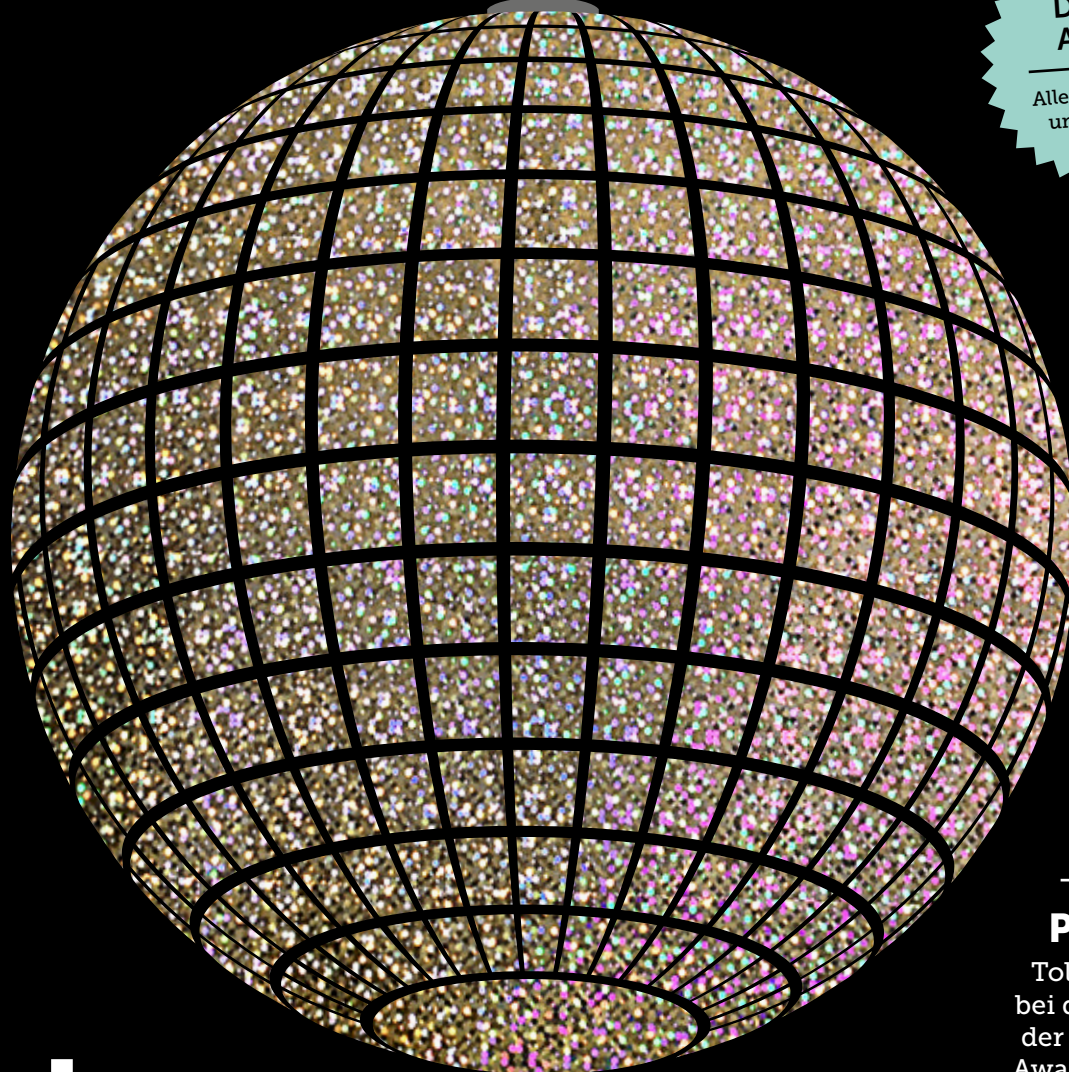


MARKT IMPULSE

**Design
Award**

Alle Preisträger
und Objekte



Feiern, aber richtig!

Ein rauschendes Fest macht Ihr Team glücklich, bringt neue Kunden und lässt Ihren Betrieb in der Öffentlichkeit strahlen. Also, worauf warten Sie noch?

Premiere

Tolle Stimmung bei der Verleihung der ersten Design Awards in Münster

Zweites Standbein

Warum die Gerhard Schmitz GmbH wieder auf Privatkunden setzt





Michael Bauer (rechts)
und sein Mitarbeiter
Andreas Pomper auf
ihrer Lieblingsbaustelle

„Pingeligkeit verstehe ich als Qualitätsmerkmal!“

Diesem Selbstanspruch verdankt Michael Bauer auch den Dauerauftrag im Zwickauer Johannisbad: Sein Betrieb maler-creativ kümmert sich darum, dass der Jugendstilklassiker wunderschön erhalten bleibt. **Mehr auf Seite 52**

INHALT

Und, wann haben Sie das letzte Mal die Korken

knallen lassen? Wenn Sie jetzt erst in Ihren Unterlagen nachschauen müssen, wann Sie mit Ihrem Unternehmen gebührend gefeiert haben, ist es definitiv zu lange her. Dann wird es dringend mal wieder Zeit, auf die Qualität Ihrer Arbeit anzustoßen. Notieren Sie sich ein Betriebsfest auf Ihrer Agenda für 2020/21 – auch wenn kein rundes Jubiläum ansteht. Es gibt immer gute Gründe zum Feiern. Und damit meinen wir nicht nur, dass es einfach Spaß macht. Das tut es, ehrlich gesagt, vor allem den Gästen. Eine Party wird Ihnen und Ihrem Team im Vorfeld Arbeit bescheren. Aber dafür freuen Sie sich im Anschluss über neue Kunden. Eine Eventmanagerin erklärt in unserer Titelgeschichte ab Seite 10, wie eine gut durchdachte Veranstaltung zum praktischen Marketingtool wird.



10

FESTE FEIERN

10 So lassen Sie es krachen

Wann? Wer? Wo? Wie? Eventmanagerin Bettina Brosien erklärt, wie ein Fest zum Knaller wird – inklusive Partyplaner

20 Mit wem würden Sie gerne mal eine Party feiern?

Die Betriebsumfrage

58 So feiert die Welt

Mit Farbexplosionen, Wunschlichtern und Eisfantasien

Coverthemen sind farbig markiert



34



HORIZONTE

06 Zum Dahinschmelzen

Gigantische Eiskunst, akribisch in den Schnee gestampft

08 Rot

Die Farbe symbolisiert das Glück – steht aber auch für Gefahr

34 Brillux Design Award

Am 23. September wurde die Auszeichnung zum ersten Mal verliehen – eine gelungene Premiere

50 Engagement lohnt sich

Andreas Steinert, Experte für Corporate Social Responsibility, über die Wirkung sozialen Engagements

24

ZU BESUCH

24 Achtung und Austausch

In der Gerhard Schmitz GmbH hört man genau hin, wenn 100 Mitarbeiter untereinander Ideen austauschen

52 Ecken und Kanten?

Nicht an der Wand – die dürfen im Zwickauer Betrieb maler-creativ nur die Menschen zeigen

68 Schutzpatron in Streetwear

Glasgow: warum der beliebte Beschützer von Schottlands Hauptstadt einen Vogel hatte

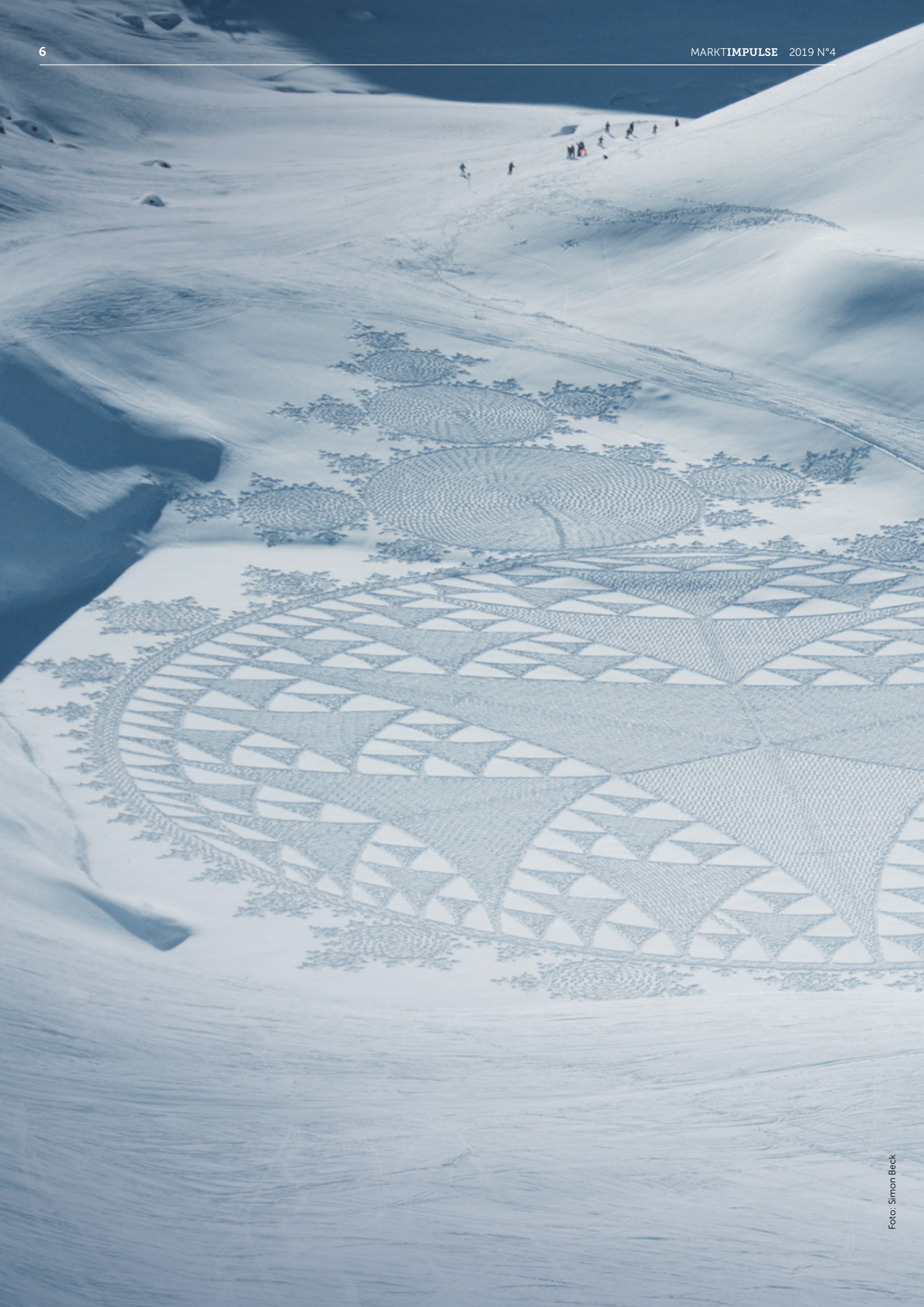


SERVICE

32 Meldungen

64 Marketingunterstützung

66 Deine Zukunft ist bunt



Spuren im Schnee

FRANZÖSISCHE ALPEN

Nur aus der Luft sind sie zu erkennen: riesige Ornamente in unberührten Schneefeldern. Snow Art nennt Simon Beck die spektakulären Kunstwerke, die er mit seinen Fußabdrücken in den Schnee der französischen Alpen zaubert. Bis zu drei Fußballfelder groß sind sie, etwa zwölf Stunden arbeitet er daran – ausgestattet mit Kompass, Karte, Maßband und Schneeschuhen. Oft zieht er bereits nachts mit der Stirnlampe los. Während der ersten zwei Stunden stapft er die Grundlinien des Werks in den Schnee, dann folgen Muster und Schraffuren. Kaum fertig, gilt es, schnellstmöglich ein Foto zu machen – bevor Pistenraupen, Skifahrer, Gleitschirmflieger oder Schneestürme alles wieder zerstören.

ROT

Temperamentvoll, dynamisch und belebend – die Farbe Rot stärkt unsere Willenskraft und unsere Bereitschaft, aktiv zu werden. Rot **symbolisiert das Glück und die Liebe**, steht aber zugleich warnend für Aggression und Gefahr

Scharf, schärfer, Chilischoten! Gut, dass sie immerhin warnend die **Farbe offizieller Gefahrenlabels** tragen! Denn während milde Peperoni nur ein angenehmes Brennen im Mund verursachen, können die schärfsten Chilisorten Atemnot und Kreislaufzusammenbrüche verursachen.

„Rot schirmt sich ab. Keine Farbe ist so territorial. Es steckt sein Revier ab, ist auf der Hut gegenüber dem Spektrum.“

Derek Jarman (1942–1994),
britischer Filmregisseur

Ob lebenswerter „Käfer“ oder rasanter Ferrari – wer ein rotes Auto fährt, outet sich laut Psychologen im Straßenverkehr als **impulsiv, lebensfroh, extrovertiert** und kontaktfreudig.

Fotos: Shutterstock (Iryna Mandryka, MasterQ, ShadeDesign, Piotr Wawrzyniak, RTRO)

Scharlachrot **ZINNOBERROT**



Rot findet sich auf
74%
 aller Nationalflaggen



Beim Kupferabbau nahe der schwedischen Stadt Falun entdeckte man im 16. Jahrhundert ein rotes Pigment, das schlichten Holzhäusern die Farbe repräsentativer Backsteinbauten verlieh. Über die Jahrhunderte wurde dieses **Falunrot zur klassischen Farbe** der Schwedenhäuser.



Rot trägt der Weihnachtsmann seit 1931. Grafiker Haddon Sundblom verpasste ihm das Outfit als **globale Werbefigur** von Coca-Cola und prägte so unser Bild von ihm.



Stilkarten zur Farbe Rot

Prächtiges Rot leuchtet kraftvoll und energiegeladen, wirkt leidenschaftlich und sinnlich. Weil kräftige Rottöne aufputschen, eignen sie sich gut für Arbeits- und Wohnräume – sollten im Schlafzimmer aber nur sparsam dosiert auftauchen.

Anders die ruhigeren, natürlichen Rottöne: **Erdiges Siena** streichelt die Seele, begeistert Italienfans und Genießer. Diese Erd- und Terrakotta-Nuancen stehen für alte Traditionen und ein entspanntes Lebensgefühl, sie vermitteln mediterrane Wärme und Behaglichkeit.

