



ZEICHEN SETZEN

Sie sind überall: Vom Verkehrsschild bis zum Markenlogo –
Zeichen prägen unsere Welt. Und manchmal sollten wir uns aufrufen,
anpacken und einfach selbst welche setzen.

Ab S. 14

• Rent
• ting up
• guest
• S
• SP
• Em
• in

WHITEBOARD-BESCHICHTUNG

MEHR AUF SEITE 62



Brillux 2K-Aqua
Whiteboard 2384



„ICH VERLASSE GERNE MEINE KOMFORTZONE!“

Nach der Malerlehre entschied er sich gegen die sichere Anstellung als Geselle und für eine zweite Ausbildung zum Gipser: Stuckdesign wurde Frank Jäggis große Leidenschaft – und sein Erfolgsgeheimnis. Entspannung findet er beim Speedflying und Fallschirmspringen.

ZEICHEN SETZEN

Von den ägyptischen Hieroglyphen bis zu den Emojis unserer Zeit: Menschen verständigen sich seit jeher über Zeichen. Und sie setzen welche – mit Ideen und Taten. Ehrenamtliches Engagement zählt unbedingt dazu.

14



STERNENREGEN

Feuerwerke faszinieren und verzaubern uns – und das nicht nur zu Silvester! Allen, die vom Lichterzauber nie genug bekommen können, stellen wir die weltweit atemberaubendsten Pyrotechnik-Shows 2019 vor.

48

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

haben Sie schon gute Vorsätze fürs neue Jahr gefasst? Wir hätten da einen Vorschlag: Anpacken! Jeder zweite Deutsche engagiert sich ehrenamtlich und trägt so dazu bei, dass Kinder sich für Sportarten begeistern, Geflüchtete bei uns heimisch oder Städte grüner werden. Am aktivsten sind Ehrenamtliche im sozialen Bereich, in der Gesundheitsversorgung, bei Bildungs-, Umwelt- oder Entwicklungsthemen. Damit leben sie Werte wie Solidarität und gegenseitigen Respekt, die unsere Gesellschaft zusammenhalten. Und sie profitieren auch selbst – denn Gutes tun tut gut! Wer sich für andere einsetzt, lebt nachweislich gesünder und länger. Im Fall von Hermann Maracke kommen handfeste wirtschaftliche Vorteile hinzu: Seit der Geschäftsführer der Hamburger Germann Malermeister GmbH vorwiegend Geflüchtete ausbildet, sind seine Nachwuchssorgen vorbei (Seite 24). Wir finden: Bitte nachmachen!

Ebenfalls bewundernswert sind die fünf Gebäude, die wir Ihnen ab Seite 8 vorstellen. Diese ikonischen Bauwerke haben Architekten weltweit inspiriert und wirken weit über den Zeitgeist hinaus.

Ob uns etwas nachhaltig überzeugt und im Gedächtnis bleibt, darüber entscheidet aber nicht nur eine schicke, ansprechende Optik. Lesen Sie ab Seite 56, wie überraschend stark Geräusche unsere (Kauf-)Entscheidungen beeinflussen.

Herzliche Grüße

Ihre Redaktion der MarktImpulse



WDVS

JETZT DÄMMEN!

Wer dämmt, gewinnt!
Die WDVS-Kampagne geht
in die nächste Runde – und
niemand kommt mehr dran
vorbei! Ob LKW-Auflieger, Ge-
rüstplane oder Onlinebanner:
Die aufmerksamkeitsstarken
Motive fallen ins Auge.

52



INHALT

06 PERSPEKTIVEN

Historisches Monument: die Berliner Mauer.

08 UNTERWEGS

Ikonen der Architekturgeschichte:
fünf Gebäude, die weltweit Impulse gaben.

14 ZEICHEN SETZEN

Gib mir ein Zeichen! Warum wir manchmal
selber für klare Signale sorgen sollten.

16 GUTES TUT TUT GUT

Ehrenamtlicher Einsatz ist für die Ausbildung
im Handwerk unabdingbar – und nicht nur
dort. Bonuseffekt: Wer sich gesellschaftlich
engagiert, profitiert auch ganz persönlich.

24 VORBILDLICH!

Nachwuchssorgen? Kennt die Hamburger
Germann Malermeister GmbH nicht mehr:
Sie bildet vor allem Geflüchtete aus.

32 UMFRAGE

Wie wollen Sie ein Zeichen setzen?

38 MEINE BAUSTELLE

Die perfekte Welle: Das L & T Sporthaus in
Osnabrück lockt Kunden mit einem Surfpool.

42 LEIDENSCHAFT FÜR SCHÖNES

Stuckdesign: Gipskunst ist das Erfolgs-
geheimnis der JäggiPagani AG.

48 TRENDS

Echte Knaller: die schönsten Feuerwerk-
Events im Jahr 2019.

52 WDVS-KAMPAGNE

Vom Internetbanner bis zum Lkw-Auflieger:
Die Dämm-Initiative nimmt Fahrt auf.

54 KUNDENCLUB

Das Hemd als Visitenkarte: Warum Ihr Logo
unbedingt auf die Arbeitskleidung gehört.

56 HORIZONTE

Soundeffekte: Das Ohr kauft mit!

62 AKTUELL

Whiteboard: funktionale Wandbeschichtung.

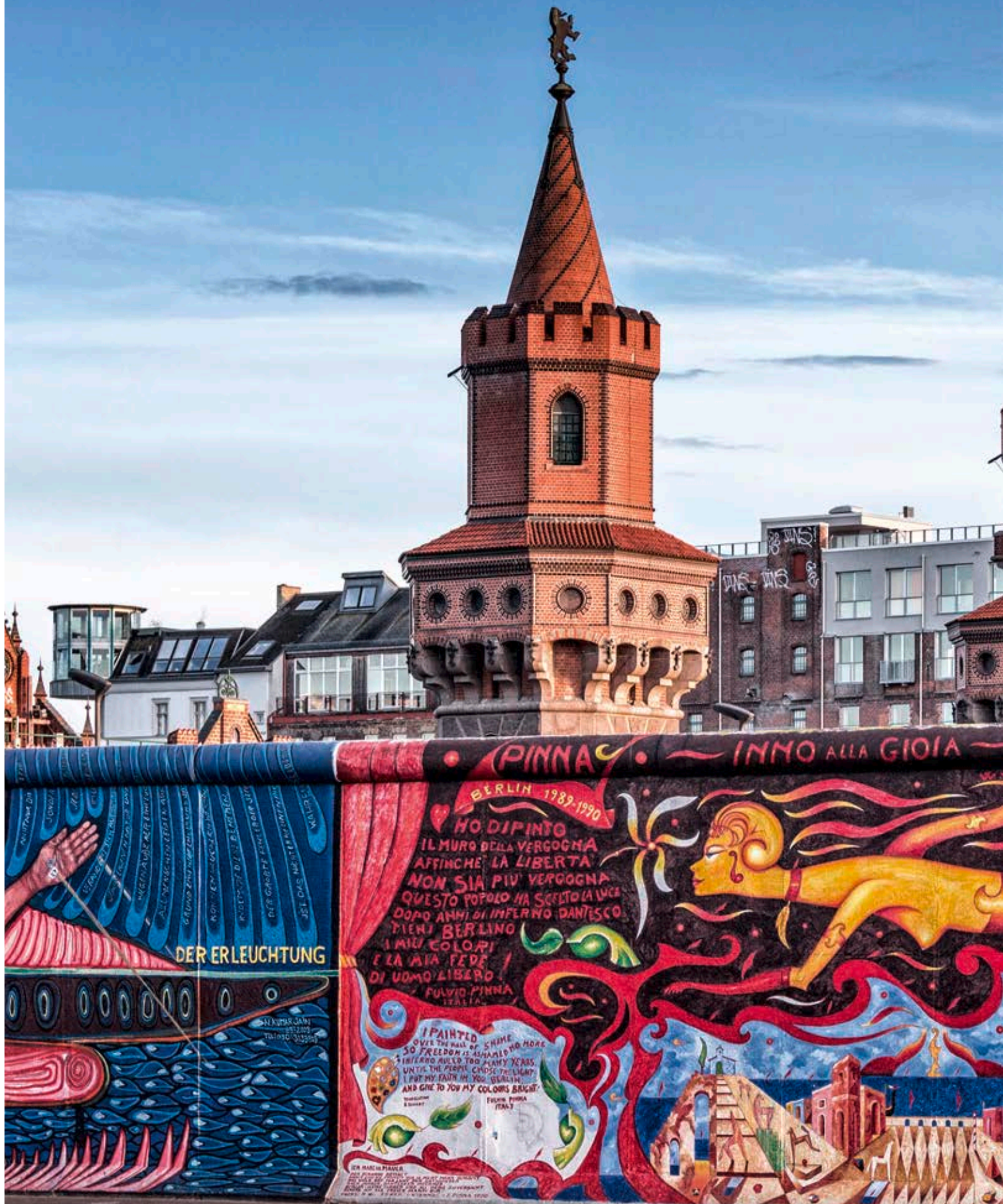
Brillux Design Award: Bewerbungsfrist endet.

Vielfach fit: neue Seminare der Brillux Akademie.

Fassadenkunst: bunte Feuerweherschule.

Uni-Projekt: Hotelzimmer Schloss Wiehe.

69 VORSCHAU



Über sieben Brücken musst du gehn ...

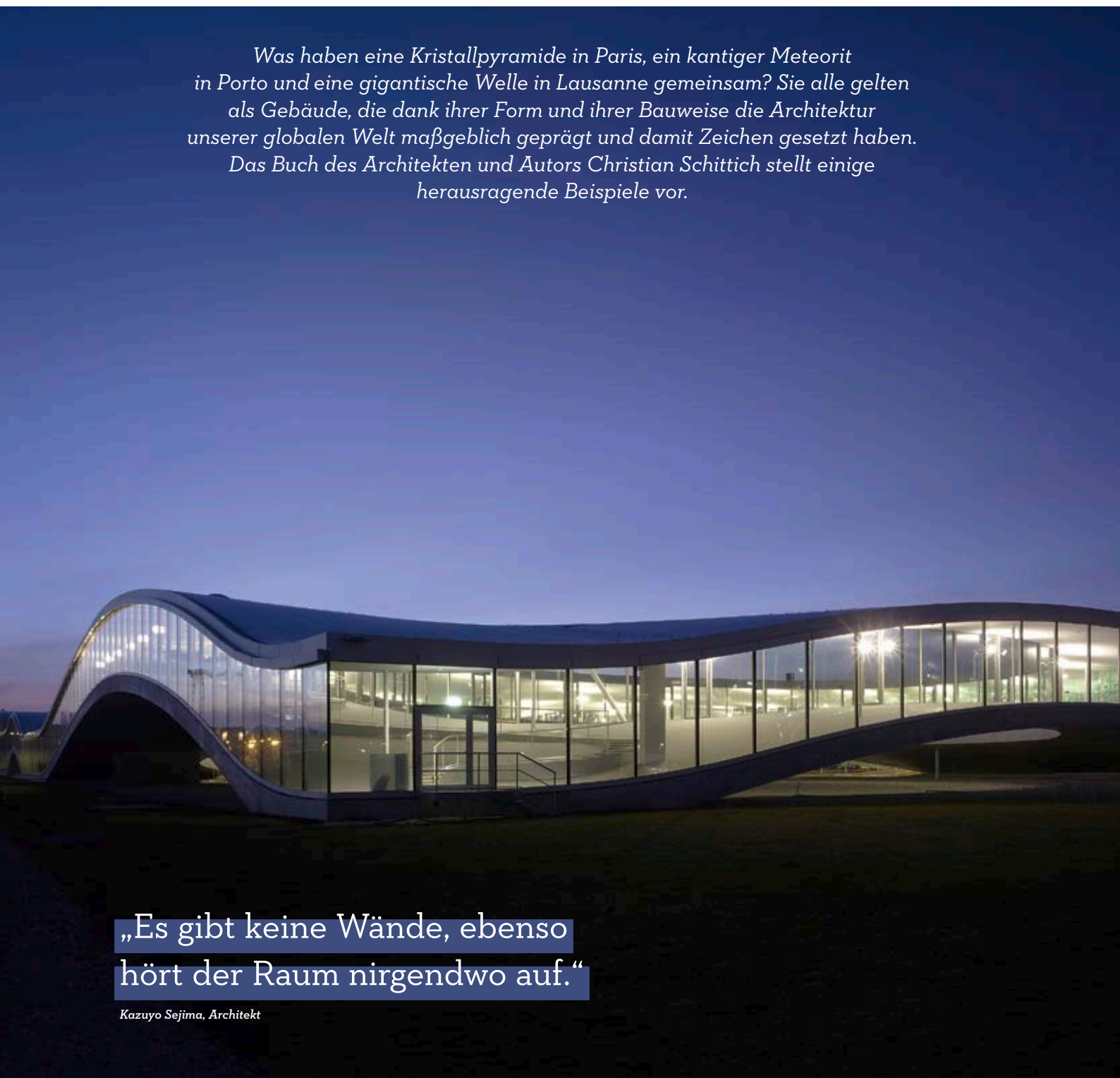
Sie ist das historische Symbol des Kalten Krieges und markantestes Zeichen der deutschen Teilung: Vom 13. August 1961 bis zum 9. November 1989 trennte die Berliner Mauer den West- vom Ostteil der Stadt. Heute stehen die verbliebenen Mauerteile auch als Denkmal für die friedliche Überwindung der Teilung. In der Nacht vom 10. auf den 11. November 1989 brachen Berliner an der Bernauer Straße erste Segmente aus der Mauer, um einen Übergang zwischen Ost- und West-Berlin zu schaffen. Kurz darauf wurden alle sieben innerstädtischen Grenzübergänge geöffnet - so auch an der Oberbaumbrücke.

