das Maler- und Stuckateurhandwerk

**DEINE
ZUKUNFT
IST BUNT**

Der 1.500 m² große Stand auf der FAF in Köln: Brillux stellte hier die Neuerungen der Nachwuchsinitiative „Deine Zukunft ist bunt“ und der Brillux Akademie vor

Nachwuchs gewinnen und fördern

Den Nachwuchs im Maler- und Stuckateurhandwerk gewinnen, fördern und halten: An vier Messetagen hat sich Brillux auf der Fachmesse „Farbe, Ausbau & Fassade“ (FAF) in Köln mit den neuen Angeboten der **Nachwuchsinitiative „Deine Zukunft ist bunt“** und der Brillux Akademie präsentiert. Die Resonanz der Besucher zeigt: Der ganzheitliche Ansatz überzeugt

B Brillux Akademie
mehr als Weiterbildung



Neue Bildsprache: Auch visuell richtet sich „Deine Zukunft ist bunt“ in Kombination mit präzisen Botschaften nun stärker an die jeweilige Zielgruppe – von Schülerinnen und Schülern über Betriebe bis hin zu Eltern und Lehrern

Über 46.000 Besucher aus 110 Ländern kamen vom 20. bis 23. März in die Kölner Messehallen, um sich über die Neuheiten der

Branche zu informieren. Am Brillux Stand warteten erstmals keine Produkte, denn der Fokus lag komplett auf der Zukunft des Maler- und Stuckateurhandwerks: Wie kann es gelingen, die nachrückende Generation von Schulabgängern auf diese Handwerksberufe aufmerksam zu machen? Wie lassen sich junge Menschen von einer entsprechenden Ausbildung überzeugen? Und welche Möglichkeiten haben Betriebe, ihre Azubis langfristig von sich und dem Beruf zu überzeugen? Hier kommt der ganzheitliche neue Ansatz von Brillux zur Nachwuchsgewinnung und -förderung ins Spiel. Für

die Nachwuchsinitiative „Deine Zukunft ist bunt“ war die Messe zudem der Auftakt, um sich im neuen aufmerksamkeitsstarken Design zu präsentieren.

Nachwuchs gewinnen – mit „Deine Zukunft ist bunt“

Seit 2015 gibt es „Deine Zukunft ist bunt“ – die Brillux Antwort auf den gravierenden Nachwuchsmangel im Maler- und Stuckateurhandwerk und gleichzeitig ein direktes Serviceangebot. Zum Beispiel mit der Ausbildungs- und Praktikumsbörse auf der Website, die Betriebe und mögliche Bewerber zusammenbringt. Über 5.000 Betriebe in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind hier bereits registriert. Ran an die Zielgruppe – und das sind nicht nur potenzielle Azubis, sondern auch

Das Maler- und Stuckateurhandwerk wieder in den Fokus rücken



Schülergruppen informieren sich auf der FAF im Showtruck über die Berufe Maler und Stuckateur



Blickfang einer jeden Veranstaltung ist der 20 Meter lange Showtruck, den Innungen und Kreishandwerkerschaften für Veranstaltungen buchen können



Betriebe, Lehrer und Eltern: Im Rahmen von „Deine Zukunft ist bunt“ unterstützt Brillux die Betriebe mit dem kostenlosen Verleih von Messeständen dabei, sich offensiv zu präsentieren, etwa bei Schulveranstaltungen oder auf Handwerks- und Ausbildungsmessen. Jeder Messestand – es sind Indoor- und Outdoorstände sowohl für den Beruf Maler als auch für den Beruf Stuckateur verfügbar – kommt mit einem Werbemittelpaket; darin enthalten sind unter anderem Infoflyer mit den Schwerpunkten „Maler und Lackierer“ bzw. „Stuckateur“ und „Bewerbungstipps“. Das Highlight einer jeden Veranstaltung ist zweifelsohne der Showtruck, buchbar beispielsweise von Innungen, Landesinnungsverbänden und Kreishandwerkerschaften. An mehreren

Stationen können Jugendliche hier herausfinden, welche unterschiedlichen und für manche sicher auch überraschenden Facetten das Maler- und Stuckateurhandwerk mit sich bringt – eine gute Basis für einen Gesprächseinstieg und die Kontaktaufnahme mit möglichen Interessenten.