FEUERROT Karminrot Knallrot Purpurrot RUBINROT Weinrot



plus
Partyplaner

Feste feiern

Ausgelassenheit schenkt Energie, Gespräche mit Kollegen, Freunden und Fremden beflügeln. **Kurz: Feiern macht Menschen glücklich.** Doch es gibt noch einen weiteren positiven Effekt: Ein Betriebsfest ist das perfekte Marketinginstrument, um Kunden zu akquirieren und Ihren Betrieb und die Qualität Ihrer Arbeit der Öffentlichkeit zu präsentieren. Also, worauf warten Sie noch?

War das ein toller Abend!" Diesen Satz hört jeder Gastgeber gern. Eine gelungene Feier bleibt nicht nur den Kollegen

im Gedächtnis, auch Kunden und Geschäftspartner können so begeistert und gebunden werden. Doch wie schmeißt man ein unvergessliches Fest? Bettina Brosien, Eventmanagerin und Geschäftsführerin der Agentur „Ereignisreich“ in Hamburg, erklärt, was eine gelungene Betriebsfeier wirklich benötigt, was man unbedingt vermeiden sollte, wie man sie plant und durchführt. Ihr Credo: „Jeder kann eine außergewöhnliche Party auf die Beine stellen!“

Gründe und Ziele

Gute Gründe für eine Feier gibt es viele. Zum Beispiel, Danke zu sagen, die Kollegen zu motivieren oder neue Kunden zu akquirieren. Damit dieses Ereignis ein voller Erfolg wird, bietet sich eine Jahreszahl als Aufhänger an, erklärt Bettina Brosien: „Ein Jubiläum ist für einen Malerbetrieb an sich schon ein Qualitätsmerkmal. Nicht umsonst existiert ein Unternehmen so lange Zeit! Dafür muss nicht auf einen runden Geburtstag gewartet werden. Es gibt magische Zahlen wie die 7, die 11, die 13, die 22 oder 33, die auch bei der Presse sehr beliebt sind.“

Wichtig ist, dass mit der Inszenierung des Jubiläums ein Ziel, eine Leitidee an die Veranstaltung gekoppelt wird: Steht vielleicht eine Generationsübergabe bevor? Wollen Sie Ihren neuen Urlaubsservice bekannt machen? Azubis finden? Zur Veranschau-

Wenn 60 Leute zusagen, kommen nur 54. Planen Sie grundsätzlich mit ca. 10 % weniger Gästen

lichung entwerfen wir folgendes Szenario: Ihr Betrieb hat 20 Mitarbeiter; Sie feiern Ihr 22-jähriges Firmenjubiläum auf Ihrem eigenen Betriebshof; Sie möchten Ihre Mitarbeiter belohnen; Sie möchten mit dem anschließenden positiven Feedback Ihr Image pflegen, um so potenzielle Kunden zu überzeugen. Stellen Sie sich im ersten Schritt diese drei Fragen:

- Was und wen will ich erreichen?
- Welche Botschaften will ich nach innen (Mitarbeiter) und nach außen (Presse, Bestands- und potenzielle Kunden) kommunizieren?
- Welche konkrete Summe bin ich bereit zu investieren?

Haben Sie diese Fragen beantwortet, kann die Planung losgehen. Zur Übersicht finden Sie auf Seite 18 eine Zeitleiste.

Gäste und Kosten

Laden Sie, zusätzlich zu Ihren 20 Mitarbeitern, weitere 40 Gäste ein: 30 zufriedene (Stamm-)Kunden und Geschäftspartner, plus 10 weitere. Hierzu zählen die lokale Presse, potenzielle Kunden (durchforsten Sie Ihre Adressliste nach Karteileichen), ein Ehrengast wie der Bürgermeister Ihres Ortes oder ein Vertreter Ihrer Handwerkskammer oder Innung. Seien Sie mutig: Bitten Sie einen dieser prominenteren Gäste, eine ➤

Planung Party 2020

- Wann? welcher Monat,
welcher Wochentag?

- Was und wen will ich
eigentlich erreichen? €

- Welche Botschaften will ich
kommunizieren?

- Welche konkrete Summe
kann ich investieren?



Das Drumherum

- wie dekoriere ich die Halle? ★
- Wimpel, Tischdecken, Kerzen, Servietten – alles in Logo-Farben!/?

- ~~Hüpfburg~~ Melli von nebenan fragen, ob sie die Animation übernimmt
- Hussen für Biertischgarnituren
- DJ oder ~~Band~~?



kurze Rede (nicht länger als zehn Minuten!) zu halten. Das lockt die Presse an, die Ihnen wiederum Gratiswerbung verschafft. Das Budget sollte ab 100 Euro pro Person liegen. Rechnen Sie also insgesamt mit mindestens 6.000 Euro. „Erschrecken Sie nicht vor größeren Summen“, empfiehlt die Expertin, „ein Betriebsfest ist eine Investition in das Marketing, in die Zukunft der Firma.“ Ab einer Summe von 25.000 Euro bekommt die Feier eine Dimension, für die es sich lohnt, einen externen Partyplaner zu engagieren. Denn der bringt weitere Ideen und ein gutes Netzwerk mit.

Stimmung und Ambiente

Unabhängig davon, ob Sie sich für einen gemieteten Raum, ein Restaurant oder Ihre Firmenräume entscheiden, die Eventmanagerin empfiehlt: „Lieber zu klein als zu groß.“ Die Laune rauscht in den Keller, wenn sich die Gäste im Raum verlieren – so kommt niemand ins Gespräch. Feiern Sie auf Ihrem Betriebsgelände, nutzen Sie die einmalige Möglichkeit, eine Führung anzubieten und Ihr Unternehmen im besten Licht zu präsentieren. Sie haben nichts zu verbergen: Ihre Gäste dürfen gern sehen, wie professionell und kundenfreundlich Sie arbeiten. In der eigenen Location ist die Ausstattung besonders wichtig: Dekorieren Sie in Ihren Logo-Farben mit Lampions,

**Ein guter DJ hält
keine Rede – das
tun Sie**



Bettina Brosien organisiert seit 22 Jahren Firmenevents und Unternehmensreisen weltweit

Wimpeln, Tischdecken, Servietten, Hussen für Biertischgarnituren. Dafür braucht es keinen Raumausstatter. Sie finden all das im Internet, auch zum Leihen. Was nicht fehlen darf: Sonnen- und Regenschutz, warme Decken und Windlichter für den späteren Abend – und vor allem gute Musik. Wählen Sie einen DJ nach zwei Kriterien aus: 1. Er muss massenkompatibel auflegen, er darf also nicht nur seine eigene Lieblingsmusik spielen. 2. Ein guter DJ hält keine Rede – das tun Sie.

Gastronomie und Spaß

„Weniger ist mehr – Buffetberge und Bonbonregen sind nicht nötig“, erklärt Bettina Brosien. „Und bieten Sie nichts an, was auf jedem Stadtfest oder jeder Möbelhauseröffnung üblich ist – wie die Nackenkarbonade vom Schwenkgrill und den Bierwagen. Das ist zwar lecker, aber nicht überraschend.“ Wie wäre es stattdessen mit einem Foodtruck, einer Bierverkostung durch eine kleine Privatbrauerei oder einer Weinprobe mit einem Händler aus Ihrer Region? Das ist nicht viel teurer, aber individuell – und das Servicepersonal bekommen Sie inklusive. Auf einer Betriebsfeier darf unbedingt gelacht werden, erklärt die Eventmanagerin: „Bieten Sie Ihren Gästen doch in einer Mini-Ausstellung eine Zeitreise – die Poster erstellen Sie über das Internet – und zeigen Sie so, wie der Seniorchef einst mit Vokuhila aussah und der Juniorchef als Baby mit ➤

Pinsel experimentierte.“ Humor verbindet und bietet allen ein Gesprächsthema. Für ein schönes Pressefoto können Sie auch mit Ihrer Mannschaft eine Torte mit ihrem Slogan und einem Firmenfoto anschneiden. Die Hüpfburg dürfen Sie hingegen weglassen. Engagieren Sie besser eine Kinderanimatorin (gibt es ein größeres Nachbarkind, das sich etwas dazuverdienen will?), die mit den Kleinen Schilder bemalt oder mit Spraydosen eine Rigipswand zur Erinnerung an diesen Tag verschönert.

Auch die großen Gäste mögen ein originelles Rahmenprogramm. So könnte einer Ihrer Azubis kleine Farbtöpfe vorbereiten, in denen sich jeder Gast seine Wunschfarbe selbst zusammenmischt – ein kreatives Geschenk zum Mitgeben. Um unterschiedliche Menschen zusammenzubringen, eignet sich Sport besonders gut. Mieten Sie beispielsweise einen XXL-Kicker und lassen Sie Kunden gegen Mitarbeiter spielen. Oder kaufen Sie sechs Mini-Tischtennisplatten und machen Sie aus dem „Rundspielen“ ein Gewinnspiel: Wer siegt, darf eine Platte mit nach Hause nehmen. Gut funktionieren auch Glückssradspiele, wenn sie mit Rabatten auf die von Ihnen angebotenen Leistungen gekoppelt werden. Die Kunden freuen sich über die Ermäßigung beim neuen Anstrich ihrer Fassade und Sie sich über die neuen Kundenaufträge.

Mieten Sie einen XXL-Kicker und lassen Sie Kunden gegen Kollegen spielen

Kommunikation und Kreativität

„Wer feiert, muss drüber reden“, betont Bettina Brosien. „Kündigen Sie Ihre Betriebsparty auf mehreren Kanälen an: erst mit einer persönlichen Save-the-Date-Karte per Post (Mitarbeiter freuen sich über eine Karte am Spind), dann in Ihrer E-Mail-Signatur und auf Ihren Geschäftsbriefen. Überraschen Sie Ihre Kunden bei jeder E-Mail mit einer kreativen Zahl: In den vergangenen 22 Jahren haben wir 1.111 Liter Farbe verstrichen; ... sind wir 22.222 Kilometer gefahren; ... haben wir 4.444 Meter Abdeckplane geklebt. Auf den Social-Media-Kanälen können Sie einen Countdown runterzählen, immer versehen mit einem schönen Foto, um Spannung aufzubauen.“ Das ist arbeitsintensiv, lohnt sich aber. Dasselbe gilt auch für die Nacharbeit: Kurz nach der Feier versenden Sie Dankeskarten und -E-Mails, wenn möglich mit einem Link zu einem Artikel über die Feier und drei aussagekräftigen Fotos. Große Reichweite erzielt auch eine persönliche Danksagung in Form einer Zeitungsanzeige. Und haben Sie das alles erledigt, genießen Sie Ihren Erfolg. Aber bitte nur kurz – denn Sie wissen ja: Nach der Feier ist vor der Feier. ◀

Essen & Trinken

- Foodtruck bestellen?
(Lieber Burger oder Burritos?)
 - Deal mit Weinladen aus dem Ort interessant?
(Ist ja auch Werbung für ihn!)
 - Oder Bierprobe mit ausgefallenen Biersorten?
- Wie viel teurer wird das?



To-do-Liste

12 Monate

Leitidee entwickeln,
Datum festlegen, Budget
setzen

8 Monate

Spinnen erlaubt: kreativ sein
(Mitarbeiter einbeziehen),
Planungsteam benennen
(höchstens 3 Personen), Inhalte
ausdenken, Location suchen
und checken, Gastronomie
recherchieren

6 Monate

Gästeliste erstellen, Save-
the-Date-Karten versenden,
versehen mit Datum, Uhrzeit
und einem persönlichen
Spruch. Post auf Social-Me-
dia-Plattformen: „Achtung!
Nur noch 180 Tage bis zum
Jubeln!“

3 Monate

Persönliche Einladungen
verschicken, Detailprogramm
(Gastronomie, Entertainment
wie Musik und Spielangebote
etc.) ausarbeiten und fixieren

1 Monat

Öffentlichkeitsarbeit vorbe-
reiten: Kontakte zu Wochen-
und Anzeigenblättern knüp-
fen, Social-Media-Kanäle mit
Details bestücken

1 Woche

Übersicht: Wann müssen
die Beteiligten vor Ort sein?
Was muss wo stehen? Wer
baut was auf? Fehlt noch
etwas?

2 Wochen

Internet-Shopping: Give-
aways, Gewinne, personali-
sierte Deko etc. ordern

3 Wochen

Gästemanagement: Wer
kommt? Wer hat abgesagt?
Telefonisch nachfassen bei
Gästen, die sich nicht zurück-
gemeldet haben – und freund-
lich ein zweites Mal einladen

2 Tage

Eigene Personalplanung:
Wer betreut welche Gäste?
Wer steht der Presse zur
Seite? Wer steuert die
Dienstleister?

1 Tag

Generalprobe: Aufbauen mit
allen Gewerken. Letzter Check
der Technik

1 Stunde

Jetzt gibt's kein Zurück:
Partyoutfit anziehen,
ruhig bleiben, erst die
Vorfreude, dann die Party
genießen

Ganz Wichtig!!

- Musik muss allen gefallen
- Bloß keine Endlosreden
- Getränke immer kalt
- Essen immer heiß
- Mit jedem Gast ein paar Worte wechseln

3 Tage
danach

Bestandsaufnahme mit dem Team: Was lief super? Was ist verbesserungswürdig? Danksagungen versenden. Durchatmen!

1 Tag
danach

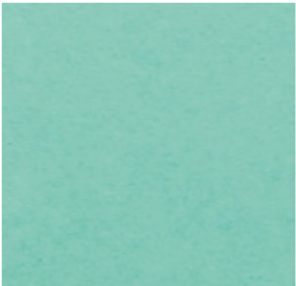
Fazit: Aufräumen, Kopfschmerztabletten für alle parat haben, Fotos sichten

Das Fest
beginnt



Mit wem würden Sie gerne mal eine Party feiern?

Der Malerbetrieb Gerhard Schmitz freut sich in diesem Jahr über das **95-Jahre-Firmenjubiläum** – man ist also in Feierlaune! Wir haben nachgefragt, mit wem die Mitarbeiter in Duisburg es gerne mal krachen lassen würden ...