Foto: Juergen Held (Alamy Stock / travelstock44.de)



BAUWERKE MIT WOW-EFFEKT

Was haben eine Kristallpyramide in Paris, ein kantiger Meteorit in Porto und eine gigantische Welle in Lausanne gemeinsam? Sie alle gelten als Gebäude, die dank ihrer Form und ihrer Bauweise die Architektur unserer globalen Welt maßgeblich geprägt und damit Zeichen gesetzt haben. Das Buch des Architekten und Autors Christian Schittich stellt einige herausragende Beispiele vor.



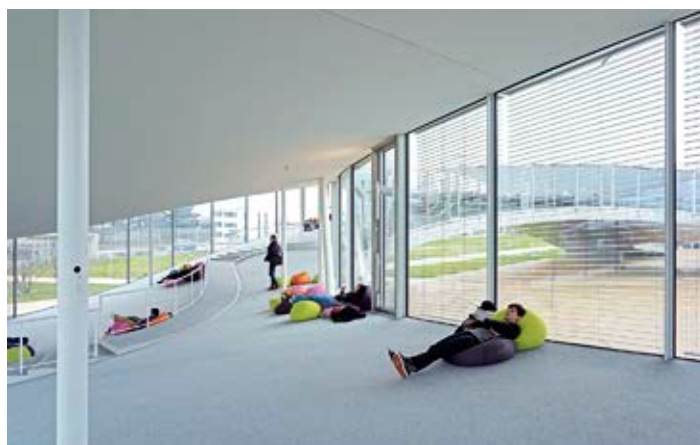
„Es gibt keine Wände, ebenso
hört der Raum nirgendwo auf.“

Kazuyo Sejima, Architekt



Stilvolles Auf und Ab: Das Rolex Learning Center schmiegt sich auf 20.000 m² in die schwungvolle Landschaft aus Hügeln und Niederungen.

*Oben: Aus der Vogelperspektive betrachtet erinnert das Center an eine silberne Scheibe Schweizer Käse.
Mitte: Sanfte Steigungen und Terrassen ersetzen Stufen und Treppenhäuser in dem hellen Gebäude.
Unten: Einen Kontrast bilden die vielen Sitzkissen in kräftigen Farben.*



Fotos: Getty Images (2x), Christian Schittich (2x), shutterstock.com (Advance Designer)

GIGANTISCHE WELLE

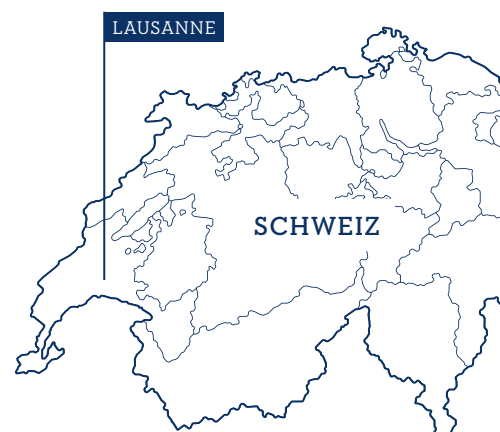
Das Rolex Learning Center liegt direkt am Genfer See auf dem Campus der Universitätsbibliothek, inmitten nüchterner Verwaltungsbauten und Forschungslabors. Seine futuristische Bauweise schafft ohne Türen oder andere Barrieren einen Ort, der Werte wie Offenheit, Transparenz und Miteinander symbolisiert. So entstand ein welliges Bauwerk, das, betrachtet man es von der Seite, wie ein schwebendes Sandwich mit gläserner Füllung anmutet.

KOSTEN 75 Millionen Schweizer Franken

BÜRO SANAA, Tokio

ARCHITEKTEN Kazuyo Sejima, Ryue Nishizawa

ERÖFFNUNG 2010





Ort der Begegnung: Die hölzerne Wendeltreppe bildet das Zentrum der offen gebauten Schule, in der es weder Klassen- noch Lehrerzimmer gibt.

INSELN DES WISSENS

Außen bunt, innen rund: Die Fassade des Ørestad-Gymnasiums erinnert an einen etwas zu groß geratenen Buntstiftkasten – dank der beweglichen Lamellen kann das Gebäude seine Außenfarbe verändern. Das Innere der Schule besteht aus einem einzigen lichtdurchfluteten und in alle Richtungen fließenden Raum, der von einer Wendeltreppe durchzogen wird. Von ihr ausgehend winden sich die bumerangförmigen Ebenen geschossweise nach oben. So entsteht Transparenz, die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit werden aufgehoben. Lounges auf den zylinderförmigen Auditorien und Glaswände bilden offene Gruppenbereiche, was Frontalunterricht nahezu ausschließt und die Eigenverantwortung fördert. Die großzügige Architektur ist zudem platzsparend: Der Flächenbedarf pro Kopf ist geringer als bei herkömmlichen Konzepten.

KOSTEN 27 Millionen Euro

BÜRO 3XN

ARCHITEKT Kim Herforth Nielsen

ERÖFFNUNG 2007

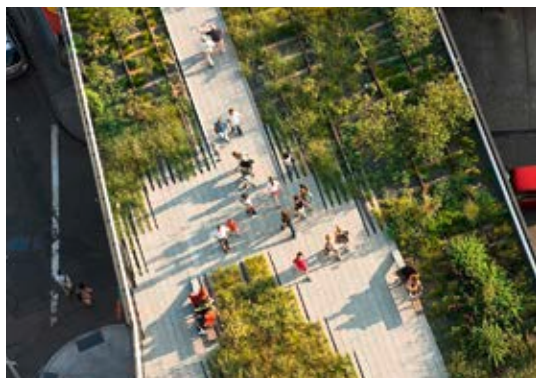
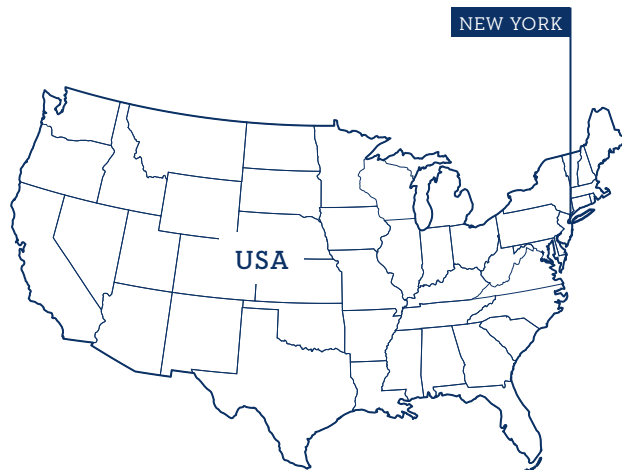


Rechts: Dank der gläsernen Senkrechtlamellen verändert die Fassade ihre Farbe.

Rechts unten: Die Inseln bieten den 1200 Schülern zwischen 16 und 19 Jahren die Möglichkeit, individuell zu lernen.



Links: Blick auf die West Side Manhattans. Unten: Das wiederkehrende Motiv sind Betonteile, die sich mit Blumenbeeten und wiederverlegten Eisenbahnschienen verzahnen. Sie bilden einen fließenden Übergang zwischen Pflaster und Pflanzen.



HIGH LINE - EIN HIGHLIGHT

Wer über die Gehsteige New Yorks spaziert, will Trubel. Wer durch den Central Park flaniert, will der Stadt entfliehen. Wer jedoch auf der 2,5 Kilometer langen High Line wandert, will genießen. „Als wir dort das erste Mal entlangliefen, auf einem Pfad, der sich durch Gestrüpp und Gras schlängelte, offenbarte sich uns die alte Bahntrasse mit ihrem wilden Charme“, erklärt Architekt Ricardo Scofidio seine Leidenschaft für das Objekt. Sein Ziel war es, den Charakter dieser von der Natur eroberten Industrielandschaft zu erhalten. Mit Erfolg: Wo einst mit Schlachtfleisch beladene Güterzüge rollten, wechseln sich heute Beete mit Petunien, ruhige Nischen und Aussichtspunkte mit Blick auf die West Side Manhattans ab.

KOSTEN 107 Millionen Euro (zu 70 Prozent aus Spenden)

BÜRO Diller Scofidio + Renfro, New York

ARCHITEKT Ricardo Scofidio

ERÖFFNUNG 2014

Die alte Bahntrasse war längst zum Abbruch bestimmt, als die Bürgerinitiative „Friends of the High Line“ sie rettete. Mit Erfolg: Sie ist heute eine der beliebtesten Touristenattraktionen New Yorks.



PARIS

UNTERWEGS

FRANKREICH

Rechts: Die Pyramide des Louvre hat die gleichen Proportionen wie die Cheops-Pyramide in Ägypten. Halt geben ihr 95 Tonnen Stahl und 105 Tonnen Aluminium. Rechts unten: Eine unterirdische Pyramide steht auf dem Kopf und spendet Licht.



PRUNKVOLLE PYRAMIDE

Ein Aufschrei des Entsetzens ging 1985 durch das Land: Ein derart futuristisches Gebilde zwischen den altherwürdigen Gemäuern des Louvre? Dem damaligen Präsidenten François Mitterrand wurde sogar vorgeworfen, sich selbst für einen Pharaon zu halten, weil er den Bau des Glaskristalls durch den chinesisch-amerikanischen Architekten Ieoh Ming Pei angekündigt hatte, ohne zuvor einen Wettbewerb ausgeschrieben zu haben. Seit seinem Umbau gleicht der Louvre einem Eisberg: Die transparente Spitze bringt Licht in das weit größere Bauwerk, das sich unter der Erde verbirgt. Mittlerweile ist die Pyramide nicht nur zum Symbol des Louvre, sondern auch zu einem beliebten Wahrzeichen avanciert – sogar und vor allem bei den Franzosen.

KOSTEN keine offiziellen Zahlen

BÜRO I. M. Pei

ARCHITEKT Ieoh Ming Pei

ERÖFFNUNG 1989

Die Pyramide zählt zu den ersten Bauwerken überhaupt, die aus Verbundglas hergestellt wurden. Um größtmögliche Transparenz zu erzielen, wurde ein besonders glattes und extraweißes Glas entwickelt.

Ein Haus mit
Ecken und Kanten:
Die Casa da Música
ist ein ausdrucks-
starkes Gebilde aus
weißem Sichtbeton.

MARKANTES MEISTERWERK

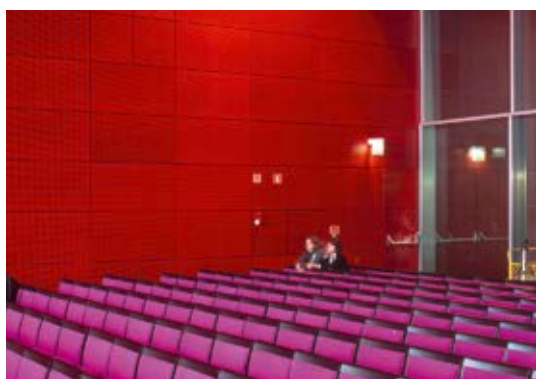
Wie ein Meteorit liegt die Casa da Música auf dem Platz „Rotunda da Boavista“ zwischen heruntergekommenen kleinen Häusern nordwestlich der Altstadt von Porto. Während sich das Gebäude nach außen als kristalliner Körper aus weißem Sichtbeton zeigt, ordnen sich im Inneren rechtwinklige Räume wie Boxen auf- und nebeneinander; hier finden Konzerte unterschiedlichster Musikrichtungen statt. Das Zusammentreffen von hypermodernen und traditionellen Baustoffen sorgt innen für Abwechslung und Überraschungen: Treppenstufen sind aluminiumverkleidet, perforierte Metallflächen oder Blattgoldornamente auf rohen Holzplatten verzieren Wände – und in einigen Räumen wurden handbemalte Kacheln verlegt.

KOSTEN 100 Millionen Euro

BÜRO OMA, Rotterdam

ARCHITEKT Rem Koolhaas

ERÖFFNUNG 2005



„Der Gang durch das Konzert-
haus wird zum faszinierenden
Architekturserlebnis.“

Christian Schittich, Autor und Architekt

PORTO



Auch die kleineren
Räume reizen mit
geometrischen
Mustern, bemalten
oder genoppten
Kacheln die Gren-
zen des ästhetisch
Möglichen aus.

Christian Schittich;
„Gebäude, die Zeichen
setzen – ein Blick
auf drei Jahrzehnte
Architektur“;
Edition Detail; 49,90 €



EIN ZE!C

Ein winziges Zeichen verändert eine Nachricht. Leuchtende Zeichen in der Nacht retten Leben. Und Zeichen mitmenschlichen Engagements bereichern gleich zwei Leben: Wer hilft, macht nicht nur den anderen, sondern auch sich selbst glücklich und zufrieden. Eine Geschichte über wichtige Zeichen, die man sehen, fühlen oder „ganz banal“ per E-Mail verschicken kann.

HEIN SETZEN

1.

FEATURE

Viele Maler engagieren sich ehrenamtlich für die Kollegen. Warum, weiß Lan Nina Pham von der Handwerkskammer Hamburg.

S. 16

2.

WUSSTEN SIE ...

*... dass „Emoji“ eine Weltsprache ist?
Dass Kommas Leben retten können? Und dass Ampeln zukünftig Lichtschwertern ähneln?*

ab S. 22

3.

REPORTAGE

Hermann Maracke stellt schon seit Jahren Geflüchtete ein. Seine Mitarbeiter fragten wir, wie sie selbst ein Zeichen setzen möchten.

S. 24



50-300
STUNDEN

*investieren Handwerker pro Jahr
ehrenamtlich in Prüfungsausschüssen.*

VOLL ENGAGIERT

Maler und Lackierer in ganz Deutschland setzen täglich Zeichen: mit jedem Pinselstrich für ihre Kunden, aber auch ganz besonders mit ihrem sozialen Engagement. Sie arbeiten ehrenamtlich für ihre Handwerkskammer und sind Vorsitzende von Prüfungsausschüssen. Davon profitiert nicht nur unsere Gesellschaft, sondern auch jeder, der sich einbringt.