Aufmerksam machen: multimediale Präsenz bei der Azubiansprache

Die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt: Jugendliche brauchen einen realistischen Einblick in die Ausbildung, um besser einschätzen zu können, was sie >

Neue Bildsprache: Für das Fotoshooting trafen sich Azubis, Gesellinnen, Gesellen und ein Ausbilder in Münster



Sie benötigen einen Messestand? Sprechen Sie uns an!



erwartet. In der Neuausrichtung von „Deine Zukunft ist bunt“ wird dieser Tatsache Rechnung getragen – zum Beispiel über die neuen Berufeclips, die junge Menschen bei ihrer täglichen Arbeit als Maler bzw. Stuckateur zeigen. Ebenfalls unerlässlich: eine gezielte Ansprache auf den Social-Media-Portalen wie Instagram, YouTube und Facebook.

Aktion „Betrieb trifft Schule“ – ein Gewinn für beide Seiten

Einen Einblick in die Tätigkeiten im Maler- und Stuckateurhandwerk bekommen und mit anpacken – das wird für Jugendliche demnächst direkt in ihrer Schule möglich. So fiel auf der Messe der Startschuss für die Aktion „Betrieb trifft Schule“. Die Idee: Ausbildungsbetriebe gestalten gemeinsam mit einer Klasse einen Raum in der Schule. Auf diese Weise kommen die Mitarbeiter des Betriebs mit potenziellen Auszubildenden in Kontakt, während die Jugendlichen erfahren, was der Maler- bzw. Stuckateurberuf zu bieten hat.

Betriebe, die Interesse an der Aktion haben, können sich in ihrer Niederlassung oder bei ihrem Verkaufsberater melden. Brillux bringt die Betriebe dann mit den Schulen zusammen und stellt für jedes Projekt ein Materialpaket bereit. Bei den Messebesuchern kam die Aktion gut an – über 100 Betriebe haben sich vor Ort angemeldet. Die Schulen

können sogar doppelt profitieren. Neben der Gestaltung eines Raums winkt ihnen noch ein besonderer Gewinn: Wer die kreativste Dokumentation einreicht, hat die Chance, einen Tag mit Samy Deluxe und den DeluxeKidz zu gewinnen. Samy Deluxe, Unterstützer von „Deine Zukunft ist bunt“, ist Initiator dieses Vereins zur kulturellen Förderung von Kindern und Jugendlichen.

Samy Deluxe: prominenter Unterstützer des Maler- und Stuckateurhandwerks

Der Rapper Samy Deluxe setzt sich für die Nachwuchsinitiative ein. Eine Welt ohne Maler und Stuckateure? Für Samy Deluxe unvorstellbar. „Ich bin ein Fan von Können. Würden wir diese handwerklichen Berufe mehr nach außen tragen, würden sich auch mehr Leute in diesen Berufen wiederfinden“, so der Rapper im Video-Interview für „Deine Zukunft ist bunt“.

An einem der Messetage stand Samy Deluxe auch auf der Bühne des 1.500 m² großen Brillux Stands: Neben einem gesanglichen ➤



„Betrieb trifft Schule“: eine neue Aktion, die den Maler- und Stuckateurberuf – und damit die Betriebe – in die Klassenzimmer bringt

Für ihre Nachwuchswerbung auf Veranstaltungen wie Jobbörsen können sich Maler- und Stuckateurbetriebe Indoor- und Outdoor-Messestände bei Brillux ausleihen





Malerin Jessica Jörges und Gipser Felix Schröder, beide mit Kanälen auf Instagram vertreten, testeten am Messtisch das Videostudio der Brillux Akademie, in dem die Videos der Lernwelt entstehen



Neue Videos: Drei Azubis und ein Geselle erzählen, wie sie zu ihrem Beruf gekommen sind und wie ihr Arbeitsalltag aussieht. Abrufbar sind die Videos über www.dzib.de, www.dzib.at und www.dzib.ch

„Jeder Tag bringt Abwechslung.“

Auszubildende
Tara-Tanita Ziese
im Video

Zahlen, die alarmieren

Über zu wenig Aufträge können sich die meisten Betriebe nicht beklagen. Über zu wenig Mitarbeiter jedoch schon: Denn es mangelt an Fachkräften und Azubis, die die Aufgaben heute und auch in Zukunft zuverlässig auf hohem qualitativem Niveau erledigen können und damit langfristig die Existenz der Betriebe sichern. Die Zahlen sprechen eine eindeutige Sprache: Wollten im Jahr 2000 über 46.000 Jugendliche Maler und Lackierer werden, waren es 2018 nur noch rund 14.000.