Meine größte Leidenschaft ist die Musik

Ich arbeite seit über drei Jahrzehnten bei Schmitz, schon mein Vater war hier. Doch meine größte Leidenschaft ist die Musik, privat trete ich regelmäßig mit einer Band auf. Ein Traum ginge für mich in Erfüllung, wenn ich mit Jim Kerr feiern könnte. Das ist der Frontman der Simple Minds – einer meiner absoluten Lieblingsbands!

Dieter Konetzki, 55
Altgeselle, seit 34 Jahren im Betrieb

Kennt immer die passende Musik



Mit dem Team, direkt auf der Baustelle!

Feiern? Das sollte man eigentlich ruhig spontan machen. Zum Beispiel nach getaner Arbeit mit dem Team, direkt auf der Baustelle. Und zwar ohne große Vorbereitung, also ohne aufwendiges Tamtam. Da würden wir mal allen zeigen, wo der Frosch die Locken hat!

Ingo Haas, 56
Werksleiter im Korrosionsschutz, seit 25 Jahren im Betrieb

Lautes Tröten? Eigentlich nicht sein Ding!



Nicht ohne meine Kumpels

Party? Dafür braucht es auf jeden Fall gute Musik, selbstverständlich auch ausreichend Getränke, und natürlich gehören für mich persönlich zu einer gelungenen Party auch meine Freunde. Ohne gute Kumpels geht gar nix, würde ich sagen. Mit ihnen kann ich überall gut feiern.

Nico Schubert, 24
Malergeselle und angehender Korrosionsschutz-Techniker,
seit vier Jahren im Betrieb

Halb Einhorn, halb Maler – und bald auch noch:
Korrosionsschützer!



Der Seniorchef soll dabei sein

Wenn wir feiern, dann habe ich einen großen Wunsch: Unser Seniorchef, Heinrich Gerhard Schmitz, soll dabei sein. Ich kenne ihn seit einem halben Jahrhundert. Er gehört unbedingt dazu. Doch die anderen Kollegen dürfen natürlich auch nicht fehlen – viele von uns sind schon lange dabei.

Karl-Heinz Brinkmann, 79
Prokurist, seit 49 Jahren im Betrieb

Das Outfit trägt: Schon ewig dabei, hat nie blaugemacht



Entspannt zusammen Hugos trinken

Eine Party? Nicht ohne meine beste Freundin und nicht ohne meine Mama! Beide sind mir unheimlich wichtig, mit ihnen kann ich alles teilen – also auch die guten Zeiten! Wir würden ganz entspannt zusammen Hugos trinken, Musik hören, dabei vielleicht etwas spielen oder uns einfach nur fröhlich unterhalten.

Alexandra Otten, 22
Malergesellin, seit drei Jahren im Betrieb

Nicht nur als frischgebackene Gesellin tanzt sie in der ersten Reihe!



Auch gerne mal mit den Kollegen

Wenn man eine super Truppe ist, dann feiert man gerne auch mal mit den Kollegen. Und genau das werden wir dieses Jahr zum Firmenjubiläum natürlich auch tun – darauf freue ich mich schon. Privat gehört für mich zu einer gelungenen Feier unbedingt meine Familie.

Manuela Wolf, 57
Leiterin Rechnungswesen, seit 35 Jahren im Betrieb

Weiß, wo die Blumen sind, und hat auch sonst den Überblick



01

Offener Austausch

Die Korrosionsschutz- und Malerbetriebe Gerhard Schmitz GmbH aus Duisburg sind breit aufgestellt. Ein **Ortsbesuch im Ruhrgebiet** beweist: Es gibt hier eine Menge zu tun – und dennoch genug Zeit, um miteinander ins Gespräch zu kommen



03

01 — Prokurist Karl-Heinz Brinkmann denkt mit fast 80 Jahren eher an neue Projekte als an den Ruhestand

02 — Heinrich Gerhard Schmitz, Sohn des gleichnamigen Firmengründers und Vater des heutigen Geschäftsführers, stieg im Jahr 1950 in den elterlichen Betrieb ein

03 — Vor gut vier Jahren kam Bauingenieur Sascha Sellmann ins Unternehmen

04 — Mit Respekt schaut Inhaber Hans-Jörg Schmitz-Senge auf die Arbeit von Großeltern und Eltern zurück – zugleich hat er die Zukunft fest im Blick



04

Fotos: Daniel Elke



„Mein Vater war mit seinem Führungsstil sehr beliebt bei der Mannschaft.“

Hans-Jörg Schmitz-Senge über den Senior des Hauses, Heinrich Gerhard Schmitz

Prokurist Karl-Heinz Brinkmann, wird im nächsten Jahr 80. Was ihn jedoch nicht von der Arbeit abhält: „Zu Hause habe ich einen Garten und meine Briefmarken, doch hier wartet Dringlicheres.“ Seit 49 Jahren arbeitet Brinkmann für die Gerhard Schmitz GmbH, „angestellt wurde ich von der Mutter unseres Seniors“. Von ihr habe er auch gelernt, was diesen Betrieb ausmacht. Er erinnert sich, wie er in seinem ersten Monat die Aufgabe bekam, Strahlmasken zu besorgen. „Es gab damals zwei große Hersteller. Die eine Marke verkaufte Masken für gut 100 DM. Das andere Produkt war deutlich hochwertiger ausgestattet, es kostete pro Stück rund 250 DM. Ich hab’ die günstigere Variante bestellt. Als ich dann mit den Masken ankam, musste ich alles gleich umtauschen. Die Chefin wollte, dass nur die beste Qualität eingesetzt wird – für die Kunden und die Arbeiter. Und dieses Credo gilt hier noch immer!“ Allerdings erschwere heute der bürokratische Aufwand, der mit der Einhaltung von Sicherheitsstandards einhergeht, oft die Arbeit. War also früher alles besser? „Naja ...“, brummt Brinkmann, bevor er vorsichtig formuliert: „Die Auflagen sind inzwischen schon sehr zeitraubend. Und die heutige Jugend ist nicht immer überzeugt vom Sinn der Arbeit.“

Die Nachwuchs-Frage

Die Schwierigkeit, gute Auszubildende zu finden, kennt jeder Handwerksbetrieb. Sie betrifft auch die Firma Schmitz in Duisburg: „Bislang haben wir zum Glück immer junge Leute finden können, die sich für den Beruf ➤





01

01 — Dieter Deinert hat seit 18 Jahren den Überblick im 500 m² großen Lager – und das Sagen

02 — Frank Korsten leitet die Malerabteilung, zu der 45 eigene Mitarbeiter zählen

03 — Der Himmel über dem Duisburger Firmensitz sieht aus wie gemalt – vielleicht war da ja auch ein Schmitz-Team am Werk!

interessieren und die Ausbildung mit Erfolg abschließen. Doch es ist kein Selbstläufer“, stimmt Sascha Sellmann seinem älteren Kollegen zu. Sellmann ist seit gut vier Jahren im Unternehmen und seit Anfang 2018 der erste familienfremde Geschäftsführer in der Unternehmensgeschichte. Der 45-Jährige kümmert sich unter anderem um die Personalakquise. Gerade sitzt er mit Karl-Heinz Brinkmann im Duisburger Firmenbüro und bespricht bei einer Tasse Kaffee ein Projekt. Hinter dem Fenster des Raumes ist ein weitläufiges Betriebsgelände zu sehen, gesäumt von mehreren Hallen. „Dass unser Betrieb räumlich so groß ist, liegt daran, dass wir nicht nur

Maler, sondern auch Korrosionsschützer sind“, erklärt Sellmann und fügt hinzu: „Ich selber bin Bauingenieur, habe in meinem Berufsleben für verschiedene Unternehmen in der Instandsetzung gearbeitet. Irgendwann merkte ich, dass ich zusätzlich noch mehr Verantwortung übernehmen und strategisch arbeiten möchte. So bin ich damals mit unserem Inhaber, Hans-Jörg Schmitz-Senge, ins Gespräch und anschließend zusammengekommen. Eines meiner Ziele ist es, aus der Firma Gerhard Schmitz eine Marke zu machen.“ Ein Plan, der in den Ohren von Karl-Heinz Brinkmann nicht verkehrt klingt, er merkt jedoch an: „Ich bin mehr der Pragmatiker. Darum muss ich nun

auch los – die Kollegen auf der Baustelle warten.“ Beim Gehen gibt er sich mit Firmeninhaber Hans-Jörg Schmitz-Senge die Klinke in die Hand. Der bedauert, dass sein Vater – der 91-jährige Heinrich Gerhard Schmitz – heute aus gesundheitlichen Gründen nicht vor Ort sein kann. „Seit dem Jahr 2000 ist er aus dem Tagesgeschäft raus, aber normalerweise schaut er einmal pro Woche vorbei. Dies ist gelebte Tradition, und die Nähe der Familie zum Unternehmen wird von den Mitarbeitern geschätzt. Wir tauschen uns oft aus.“

Reden hilft

Um Austausch geht es nicht nur zwischen Vater und Sohn, auch die beiden Geschäftsführer suchen oft das Gespräch miteinander – und mit den Kollegen. „Die Firma besteht dieses Jahr 95 Jahre, und es geht uns gut. Damit das so bleibt und außerdem Neues entstehen kann, sind regelmäßige Kommunikation und Ideenaustausch existenziell. Aktuell arbeiten wir ergänzend mit einer Unternehmensberaterin zusammen, die mit uns auf die Strukturen und Verantwortlichkeiten guckt. Dabei beziehen wir bewusst auch die knapp 100 Mitarbeiter ein. Das ist von Zeit zu Zeit für alle Beteiligten notwendig und richtet die Mannschaft auf dem Spielfeld für gemeinsame Ziele neu aus.“ Hans-Jörg Schmitz-Senge weiß, dass diese Bereitschaft zur kritischen Reflexion nicht alltäglich ist. „Viele Betriebe sind Familienunternehmen, das geht oft mit einer

eher patriarchalen Führungskultur einher, die sich über Jahrzehnte kaum verändert. Auch mein Vater hat in seiner Zeit vieles ganz anders gemacht, als ich es heute tue. Er war mit seinem Führungsstil sehr beliebt bei der Mannschaft. Und doch ist es richtig, dass Herr Sellmann und ich als Geschäftsführer anders agieren als er damals, nämlich teamorientiert und offener. Eins hat sich jedoch auf keinen Fall geändert: der Respekt und die Achtung füreinander – und wie wir alle miteinander umgehen.“ Blickt man auf die Firmenhistorie, so wird deutlich: Heinrich Gerhard Schmitz war nicht nur ein populärer Chef, sondern auch ein kluger Geschäftsmann. Bei einem Rundgang über das Firmengelände erzählt sein Sohn, wie der 1924 in Duisburg vom Großvater gegründete Malerbetrieb unter seinem Vater expandierte. Er erweiterte das Leistungsspektrum im Jahr 1957 um den Korrosionsschutz. Hatte man bislang überwiegend Maleraufträge aus dem privaten Sektor erhalten, kamen nun Kunden aus dem Bereich der Schwerindustrie hinzu. „Der Korrosionsschutz war nach dem Krieg ➤



„Dass unser Betrieb räumlich so groß ist, liegt daran, dass wir nicht nur Maler, sondern auch Korrosionsschützer sind.“

Sascha Sellmann, Geschäftsführer

hier im Ruhrgebiet eine tolle Chance, die mein Vater nutzte. Wir sind nach wie vor in der Industrie für große Namen tätig, haben zahlreiche Rahmenvertragskunden. Darum gibt es hier auf dem Gelände unter anderem eine 2.500 m² große Strahl- und Beschichtungshalle. Doch das Malerhandwerk hat es parallel dazu immer gleichberechtigt gegeben. Wir beschäftigen Fachleute für beide Bereiche, unser Arbeitsvolumen und unser Personal teilen sich etwa gleichwertig auf beide Geschäftsfelder auf“, erzählt Schmitz-Senge und öffnet die rote Metalltür zum Farblager, in dem Dieter Deinert das Sagen hat.

Deinert gehört seit 30 Jahren zum Unternehmen, im Lager arbeitet er seit 18 Jahren. Gerade bespricht er mit Frank Korsten, dem Leiter der Malerabteilung, die Logistik der bevorstehenden Woche. Aktuell gibt es rund zwanzig Baustellen, die mit Material versorgt werden müssen. Neben den klassischen Malertätigkeiten wie Anstrich-, Tapezier-, Lackier- oder Fassadenarbeiten bietet die Firma auch die Bereiche Wärmedämmung und Bodenbelagsarbeiten an. „Und künftig“, wirft Frank Korsten ein, „wollen wir als Malerbetrieb den Privatkunden wieder stärker in unseren Fokus rücken. Zwischen all den Großprojekten besteht die Gefahr, die Privathaushalte etwas aus den Augen zu verlieren.“ Alle nicken: Da geht noch was! „Apropos“, sagt Sellmann und winkt eine junge Frau heran, die gerade aus einem der weißen Firmenfahrzeuge steigt. „Für den ➤

Korrosionsschutz- und Malerbetriebe Gerhard Schmitz

1924 in Duisburg vom Maler- und Lackierermeister Gerhard Schmitz gegründet, baute der Betrieb Ende der 50er Jahre den Korrosionsschutz als zweites Standbein auf. Auch geografisch wurden neue Gebiete erschlossen: Im Jahr 1967 kam eine Münchener Dependence hinzu, die 2014 verkauft wurde. Heute beschäftigt die Duisburger Firma über 90 operative, technische und kaufmännische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Neben großen Industrieunternehmen zählen Architekturbüros und Privathaushalte zum Kundenstamm. gerhard-schmitz.de





Die Kollegen aus dem Korrosionsschutz sind oft direkt beim Kunden vor Ort, zum Teil findet die Arbeit jedoch auch in der betriebs-eigenen Strahlwerkhalle statt



01 — Um gleich mit der Tür ins Haus zu fallen: Alexandra Otten hat kürzlich als Jahrgangsbeste die Gesellenprüfung bestanden

02 — Mit diesen originellen Flyern wird signalisiert: Künftig will der Betrieb auch wieder öfter Wände in privaten Haushalten verschönern

03 — Die beiden Geschäftsführer Sellmann und Schmitz-Senge packen viel an und reden auch viel miteinander

Privatkundenbereich wird diese Mitarbeiterin bei uns künftig eine wichtige Rolle spielen: Alexandra Otten hat gerade die Gesellenprüfung mit Bravour bestanden, als Jahrgangsbeste!" Die 22-Jährige lächelt verlegen.