„Viele Menschen versäumen das kleine Glück, während sie auf das große vergebens warten.“ Dieser schöne und wahre Satz der Schriftstellerin Pearl S. Buck trifft vermutlich auf einige Menschen zu, die dem Glück stets hinterherlaufen. Dabei liegt es in der Hand eines jeden Einzelnen, pure Zufriedenheit zu fühlen. Wer etwa ehrenamtlich arbeitet, füllt nicht nur seinen Glücksspeicher auf, sondern wird auch nachweislich älter. „Glück entlastet das Immunsystem, wir sind gesünder und leben länger. Man kalkuliert mit fünf bis zehn Jahren mehr“, erklärt Glücksforscher Karlheinz Ruckriegel von der Technischen Hochschule Nürnberg. Wissenschaftler nennen drei Faktoren, die für das Glücksgefühl des Ehrenamts verantwortlich sind. Wer anderen Zeit schenkt, erlebt diese als besonders sinnvoll und empfindet sich als aktiven Menschen in unserer Welt. Ein weiterer Punkt: Die Zusammenarbeit mit anderen sympathischen Menschen fördert das Wohlbefinden. Drittens: Wer aktiv Prozesse gestaltet, erlebt die positiven Reaktionen derjenigen, die davon profitieren. Das könnte ein Grund dafür sein, warum sich nahezu jeder zweite Bundesbürger ehrenamtlich betätigt. Das

zumindest belegt die Studie „Ziviz-Survey 2017“, die in Zusammenarbeit mit der Bertelsmann Stiftung und dem Bundesbildungsministerium entstand. Gerade im Handwerk, und besonders bei Malern und Lackierern, hat das Ehrenamt lange Tradition. „Handwerker engagieren sich seit Jahrzehnten mit viel Leidenschaft und Energie“, weiß Lan Nina Pham, Ehrenamtsbeauftragte der Handwerkskammer Hamburg.

Darunter sind auch viele Malermeister, die Zeichen setzen, indem sie – neben der Führung des eigenen Betriebs – ehrenamtlich für ihre Handwerkskammer arbeiten. Zum Beispiel als Vorsitzende von Prüfungsausschüssen, wo sie viel Freizeit investieren, um Kollegen zu fördern. Das Engagement geht aber noch deutlich weiter: So gibt es Prüfer, die Flüchtlinge bei ihrer Ausbildung begleiten und sie bei der Anerkennung ihrer im Herkunftsland erworbenen Qualifikationen unterstützen. Doch was treibt sie an, und warum sind sie glücklicher als Menschen, die sich nicht engagieren? „Freiwilliges Engagement ist essenziell, weil das Handwerk auf dem Prinzip der Selbstverwaltung aufgebaut ist. Die Glaubwürdigkeit ist einfach viel höher, wenn es Personen vom ►

Fach sind, die wissen, wovon sie sprechen, und das Gesagte leben“, sagt Lan Nina Pham. Sie fügt hinzu: „Ich kann nur bestätigen, dass Maler und auch andere Handwerker in ihrem Ehrenamt aufblühen.“

Die 30-Jährige kümmert sich um die Handwerker, die durch wiederum ehrenamtliche Gremien der Handwerkskammer ausgesucht werden und einmal im Jahr vom Präsidenten für ihr besonderes Engagement mit der Goldenen und Silbernen Ehrennadel ausgezeichnet werden – oder gar, die höchste Würdigung, zum Ehrenmeister ernannt werden. Etwa 1.500 Hamburger Handwerker engagieren sich ehrenamtlich. Dabei ist das Handwerk noch deutlich männlich dominiert: Etwa 80 Prozent der ehrenamtlichen Prüfer sind Männer. In der Gesellschaft zeigt sich insgesamt jedoch ein ausgewogenes Bild beim freiwilligen Engagement – Männer und Frauen sind im Ehrenamt nahezu gleich stark vertreten. Die meisten Deutschen engagieren sich

im sozialen Bereich, in der Gesundheitsversorgung, der Bildung, für Umwelt- oder Entwicklungsthemen. Dabei entwickeln und leben sie Werte wie Solidarität, Wertschätzung und Respekt. Eine Studie der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) von 2015 ergab, dass Menschen, die sich schon in ihrer Jugendzeit ehrenamtlich engagieren, im Erwachsenenalter damit weitermachen. Doch damit nicht genug: Sie neigen zu weniger riskantem Verhalten und entwickeln größeres Selbstvertrauen und mehr Verantwortungsbewusstsein, sie sind neugieriger und lernfähiger als jene, die passiv bleiben. Wer anderen hilft, verfügt zudem über ein stärkeres soziales Netz, das einen in Stresssituationen auffängt und sogar das Krankheitsrisiko verringert. Eine bessere Gefühlsbilanz und eine höhere Zufriedenheit haben Menschen im Ehrenamt laut der OECD-Studie sowieso. Hier kann man seine Zeit sinnvoll nutzen – nicht fremdbestimmt, sondern wie man es selber möchte. Genau diese Motivationen bringen, so die Studie, auch die meisten Älteren dazu, sich ehrenamtlich zu engagieren: um etwas Nützliches zu tun, andere Leute zu treffen, gebraucht zu werden und fit zu bleiben.



Lan Nina Pham, 30, ist Ehrenamtsbeauftragte der Handwerkskammer Hamburg. Sie betreut die freiwilligen Prüfer in der Hansestadt und hat es sich zur Aufgabe gemacht, mehr junge Menschen als Helfer zu gewinnen.

Nachwuchs im Ehrenamt

Vielleicht finden sich deshalb am häufigsten Menschen vor dem Rentenalter im Ehrenamt: Rund 45 bis 48 Prozent von ihnen engagieren sich ehrenamtlich, ganz besonders aktiv ist die Generation der 50-Jährigen. Ein Sachverhalt, den die Ehrenamtsbeauftragte der Handwerkskammer Hamburg gut kennt: Denn das Durchschnittsalter der Freiwilligen in den Fortbildungs- und Meisterprüfungsausschüssen liegt in Hamburg bei 51 Jahren. „Wir sehen es als wichtige Aufgabe an, den Nachwuchs im Ehrenamt zu sichern, indem wir junge Menschen als ehrenamtliche Helfer gewinnen und langfristig binden“, sagt Lan Nina Pham. „Die Handwerkskammer versucht natürlich immer, junge Menschen fürs Ehrenamt zu begeistern. Aber von dem Nachwuchs, der frischen Wind bringt, wünschen wir uns gerne ein noch deutlich stärkeres Engagement.“ Schließlich gibt es jede Menge zu tun – zum Beispiel als Prüfer.

Bei der diesjährigen Meisterprüfung der Hamburger Maler und Lackierer hat jeder Prüfer knapp 70 Stunden für die Prüfung aufwenden müssen. Doch einige Maler und Lackierer engagieren sich noch darüber hinaus.

„Viele der Ehrenamtsträger arbeiten gleich in mehreren ▶

RUND 45 BIS 48 PROZENT

*der 14- bis 65-Jährigen in Deutschland engagieren sich ehrenamtlich.
Am häufigsten sind es Menschen in der Generation der 50-Jährigen.*

600.000

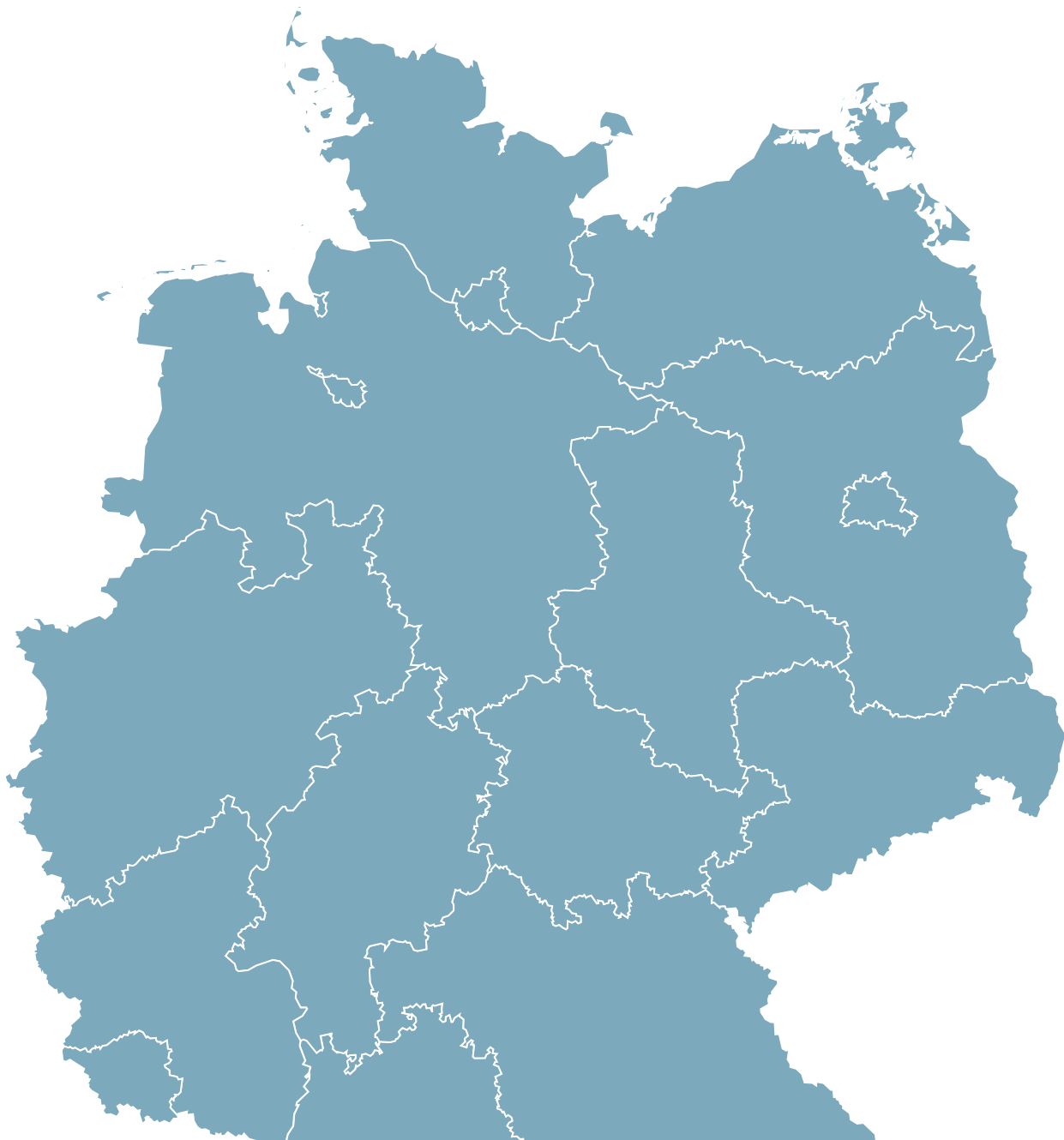
*Vereine gibt es – so viele wie nie zuvor.
Laut „Ziviz-Survey 2017“-Studie engagiert sich
in Deutschland jeder zweite Bürger.*

TIPPS ZUR BESTEuerung

Das Bundessozialgericht (BSG) hat in letzter Instanz in einem Grundsatzurteil (Az.: B 12 KR 14/16 R) am 16. August 2017 entschieden, dass Ehrenämter in der gesetzlichen Sozialversicherung grundsätzlich beitragsfrei sind. Dies gilt auch dann, wenn angemessene pauschale Aufwandsentschädigungen gezahlt und neben Repräsentationspflichten auch Verwaltungsaufgaben wahrgenommen werden, die unmittelbar mit dem Ehrenamt verbunden sind.

110.000

*Handwerkerinnen und Handwerker
engagieren sich ehrenamtlich in Deutschland.*



SO KÖNNEN SIE SICH ENGAGIEREN

Gesellenprüfungsausschuss

Der Gesellenprüfungsausschuss mit drei Mitgliedern entscheidet über die Zulassung von Auszubildenden zur Abschlussprüfung, beschließt die jeweiligen Aufgaben und kümmert sich um die sachgerechte Durchführung.

Meisterprüfungsausschuss

Im Unterschied zu den Gesellenprüfungsausschüssen bestehen Meisterprüfungsausschüsse immer aus fünf Mitgliedern. Neben den drei Fachbeisitzern gibt es einen „Spezialisten“ für die rechtlichen, betriebswirtschaftlichen und berufspädagogischen Kenntnisse sowie einen nicht dem Gewerk zugehörigen, also neutralen Vorsitzenden.

Fortbildungsprüfungsausschuss

Die Handwerkskammer ist auch ordnungspolitisch verantwortlich und befugt, sonstige Fortbildungsprüfungsregelungen für das Handwerk zu erlassen.

Auch für diese bestehen entsprechende Fortbildungsprüfungsausschüsse mit mindestens drei Mitgliedern, in denen Experten analog zu der Arbeit in den Meisterprüfungsausschüssen Prüfungen abnehmen.

Ausbildungsbotschafter

Die landesweite „Initiative Ausbildungsbotschafter“ verfolgt das Ziel, Jugendliche für eine duale Ausbildung zu gewinnen. Auszubildende besuchen Schulklassen, berichten von ihren Erfahrungen und beantworten die Fragen der Schüler und Lehrer.

Ausschüssen. Thomas Rath ist dafür ein gutes Beispiel: Er ist sowohl Obermeister der Maler- und Lackiererinng, Vorstandsmitglied der Handwerkskammer Hamburg, Mitglied der Vollversammlung und auch in diversen Kammerausschüssen tätig“, berichtet Lan Nina Pham. Zwar erhalten die Ehrenamtsträger eine geringe finanzielle Aufwandsentschädigung – die nach dem Bundessozialgericht (BSG) in der gesetzlichen Sozialversicherung grundsätzlich beitragsfrei ist –, aber darum geht es den Handwerkern nicht. Sie fühlen vielmehr eine tiefe Zufriedenheit dabei, anderen zu helfen. „Uns macht diese Motivation wirklich glücklich. Durch die jährliche Verleihung der Ehrennadeln können wir unseren Handwerkern etwas zurückgeben – und das ist ein richtig schönes Gefühl“, so die Ehrenamtsbeauftragte.