Auftritt sprach er auch mit Jugendlichen am Stand darüber, warum er empfiehlt, eine Handwerksausbildung zumindest in Betracht zu ziehen – um einen Beruf zu erlernen, der zukunftssicher ist: „Solange wir auf der Welt sind, wird immer gebaut, getischlert, gemalt. Ich kenne einige Leute, die sich als Taxifahrer durchschlagen müssen. Die meisten haben mal irgendwas studiert – keiner von denen hat ein Handwerk erlernt.“ Der Rapper versteht den Claim der Nachwuchsinitiative „Deine Zukunft ist bunt“ zudem „auch als universellen Appell für eine bunte, diverse Gesellschaft. Das gefiel mir auf Anhieb.“

Mit der Nachwuchsgewinnung am Puls der Zeit

Die Reaktionen der Messebesucher zeigen, dass „Deine Zukunft ist bunt“ den Nerv der Branche trifft. Heinz Loges, Inhaber des Malerbetriebs Heinz Loges GmbH in Haltern am See, hat sich mit einigen Mitarbeitern im Showtruck umgeschaut: „Dass Brillux sich um die Gewinnung und Förderung des Nachwuchses kümmert, finde ich echt phänomenal. Diese Weitsicht zu sagen: Ich möchte nicht nur einen Pott Lack verkaufen, sondern will auch dafür sorgen, dass dieser in zwanzig Jahren noch fachgerecht verarbeitet werden kann – das ist schon allerhand.“

Frank Dusny, Leiter Strategisches Marketing bei Brillux, formuliert ein eindeutiges Ziel: „Wir haben eine ganz klare Botschaft ans Maler- und Stuckateurhandwerk: Gemeinsam mit den Betrieben, den Innungen und den Landesinnungsverbänden wollen wir die Problematik in den nächsten Jahren intensiv angehen. Wir können alle Betriebe nur dazu aufrufen und motivieren, sich unserer Initiative anzuschließen, sodass wir gemeinsam die Zukunft dieses Handwerks sichern können.“

Nachwuchs fördern – mit der Ausbildungspartnerschaft der Brillux Akademie

Dafür, dass die Produkte auch in ein, zwei oder drei Dekaden noch professionell verarbeitet werden können, muss allerdings mehr geschehen, als allein Nachwuchs zu gewinnen. Denn so wichtig es ist, junge Menschen zu einer Ausbildung zu bewegen,

so notwendig ist es auch, die Auszubildenden zu halten und zu fördern. Denn die Quote der Abbrecher liegt mit 41,6 Prozent in unakzeptablen Höhen.

Genau hier setzt die Brillux Akademie an, in der die Grundidee von „Deine Zukunft ist bunt“ weitergedacht wird: Erstmals zur Messe präsentierte die Akademie ein Paket an unterstützenden Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen für Azubis und Ausbilder, das unter dem Dach der Brillux Ausbildungspartnerschaft zusammengefasst ist. Noch während der FAF haben über 400 Betriebe die auf fünf Bausteinen basierende Ausbildungspartnerschaft abgeschlossen. „Die ersten Resonanzen auf der Messe waren überwältigend – darüber freuen wir uns riesig“, so Lukas Schulze Brock, Leiter der Brillux Akademie. „Wir glauben fest daran, dass wir mit der Ausbildungspartnerschaft Potenzial haben, die Ausbildungsplätze unserer Betriebe zu den besten im Handwerk zu machen.“