Duisburg, die Heimat

Beim weiteren Gang über das Gelände erzählt Schmitz-Senge zwischen kurzen Plaudereien mit Mitarbeitern, wie er als kleiner Junge im Betriebshof spielte und dem Lagermeister die Wurst vom Pausenbrot stibitzte. Eine Ausbildung im Handwerk oder in der Industrie hat er zwar nicht absolviert, dafür aber als Praktikant bei befreundeten Wettbewerbern Fregatten im Hamburger Hafen gestrahlt, im Labor gearbeitet und zahlreiche technische Fortbildungen absolviert. Er besitzt daher großen Respekt vor dem, was seine Mitarbeiter leisten. Bevor er im Jahr 1992 in die väterliche Firma eintrat, war der Diplom-Kaufmann in Hamburg im Finanzsektor beschäftigt. Was ihn mit Mitte dreißig ins Familienunternehmen zog, war der Wille, unternehmerisch tätig zu werden und Verantwortung für den elterlichen Betrieb mit seinen Mitarbeitern zu über-



nehmen. Samt Familie verlegte er den Lebensmittelpunkt nach München. Die dortige Niederlassung bestand, seit ein Architekt seinen Vater Mitte der 1960er-Jahre mit einem Großauftrag nach Bayern gelockt hatte. „Mein Vater und seine Mannschaft haben im Rahmen der Olympischen Spiele 1972 weitere Aufträge übernommen und waren anschließend auch für die Malerarbeiten der BMW-Hauptverwaltung verantwortlich. Es war damals seine Idee, das blau-weiße Firmenlogo aufs runde Flachdach des Museums zu spritzen – heute ist es fast ein Münchner Wahrzeichen!" Viele weitere erfolgreiche Projekte folgten unter der Ägide von Schmitz-Senge, bis die süddeutsche Dependence 2014 an einen strategischen Wettbewerber verkauft wurde. Schmitz-Senge erzählt, dass er gemeinsam mit seinem Vater nach der Wende außerdem nach Bernburg, Leipzig und Berlin expandierte. „Das war Aufbau Ost pur mit vielen interessanten Bau- und Sanierungsprojekten, aber herausfordernder als gedacht; es fehlte immer wieder am passenden Personal! Dennoch war es eine Erfahrung, die ich nicht missen möchte und die ganz ohne staatliche Subvention bewerkstelligt wurde. Wir arbeiten zwar nach wie vor im ganzen Bundesgebiet, doch heute geht alles vom Ruhrgebiet aus, wo man unseren Namen seit 95 Jahren aufgrund unserer Mitwirkung an renommierten Bauvorhaben und der damit verbundenen Qualität



03

und Servicekomponente gut kennt.“ Dass der Firmenname Gerhard Schmitz in der Branche bekannt bleibt, liegt sicher auch an der Baufachtagung, die der Betrieb seit drei Jahren jährlich ausrichtet. Stets im Februar oder März geht es – abwechselnd – um die Maler oder Korrosionsschützer. Bauherren, Großunternehmen, Architekten, Ingenieurbüros, Hersteller und Lieferanten werden zu Vorträgen und Diskussionsrunden eingeladen, natürlich nehmen auch die eigenen Mitarbeiter teil. Das Ganze findet in der Veltins-Arena auf Schalke statt. „Aber es kommen auch Dortmund-Fans“, versichert Sascha Sellmann grinsend. Und man glaubt sofort, dass es diesem Geschäftsführer-Duo gelingt, alle an einen Tisch zu holen. ◀

**„Das Malerhandwerk
hat es parallel zum
Korrosionsschutz immer
gleichberechtigt gegeben.“**

Hans-Jörg Schmitz-Senge, Geschäftsführer und Inhaber

MELDUNGEN

Jetzt neu!

Die Handwerker-
und Azubi-
Programme 2020



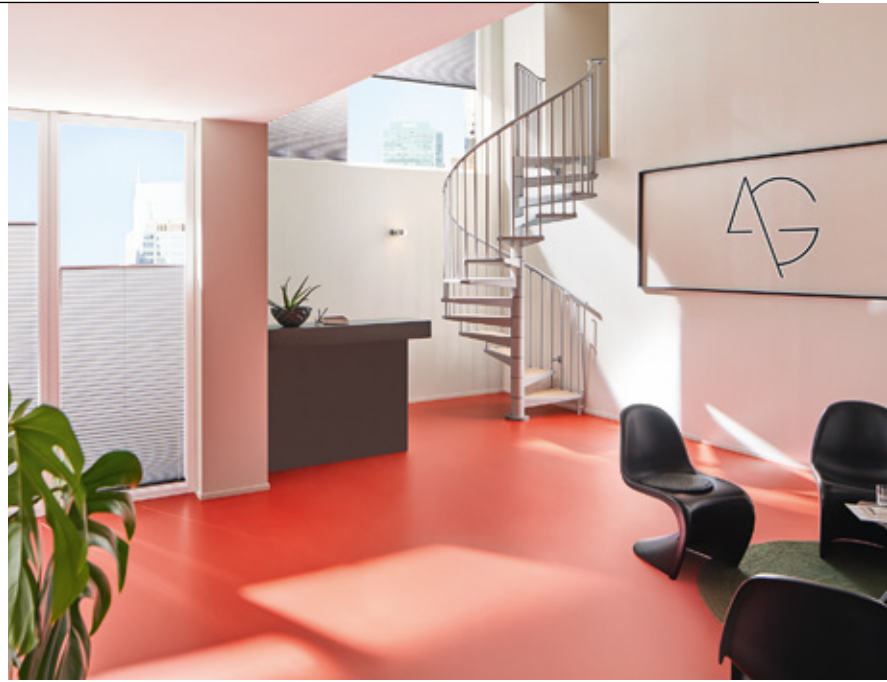
Noch mehr Raum für Kreativität: Nach der Theorie in den Multimediaräumen können Techniken auf vielfältigen Praxisflächen direkt angewendet werden. Das neue Gästehaus „B-Wohnen“ (u.r.) eröffnet im Januar, hat 60 Zimmer und bietet viel Platz für Erfahrungsaustausch



Schauen Sie mal rein!

Sie wollen mehr? Kein Problem. Auf über 70 Seiten stellt die neue Seminarbroschüre der Brillux Akademie das umfassende Angebot für das kommende Jahr 2020 vor. Dazu zählen wie gewohnt die beliebten Handwerker-Seminare aus den Bereichen Technik und Gestaltung sowie Seminare zu den Themen Marketing, Vertrieb und Führung. Darüber hinaus gibt es nun aber erstmals auch Azubi-Lernprogramme und spezielle Qualifizierungsprogramme für Ausbilder und Vorarbeiter. Die Broschüre ist unter brillux.de/handwerkerseminare und unter brillux.de/akademie-lernwelt abrufbar – hier können Sie sich auch direkt anmelden.

Material- und Farbauswahl prägen die Atmosphäre eines Raumes entscheidend.



Die neu aufgelegte Brillux Broschüre „MyHome & Business XXII“ unterstützt bei der Auswahl des passenden Dekors und liefert Anregungen für Verlegemuster oder die Gestaltung mit Akzentstreifen. Die neue Kollektion gruppiert die verschiedenen Dekors in vier Themenwelten und 50 Prozent des Inhalts wurde aktualisiert. Ergänzt wird das Angebot durch eine dekor-gleiche Sockelleiste mit Dichtlippen für den Anschluss zur Wand und zum Boden und der Deepline 55, einer Qualitätsausführung mit besonders tiefer Faser und unterschiedlichen Formaten für akzentuierte Verlegungen.
brillux.de/designboden

Widerstandsfähiger Allrounder

Überall dort, wo Böden im Innen- oder Außenbereich richtig was wegstecken müssen, hat das neuartige Bodenversiegelungssystem Brillux Floortec 2K-Purolid seinen großen Auftritt. Die Bodensiegel sind mechanisch und chemisch stark belastbar, dekontaminierbar, desinfektionsmittelbeständig und sehr licht- und wetterbeständig. Wenn die Zeit knapp ist, sind dank schneller Durchhärtung sogar zwei Beschichtungen pro Tag möglich.



Die Holz- und Steindekore der Vinylbodenbeläge lassen sich kaum vom natürlichen Vorbild unterscheiden





Brillux
Design
Award

Stolz wie Oscar

Tosender Applaus, goldene Trophäen und fundierte Jurybegründungen: Im Westfälischen Landesmuseum für Kunst und Kultur herrschte am 23. September nahezu Oscar-Atmosphäre, als der Brillux Design Award zum ersten Mal verliehen wurde. Für Gäste und Preisträger wurde dieser Abend zum Branchentreffen der Extraklasse



Sehen Sie sich hier die
Videozusammenfassung
des Abends an:
<https://bit.ly/2Pt19l5>

Brillux
Design
Award



**Souverän, mit viel Charme und Humor führt
Moderatorin Saskia Naumann durchs Programm**

Es ist eine Premiere. Und wie es sich für eine solche gehört, findet sie in einem würdigen Rahmen statt. Zum ersten Mal wird an diesem Septemberabend der Brillux Design Award verliehen, um herausragende Architektur und preiswürdige Farbgestaltung zu honorieren. Als Schauplatz dient das hohe, lichtdurchflutete Foyer des Münsteraner LWL-Museums für Kunst und Kultur.

Ein Abend zwischen Kunst und Baukultur

Der geschichtsträchtige Altbau von 1908 wurde vor fünf Jahren um einen lichten und weitläufigen Neubau ergänzt. Doch nicht nur architektonisch bietet das Haus einen spannenden Mix aus Alt und Neu – das Spektrum der darin gezeigten Exponate reicht von mittelalterlicher Kirchenkunst bis zu zeitgenössischer Avantgarde.

Diese Bandbreite beeindruckt und ist zugleich eine passende Einstimmung auf das Abendprogramm: Denn der Brillux Design Award ist nicht nur offen für wohldurchdachte Farbkonzepte, sondern auch für die Architektur verschiedener Baujahre und -stile, für althergebrachte Handwerkstechniken und innovative Lösungen.

Internationale Ideen für innen und außen

Wenngleich die Auszeichnung in diesem Jahr erstmals verliehen wird, so blickt sie doch auf eine 25-jährige Tradition zurück. Der Brillux Design Award hat sich aus dem Deutschen Fassadenpreis entwickelt. 1991 gegründet, würdigte der Preis die Kunst der farbigen Fassadengestaltung. Der neue Wettbewerb öffnet sich nun auch erstmals für internationale Einreichungen; außerdem wurden die vier Fassadenkategorien um zwei Innenraumkategorien ergänzt. Wie gut diese Neuerungen bei Handwerkern, Architekten und Bauherren ankommen, zeigt die Zahl der Wettbewerbseinreichungen: Mehr als 700 Objekte gingen um den mit insgesamt 25.000 Euro dotierten Preis ins Rennen.

Die Jury, besetzt mit international erfahrenen Fachleuten aus Handwerk, Architektur und Innenarchitektur, war beeindruckt – und gefordert. Lange und intensiv diskutierte die neunköpfige Runde, am Ende standen die



Der Neubau des Museums zeichnet sich durch eine Sequenz von vier Höfen aus, zu denen das gut 14 Meter hohe Foyer zählt. Es dient heute als Schauplatz für die Verleihung des Brillux Design Awards



01

20 besten Einsendungen des Wettbewerbsjahrgangs 2019 fest. Die nominierten Gestaltungskonzepte stammen aus Deutschland, den Niederlanden, Österreich und Polen. Hinter jedem der Konzepte steht eine Reihe kluger Köpfe, die Brillux Geschäftsführer Michael Thompson in Münster mit den Worten begrüßt: „Wir freuen uns, dass wir Einreichungen aus insgesamt acht Ländern erhalten haben – bestätigt dies doch die Weiterentwicklung des Preises hin zu einem internationalen Design Award.“

Gemeinsam bauen, gewinnen und feiern

Als erster Laudator des Abends betritt Reiner Nagel die Bühne. Der Architekt und Stadtplaner ist zugleich Vorstandsvorsitzender der Bundesstiftung Baukultur und betont als Kenner der Branche die Besonderheit des Awards: „Jeder Bau ist stets ein Gemeinschaftswerk. Bauherren, Architekten und Handwerker sind gleichermaßen beteiligt – diese Zusammenarbeit wird mit diesem einmaligen Preis gewürdigt.“ Dass auch industriell genutzte Gebäude einen wertvollen Beitrag zur Baukultur beitragen, macht er in seiner Laudatio für die erste Kategorie, die „Gewerbebauten“, deutlich.

Als das Gewinnerteam den Preis entgegennimmt, im Scheinwerferlicht auf der Bühne und unter Applaus der 160 geladenen Gäste, fühlt sich dieser Abend plötzlich ein wenig nach Oscar-Verleihung an. Mit dem erfreulichen Unterschied, dass hier keiner lange mit knurrendem Magen stillsitzen muss. Anders als auf Hollywoods größter Party wird in Münster fürs leibliche Wohl der Gäste, Laudatoren und Gewinner gesorgt. Die Geräuschkulisse bilden Livemusik, Gläserklirren und lebhaftes Gespräch.

Nicht selten muss Moderatorin Saskia Naumann, die auf der Bühne durch den Abend führt, das Publikum am Ende einer solchen Pause charmant zum Schweigen bringen: „Meine Güte! An manchen Tischen wird ja lebhafter geschwätzt als früher im Unterricht. Schön, dass Sie sich untereinander so viel zu erzählen haben, da fühlt man sich fast in die Schulzeit versetzt!“

Und tatsächlich: Zu später Stunde, nach Schlussapplaus und Gruppenfoto, ist der Abend noch lange nicht zu Ende. Im Gegenteil! Es geht fröhlicher zu als auf dem Schulhof: Da wird gratuliert und gefachsimpelt, gelacht und gestikuliert – die Kommunikation unter den internationalen Gästen kennt offenbar keine Ländergrenzen. Die Premiere ist geglückt! ◀



02



03

01 — So sieht er aus, der mit insgesamt 25.000 Euro dotierte Brillux Design Award

02 — Im Foyer des Museums wird heute gespeist und gefachsimpelt, gestaunt und gefeiert

03 — Reiner Nagel ist Architekt, Stadtplaner und als Jurymitglied der erste Laudator des Abends

04 — Vor der Verleihung wird das Museum erkundet. Dessen Architektur ist mindestens so spannend wie die ausgestellte Kunst

05 — Den Abschluss des offiziellen Teils bildet das Gruppenbild aller Preisträger. Und danach? Wird angestoßen!