Ehrenamt ist zukunftsweisend

Und die Geehrten stoßen manchmal sogar Türen in die Zukunft auf. Wie Siebdruckmeister Hellmuth Frey, Obermeister der Bundesinnung und der Hamburger Innung. Für sein wegweisendes Engagement wurde er mit der Ehrennadel in Silber ausgezeichnet. Frey wirkte maßgeblich daran mit, diesen traditionellen Beruf in die digitale Zukunft zu führen. Seit 2011 können sich Nachwuchskräfte nun im neuen Ausbildungsberuf „Medientechnologe/-technologin Siebdruck“ vielfältig spezialisieren, so wie Freys eigener Sohn: Christian Frey beendete seine Ausbildung sogar als 1. Bundessieger im Leistungswettbewerb des Deutschen Handwerks 2015. Wenn Lan Nina Pham über ihre Handwerker im Ehrenamt spricht, schwingt viel Respekt und Bewunderung für die Arbeit mit. „Die Verleihung der Ehrennadeln ist nur eine kleine Geste, aber eine äußerst wichtige. Ohne die Ehrenamtsträger wäre vieles nicht möglich, und es gäbe nicht so viele glückliche Menschen. Nämlich die Menschen, die helfen, und die, denen geholfen wird.“ ■

80 %

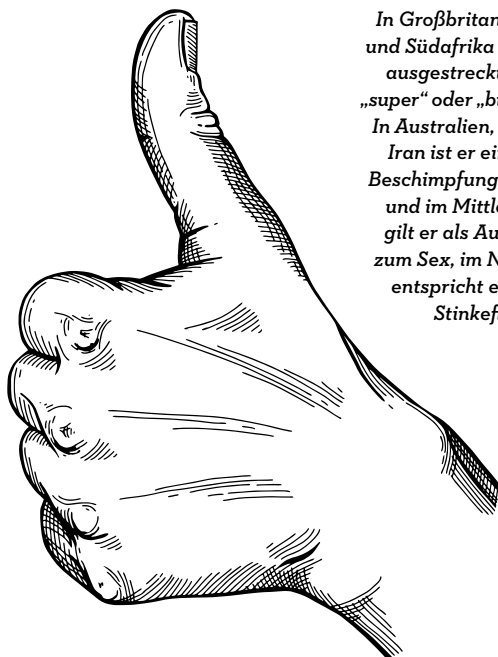
MÄNNLICH

20 %

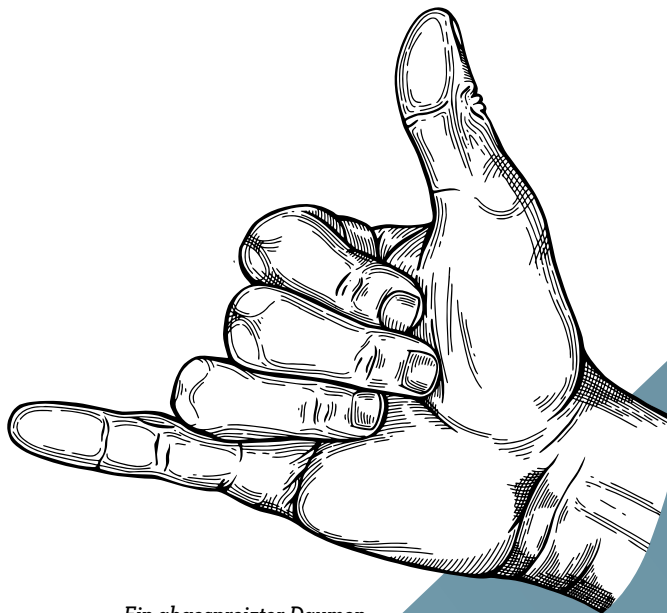
WEIBLICH



Anteil der männlichen
und weiblichen
Prüfer in den Prüfungs-
ausschüssen.



In Großbritannien, Korea und Südafrika bedeutet der ausgestreckte Daumen „super“ oder „bitte anhalten“. In Australien, Nigeria und Iran ist er eine vulgäre Beschimpfung, in Russland und im Mittleren Osten gilt er als Aufforderung zum Sex, im Nahen Osten entspricht er unserem Stinkefinger.



Ein abgespreizter Daumen und kleiner Finger gilt bei uns, in den USA und in Westafrika als Verabredung zum Telefonieren. In Italien bedeutet es „Lass uns einen trinken!“, auf Hawaii ist es ein durchaus gängiger Gruß unter Einheimischen.

Während diese Geste in weiten Teilen Europas und der USA meist als „okay“ oder „gut so, bestens“ verstanden wird, bedeutet sie in Frankreich und Belgien „null“ oder „nutzlos“. In Japan meint man damit Geld – aber auch Kondome.



Daumen drücken: In Deutschland wünscht man sich so „viel Glück“ oder „toi, toi, toi“. In der Türkei, in Griechenland und Japan ist diese Geste ein Symbol für die weiblichen Geschlechtsorgane.



EINDEUTIG ZWEIDEUTIG

Nur eine Handbewegung – und alles ist klar? Das kommt auf den Standort an: Die Bedeutung von Gesten ist von Kultur zu Kultur sehr verschieden. Wer die Codes nicht beherrscht, kann schnell in ein Fettnäpfchen treten. Denn ein und derselbe Fingerzeig kann in einem Land etwas völlig Harmloses meinen, in einem anderen aber eine vulgäre Beleidigung sein.

EMOJI-FILMQUIZ

Na? Haben Sie die Titel erraten? Glückwunsch – Sie sprechen perfekt „Emoji“! Und für alle, die noch Vokabeln pauken: Siehe Auflösung unten! Diese kleinen Zeichen, vor 20 Jahren noch belächelt, sind die einzige Sprache, die wirklich weltweit gesprochen beziehungsweise geschrieben wird. 92 Prozent der Menschen benutzen die digitale Sprache, deren „Wortschatz“ sogar sieben Mal schneller als der Duden wächst, täglich. Es gibt mittlerweile 2.623 der kleinen Bilder, jedes Jahr kommen mehr als 150 Symbole dazu.

Lösung: 1. Apollo 13 2. Hangover 3. Psycho 4. Planet der Affen 5. ET - Der Außerirdische 6. Eat Pray Love

1.



2.

3.



4.

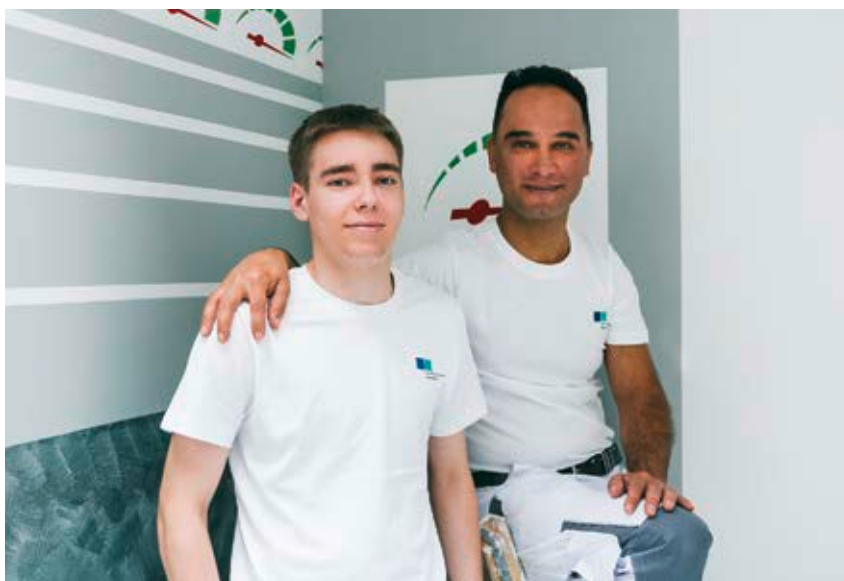
5.



6.

ZEICHEN DER ZEIT

Seit über 25 Jahren ist Geschäftsführer Hermann Maracke im Malerbetrieb Germann tätig - zum ersten Mal in all der Zeit hat er keine Nachwuchssorgen. Seit er Geflüchtete als Azubis einstellt, kann er gut für die Zukunft planen.



Morteza Shahrabi Farahani, 42, und Florian von der Burg, 18, beide im dritten Lehrjahr, sind zwei von insgesamt neun Azubis (links). Sidiqa Ehsan ist die Integrationsbeauftragte des Betriebs (unten).

„Handwerk bedeutet heutzutage immer auch Multikulti.“

Avni Maksutaj, Prokurist



Nachwuchssorgen kennt Hermann Maracke nicht mehr. Er besetzt seine Lehrstellen überwiegend mit Geflüchteten – und macht damit sehr gute Erfahrungen. Das hat sich sogar schon bis zur Bundeskanzlerin herumgesprochen.

In Hamburg-Barmbek scheint die Herbstsonne, und es liegt buntes Laub auf dem Boden. Doch Hermann Maracke, Geschäftsführer des Malermeisterbetriebs Germann, und sein Prokurist Avni Maksutaj, 36, sind gedanklich schon im kommenden Frühsommer. Die Planung ihrer Projekte verläuft entspannt, viel entspannter als früher. Das liege aber nicht nur an der ausgezeichneten Auftragslage, erklärt Hermann Maracke, 56, sondern vor allem daran, dass der Betrieb endlich keine Nachwuchssorgen mehr habe. Personalmangel sei noch vor wenigen Jahren ein großes Problem gewesen:

„In meiner Berufslaufbahn gab es kaum eine Phase, in der ich nicht verzweifelt auf der Suche war“, erinnert er sich, „doch heute sind wir personell solide aufgestellt, sodass der rappende Terminplan uns keinen Stress machen dürfte. Und das verdanken wir auch den Geflüchteten unter unseren Azubis.“

Buntes Team statt Nachwuchssorgen

Der Geschäftsführer ließ kaum etwas unversucht, um Auszubildende für den Malerberuf zu begeistern. Lange Zeit mit mäßigem Erfolg. Bis er im Jahr 2015 in ►

Hamburg den „Marktplatz der Begegnungen“ besuchte, eine Veranstaltung, bei der Hamburger Arbeitgeber und Geflüchtete zusammengebracht werden. Dort lernte er den Iraner Morteza Shahrabi Farahani kennen – und stellte den damals 40-Jährigen spontan als Auszubildenden ein. Das war im Februar 2016, zurzeit befindet sich Farahani auf der Zielgeraden seiner dreijährigen Ausbildung. Eine Erfolgsgeschichte, die sich, wenn es nach Hermann Maracke geht, in Zukunft wiederholen darf: „Unter unseren aktuell neun Azubis sind sechs Geflüchtete aus dem Iran und Afghanistan“, zählt er auf. Und Prokurist Avni Maksutaj ergänzt: „Dass wir so viele bei uns haben, ist zwar noch recht neu, bunt war unser Team jedoch schon vorher. Handwerk bedeutet heutzutage immer auch Multikulti! Das ist ein Zeichen der Zeit.“

Unterstützung im Arbeitsalltag

Dazu könnte Maksutaj – der einst aus dem Kosovo nach Hamburg kam – sicher noch viel mehr sagen.



Gute Organisation ist gefragt, damit der Arbeitsalltag im Betrieb rundläuft. Gemeinsam mit Prokurist Avni Maksutaj (rechts) plant Hermann Maracke die Termine fürs nächste Jahr.

Doch sein Telefon klingelt, ein Kunde ist dran. Maksutaj verschwindet ins Nebenzimmer – für Kunden ist man bei Germann jederzeit erreichbar. Der Betrieb arbeitet fast ausschließlich für Stammkunden. Darunter sind Behörden, Banken und Architekturbüros, aber auch private Auftraggeber. „Wenn ich durch Hamburg fahre“, schwärmt Hermann Maracke, „dann bin ich stolz auf die vielen Spuren, die wir im Stadtbild hinterlassen haben. Ob historische, strahlend weiße Prachtfassaden an der Elbchaussee oder moderne Bürobauten in der Innenstadt – viele Hamburger Gebäude sind irgendwie auch Aushängeschilder unseres Betriebs.“

Die Germann GmbH ist eine Firma mit Geschichte: Sie wurde 1950 gegründet und im Jahr 1989 von der Handwerksgruppe Philipp Mecklenburg, kurz HPM, übernommen. Das Geschäftsmodell der bundesweit agierenden HPM basiert auf der Übernahme erfolgreicher Handwerksbetriebe – überwiegend Malerbetriebe –, wenn diese keinen unternehmerischen Nachfolger haben. Die Firmen werden samt Mitarbeitern übernommen, behalten ihren Namen und werden individuell weitergeführt.

Als Geschäftsführer sieht Hermann Maracke viele Vorteile in diesem Modell. Zum Beispiel, dass es seit einem Jahr auch eine interne Integrationsbeauftragte für Geflüchtete gibt: Sidiqa Ehsan kümmert sich darum, dass sie in ihren Betrieben gut in den Arbeitsalltag hineinfinden. Die 29-Jährige wurde als Tochter eines afghanischen Vaters und einer deutschen Mutter in Deutschland geboren. Nach ihrem Studium der Soziologie arbeitete sie in der Flüchtlingshilfe. Bei der HPM kommuniziert Sidiqa Ehsan regelmäßig mit den Geschäftsführern und Ausbildern von über 100 Betrieben. Vor allem aber hält sie Kontakt zu jenen Azubis, die als Geflüchtete nach Deutschland gekommen sind. Zu ihrem Arbeitsalltag gehört auch der Austausch mit den Behörden. Die rechtliche Situation wurde mit Inkrafttreten des Integrationsgesetzes im August 2016 geklärt: Die sogenannte 3+2-Regelung verhindert, dass Geflüchtete während einer schon begonnenen betrieblichen Ausbildung das Land wieder verlassen müssen. Sie können nun erst ihre Lehre abschließen und eine zweijährige Anschlussbeschäftigung ausüben – das gibt auch den Betrieben eine gewisse Planungssicherheit in Sachen Personal.