„Mit ‚Deine Zukunft ist bunt‘ und den Angeboten der Akademie möchten wir möglichst vielen Betrieben als starker Partner bei der Nachwuchsgewinnung und -förderung zur Seite stehen“, resümiert Frank Dusny. „Die FAF war dafür ein gelungener Auftakt.“ Detaillierte Informationen zur Ausbildungspartnerschaft erhalten Sie ab Seite 66. ◀



Prominenter Unterstützer: Rapper Samy Deluxe kann sich nur schwer eine Welt ohne Maler und Stuckateure vorstellen. Während der FAF trat er live am Brillux Stand auf und sprach mit Jugendlichen darüber, wie er seine Leidenschaft zum Beruf gemacht hat

„Eine Welt ohne Maler und Stuckateure? Unvorstellbar!“

Rapper Samy Deluxe unterstützt „Deine Zukunft ist bunt“



Gezielte Förderung während der Ausbildung: Die Brillux Akademie bietet im Rahmen der Ausbildungspartnerschaft ein umfassendes Programm für Azubis und Ausbilder im Maler- und Stuckateurhandwerk an

Ein Plus für Ihre Auszubildenden

Spaß, Abwechslung und Anerkennung bei der Arbeit, Wertschätzung und Belohnung durch den Chef – all das erwarten junge Berufseinsteiger heute. Mit einer **Ausbildungspartnerschaft der Brillux Akademie** machen Sie Ihre Ausbildungsplätze zu den angesagtesten im Handwerk

Wer die Qual der Wahl hat und sich den Ausbildungsplatz frei aussuchen kann, schaut vor seiner Entscheidung ganz genau hin. Junge Berufseinsteiger sind heute zu Recht anspruchsvoll. Brillux unterstützt Sie und Ihren Betrieb deshalb dabei, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren: Die neuen Azubi-Lernprogramme der Brillux Akademie bieten greifbaren Mehrwert und Ihren Azubis obendrein die Chance, vielfältige Inhalte außerhalb Ihres Betriebs in neutraler Umgebung kennenzulernen. Vom Umgang mit Dispersionsfarben über erfolgreiche Kundengespräche bis zum Zeitmanagement beim Lernen: Die umfassende Grundausbildung und Prüfungsvorbereitung ihrer Azubis ist für Ausbildungs-

betriebe kaum zu leisten. Hier greifen die Azubi-Lernprogramme. Sie lassen sich in fünf einander ergänzende Module (s. rechts) unterteilen und bieten passende Inhalte für jedes Ausbildungsjahr. Entscheiden Sie sich für eine kostenlose Ausbildungspartnerschaft mit der Brillux Akademie, garantiert diese Ihren Azubis die vergünstigte Teilnahme an allen verfügbaren Lernangeboten – und macht Ihren Betrieb für ambitionierten Nachwuchs noch interessanter.

Voraussetzungen:

- Sie sind Brillux Kunde.
- Sie bilden aus.
- Ihr Betrieb nimmt als registriertes Unternehmen an der Initiative „Deine Zukunft ist bunt“ teil (S. 58).

Auch wer keine Ausbildungspartnerschaft eingeht, kann vereinzelte Angebote problemlos buchen – sie kosten dann allerdings teilweise mehr. Gut zu wissen: Neben den Trainingsangeboten für die Azubis selbst gibt es auch kompakte Qualifizierungsangebote für die verantwortlichen Ausbilder in Ihrem Betrieb. ◀



Brillux Akademie

Fördern und motivieren Sie Ihren Nachwuchs mit außergewöhnlichen Lernangeboten: Registrieren Sie sich noch heute für Ihre Ausbildungspartnerschaft! brillux.de/ausbildungspartnerschaft

Ausbilderseminare

Der Ausbildungserfolg hängt auch von der Qualifikation des Ausbilders ab. Das Ausbildertraining besteht aus drei Modulen, sie sind als Paket oder einzeln buchbar:

- die Probezeit gestalten
- betriebliches Lernen gestalten
- Leistungen feststellen, bewerten und Beurteilungsgespräche führen

Ausbilder werden intensiv und praxisnah von Experten geschult. Wer alle drei Module absolviert, erhält ein Zertifikat.

brillux.de/qualifizierungsprogramme

„Fit für den Job“-Seminare

Hier eignen sich die Teilnehmer persönliche, soziale und methodische Kompetenzen an (Soft Skills).