04

„Jeder Bau ist stets ein Gemeinschaftswerk. Bauherren, Architekten und Handwerker sind gleichermaßen beteiligt – diese Zusammenarbeit wird mit diesem einzigartigen Preis gewürdigt.“

Reiner Nagel, Architekt, Vorstandsvorsitzender Bundesstiftung Baukultur



05

Vorhang auf!

SIEGER ÖFFENTLICHE GEBÄUDE

OBJEKT

Öffentliche Bühnenspielfstätte
Theaterkästle, Schulstraße 5,
87449 Altusried

AUSFÜHRENDER BETRIEB

Manfred Damiani Malermeister GmbH,
Kempten

PLANER

Architekturbüro Hartenstein,
Altusried

EIGENTÜMER

Markt Altusried, Altusried

Aus der Jurybewertung

Der Markt Altusried beherbergt mit dem „Theaterkästle“ das wohl kleinste subventionsfreie kommunale Theater Deutschlands. Das Gebäude wurde komplett saniert und erweitert. Es entwickelt mit der extravaganten Fassadengestaltung seines farbigen Turms aus Alu-Dibondplatten in warmen Rot-, Braun und Blautönen und integrierten Künstlerporträts eine enorme Strahlkraft. Das Objekt wird nicht zuletzt durch die sachliche Holzfasade des Haupthauses perfekt in die ländliche Umgebung eingebunden.



„Erst aus der Nähe entdeckt man auf den Alu-Dibondplatten die Künstlerporträts – die Umsetzung war eine tolle Herausforderung. Beim Beschichtungsaufbau konnten wir uns auf die Beratung von Brillux verlassen.“

Manfred Damiani, Malermeister, Firmeninhaber



01



02

Nominierte Objekte

01 — **Objekt:** Stadtparkmauer, Forst; **Planer und ausführender Betrieb:** Strauss & Hillegaart GmbH, Cottbus; **Eigentümer:** Stadt Forst

02 — **Objekt:** Lichtspieltheater, Enschede, Niederlande;
Ausführender Betrieb: Barink Schilderwerken B.V., Hengelo, Niederlande;
Eigentümer: Vastgoedbedrijf Gemeente Enschede, Niederlande

Von Maigrün bis Pistazie

SIEGER WOHNBAUTEN

OBJEKT

Bestandsobjekt Wohnturm
Am Europakanal 36, 91056 Erlangen

AUSFÜHRENDER BETRIEB

Franz Strobel Maler und Stuck GmbH,
Nürnberg

EIGENTÜMER

Dragek Immobilienmanagement GmbH,
Nürnberg

Aus der Jurybewertung

Dem neuen Farbkonzept der sanierten Gebäudehülle in unterschiedlichen Grüntönen gelingt es, den bis zu 24-geschossigen, betagten Hochhauskomplex aus seiner Monotonie zu befreien und zu signalisieren: Hier ist harmonisches, zeitgemäßes Wohnen möglich.





„Auch ein Hochhaus kann Wohlfühlatmosphäre ausstrahlen. Die Bewohner der 200 Apartments empfinden die grüne Farbgestaltung als einladend und wohnlich!“

Franz Strobel, Maler- und Stuckateurmeister, Firmeninhaber



01



02



03

Nominierte Objekte

01 — **Objekt:** denkmalgeschützte Gründerzeitfassade, Innsbruck, Österreich; **Ausführender Betrieb:** Heidi Eisner Stuckrestauratorin, Hall i. Tirol, Österreich; **Eigentümer:** Immobilien Dr. Rhomberg & Partner, Tirol, Österreich

02 — **Objekt:** Gebäudefassade, Senftenberg; **Ausführender Betrieb und Planer:** GRACO GmbH & Co. KG, Berlin; **Eigentümer:** Kommunale Wohnungsgesellschaft mbH, Senftenberg

03 — **Objekt:** Aufstockung und Restaurierung Gründerzeithaus, Düsseldorf; **Ausführender Betrieb:** Malerbetrieb Egon Reipen & Sohn, Neuss; **Planer:** hecker architekten, Düsseldorf

Repräsentatives für Raps

SIEGER GEWERBEBAUTEN

OBJEKT

Logistikhalle Ölsaaten
Alfred-Nobel-Straße 50,
40789 Monheim am Rhein

AUSFÜHRENDER BETRIEB

Strauss & Hillegaart GmbH,
Cottbus

PLANER

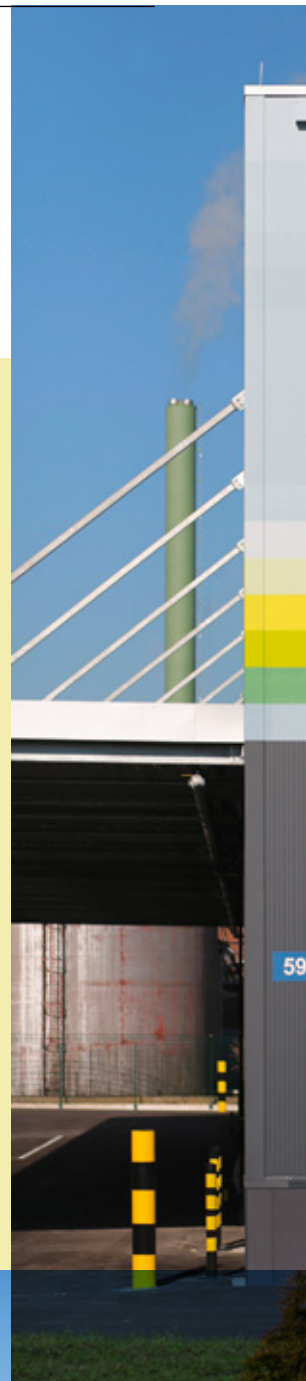
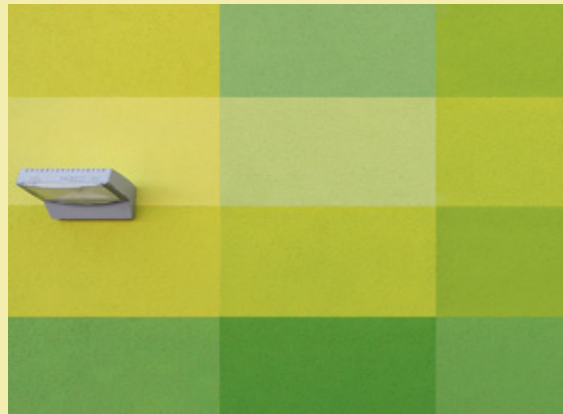
Strauss & Hillegaart GmbH,
Cottbus

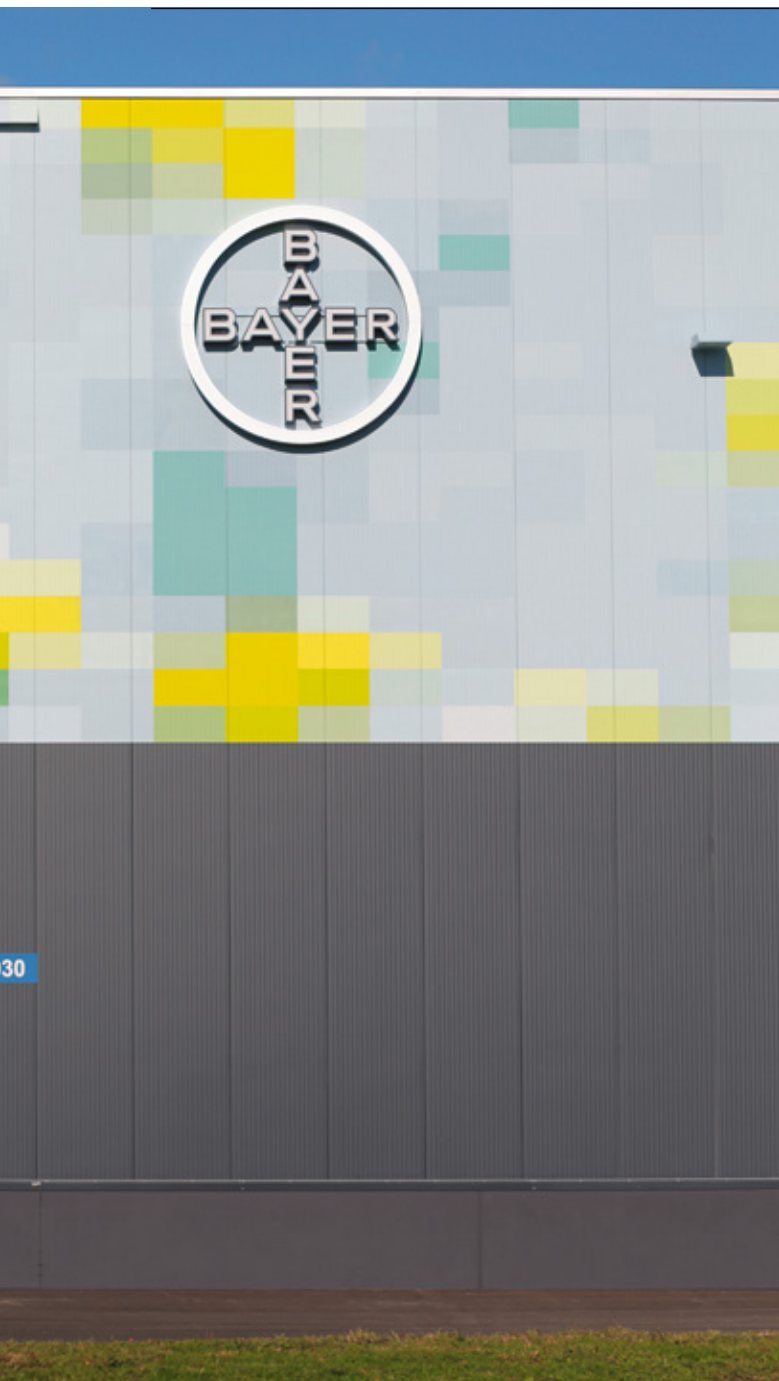
EIGENTÜMER

Bayer AG, Leverkusen

Aus der Jurybewertung

In dieser Bayer-Logistikhalle in Monheim am Rhein werden Raps-samen transportfähig aufbereitet. Die Gebäudehülle imponiert mit einer abstrakten, großformatig verpixelten Darstellung eines Rapsfelds: Prozesse, die im Innenbereich stattfinden, werden so nach außen vermittelt. Das zeitgenössische, freundliche Erscheinungsbild fügt sich zudem harmonisch in das gesamte Firmengelände ein.





„Die Fassade weckt nicht nur Neugierde, sie schlägt eine Brücke zwischen innen und außen – und das schafft nicht jeder Gewerbebau.“

Reiner Nagel, Architekt, Stadtplaner und Jurymitglied



Nominierte Objekte

01 — **Objekt:** Bürokomplex Lenkwerk Plaza, Bielefeld; **Ausführender Betrieb:** Nattkemper + Brummel GmbH, Bielefeld; **Planer:** Stopfel Architekten BDA, Bielefeld; **Eigentümer:** Borchard GmbH & Co. Bau KG, Bielefeld

02 — **Objekt:** Krämer Höfe, Dortmund; **Ausführender Betrieb:** Anstrich Riko-R GmbH, Dortmund; **Planer:** Barbara & Walter Thiess Architekten BDA Partnerschaft mbB, Köln; **Eigentümer:** Krämer Höfe KG, Dortmund

Einladendes Ensemble

SIEGER ENERGIEEFFIZIENTE FASSADENSYSTEME (WDVS)

OBJEKT

Wohn- und Geschäftshaus
Merzhauser Straße, 79100 Freiburg

AUSFÜHRENDER BETRIEB

B. Sope GmbH Putz-Stuck-Trockenbau,
Schallstadt

PLANER

Schaller Architekten BDA RIBA, Stuttgart
und Eble Messerschmidt Partner, Tübingen

FARBGESTALTUNG

Farbgestaltungsatelier lasuveda,
Barbara Eble-Graebener, Tübingen

EIGENTÜMER

Gisinger Wohn- und Gewerbebau GmbH,
Freiburg

Aus der Jurybewertung

Gelungen ist die Fassadengestaltung des neu errichteten Wohn- und Geschäftshaus-Ensembles im Vaubangebiet am Stadteingang von Freiburg. Faltungen und eingestellte Zierelemente in warmen Orange- und Brauntönen rhythmisieren die Fassade einladend: eine kreative, innovative und markante Umsetzung, die den besonderen Anforderungen der städtebaulich anspruchsvollen Entréesituation voll und ganz Rechnung trägt.



„Der Architekt plante eine Fassade in dunklen Tönen. Ich als Farbgestalterin habe unter Berücksichtigung der im Stadtteil bestehenden Farben und der Wünsche des Bauherren diese optisch warme Lösung entwickelt. Am Ende waren alle zufrieden.“

Barbara Eble-Graebener, Inhaberin von Farbgestaltungsatelier lasuveda



Nominierte Objekte

01 — **Objekt:** Hochhaus, Dresden; **Ausführender Betrieb und Eigentümer:** FIRA Firmengruppe, Dresden; **Planer:** leinert lorenz Architekten, Dresden

02 — **Objekt:** Neubau Dompalais, Erfurt; **Ausführender Betrieb:** Malermeister Aderhold, Erfurt; **Planer:** HOFFMANN.SEIFERT.PARTNER architekten ingenieure, Erfurt; **Eigentümer:** Kühn Immobilien GmbH, Erfurt

Virtuos in Szene gesetzt

SIEGER INNENRAUMKONZEPTE WOHNEN UND LEBEN

OBJEKT

Hotel „Das Tegernsee“
Neureuthstraße 23, 83684 Tegernsee

AUSFÜHRENDER BETRIEB

Malerwerkstätte Schlüter GmbH,
München

PLANER

landau + kindelbacher Architekten Innen-
architekten GmbH, München

EIGENTÜMER

Versicherungskammer Bayern (VKB),
München

Aus der Jurybewertung

In dem denkmalgeschützten Gebäude sind durch sanfte und harmonische Farbkompositionen, eingebettet in atmende Materialitäten, Räume von großer Ruhe und Souveränität entstanden. Die Gestalter haben in kongenialer Zusammenarbeit eine Farb- und Raumsprache erschaffen, die eine einzigartige Atmosphäre virtuos in Szene setzt.