Sidiqa Ehsan und Hermann Maracke sind sich einig: Bei der Integration in den Betriebsalltag gab es bislang keine Probleme – aber doch so manche Herausforderung. ►

A man with a beard and glasses, wearing a white t-shirt and light-colored trousers, stands on a mezzanine level of a paint store. He is holding onto a metal railing. The store is filled with shelves of paint cans and buckets. A large ladder is visible on the right side of the frame. The lighting is bright, coming from above.

Wie auf einem Schiffsdeck steht Geselle und Vorarbeiter John Talibov im luftigen Materiallager des Malerbetriebs Germann. Der 50-Jährige ist einst aus der damaligen Sowjetunion nach Deutschland eingewandert. Heute hat er Freude daran, die jüngere Generation im Arbeitsalltag zu begleiten.

„Es ist schön zu sehen, wie ehemalige Skeptiker sich öffnen. Für das deutsche Handwerk sind viele dieser neuen Mitarbeiter ein Segen.“

Hermann Maracke, Geschäftsführer

TITELTHEMA
ZEICHEN SETZEN



Der 32-jährige Agni Maksutaj (oben) arbeitet inzwischen überwiegend im Büro des Betriebs, doch wenn besonders viel zu tun ist, hilft er auch beim Beladen der Wagen. Das macht er gern, ergibt sich dabei doch immer Zeit für ein Schwätzchen mit den Kollegen – zum Beispiel mit Thorsten Bloch (links). Der 48-Jährige hat als Baustellenleiter stets im Blick, was im Bus gerade fehlt.

Bewegung an der frischen Luft gehört zum Arbeitsalltag eines Malers: Als Abschluss der Woche finden kleine Wurf- und Fangspiele im Hof statt.



Immer wieder wird deutlich, wie wichtig das Thema Sprache ist. „Bevor wir jemandem einen Ausbildungsplatz anbieten, steht ein Praktikum an. Dabei merken wir, wie es um die Deutschkenntnisse steht, und können abschätzen, ob eine Zusammenarbeit schon möglich ist“, erklärt Hermann Maracke. Sidiqa Ehsan erzählt, dass die meisten Geflüchteten mehrmals pro Woche nach der Arbeit oder der Berufsschule zum Sprachkurs gehen: „Wenn ihre Kollegen auf der Couch liegen, lernen sie noch. Das ist ein Pensum, das man nicht unterschätzen darf!“ Mit Hochachtung in der Stimme betont der 56-jährige Maracke, dass keiner „seiner“ sechs Auszubildenden sich über die Doppelbelastung beschwert. Im Gegenteil: „Sie sind alle wahnsinnig zuverlässig und motiviert! Das ist bei Azubis nicht selbstverständlich!“ Bei aller Begeisterung lässt sich eines nicht leugnen: Wer mit einem Geflüchteten einen Ausbildungsvertrag schließt, muss an einigen Stellen Extra-Zeit und -Geduld investieren – zum Beispiel beim Ausfüllen von Anträgen oder beim Klären von sprachlichen Missverständnissen. Für dieses Engagement wurde die Germann Malermeister GmbH mit ihrem Geschäftsführer Hermann Maracke im vergangenen Jahr als einziger Handwerksbetrieb des Landes für den Nationalen Integrationspreis nominiert. Diesen Preis, der Initiativen würdigt, die sich um die

Integration von Migrantinnen und Migranten kümmern, verleiht Bundeskanzlerin Angela Merkel persönlich. Diese Nominierung und das Treffen mit der Kanzlerin waren für Hermann Maracke und sein Team eine tolle Bestätigung. Dass in letzter Zeit immer mehr Betriebe Geflüchtete ausbilden – auch solche, die vor wenigen Jahren noch große Scheu davor hatten –, freut Maracke ganz besonders: „Es ist schön zu sehen, wie ehemalige Skeptiker sich öffnen. Für das deutsche Handwerk sind viele dieser neuen Mitarbeiter ein Segen. Gute Leute werden doch dringend gebraucht!“

Vorbildliches Miteinander

Maracke lässt es sich nicht nehmen, bei einem Gang durch den Betrieb einige seiner „guten Leute“ vorzustellen. Jetzt, am Freitagnachmittag, sind von den 25 Kollegen nur eine Handvoll in der Firma anzutreffen. Morteza Shahrabi Farahani, der Pionier-Azubi, ist mit seinem Ausbildungskollegen Florian von der Burg, 18, in der sogenannten Azubi-Ecke aktiv zugange. In diesem Bereich werden spezielle Techniken geübt, etwa die mehrfarbige grafische Wandgestaltung. Für eine solche Aufgabe hat der Iraner in einer Prüfung die Note 2 bekommen, wie er in gut verständlichem Deutsch erzählt – was ihn ebenso stolz macht wie die Note selbst. Dass Morteza mehr als doppelt so alt ist wie sein Mit-Azubi, scheint ihn nicht zu stören. Dennoch sind ihm und Florian die Unterschiede bewusst: „Die Berufsschul-Blöcke sind entspannt. Es geht erst um 8 Uhr los und nachmittags ist frei“, erzählt Florian, während Morteza sagt: „Berufsschule ist für mich schwer. Viel schwerer als Baustelle. Ich muss mich sehr anstrengen und nach dem Unterricht alles wiederholen, bevor ich dann später zur Sprachschule fahre.“ Seine Kollegen unterstützen ihn im Arbeitsalltag: Vorarbeiter Thorsten Bloch, 48, spricht betont und langsam – egal ob es um Arbeitsanweisungen oder Blödeleien geht. Kollege John Talibov, 50 und aus der ehemaligen Sowjetunion, weiß aus eigener Erfahrung, wie wichtig es ist, Geduld zu haben – und gemeinsam zu lachen. Agni Maksutaj, 32, der jüngere Bruder des Prokuristen, möchte die neuen Kollegen vor allem motivieren: „Meine Familie ist einst auch nach Deutschland geflüchtet. Ich möchte ihnen zeigen, dass sich diese Anstrengung lohnt und dass sie hier willkommen sind!“ Wenn man das hört, ahnt man, dass dieser Betrieb tatsächlich Spuren hinterlässt – nicht nur an Hamburgs prächtigen Fassaden. ■

Germann Malermeister GmbH, Hamburg

Gegründet wurde der Malerbetrieb von Joachim Germann in Hamburg-Schnelsen. In den Jahren des Wirtschaftswunders wuchs der Betrieb zu einem erfolgreichen Handwerksunternehmen heran. 1989 übergab der Gründer sein Unternehmen an Philip Mecklenburg, womit der Grundstein für die Handwerksgruppe Philip Mecklenburg (HPM) gelegt wurde. Zu dieser Gruppe gehören heute über 100 Handwerksbetriebe in ganz Deutschland, die jedoch alle individuell geführt werden. Geschäftsführer Hermann Maracke ist schon mehr als 26 Jahre im Unternehmen. Zum Angebotsspektrum des Betriebs gehören neben Maler- und Tapezierarbeiten auch Wärmedämmungen und die Sanierung denkmalgeschützter Fassaden.

germann-malermeister.de • gegründet 1950 • 27 Mitarbeiter



STREET-ART SCHILDER? BILDER!

So werden die Regeln der Straße zum Hingucker: Der Franzose Clet Abraham verziert mit abziehbarer Folie und viel Fantasie in Europas Großstädten Verkehrsschilder, um uns ein Lächeln zu entlocken - und Gesprächsstoff zu liefern. Was Abraham macht, ist illegal. Trotzdem möchte der in Florenz lebende Künstler niemanden irritieren oder gar gefährden. Im Gegenteil, er möchte die Menschen zu ihrem eigenen Schutz visuell anticken: „Man weiß ja aus der Verkehrspsychologie, dass häufiger Unfälle passieren, wenn alles zu routiniert läuft und man deswegen die Konzentration verliert“, begründete er in einem Interview mit der Frankfurter Allgemeinen Zeitung seine Aktionen.

SINN VERDREHT IN NULLKOMMA- NICHTS

Zugegeben, optisch macht das kleine Komma nicht so viel her wie das wohlgerundete Fragezeichen. Es ist nur ein kurzer Strich, ein winziges Satzzeichen, kaum größer als sein Kollege, der Punkt. Doch das Komma wird unterschätzt: Es verfügt über weitaus größere Macht als jedes Ausrufezeichen! Und wer es an die richtige Stelle setzt, kann, zumindest in der Theorie, sogar über Leben und Tod entscheiden.

FREILASSEN, UNMÖGLICH HINRICHTEN.
FREILASSEN UNMÖGLICH, HINRICHTEN.

WIR ESSEN JETZT OPA.
WIR ESSEN JETZT, OPA.

ICH MAG MEINE FAMILIE KOCHEN UND KATZEN.
ICH MAG MEINE FAMILIE, KOCHEN UND KATZEN.

ER WILL, SIE NICHT.
ER WILL SIE NICHT.

WIR EMPFEHLEN, IHM ZU FOLGEN.
WIR EMPFEHLEN IHM, ZU FOLGEN.



WIE MÖCHTEN SIE GERNE EIN **ZEICHEN SETZEN?**

*Der Malerbetrieb Germann setzt ein Zeichen, indem er
Geflüchtete als Auszubildende einstellt. Wir haben nachgefragt,
wie oder womit die Mitarbeiter selber Zeichen setzen.*



UM ARBEIT ZU FINDEN, MUSS MAN FLEISSIG SEIN!

„Ich komme aus Afghanistan. Hier in Hamburg hat ein Betreuer mir geholfen, einen Ausbildungsplatz zu finden. Dafür musste mein Deutsch gut genug sein. Zuerst habe ich den Sprachtest nicht bestanden. Ich habe dann noch mal intensiv gelernt. Man muss viel tun, um eine Arbeit zu finden. Ich versuche, ein Zeichen zu setzen, indem ich mich anstrenge.“

*Nazari Noor Rahman, 28, Auszubildender
Seit 2018 im Betrieb
Verbringt seine Abende momentan meist beim Deutschunterricht.*



DIE PERSPEKTIVEN IM BLICK

„Mein Vater ist Klempner, mein Onkel Maler. Es lag für mich daher nahe, einen Handwerksberuf zu erlernen. Ich möchte ein Zeichen setzen, indem ich Vorurteile gegen den Malerberuf widerlege und zeige, was man als Maler erreichen kann, auch in finanzieller Hinsicht.“

*Florian von der Burg, 18, Auszubildender
Zwei Jahre im Betrieb
Will später einmal zu Wohlstand kommen.*



ICH MÖCHTE ETWAS WEITER- GEBEN!

„Ich bin 1997 aus der ehemaligen Sowjetunion nach Deutschland gekommen und habe in meinem Leben viel Hilfsbereitschaft und Geduld erfahren. Dies möchte ich weitergeben, damit junge Leute Fachkräfte werden können. Das ist meine Art, ein Zeichen zu setzen.“

*John Talibov, 50 Jahre, Vorarbeiter
Zehn Jahre im Betrieb
Lässt sich nur selten aus der Ruhe bringen.*



VORLEBEN, WAS WICHTIG IST!

„Meine Art, Zeichen zu setzen? Ich versuche, die jüngeren Kollegen zu motivieren – egal woher sie stammen. Das fängt damit an, dass man untereinander nicht so schnell spricht, sondern Dinge in einem Tempo erzählt, dem alle im Team folgen können. Werte vermittelt man schließlich, indem man sie vorlebt!“

*Thorsten Bloch, 48 Jahre, Geselle,
Vorarbeiter/Baustellenleitung
Sechs Jahre im Betrieb
Weiß, dass mit etwas Humor alles einfacher geht.*



OHNE SPRACHE GEHT NICHTS!

„Als ich meinen Chef zum ersten Mal traf, konnte ich fast kein Deutsch. Er hat mir trotzdem einen Praktikumsplatz angeboten. Dann hat er mich als Azubi übernommen. Seitdem gehe ich jeden Tag nach der Arbeit bis 22 Uhr zum Sprachkurs. Meine Arbeitstage sind also lang. Aber es lohnt sich: Nur mit Sprachkenntnissen habe ich in Deutschland eine Zukunft!“

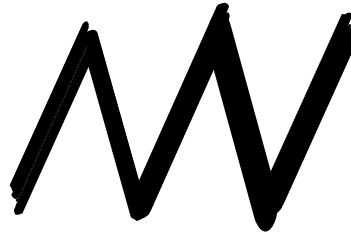
*Morteza Shahrabi Farahani, 42 Jahre,
Auszubildender
Zwei Jahre im Betrieb
Seine Kollegen vermuten, dass er viel mehr
Deutsch versteht, als er zugibt.*



ALS MALER HOCH HINAUS!