- eintägige Azubi-Seminare | max. zwölf Teilnehmer | 70 Euro bzw. 140 Euro ohne Ausbildungspartnerschaft
- Für jedes Ausbildungsjahr gibt es zwei unterschiedliche Seminare.

brillux.de/azubiseminare

Azubi-Technik-Tage und KompaktKurse

Jeder Handgriff im Handwerk will geübt sein. Hier trainieren die Teilnehmer alltägliche und komplexe Techniken.

- eintägige Azubi-TechnikTage | kostenlos bzw. 70 Euro ohne Ausbildungspartnerschaft | Themen: Dispersionen und Spachtelmassen, Lacke, Wärmedämmverbundsysteme
- zweistündige Azubi-KompaktKurse in den Brillux Niederlassungen | kostenlos | Themen: Abkleben, Böden und Tapeten

brillux.de/azubi-techniktage
brillux.de/azubi-kompaktkurse

Wir sind Ausbildungs- partner

 **Brillux
Akademie**

Azubi-Talent-Forum

Auf die besten Azubis aus Ausbildungspartner-Betrieben warten hier fachliche Highlights und tolle Freizeiterlebnisse.

- einwöchiges Schulungs- und Freizeitprogramm am Brillux Campus in Münster | inkl. Verpflegung und Unterkunft im Gästehaus B-Wohnen | kostenlos | jeweils zwölf Teilnehmer (findet halbjährlich statt)

Bewerbungsmöglichkeit unter brillux.de/azubi-talentforum

E-Learning in der Brillux Lernwelt

Die Online-Lernangebote in der Brillux Lernwelt ergänzen die Präsenzausbildung und vertiefen deren Inhalte. Konzipiert von Experten aus Handwerk und Medienpädagogik.

- rund um die Uhr verfügbar, individuell relevante Lerninhalte lassen sich jederzeit kostenlos aufrufen
- vielfältige Lernformate: Online-Kurse und Videos, Zugriff auf 2.000 Lernvideos der simpleclub-App

Zugang zur Lernwelt unter brillux.de/akademie-lernwelt

ANBLICK



Guck mal, wer da guckt!

Nachbarn, die ständig am Fenster hängen, nerven meist. Diese gigantische Giraffe in Argentiniens Hauptstadt Buenos Aires aber darf das: Sie schaut aus einem riesigen Fenster – gemalt auf einen 13-stöckigen Wohnblock im Stadtteil Monte Castro. Für ihren Erschaffer Alfredo Segatori (aka Pelado) lag die Motivwahl nahe: „Mir gefiel die Idee, eine Giraffe zu malen – wegen ihres langen Halses und der Höhe des Gebäudes.“ Buenos Aires gilt als Eldorado für Fans großer Wandbilder. Denn Street-Art-Künstler dürfen hier malen, was und wo sie wollen, sofern die Eigentümer einverstanden sind. Auch bieten sich die vielen verlassenen Gebäude in der Stadt als Leinwände für großflächige Kunstwerke geradezu an.

Impressum

Herausgeber

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

Kontaktadresse

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

Redaktion und Gestaltung

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

Autoren

Wiebe Bökemeier, Karina Bostelmann, Ralf Krämer, Gaby Ullmann

Erscheinungsweise

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

Redaktioneller Hinweis

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



„Die Helden des Alltags tragen keine Orden.“

Fred Ammon (*1930), deutscher Aphoristiker



PS: Einige benötigen
einen Umhang, eine
Maske oder Rüstung ...

**WER
DÄMMT,
GEWINNT.**

Brillux
..mehr als Farbe



20643/335/170619

ERLEBE UNSER BLAUES WUNDER.



Qju – das einzigartige WDV-System

Systematisch einfach besser und effizienter dämmen: Mit clever aufeinander abgestimmten Komponenten und erstklassigem Equipment arbeiten Sie jetzt noch schneller, sauberer, sicherer, exakter, leichter, flexibler, ökologischer!

Jetzt informieren unter www.brillux.de/qju

Brillux
..mehr als Farbe