**„Der Bauherr hat unseren
Gestaltungsansätzen vertraut.
So erhielt jede Suite des
Hauses eine individuelle farbliche
Gestaltung und Einrichtung.“**

Tanja Harges, Innenarchitektin bei
landau + kindelbacher



01



02

Nominierte Objekte

01 — Objekt: Cityloft Haarlem, Niederlande; **Ausführender Betrieb und Planer:** Woonwinkel 't Klooster, Bovenkarspel, Niederlande; **Eigentümer:** Mathijs van Diepen, Haarlem, Niederlande

02 — Objekt: Alexbad, Bad Alexandersbad; **Ausführender Betrieb:** Friedmann Kirchenrestaurierungs GmbH, Scheßlitz; **Planer:** Brückner & Brückner Architekten GmbH, Würzburg; **Eigentümer:** Gemeinde Bad Alexandersbad

Skulptural und stimmig

SIEGER INNENRAUMKONZEPTE ARBEITEN

OBJEKT

Bundesgebäude Futurium
Alexanderufer 2, 10117 Berlin

AUSFÜHRENDER BETRIEB

Bernhard Goldkuhle GmbH & Co KG,
Ratingen

PLANER

Richter Musikowski Architekten,
Berlin

EIGENTÜMER

Bundesanstalt für
Immobilienaufgaben,
Berlin

Aus der Jurybewertung

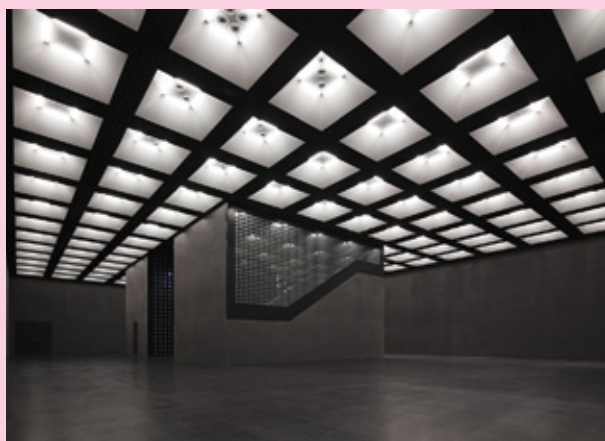
Das stimmige Innenraumkonzept des skulptural angelegten Baus im Herzen der deutschen Hauptstadt wird durch die klare Gliederung in Arbeits-, Ausstellungs- und Veranstaltungsflächen bestimmt. Mit so reduziertem wie souveränem Material- und Farbeinsatz wird für jeden Bereich die ideale Form gefunden.





„Als Ort der fachübergreifenden Zusammenkunft reagiert das Futurium beispielhaft auf die hohen Anforderungen seiner vielschichtigen Nutzungen.“

Axel Soyez, Geschäftsführer Soyez Stuckateur GmbH und Jurymitglied



01



02



03

Nominierte Objekte

01 — **Objekt:** Büroetage, Kattowitz, Polen; **Ausführender Betrieb:** Lumedekor sp. z o.o. s.k., Kattowitz, Polen; **Planung:** medusa group Sp. z o.o. s.k., Bytom, Polen; **Eigentümer:** TDJ Estate Sp. z o.o., Kattowitz, Polen

02 — **Objekt:** Erbeskopf-Realschule, Thalfang; **Ausführender Betrieb:** Hahn & Weiß, Idar-Oberstein; **Planer:** Loewer + Partner Architekten Ingenieure, Darmstadt; **Eigentümer:** Verbandsgemeinde Thalfang am Erbeskopf

03 — **Objekt:** Kinderkrankenhaus „Auf der Bult“, Hannover; **Ausführender Betrieb:** Malerbetrieb Bosold GmbH & Co. KG, Küllstedt; **Planer:** lohr architektur GmbH, Hannover; **Eigentümer:** Bauherrenvertretung Stiftung Hannoversche Kinderheilanstalt, Hannover

Teil 2:
ENGAGEMENT

Unternehmen mit Verantwortung

Ihr Engagement für Umwelt und Gesellschaft bestimmt zunehmend, wie attraktiv Unternehmen auf Kunden und Mitarbeiter wirken. Andreas Steinert, Experte für Corporate Social Responsibility, erklärt den Zukunftstrend im Interview



Andreas Steinert ist Geschäftsführer der bits communication in Bonn und berät Unternehmen bei Kommunikation und Management unternehmerischer Verantwortung (Corporate Social Responsibility)

Image aufpolieren und sich eine stärkere Position im Wettbewerb um Kunden und Mitarbeiter sichern.

Weltweit legen 82 Prozent der Bewerber, die zwischen 1984 und 1996 geboren wurden, Wert darauf, dass Unternehmen sich sozial engagieren (s. Grafik). Ist gesellschaftlicher Einsatz künftig notwendig, um qualifizierte Arbeitskräfte zu gewinnen?

Das wird zunehmend ein Faktor sein. Ausschlaggebend für die Wahl des Arbeitgebers ist zwar weiterhin, dass Führungskultur, Ausbildungsinhalte und Gehalt stimmen. Dann aber kommen weiche Faktoren wie soziales Engagement oder Nachhaltigkeit ins Spiel. Deshalb gehört zu einem modernen Auftritt heute auch ein nachhaltiges Geschäftsmodell.

Herr Steinert, was bedeutet Engagement – also die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, Umweltschutz und der Blick auf kulturelle Vielfalt – künftig für Malerbetriebe?

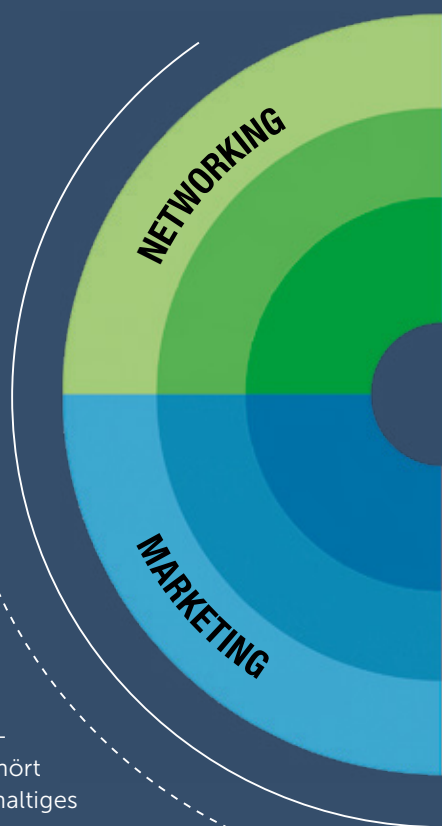
Ethisch und moralisch sind Engagement und Nachhaltigkeit für Unternehmer auf jeden Fall gut und wichtig. Das Engagement muss jedoch zum Betriebsinhaber passen und auf ihn persönlich zugeschnitten sein. Nur so kann er sich glaubwürdig bei Kunden, Mitarbeitern und im sozialen Umfeld positionieren. Ökonomisch stellt sich eine Verbesserung der betrieblichen Lage durch Engagement nicht sofort ein. Langfristig aber können Maler damit ihr

Sind Kunden tatsächlich bereit, die Marke zu wechseln, wenn sich ein Unternehmen gesellschaftlich engagiert – und bereit, mehr für dessen Produkte zu zahlen?

Wenn sich Malerfirmen sozial oder ökologisch engagieren, dann müssen sie diese Maßnahmen auf ihrer Website auch deutlich sichtbar machen. Kann ich mein Engagement nicht erklärbar präsentieren, dann wissen meine Kunden auch nicht, warum ich höhere Preise aufrufe als die Konkurrenz. Im Idealfall lässt sich auch ein Nutzen für den Kunden selbst darstellen, etwa bei umweltfreundlichen Farben oder einer klimafreundlichen Elektroflotte.

Sollten Unternehmer sich eher für Themen engagieren, die sie selbst interessieren, oder lieber strategisch vorgehen?

Beides. Nehmen wir mal die Unterstützung eines lokalen Fußballclubs oder Karnevalsvereins – aus persönlicher Vor-



Handwerk 2025 TrendMap

Welche Entwicklungen auf das Malerhandwerk zukommen, hat Trendforscher Peter Wippermann gemeinsam mit der Gesellschaft für Handwerksmessen mbH in der „Trendmap Handwerk“ systematisiert. Wir beleuchten die Haupttrends in vier Folgen.

AUTOMATION

ENGAGEMENT

liebe. Wenn ich diese lokale Karte spiele, die meine Kunden im Umkreis möglicherweise interessiert, dann sollte sich genau das thematisch auf der Website wiederfinden. Schließlich fördert dieses Engagement den sozialen Zusammenhalt – und ist Ausdruck der eigenen Verbundenheit mit der Region.

Wie wichtig sind die Themen kulturelle Vielfalt und Integration?

Wenn ich mich etwa zur Ausbildung von Migranten entschieße, dann muss ich mich als Betrieb klar positionieren und zu meiner Meinung stehen: für sozialen Zusammenhalt und Menschlichkeit – das ist ein politisches Statement.

Und was gibt es Besseres für den Betrieb als leidenschaftliche Mitarbeiter, die für ihren Job alles geben, weil sie hier eine Chance sehen? Das gilt im Übrigen auch für die Integration von schwachen Schulabgängern.

Wann ist für Sie die Grenze erreicht, wo Engagement nur noch als Marketing-Vehikel benutzt wird?

Ich fürchte, diese Grenze erreicht der Großteil der Malerbetriebe nicht. Die meisten haben gar keine Zeit, so stark die Werbetrommel zu rühren und plakative Selbstdarstellung zu betreiben. Das Einzige, was jeder auf seiner Online-Plattform vermeiden sollte: Dinge über Nachhaltigkeit oder soziales Engagement zu behaupten, die er oder sie gar nicht umgesetzt haben.

Sind Mitarbeiter, die auf betriebliches Engagement Wert legen, ein Gewinn fürs Unternehmen?

Durchaus, denn sie suchen einen Sinn. Viele Menschen möchten einen Mehrwert neben der Arbeit sehen – und das kann die Betriebskultur positiv beeinflussen. ◀

Warum sich für Firmen Engagement lohnt

Umfragen zeigen, dass insbesondere die Generation der Millennials (geb. 1984–1996) großen Wert darauf legt, dass Unternehmen Verantwortung übernehmen*

82%

der Millennials sehen deutsche Unternehmen als Arbeitgeber in der Pflicht, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen

78%

betreiben positive Mund-zu-Mund-Propaganda für Unternehmen, die sich gesellschaftlich engagieren

69%

sind der Überzeugung, dass Kunden in die Entscheidung über gesellschaftliches Engagement involviert werden sollten

72%

belohnen gesellschaftliches Engagement von Unternehmen mit Loyalität

Klare Kanten

Ordnung muss sein, Kleckern geht gar nicht. Den Zwickauer Malermeister Michael Bauer darf man gern pingelig nennen – das versteht er als Kompliment. Mit seinem Unternehmen maler-creativ hat er sich einen treuen und anspruchsvollen Kundestamm aufgebaut. **Sein Ziel: Besonderes schaffen**

Verschönerungen sind sein Metier. Malermeister Michael Bauer verbringt viel Zeit damit, bei seinen Kunden alles hübsch und harmonisch zu gestalten. Zum anstehenden 15. Geburtstag seines Betriebs maler-creativ in Zwickau beschenkt er sich ausnahmsweise selbst mit einer Verschönerung: einem neuen Logo. Früher bildeten drei Pinselstriche in Rot, Blau und Gelb das Erkennungszeichen seiner Firma. Eher salopp dahingestrichene Farbverläufe, ein bisschen ausgefranst an den Seiten. Bunt, lebendig und kreativ sollte das wirken. „Passt zu unserem Beruf und meinem Unternehmen“, so dachte er lange. Mit den Jahren wurde Michael Bauer bei seiner Arbeit aber noch etwas anderes immer wichtiger: „Wir stehen für Sauberkeit und Geradlinigkeit“, sagt er, „das verbinden unsere Kunden mit uns.“ Und das möchte er nun auch durch sein neues Logo ausdrücken. Bald wird es überall zu sehen sein, vom Briefbogen bis zum Firmenwagen: Drei penible, superkorrekte Balken in den drei bekannten Firmenfarben sind nun sein Markenzeichen. Pingeligkeit versteht der 42-Jährige als Qualitätsmerkmal seines Unternehmens.



01

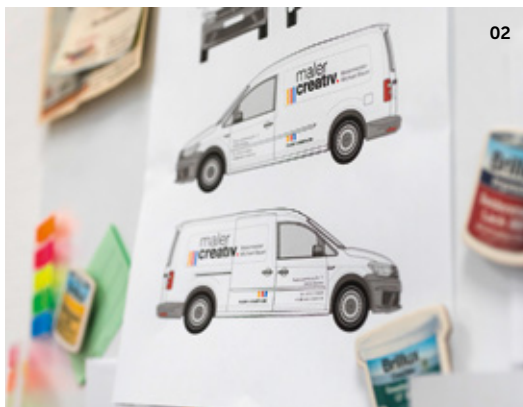
„Man ist hier qualitativ gefordert. Das gefällt mir.“

Andreas Pomper, Geselle

01 — Zum 15. Firmen- geburtstag gibt es ein neues, klares Logo

02 — Vom Firmenwagen bis zum Briefbogen präsentiert sich die Firma nun in neuem Design

03 — Das Johannisbad ist eine der Lieblingsbau- stellen von Michael Bauer und seinem Mitarbeiter Andreas Pomper



02

Häufig hört er: „Bei Ihnen läuft alles so korrekt und sauber, das gefällt uns.“ Über das positive Kundenfeedback freut sich Bauer, und er achtet darauf, dass dieser Eindruck bleibt. Das reicht von den kleinsten Pinselstrichen jedes Auftrags – er duldet keine Ungenauigkeit, keine Schludrigkeiten – bis zur Ordnung auf Baustellen. Chaos gibt es bei Bauer nicht. Jeder Firmenwagen muss aufgeräumt sein, die Mitarbeiter tragen blütenweiße Firmenkleidung. Natürlich gibt es darauf mal Farbflecke, aber immer liegt auch eine Wechselgarnitur im Wagen. ➤



maler-creativ

Im Jahr 2005 gründete Michael Bauer sein Unternehmen maler-creativ in Zwickau. Der Malerberuf hat in seiner Familie Tradition: Bereits seit drei Generationen werden bei den Bauers Malerbetriebe geführt. Sein Unternehmen beschäftigt derzeit acht Mitarbeiter. Im Mittelpunkt stehen Aufträge für Privatkunden, einige öffentliche Einrichtungen wie das historische Zwickauer Johannisbad gehören ebenfalls zum Kundenstamm. Der Betrieb bietet ein breites Portfolio an Dienstleistungen sowohl in Innen- als auch in Außenbereichen an: Angeboten werden unter anderem Maler- und Lackierarbeiten, Fassadengestaltungen und Bodenbelagsarbeiten.