„Unser Beruf ist inhaltlich sehr vielseitig, und man kann sich darin auch weiterentwickeln. Ich selbst habe mich von der Baustelle ins Büro hochgearbeitet. Mir ist es wichtig, dass die Auszubildenden – auch die Geflüchteten – sehen, was alles möglich ist!“

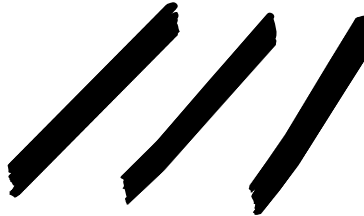
*Agni Maksutaj, 32 Jahre, Malermeister
Zwölf Jahre im Betrieb
Teilt sich mit seinem Bruder den Arbeitsplatz
und ein Haus.*



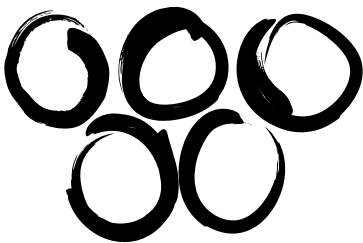
Bissiger Hund



Hier gibt es
nichts zu holen



Bereits
ausgeraubt



Reiche Leute



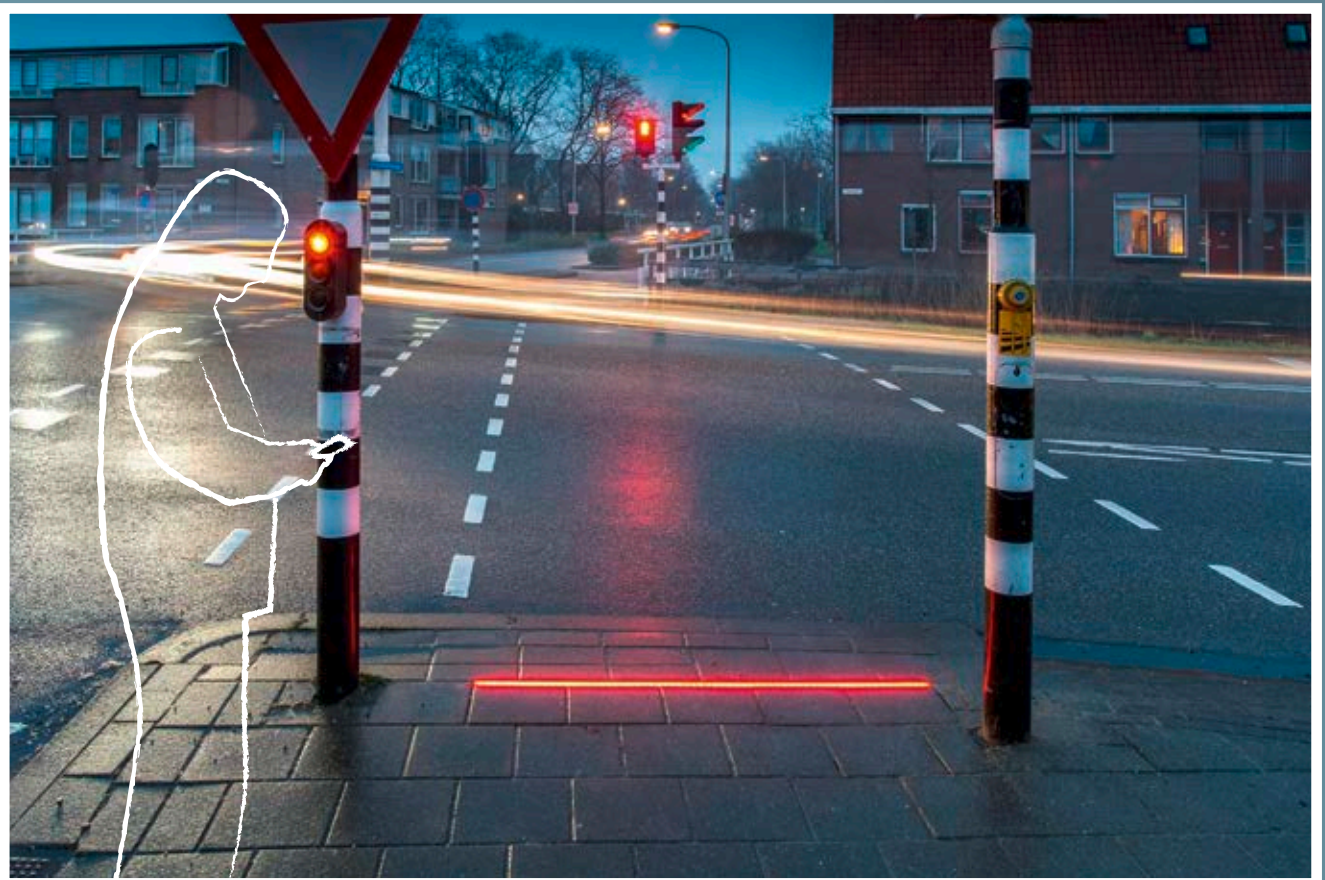
Unbewohntes
Haus

GEHEIME ZEICHEN: GAUNERZINKEN

Schauen Sie doch mal nach, ob Sie seltsames Gekritzelt an Ihrem Haus finden – das könnten Gaunerzinken sein! Die Kreidezeichen, die ihren Ursprung im 16. Jahrhundert haben, sind unauffällig, aber dabei ganz und gar nicht harmlos: Einbrecher-Spähtrupps markieren mit diesem Geheimcode Häuser, Zäune, Laternen oder Briefkästen, um ihren Diebeskollegen mitzuteilen, ob sie dort fette Beute, einsame Witwen oder bissige Hunde erwarten.

LICHTSTREIFEN RETTEN LEBEN

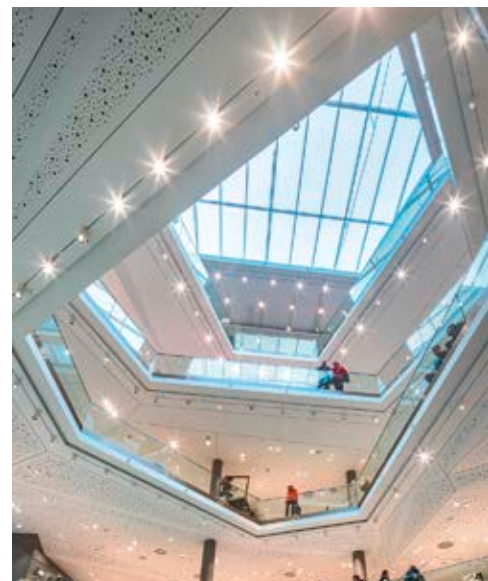
Wer zu viel auf sein Handy starrt, lebt gefährlich: Soziale Netzwerke, Spiele, WhatsApp und Musik sind die Hauptursachen für Ablenkungen im Straßenverkehr. Jetzt sollen spezielle Ampeln Smartphone-Nutzer vor Unfällen schützen. Die „Bompel“ (Kurzform für Bodenampel) funktioniert über LED-Lichtleisten im Boden, die, analog zur Fußgängerampel, zwischen Rot und Grün wechseln. Das Pilotprojekt ist in Augsburg und Köln erfolgreich gestartet und erobert bereits das Ausland – auch in Australien und Spanien leuchten jetzt die Gehsteige. Am schönsten anzusehen ist die Bompel im holländischen Bodegraven (Fotos): Dort strahlen die LEDs nicht nur punktuell, sondern so intensiv wie Laserschwerter.



SHOPPEN UND SURFEN

*München beglückt Surf-Fans mit der Eisbachwelle - und Osnabrück?
Auch hier können sich Wassersportbegeisterte jetzt mitten in der Stadt in
die Fluten stürzen - sogar unabhängig von Wetter, Wind und Wellen.*

*Wasser und Möbel leuchten blau,
Wände und Decken sind in schlichtem
Hellgrau und Weiß gehalten: Die kühlen
Farben wirken als beruhigender Kontrast
zum bunten Sportartikel-Sortiment.*



Den sechseckigen Lichthof kennen die Kunden bereits aus dem Modehaus. Das Tageslicht beeinflusst die Atmosphäre im Laden positiv.



Ansgar Melcher, Malerbetrieb Gering

Ansgar Melcher arbeitet seit seiner Lehre 1976 im Unternehmen. Der Betrieb wurde 1949 von Malermeister Heinrich Gering gegründet und ist heute einer der größten Arbeitgeber in Hunteburg. 2010 übernahmen die langjährigen Mitarbeiter und heutigen Geschäftsführer Joachim Grotegeers und Sven Weber den Betrieb. Zur Firmengruppe Gering gehören außerdem die Bereiche Gerüstbau und Werbetechnik.

„Hasewelle“ heißt die Indoor-Surfmöglichkeit im L&T Sporthaus in der Osnabrücker Innenstadt. Mithilfe von sechs Pumpen und eines geschwungenen Pool-Bodens türmt sich in dessen Untergeschoss eine bis zu 1,40m hohe Welle auf, die Surfer jeweils 45 Minuten lang reiten können. Ihren Namen verdankt die Welle dem Fluss Hase, der neben dem Sporthaus entlangfließt. Seit März 2018 bietet das neueröffnete Geschäft auf mehr als 5.000m² Verkaufsfläche ein umfangreiches Sortiment an Sportbekleidung und -zubehör. Dafür konzipierten Prof. Moths Architekten aus Hamburg einen fünfgeschossigen Anbau, der direkt an das alteingesessene Modehaus L&T anschließt. Die Welle ist die Antwort des Familienunternehmens auf die zunehmende Konkurrenz durch den Online-Handel. „Eine originell bespielte Aktionsfläche hat großen und positiven Einfluss auf das Einkaufserlebnis, deshalb haben wir nach einer Idee für die Fläche im Auge des Lichthofes gesucht“, erklärt

Lutz Brinkmann, Technischer Leiter bei L&T, „weil sie so spektakulär war, haben wir uns für eine stehende Welle entschieden.“ Das 7,5 x 16 m große Surfbecken liegt im Zentrum des Gebäudes, Tribünen laden die Kunden ein, mutigen Anfängern und echten Könnern zuzuschauen. Über dem Becken öffnet sich der imposante sechseckige Lichtschacht.

Herausforderung Wasser

Der Erfindungsreichtum der Planer war gleich zu Beginn der Bauarbeiten Anfang 2016 gefragt. Der hohe Wasserspiegel des alten Hase-Flusslaufs bereitete ihnen große Probleme in der Baugrube. Die Grube lief immer wieder voll Grundwasser – ihr tiefster Punkt liegt neun Meter unter dem Meeresspiegel. Die Lösung brachten schließlich Spundwände zur Abdichtung, deren Betonage sogar von speziell ausgebildeten Sporttauchern ausgeführt werden musste.



Um auf der Hasewelle zu surfen, steigen die Sportler aus einer sitzenden Position am Beckenrand aufs Board.



„Ich habe schon viel erlebt, aber diese Baustelle ist eine einmalige Erfahrung in meinem Malerleben.“

Ansgar Melcher, Malerbetrieb Gering

Die schmalen, diagonal angeordneten goldenen Streifen auf Wänden und Böden erinnern an Schnürsenkel.

Kreativität war auch vonnöten, um die sechs Pumpen, die das Wasser im Becken zur Welle beschleunigen, ins zweite Untergeschoss zu befördern. Ein Kran verfrachtete sie durch den breiten Lichtschacht vom Erdgeschoss in den Keller hinunter.

Schließlich brachte die Inbetriebnahme der „fertigen“ Welle noch ungewohnte Herausforderungen mit sich. „Wir mussten die richtige Wassertemperatur finden, um langfristig so wenig Feuchtigkeit wie möglich im Haus zu haben – und die Lärmbelästigung durch die Turbinen bedenken“, erinnert sich Lutz Brinkmann.

Frühzeitige Absprache

Für das Leistungsverzeichnis setzte sich Bauingenieur Timo Heeger vom bauleitenden Büro Kornhage+Schubert aus Wallenhorst früh mit dem Technischen Berater Joachim Klimke von Brillux zusammen. Gemeinsam

suchten sie Farbtöne und Materialien für Wände, Böden und Decken aus. Die riesigen zusammenhängenden Flächen, gerade im Bereich der Decken, treffen im Verkaufsallday auf viele verschiedene Beleuchtungssituationen und werden aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln betrachtet. „Hier mussten wir eine Wand- und Deckenbeschichtung finden, die streifenfrei verarbeitet werden kann und eine strukturlose Oberfläche bildet“, erklärt Joachim Klimke. Da die Wandflächen überwiegend von Regalen und Warenständern verdeckt werden, fiel die Farbwahl auf ein helles Grau, das einen zurückhaltenden Rahmen für die Präsentation des Sortiments schafft. Highlights setzen feine, diagonal angeordnete goldene Streifen im Bereich der Sportschuhabteilung, die an Schnürsenkel erinnern. Diese Bänder ziehen sich als auffälliges Gestaltungselement bis in den Bereich vor den Aufzügen.

„Die gute Zusammenarbeit mit den beteiligten Unternehmen war Voraussetzung für das super Ergebnis. Nur so konnten wir den engen Terminplan und den hohen gestalterischen Anspruch erfüllen.“

Timo Heeger, Bauingenieur bei Kornhage+Schubert, Wallenhorst



Mit dem Fitnessclub „City Gym“ im zweiten Geschoss bietet das Sporthaus ein weiteres Highlight.

Ein nasskalter November

Typisches Novemberwetter machte Vorarbeiter Ansgar Melcher und seinem Team vom Malerbetrieb Gering bei den Innenarbeiten zu schaffen: Es war einfach zu kalt. „Die Fassade war noch offen, die Fenster fehlten. Allein für den Kautschukbodenbelag, den wir im Bereich der Verkaufsflächen verlegen sollten, brauchten wir aber mindestens 15 Grad“, erinnert sich Melcher. Doch mit Elektroöfen und Folien vor den Wandöffnungen ließ sich diese Mindesttemperatur schließlich doch erreichen. Bis zu 23 Mitarbeiter täglich führten neben den Boden- auch alle Decken- und Wandarbeiten aus. „Um den Zeitrahmen von vier Monaten einzuhalten, haben wir auch über die Weihnachtsfeiertage gearbeitet“, sagt Ansgar Melcher. „Für unser Unternehmen ist dieses Projekt einmalig, und für mich ist es etwas sehr Besonderes, hier Vorarbeiter zu sein.“ ■

BETEILIGTE UND SERVICES

Bei den Maler- und Bodenbelagarbeiten im L&T Sporthaus in Osnabrück fanden unterschiedliche Brillux Produkte Verwendung. Joachim Klimke, Technischer Berater für Brillux in der Region Osnabrück, unterstützte die am Bau Beteiligten bei offenen Fragen auf der Baustelle.

Bauherr: L&T Lengermann + Trieschmann GmbH + Co. KG

Architekten: Prof. Moths Architekten, Hamburg; Kornhage+Schubert, Wallenhorst

Ausführender Betrieb: Malerbetrieb Gering, Hunteburg

Materialien: Briplast Airless-Spachtel ELF 1890, Rapidvlies 1525, CreaGlas Glasvlies VG K 3101 Premium, Superlux ELF 3000 (Decken in Weiß 9016, Wände in Grau 7037), Latexfarbe ELF 992, Dolomit ELF 900, 2K-Aqua-Seidenmattlack 2388, Hydro-PU-Tec Seidenmattlack 2088, Creativ Finolato 75, Creativ Lucento 83 in Gold.

WO HAND- WERK ZU **KUNST WIRD**

Soll in der Schweiz ein historisches Gebäude restauriert werden, klingelt wahrscheinlich bald Frank Jäggis Telefon. Der 48-Jährige gilt als Wunderheiler für in die Jahre gekommene oder bei lieblosen Renovierungen misshandelte Kostbarkeiten aus Stuck.

„Jahrzehntelang wurde Stuck entfernt oder übermalt. Heute erlebt er eine Renaissance.“

Frank Jäggi, Gründer und Geschäftsführer



Frank Jäggi mit einem von ihm gegossenen Atlanten. In seinem Betrieb stellt der Gipsermeister Ornamente, Rosetten und andere Stuckarbeiten her. Wie groß die Auswahl ist, können Besucher im Atelier und Showroom erleben.

REPORTAGE



*Links: Im Showroom des Stuckateurs fühlen sich Besucher wie in einer eleganten Jugendstilvilla.
Unten: Hübsche Deko-Objekte sind auch Obst und Gemüse aus Gips.*



Frank Jäggi und Marcel Widmer, JäggiPagani AG

Bereits 1999 gründete Frank Jäggi in Langenthal im Schweizer Kanton Bern seinen ersten Stuckateurbetrieb. 2006 übernahm er zusätzlich den Malerbetrieb seines Vaters und 2014 gemeinsam mit dem Malermeister Marcel Widmer die Malerei und Gipserei Pagani, die in diesem Jahr ihren 100. Geburtstag feiert. Heute heisst die Gesamt-Firma JäggiPagani AG und ist ein hochmodernes Unternehmen, das Leistungen in drei Bereichen anbietet: Stuck, Malerarbeiten und Trockenbau.

www.jaeggipagani.ch · www.stukkgdesign.ch · 19 Mitarbeiter



Frank Jäggi zeigt, wie mithilfe einer Silikonform komplizierte Stuckelemente gegossen werden.

„Für mich ist es wichtig, dass ein Raum stilsicher gestaltet ist.“

Frank Jäggi, Gründer und Geschäftsführer

Barocke Engel mit gebrochenen Flügeln zählen zu seinen Patienten, auch Girlanden, denen die Vergoldung abhandengekommen ist, und unter dicken Farbschichten verschüttete Deckenrosetten. Für sie alle dreht der gefragte Stuckateur Jäggi die Zeit zurück. Er ersetzt, vergoldet, formt Neues. Und überschreitet dabei auch schon mal die Grenze zwischen Handwerk und Kunst: Feine Reliefstuckaturen modelliert er vor Ort sogar von Hand nach. Auf diese Weise hat der Gipsermeister bereits unzähligen Prachtbauten wieder zu ihrer ursprünglichen Schönheit verholfen – und seiner Firma JäggiPagani AG zu landesweitem Ansehen. Warum er so erfolgreich ist, versteht man sofort, wenn er von seiner Arbeit erzählt und Sätze sagt wie diesen: „Es hat mich schon immer fasziniert, dass man mit relativ einfachen Mitteln so etwas Wunderschönes herstellen kann.“ Frank Jäggi ist Überzeugungstäter. Präzises Handwerk und Sinn für Ästhetik gehören bei ihm zusammen. Dafür lieben ihn Denkmalschutzämter ebenso wie seine Privatkunden oder große Unternehmen. Die Liste seiner Projekte ist lang: Sie reicht von gediegenen Privatvillen und der Nationalbank in Zürich über das Luxushotel „Bellevue Palace“ in Bern bis zum dortigen „Casino“, einem märchenhaft schönen Konzertsaal aus dem Jahr 1908.

Ein Showroom wie eine Jugendstilvilla

In einem unscheinbaren Industriegebäude in Langenthal nimmt all diese Pracht ihren Anfang. Jäggis Stuckatelier ist ein geradliniger Zweckbau, dessen Äußeres nicht verrät, welche Schätze dort entstehen. Doch drinnen werden Besucher überrascht: In der ehemaligen Garage präsentiert der Firmenchef heute Rosetten und Ornamente aus seinem Sortiment. Ein Stockwerk höher, im Showroom, hat er sogar ein kleines Wunder vollbracht: Unversehens fühlt man sich dort in eine elegante Jugendstilvilla versetzt. Auf dem Boden liegt echtes Parkett, Wände und Decke sind harmonisch in Grünschattierungen gehalten und natürlich mit vielfältigen Stuckelementen verziert – ein fantastisches Beispiel dafür, dass man selbst Neubauten historischen Charme einhauchen kann. Der Raum sieht nicht nur edel aus, er fühlt sich auch so an, weil sein Schöpfer die Kunst der richtigen Dosierung beherrscht. Jäggis Maxime lautet: „Für mich ist es wichtig, dass ein Raum stilsicher gestaltet ist. Übertreibt man es mit dem Stuck, wird es Kitsch. Deshalb ist das hier auch keine Musterzentrale, sondern ein Arrangement, das die Vielfalt meines Angebots zeigt und trotzdem nicht überladen wirkt.“



In diesem modernen Gebäude sind das Büro, der Malerbetrieb und die Gipserei untergebracht; Stuckatelier und Showroom befinden sich ein paar Straßen weiter.

Gleich nebenan empfängt der Meister seine Kunden zur Beratung. An der Wand hängen Fotos seiner eindrucksvollsten Projekte, am Boden lagert in dekorativen Obstkisten eine charmante Kollektion aus Gips gegossener Früchte. Die stellt er her, um zu zeigen, wie aus diesem Material auch Überraschendes entstehen kann. „Die Umgebung soll inspirieren und gleichzeitig Vertrauen schaffen“, so Jäggi. „Die Menschen erleben hier, dass wir nicht nur schöne Bilder auf der Website haben, sondern wirklich etwas können.“ Vor der endgültigen Planung sieht er sich die Häuser seiner Klienten sehr genau an, vermerkt, welche Stuckverzierungen bereits an den Wänden sind, wie die Räumlichkeiten aufgeteilt und eingerichtet sind. Das Ziel: ein harmonisches Gesamtkonzept, bei dem der Ästhet streng auf Symmetrien und den goldenen Schnitt achtet. Tapeten, Wandfarben und Lichtdesign bezieht er ebenfalls mit ein. Und natürlich eventuelle Spezialwünsche – selbst wenn sie ausgefallen sind. „Das Material Gips eignet sich für fast alles: Ein Kunde wünschte sich einen Raum ohne Ecken und scharfe Kanten, die haben wir dann mit Gips abgerundet.“ Für eine Dame kreierte Jäggi auf Wunsch sogar ein Kunstwerk: ein 2,60 mal 1,70 m großes Wandbild mit einem Flügel aus Gips.

Lebensthema Stuck

Erfindungsreichtum, Leidenschaft und eine gewisse Abenteuerlust gehören zum Geschäft – und zu Frank Jäggis Charakter. Sie waren es auch, die ihn vor Jahrzehnten auf sein Lebensthema brachten: Statt nach der Malerlehre als Geselle weiterzuarbeiten, schloss der wissbegierige Teenager eine Zweitausbildung als Gipser an – in einem Betrieb, der auch Stuck herstellte: „Danach wollte ich nie mehr etwas anderes machen.“ Eine Entscheidung, die sich auszahlte. Bereits 1999 gründete er mit „Stukkdesign“ seine erste eigene Firma. ►



Die Geschäftsführer der JäggiPagani AG: Stuckateur Frank Jäggi (links) und Malermeister Marcel Widmer bilden ein perfekt eingespieltes Team.

2006 übernahm er zusätzlich den Malerbetrieb seines Vaters, und 2014 konnte er sein Unternehmen abermals vergrößern: Zusammen mit dem Malermeister Marcel Widmer übernahm er die Malerei und Gipserei Pagani und vereinte alle Betriebe unter dem Namen JäggiPagani AG: eine moderne und hocheffizient aufgestellte Firma, deren drei Standbeine sich so hervorragend ergänzen wie die beiden Geschäftsführer. Marcel Widmer ist für den Malerbereich zuständig, Frank Jäggi für Gipserei und Stuckdesign. Oft bringt ein Auftrag in einem der Bereiche gleich noch Arbeit für die anderen Sparten mit sich.

Spaß am Tüfteln

Am stärksten jedoch floriert der Stucksektor. „Dieses traditionelle Handwerk erlebt eine echte Renaissance“, berichtet Jäggi. „Bis vor wenigen Jahren wurden die Gipsverzierungen oft entfernt oder übermalt, heute werden große Summen in ihre Restaurierung investiert. Selbst Neubauten werden damit ausgestattet – das kann sehr spannend aussehen, wenn der Mix stimmt.“ Frank Jäggi hat auf das richtige Pferd gesetzt, auch weil die Konkurrenz klein ist. In der Schweiz gibt es nur eine Handvoll weiterer Stuckateurbetriebe. Eine komfortable Situation, die er sich allerdings hart erarbeiten musste. „Stuckateur ist in der Schweiz kein Ausbildungsberuf. Als Gipser lernt man nur die Grundlagen, den Rest muss man sich selbst beibringen. Bei jedem neuen Projekt sind die Anforderungen anders, man lernt nie aus.“

Mit welchem Engagement er dabei ans Werk geht, erlebt man bei einer zweistündigen Tour durch sein Atelier, die einer Stuckateur-Ausbildung im Schnelldurchlauf gleicht. Begeistert demonstriert er, wie einfache Ornamente gegossen werden, was man bei komplizierteren beachten muss, wie er Zugschablonen herstellt oder mittels eingearbeiteter Wolldecken Silikon für die Gussform spart. Jäggi scheint für jedes Problem eine Lösung zu haben. Und ist das einmal nicht auf Anhieb der Fall, tüftelt er tage- und nächtelang, bis schließlich das richtige Material, die richtige Arbeitsmethode gefunden ist. Früher alleine, heute zusammen mit seinen Mitarbeitern, die ebenso viel Spaß am Job haben wie ihr Chef. „Mir ist ganz wichtig, dass das Know-how im Betrieb nicht nur bei mir vorhanden ist – meine Leute erledigen ja heute den Großteil der handwerklichen Arbeit.“

Mit Leidenschaft Träume verwirklichen

Seit der Betrieb so groß geworden ist, konzentriert sich Jäggi auf Verwaltungstätigkeiten, er akquiriert Aufträge, schreibt Angebote, berät. Es war eine Vernunftentscheidung: „Der Abschied vom Handwerklichen ist mir extrem schwergefallen, aber jetzt arbeite ich mit der gleichen Leidenschaft als Geschäftsführer. Ich bin ja noch immer an der Entstehung all der schönen Dinge beteiligt und freue mich, wenn ich meine Kunden glücklich machen kann.“ Was auch immer Frank Jäggi tut, er tut es mit einer Extraportion Energie. „Ich verlasse gerne meine Komfortzone“, sagt er, „ich liebe Herausforderungen!“ Und er gehört zu den wenigen Menschen, denen man diesen Satz uneingeschränkt glaubt. Erst recht mit Blick auf seine liebste Freizeitbeschäftigung: Wenn der Gipsermeister nicht gerade sein eigenes Haus mit neuen Stuckelementen verziert oder auf Städtereisen historische Baudenkmäler besichtigt, betreibt er Sportarten, bei denen er im wahrsten Sinne des Wortes den Boden unter den Füßen verliert: Speedflying, eine Art rasantes Paragliding, und Fallschirmspringen. Als Mitglied des Schweizer Nationalteams nahm er bereits an den Weltmeisterschaften im Formationsspringen und Wettkämpfen auf der ganzen Welt teil. Dabei hat er auch seine Frau Simona, 46, kennengelernt. Mittlerweile haben die beiden eine Tochter, 8, und einen Sohn, 6, und versuchen, ihr Hobby mit der Familie in Einklang zu bringen. Bei Ausflügen in die Berge nimmt sich Jäggi ab und an eine kleine Auszeit, schnallt sich den Gleitschirm auf den Rücken, im Winter auch Ski an die Füße, und stürzt sich in waghalsigen Manövern einsame Abhänge hinab. Zuschauern gefriert da leicht das Blut in den Adern, Jäggi macht es einfach nur glücklich. Auf der Website von „Stukkdesign“ steht der auf Renovierungen gemünzte Satz: „Träume nicht nur träumen, sondern sie verwirklichen“ – Frank Jäggis Lebensmotto. ■



„Es fasziniert mich, dass man mit einfachen Mitteln so etwas Wunderschönes herstellen kann.“