Ordnung muss sein. Das weiß auch sein Team, zu dem derzeit acht Mitarbeiter gehören; viele davon arbeiten schon lange für ihn. Sie nicken grinsend, wenn der Chef erzählt: „Meine Mitarbeiter sagen, dass ich Sachen sehe, die anderen Leuten nicht auffallen. Kleinste Ecken und Kanten, die nicht hundertprozentig sauber gearbeitet sind und nachgebessert werden müssen.“ Bauer übertrifft mit seinen Ansprüchen sogar so manchen Kunden. „Wenn es mal ein Projekt gibt, wo der Bauherr sagt, ach komm, lass mal, hier kommt’s nicht ganz so drauf an. Das kann ich nicht akzeptieren. Es könnte ja ein Berufskollege vorbeikommen und sich fragen, wer da bei der Ausführung geschludert hat. Nein, das geht gar nicht.“

Kreativität gehört zum Malerleben. Genauigkeit ebenso. Das hat Michael Bauer früh gelernt, denn bei ihm ist der Beruf eine echte Familiensache. Die Bauers sind eine Zwickauer Malerdynastie. Schon Urgroßvater und Großvater waren Malermeister, Michael Bauers Vater hat die Tradition fortgesetzt. In den 1980er-Jahren baute er sich in der DDR ein eigenes Geschäft auf und führte es nach dem Mauerfall weiter, am heutigen Firmenstandort in der Zwickauer Nordvorstadt. Die nächste Generation schloss sich an: Michael Bauer und sein jüngerer Bruder wurden ebenfalls Malermeister. Anfangs war das gar nicht sein Plan. Nach dem Abitur wollte Michael Bauer zunächst Architektur studieren. Dafür reichte allerdings sein Notenschnitt nicht aus. Also



01



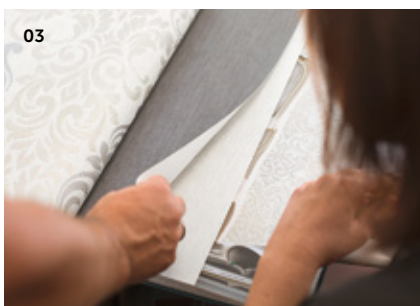
02



schrieb er sich an einer Berufsakademie für Bauingenieurwesen ein. Für das Studium benötigte er eine Firma, in der er mitarbeiten durfte, doch just jene, die er sich ausgesucht hatte, meldete überraschend Insolvenz an. Bauer musste sich schnell umorientieren, cancelte das Studium und begann kurzerhand eine Maler- und Lackiererlehre in der Firma seines Vaters, „um erst mal etwas in der Tasche zu haben“.

Familienbetrieb mit Anspruch

Das Malerhandwerk wurde schließlich doch noch zu seinem Traumjob. Er merkte, dass er sich in diesem Bereich etwas aufbauen kann, das seinen Talenten und Vorstellungen entspricht. Er fing zunächst alleine an, gründete 2005 seinen eigenen Betrieb, der mit den Jahren kontinuierlich wuchs. Als sein Vater in Rente ging, wechselte er an dessen Firmenstandort. An der Zwickauer Rosa-Luxemburg-Straße liegt seine Zentrale inklusive Lager und Werkstatt. Im Obergeschoss des Hauses wohnt Bauer mit seiner Frau Nicole, 41, und dem gemeinsamen Sohn Max, 6. Nicole Bauer spielt



„Wir stehen für Sauberkeit und Geradlinigkeit. Das verbinden unsere Kunden mit uns.“

Michael Bauer, Inhaber und Geschäftsführer

01 — Ordnung zählt. Das beherzigen Azubi Maximilian Porschitz, 19, und Justin Merkel, 21, auch im Firmenwagen

02 — Michael Bauer und Geselle Andreas Höll, 41, bei der Produktauswahl

03 — Der Kundenberatung, etwa zu Tapeten, widmet Bauer viel Zeit

04 — Alter Hase: Geselle Matthias Sünderhauf, 35, ist schon seit vielen Jahren dabei



ebenfalls eine wichtige Rolle im Betrieb, sie organisiert das Büro und kommt viel mit Kunden in Kontakt: „Das Portfolio wurde immer anspruchsvoller. Inzwischen sind wir bekannt dafür, dass wir vor allem hochwertige Aufträge übernehmen.“ Heißt: „Nicht einfach Raufaser an die Wand und weiß streichen. Oft kümmern wir uns um das Besondere.“ Der Betrieb maler-creativ bietet alle Arbeiten, die man mit Pinsel, Farbroller und Spachtel ausführen kann, in Innen- und Außenbereichen, dazu kommen die Gestaltung mit Bodenbelägen, Tapezierarbei- ➤



01



02

ten und Dachbeschichtungen. Sogar die Gerüste bringen seine Mitarbeiter mit, sie montieren sie auch selbst. In den Sommermonaten bearbeiten sie oft Außenfassaden von Eigenheimen. „Die Auftragslage ist gerade so gut, dass wir eigentlich bis Weihnachten durchackern könnten. Aber unter fünf Grad arbeiten wir nicht mehr in Außenbereichen, da könnten wir die Qualität der Farben und Putze nicht mehr gewährleisten.“ Im Winter stehen dafür mehr Inneneinrichtungen in den Auftragsbüchern. Etwa ein Viertel seiner Arbeitszeit verbringt Michael Bauer auf Baustellen, mal, um

selbst mitzuarbeiten, mal, um nach dem Stand der Dinge zu schauen. Er ist kein gefürchteter Chef, sondern ein sanfter, ruhiger Charakter, Vertrauen im Team ist ihm wichtig. „Wir gehen hier recht locker miteinander um, es gibt viele Scherze, aber klar ist auch, dass ein Respektsverhältnis besteht.“ Wenn man ein Unternehmen führt, sollte man ein Gespür für Menschen haben, findet er. „Man ist immer auch ein bisschen Sozialpädagoge.“ Einfühlungsvermögen habe er früh gelernt, etwa als Fußballcoach. Mit 18 Jahren machte er seinen Trainerschein und betreute danach verschiedene Mannschaften des FSV Zwickau, vom Kinder- bis in den Männerbereich. „Ich habe mit sehr unterschiedlichen Menschen zusammengearbeitet. Da lernt man, wie man Wege findet, um komplexe Teams zu führen. Das hat mich geprägt.“

Viel Zeit für Kundengespräche

Die meiste Zeit widmet der Chef Kunden- und Beratungsgesprächen. „Manche Kunden wissen am Anfang noch gar nicht richtig, was sie wollen, deshalb ist gute Beratung so wichtig.“ Dabei geht es auch um Trends und Moden. Derzeit aktuell: gedeckte Töne, helle, erdige Farben – auch mal kombiniert mit munteren Akzenten

wie einer starken Farbe oder gemusterten Tapeten. Aber nicht nur der allerneueste Schrei zählt. Genauso wichtig ist Bauer, dass die Designideen zum Kunden und zu seiner Einrichtung passen. „Es geht immer darum, gemeinsam abzuwägen und für jeden das Passende zu finden.“

Eine historische Lieblingsbaustelle

Eine von Bauers Lieblingsbaustellen ist ein absoluter Architektur-Klassiker: das Zwickauer Johannisbad. Es handelt sich um ein ehrwürdiges Jugendstilbad, erbaut Mitte des 19. Jahrhunderts, wunderschön erhalten. Bauers Firma sorgt dafür, dass das so bleibt. Seit vielen Jahren kümmert sich maler-creativ um die kontinuierliche Instandhaltung des Bads, dafür wird die Halle im Sommer regelmäßig geschlossen. Meist ist Bauers Mitarbeiter Andreas Pomper, 48, auf dieser Baustelle, er kennt das Bad inzwischen in- und auswendig. Pomper arbeitet bereits seit 1994 in der Firma. „Ein Familienbetrieb mit sehr angenehmem Klima“, sagt er. „Die Aufträge sind immer schicker geworden, man ist qualitativ gefordert. Das gefällt mir.“ Im Johannisbad können er und seine Kollegen die gesamte Palette ihrer Fertigkei-

ten abrufen. Mal müssen Außenfassaden aufgefrischt, mal Wände neu gestrichen, mal Bodenbeläge erneuert werden – großflächige Arbeiten. Aber immer wieder geht es auch um Filigranes, die historischen Blütenranken an den Wänden zum Beispiel, die mit besonders ruhiger Hand, feinsten Pinseln und passenden Schablonen regelmäßig nachgezogen werden müssen. Das alles bei schwimmbadwarmen Temperaturen und mit Blick ins azurblaue Wasserbecken. „Es gibt deutlich schlimmere Arbeitsplätze“, sagt Pomper augenzwinkernd. Auch Chef Michael Bauer ist stolz auf diesen Dauerauftrag. Als Zwickauer natürlich, denn ein Job in solch einer edlen Umgebung ehrt den Lokalpatrioten. Aber auch als Malermeister, der sich mit seiner Arbeit Vertrauen erworben hat. Zufriedene Kunden kehren zurück – das gehört zu seinen Regeln und Lehren. ◀



03

„Wir sind bekannt dafür, dass wir vor allem hochwertige Aufträge übernehmen. Oft kümmern wir uns um das Besondere.“

Nicole Bauer, Büroangestellte und Ehefrau des Inhabers



04

01 — Michael Bauer im Gespräch mit einem Bauherrn, der die Fassade seines Hauses von maler-creativ gestalten lässt

02 — Etwa eine Woche ist Geselle Kenthly Sarfert, 26, mit den Fassadenarbeiten beschäftigt

03 — Nicole Bauer organisiert reibungslose Abläufe im Büro

04 — Der gute Ruf des Betriebs zahlt sich aus: Die Auftragsbücher sind voll

Bunt, frostig, voller Licht – so feiert die Welt

Tausende Lampions, hundert Meter hohe Eispaläste, fantasievolle Luftschlösser: Zugegeben, solche Dimensionen sind auf einer Betriebsparty unpassend. Ein wenig An- und Abgucken ist aber erlaubt! Lassen Sie sich von diesen **Festivals aus aller Welt** inspirieren!



THAILAND

Wunschlichter

Ein besonderer Moment: Wenn die Papierlater-
nen gemächlich nach oben schweben, entsteht
am Nachthimmel eine Zeitlang eine zweite
Milchstraße. Das Fest ist nicht nur fantastisch
anzuschauen, es hat auch für jeden Besucher
einen tieferen Sinn: Jedes einzelne Licht fliegt
einen Wunsch, der sich erfüllen soll, ins Univer-
sum. Das Yee-Peng-Festival in Chian Mai ist die
Nordthailand-Version von Loi Krathong, dem
landesweiten Lichterfest. Es findet jedes Jahr
zum Vollmond im 12. Monat des Thai-Kalenders
statt, also meist im November.



NORDINDIEN

Farbexplosionen

Bunt, bunt, bunt sind alle meine Kleider – für die Ewigkeit. Die Farbschlacht macht zwar den besonderen Reiz des Holi-Festivals aus, aber die Hinterlassenschaften lassen sich nicht auswaschen. Mit diesem Fest der Farben feiern die Hindus den Frühlingsbeginn. Make-up, schicke Klamotten, vorher zum Friseur? Kann man sich sparen. Innerhalb weniger Minuten sehen alle Feiernden gleich aus, geschminkt mit Regenbogenpulver. Genau diese temporäre Maskerade macht es zu einem ganz besonderen Tag für alle Inder: Hier werden Kasten-, Geschlechter- und Altersgrenzen für zehn Tage vergessen.





CHINA

Eisillusionen

Eine ganze Stadt aus Eisskulpturen, beleuchtet von Lichtern und Lasern: Jedes Jahr wird Harbin, Hauptstadt der Provinz Heilongjiang, zum Schauplatz des größten Eisskulpturenfestivals Chinas. Seinen Ursprung hat es in der Tradition der Eislaternenherstellung. Da die durchschnittliche Temperatur während der Wintermonate bei frostigen -15°C liegt, gilt das Schneefest als das längste Winterfestival der Welt. Eine offizielle Abschlussfeier gibt es nicht – Schluss ist, wenn's taut. Und so fallen meist die vier wichtigsten Feste Chinas in diese Zeit: Neujahr, Frühlings-, Laternen- und Skifest.



DEUTSCHLAND

Hauptstadtleuchten

Überall flackert, glitzert, strahlt und flimmert es: Der Verein „Berlin leuchtet e.V.“ verwandelt, in Kooperation mit dem internationalen „Festival of Lights“, die Metropole jedes Jahr in ein leuchtendes Farbenmeer. Orte wie die Siegessäule, der Funkturm, das Konzerthaus am Gendarmenmarkt (s. Foto), die Oberbaumbrücke oder der Breitscheidplatz wurden im Herbst 2019 wieder in künstlerisches Licht getaucht. Auch wer abseits der Touristenrouten unterwegs ist, sieht Licht: Viele unsichtbare Ecken der Kieze werden ebenfalls illuminiert und so in den Fokus gerückt.



USA

Luftfantasien

Von wegen Häuser, Goldfische und Comicfiguren könnten nicht fliegen: Im Oktober heben in New Mexico hunderte von ihnen als bunte Farbtupfer ab, um in den klaren Wüstenhimmel zu entschweben. Auf der „Albuquerque International Balloon Fiesta“, dem weltweit größten Treffen für Heißluftballonfans, versammeln sich seit 1972 jedes Jahr hunderttausende Besucher, um mehr als 500 Ballons in verschiedensten Formen und Farben zu bejubeln. Der Clou: Man kann eine Fahrt buchen und mitfliegen – so werden Fans selbst Teil des Spektakels.





Erst die Karte, dann das Vergnügen

Jedes erfolgreiche Firmenevent beginnt mit einer formvollendeten Einladung. Damit Ihre Kunden sich diesen Termin voller Vorfreude im Kalender notieren, sollte die Karte informativ, interessant und individuell gestaltet sein

Eine Veranstaltung wie eine Weihnachtsfeier, ein Tag der offenen Tür, eine Neueröffnung oder ein Jubiläum steht und fällt mit den Gästen. Aus diesem Grund ist die Einladung besonders wichtig. Schließlich sollen möglichst viele der Geladenen teilnehmen. Um dieses Ziel zu erreichen, eignet sich – immer noch – am besten Papier. Eine Einladung soll dem Kunden jedoch keine Arbeit machen, sie soll ihn bereits im Vorfeld positiv auf diesen Tag einstimmen. Gedruckte Karten, die der Kunde in die Hand nehmen und an die Pinnwand heften kann, vermitteln Verbindlichkeit und enthalten alle wichtigen Details: Anlass der Einladung, Ort und Termin, Hinweise zur Anfahrt; Dresscode, ob Begleitpersonen eingeladen sind, bis wann eine Zusage erwartet wird. Es lohnt sich also gleich doppelt, wenn Sie sich die Zeit nehmen und eine schriftliche Einladung formulieren: Zum einen stellen Sie sicher, dass Ihre Gäste alle relevanten Infos auf einen Blick bekommen. Zum anderen

signalisieren Sie auf ganz persönliche Art, dass diese Menschen Ihnen wichtig sind.

Stilistisches Statement

Überzeugen Sie Ihre Kunden mit einem gelungenen Auftritt – denn die Gestaltung Ihrer Karte mit Farbe, Design und Schriftart bedeutet ein stilistisches Statement. Für Anlässe aller Art bietet Brillux ein umfangreiches Marketingpaket an:

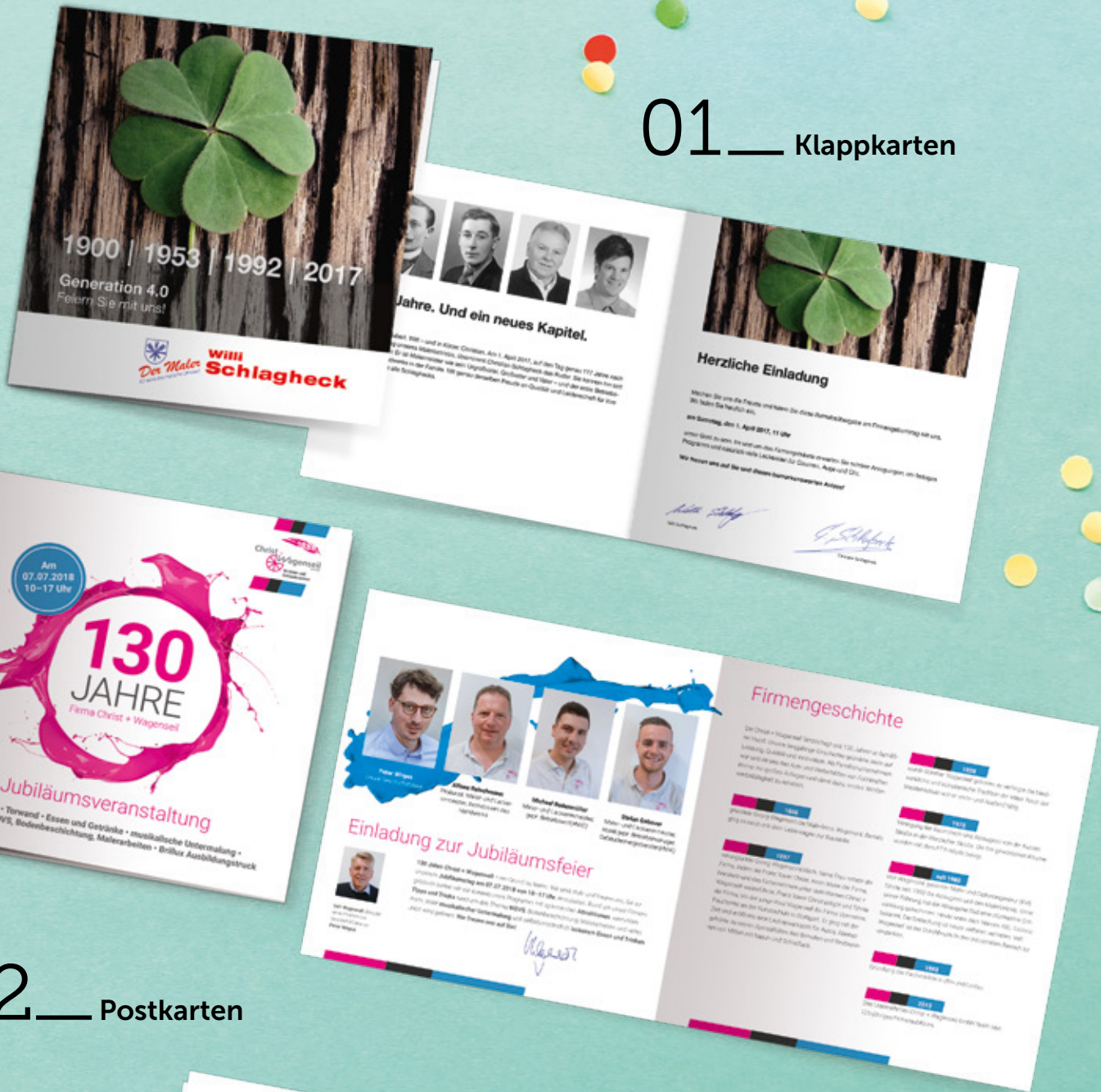
- Gestaltung und Druck von individuellen Einladungskarten und passenden Umschlägen (250 Stück)
- Gestaltung und Druck einer Beachflag
- Gestaltung einer Anzeige

Eine gelungene Feier bietet die Chance, mit bestehenden Kunden ins persönliche Gespräch zu kommen, neue Auftraggeber auf sich aufmerksam zu machen, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und neue Kontakte herzustellen – mit diesem Paket geben Sie unkompliziert den Startschuss zu Ihrer Festplanung. ◀

Kontakt

Tel. +49 251 7188-351
marketingunterstuetzung@brillux.de

01 — Klappkarten



02 — Postkarten



01 — Der Betrieb von Willi Schlagheck kündigte sein Jubiläum mit einem Kleeblatt an (oben). Die Firma Christ + Wagenseil spielte auf der Karte mit pinken Farbklecks und -kreisen

03 — Maler Alexander Adolph warb für weihnachtliche Inspirationen in seiner Geschenkboutique mit bunten Farben in Blöcken



DEINE ZUKUNFT IST BUNT
AUSBILDUNG IM MALER- UND STUCKATEURHANDWERK

„Fliegendes Klassenzimmer“ – Endspurt

Ein spektakuläres Projekt – in der Marktimpulse 1/19 bereits vorgestellt – ist nun vollendet: 20 Azubis aus dem Maler- und Lackiererhandwerk haben ein Iljuschin-Passagierflugzeug, das einst zur DDR-Staatsfluggesellschaft Interflug gehörte, von außen wieder flott gemacht. Die IL-18 wird künftig als pädagogischer Lern- und Erfahrungsraum für Jugendliche genutzt

Dass das Malerhandwerk zu den vielfältigsten Professionen überhaupt gehört, können viele bestätigen, die es besser kennen. Das Problem ist nur:

Wie schafft man es, bei jungen Menschen Interesse für diesen Beruf zu wecken?

Für Stefan Viefhues, Gebietsverkaufsleiter bei Brillux in Kassel/Waldau, steht fest: Zum Beispiel mit einem Projekt wie dem „Fliegenden Klassenzimmer“ am Erfurter Flughafen, das Brillux im Rahmen der Nachwuchsinitiative „Deine Zukunft ist bunt“ unterstützt hat. „An einem Passagierflugzeug zu arbeiten ist bei aller Abwechslung,

die der Beruf sonst bietet, natürlich keine Alltäglichkeit. Und sicher auch etwas, worüber man in seiner Freizeit gerne spricht.“ Und Mundpropaganda unter Jugendlichen, die sich nach einem Beruf umsehen, kann das Malerhandwerk gut gebrauchen.

Mit der Arbeit Spuren hinterlassen

„Klar war es auch anstrengend“, sagt die Auszubildende Alina Seidler, die mehrfach an dem Flugzeug gearbeitet hat und überzeugt ist, den richtigen Beruf gewählt zu haben. „Aber es hat vor allem viel Spaß gemacht. Jeden Tag mussten wir Lösungen für neue Herausforderungen finden. Und jetzt, da wir unsere fertige Arbeit vor uns sehen, sind wir alle ein bisschen stolz.“ Azubi Kai Funke ergänzt: „Genau deshalb will ich Maler werden: Es gibt immer etwas Neues zu lernen und man hinterlässt mit seiner Arbeit Spuren.“ Zwar würde man vermutlich nur einmal im Leben ein Flugzeug renovieren. Aber auch die anderen Aufgaben seien enorm abwechslungsreich. „Es gibt keine zwei Räume oder Fassaden mit genau den gleichen Lichtverhältnissen. Allein schon weil wir darauf reagieren müssen, betreten wir mit jeder Arbeit Neuland.“

01 — Die IL-18 soll in naher Zukunft als „Fliegendes Klassenzimmer“ Jugendliche für weltweite Umweltprobleme sensibilisieren

02 — Reine Handarbeit: Die Auszubildenden haben viele Stunden an der alten Passagiermaschine gearbeitet

03 — Thüringer Innungsbetriebe haben für dieses besondere Projekt Auszubildende freigestellt und ihnen so eine tolle Erfahrung ermöglicht



01

02





Brillux hat das Projekt sowohl mit Know-how als auch mit Material unterstützt

500 Liter Lack verarbeitet

Alles hatte im Frühjahr 2018 begonnen, als Winfried Wehrstedt, Vorsitzender des Fördervereins Spielplatz der Generationen in Erfurt e.V., dem am Erfurter Flughafen tagenden Landesinnungsverband des Maler- und Lackiererhandwerks Thüringen einen Besuch abstattete und von seinem Plan für das Projekt „Fliegendes Klassenzimmer“ berichtete. Nach einer Flugzeugbesichtigung erklärten sich viele Innungsbetriebe bereit, Auszubildende für die Renovierung der Maschine abzustellen. „Sie war komplett abgewittert“, erinnert sich Benjamin Beste. Der Maler- und Lackierermeister, der als Anwendungstechniker bei Brillux tätig ist, koordinierte die zwei Bearbeitungsphasen an der IL-18. Bevor in bis zu drei Schichten insgesamt 500 Liter Lack aufgetragen werden konnte, mussten zuerst der alte Anstrich entfernt, die Oberflächen gesäubert, Fenster abgeklebt und dann die Grundierung neu



03

aufgetragen werden. „Natürlich in reiner Handarbeit“, so Beste, „da es bei einer Spritzapplikation zu Verneblungen im Hangar und Verklebungen auf dem Boden hätte kommen können. Dies hätte die Arbeiten und das Oberflächenergebnis negativ beeinflusst.“ Jetzt strahlt die Iljuschin wieder in Weiß, Rot und Grau, ihren Originalfarben.

Umweltbewusstsein schärfen

Wann genau das „Fliegende Klassenzimmer“ starten kann, steht noch nicht fest. Denn zuvor müssen der Innenausbau und die Entwicklung der Lern-App abgeschlossen sein. Später können Schulklassen dann vor Ort einchecken und im Flugzeug zur virtuellen Entdeckungsreise aufbrechen. „Falls für mich mal ein Platz frei sein sollte“, sagt Azubi Kai Funke, „würde ich mich auf jeden Fall freuen, mir das Endergebnis noch einmal aus einer anderen Perspektive anzuschauen.“ ◀

ANBLICK



Schutzpatron im Parka

Er gilt als Gründer und Schutzheiliger der schottischen Stadt Glasgow: Saint Kentigern, von den Stadtbewohnern liebevoll „St. Mungo“ genannt. Der katholische Bischof soll vier Wunder vollbracht haben – das erste bereits als kleiner Junge, als er ein Rotkehlchen wieder zum Leben erweckte, das seine Spielkameraden zuvor mit Steinen beworfen hatten. In der High Street, mitten im historischen Zentrum Glasgows, kümmert sich seit Anfang 2016 ein erwachsener St. Mungo in moderner Streetwear um das Vögelchen. Eine Woche arbeitete der Australier Sam Bates (aka Smug) an seinem fotorealistischen Kunstwerk. Es liegt auf dem offiziellen *City Center Mural Trail* – einer vierstündigen Tour zu den besten Wandbildern der Stadt.

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

AutorInnen: Wiebe Bökemeier,
Karina Bostelmann, Doreen
Reinhard, Thomas Soltau

Erscheinungsweise

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



**„Jede Generation lacht
über die alte Mode und folgt
inbrünstig der neuen.“**

Henry David Thoreau (1817–1862), amerikanischer Schriftsteller und Philosoph



20645/718/15, 6/1219 8826 0010 9083

..mehr als
gute Vorsätze.



Müsste, sollte, könnte ...

Gute Vorsätze haben eines gemeinsam: Es bleibt meist dabei. Mit Blick auf den Fachkräftemangel können wir uns das aber nicht leisten: Sichern Sie mit uns die Zukunft des Maler- und Stuckateurhandwerks für die nächsten Generationen. Denn wo kein Mensch, da kein Handwerk. Wir sind Ihr Partner und danken Ihnen für Ihr Vertrauen.

www.brillux.de

 **Brillux**
..mehr als Farbe