Frank Jäggi, Gründer und Geschäftsführer



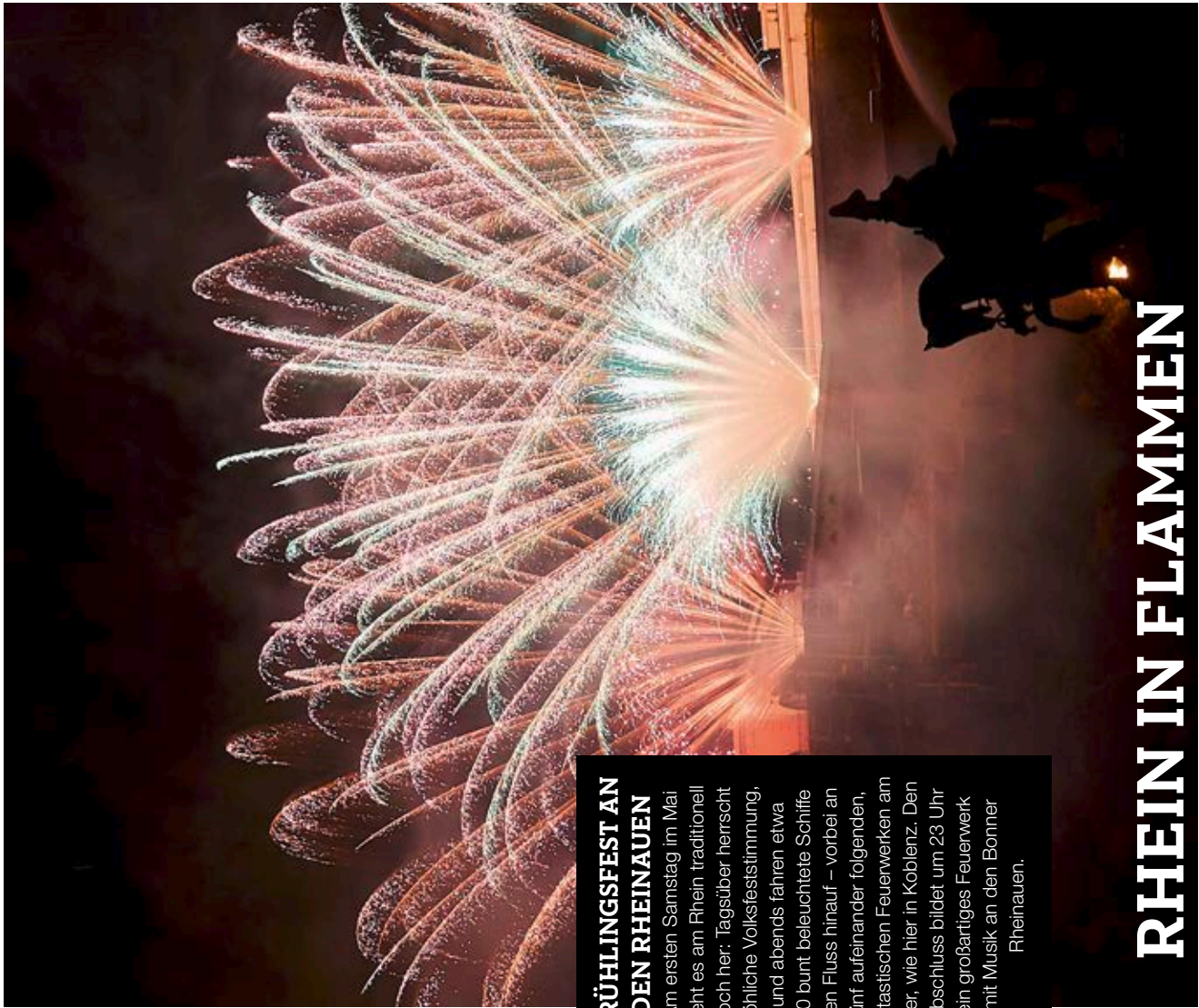
Oben: Das lichtdurchflutete Atelier bildet das Herz des Stuckateurbetriebs. Unten links: An der Werkbank werden Gussformen, Leisten und Verzierungen hergestellt. Unten rechts: Frank Jäggis liebstes Arbeitsmaterial, Gips.

MAGISCHES LEUCHTEN

SYDNEY
31.12.2018

SILVESTERSAUSE DOWN UNDER

Silvester im Sommer: Das Feuerwerk im Hafen von Sydney, mit dem berühmten Opernhaus und der Harbour Bridge im Hintergrund, zählt zu den schönsten der Welt. Bereits um 14 Uhr deutscher Zeit jubeln und staunen sich dort etwa 1,5 Millionen Zuschauer ins neue Jahr. Wahre Glücksspieler ergattern Plätze auf einer der Jachten, die in der Hafenbucht ankern.



FRÜHLINGSFEST AN DEN RHEINAUEN

Am ersten Samstag im Mai geht es am Rhein traditionell hoch her: Tagsüber herrscht fröhliche Volksfeststimmung, und abends fahren etwa 50 bunt beleuchtete Schiffe den Fluss hinauf – vorbei an fünf aufeinander folgenden, fantastischen Feuerwerken am Ufer, wie hier in Koblenz. Den Abschluss bildet um 23 Uhr ein großartiges Feuerwerk mit Musik an den Bonner Rheinauen.

RHEIN IN FLAMMEN

04.05.2019



Laut, bunt, faszinierend: Feuerwerke verzaubern uns – und keineswegs nur zu Silvester! Wir haben die spektakulärsten Events des Jahres 2019 zusammengestellt.

Am Anfang war der Knall: Die ersten Feuerwerke im China des 10. Jahrhunderts beeindruckten nicht durch spektakuläre Lichter, sondern durch den unfassbaren Krach, den sie fabrizierten.

Seefahrer brachten das chinesische „Schießpulver“ im 13. Jahrhundert nach Europa, wo es aber zunächst dem Militär vorbehalten blieb. Erst im späten 14.

Jahrhundert entdeckte der europäische Hochadel, wie ausgesprochen gut sich Raketen und Böller für Repräsentationszwecke eigneten. Von Italien aus entwickelte sich daraufhin die europäische Feuerwerkskunst. Die Adelshöfe wetteiferten bald um die prunkvollsten Effekte – im Barock schließlich wurden Feuerwerke zu pompösen Events, oft untermauert von eigens dafür komponierter Orchestermusik (am bekanntesten ist wohl die 1748 fertiggestellte „Feuerwerksmusik“ von Georg Friedrich Händel). Das größte Feuerwerk jener Zeit veranstaltete Ludwig XV. im Jahr 1770 im Schlosspark von Versailles: mit geschätzten 20.000 Raketen, 6.000 Vul-

kanen sowie 80 „brennenden Sonnen“. Damals leuchteten die Feuerwerkskörper allerdings nicht sonderlich hell, und auch auf bunte Explosionen musste der „Sonnenkönig“ noch verzichten.

In Europa und Amerika gehören Feuerwerke heute als festes Ritual zur Silvesternacht. Der Brauch, zum Start des neuen Jahres ordentlich Krach zu schlagen, stammt noch aus der Zeit der Germanen: Sie vertreiben zum Jahreswechsel die Dämonen und bösen Geister mit hell lodernden Feuern und dem ohrenbetäubenden Lärm von Rasseln, Dreschflegeln und Peitschen.

In Asien werden Feuerwerke traditionell eher im Sommer veranstaltet. Vor allem in Japan spielen sie kulturell eine wichtige Rolle, dort existieren sie sogar als eigene Kunstform – genannt *hana-bi*, „Blumen aus Feuer“. Mitte August feiern Japaner mit großen Feuerwerkevents das Bon-Fest: Dann kommen die Geister der Ahnen aus dem Jenseits zu Besuch und werden feierlich-freudig begrüßt. ■



WELTMEISTER IM OLYMPIASTADION

Zum 14. Mal findet Ende August in Berlin auf dem Maifeld am Olympiastadion die Weltmeisterschaft Pyronale statt. Sechs internationale Teams treten hier mit ihren Choreographien gegeneinander an. Im fünfminütigen Pflichtteil müssen sie Musik- und Farbvorgaben erfüllen. Im Stadion finden 40.000 Zuschauer Platz, Tickets gibt es vorab und an der Abendkasse.

PYRONALE BERLIN

30.-31.08.2019

SUMIDAGAWA-FESTIVAL TOKIO

29.07.2019

BLUMEN AUS FEUER

Das Sumidagawa-hana-bi ist eines der ältesten und bekanntesten Feuerwerk-Feste Japans. Die Feuerwerke werden von Booten aus gezündet, die sich zwischen den Stadtteilen Asakusa und Ryogoku auf dem Sumida-Fluss verteilen. Am besten lässt sich die wunderschöne Show aus den Parks entlang des Flussufers beobachten – stiller beim Picknick.



MONTREAL FIREWORKS FESTIVAL

01.-31.07.2019

WOW-SHOW IN KANADA

Hier treten internationale Feuerwerkskünstler jährlich mit umwerfenden Pyro-Effekten gegeneinander an. Auch im Juli 2019 präsentieren die Teams nacheinander ihre Shows. Die Feuerwerke sind zu Musik synchronisiert, die eine lokale Radiostation während des Events sendet. Die besten Zuschauerplätze liegen im Freizeitpark La Ronde – hier wird allerdings Eintritt fällig.

DARAN KOMMT KEINER MEHR VORBEI!

*Ob bei der Sonntagslektüre, beim Surfen im Netz oder auf der Autobahn:
Der Slogan „Wer dämmt, gewinnt.“ ist in diesem Winter überall präsent – und spricht
Haus- und Wohnungseigentümer direkt an.*



Jetzt im Winter soll die Wärme bitte drinnen bleiben – im Sommer dann möglichst lange draußen: Mit einer zeitgemäßen Fassadendämmung klappt beides, und jedes Eigenheim gewinnt an Behaglichkeit. Zudem lebt es sich gesünder darin, denn warme Wände verbessern das Raumklima, senken die Luftfeuchtigkeit und das Schimmelrisiko. Klar ist auch: Eine gute Dämmung spart Heizkosten und schützt die Bausubstanz vor Schäden durch Wind und Wetter, also auch vor Wertverlust. Mit aufmerksamkeitsstarken Anzeigenmotiven auf Plakaten, LKW-Planen und Online-Bannern – etwa bei „ImmobilienScout24.de“ oder „schoener-wohnen.de“ – macht Brillux Wohneigentümer auf diese Vorteile aufmerksam. Redaktionelle Beiträge in beliebten Zeitungen und Zeitschriften wie „Die Zeit“, „Stern“ und „FAZ“ informieren interessierte Leser ausführlicher. Auch in Magazinen, die sich gezielt an Eigenheimbesitzer wenden wie „Das Haus“ und „Schöner Wohnen“ sowie in Titeln wie „bauen“ oder „Dämmen & Dichten“ erscheinen diese Beiträge. Brillux positioniert sich so als Experte für Fassadendämmung und als kompetenter Partner bei der Umsetzung.

Und jetzt sind Sie dran!

Zu jeder Jahreszeit die perfekte Temperatur daheim – wer wünscht sich das nicht? Und Sie machen es möglich! Davon gilt es Ihre Kunden nun zu über-

zeugen. Brillux unterstützt Sie dabei mit umfangreichen Angeboten:

- Dank der Dämmbox und dem darin enthaltenen Wertscheckheft sind Sie mit Material für die Kundenansprache bestens ausgestattet (siehe rechts, erhältlich im Brillux Werbemittelshop).
- Zudem stehen attraktive Anzeigenvorlagen bereit, mit denen Sie Teil der Werbekampagne werden und Ihren Betrieb in lokalen Medien präsentieren können.
- Die Anzeigenmotive machen sich auch auf Gerüstplanen prima – das bietet Ihnen die Chance, mit einer idealen Werbefläche auf Ihren Betrieb und die Kampagne aufmerksam zu machen.
- Auch als Banner für Ihre Website sind die Motive zu haben. So werden Sie ebenfalls Teil der Kampagne und nutzen die Aufmerksamkeit.
- „Was genau machen wir da eigentlich jeden Tag?“ Eine Frage, die der Brillux Kampagnenfilm emotional beantwortet. Sie können ihn problemlos auf Ihrer Website einbinden.
- Mit einem Klick die Dämm-Initiative unterstützen – das „Gefällt mir“! Die Social-Media-Aktivitäten werden auch Ihre Kunden begeistern. Einfach von Ihrem Profil aus darauf verweisen.

Bei der Positionierung Ihres Betriebs können Sie enorm von der Dämm-Initiative profitieren. Worauf warten Sie noch? Wer dämmt, gewinnt! ■

IHR AUFTRITT IM WEB

ONLINE

Viele Anzeigenmotive gibt es jetzt als Online-Banner, die sich problemlos auf Ihrer Website einbinden lassen. Auch den Kampagnenfilm können Sie dort zeigen.



PRINT

Kampagnenmotive auf Ihren Gerüstplanen und Anzeigen in der Lokalzeitung – natürlich jeweils kombiniert mit Ihrem gut sichtbaren Firmenlogo – nutzen den Aufmerksamkeitseffekt der Kampagne perfekt für Ihren Betrieb.

ALLES DRIN!

Die Brillux Dämmbox stellt Ihnen umfangreiches Info-, Werbe- und Anschauungsmaterial zur Verfügung, außerdem viele hilfreiche Vorlagen für die schriftliche Kundenkommunikation. Mit dem enthaltenen Wertscheckheft können Sie im Werbemittelshop unkompliziert zusätzliches Marketingmaterial bestellen. Aktionspreis: 129 €.

KONTAKT / Brillux / Tel. +49 251 7188-210 / info@brillux.de / www.brillux.de/dämmen



LOGO? LOGO!

Keine Frage: Ein gelungenes Firmenlogo ist unverzichtbar für das einheitliche Erscheinungsbild jedes Betriebs. Wer sein Corporate Design zudem von der Website bis zur Fahrzeugbeschriftung konsequent durchzieht, signalisiert Kunden sofort Professionalität – das gilt auch beim Auftritt der Mitarbeiter.

Der erste Eindruck zählt! Unterbewusst entscheiden wir innerhalb von Sekunden, ob wir unserem Gegenüber vertrauen oder ob die Skepsis überwiegt. Gepflegte Berufskleidung spielt deshalb eine zentrale Rolle für den Betriebserfolg – sie vermittelt Kunden Kompetenz, Zuverlässigkeit und Sorgfalt.

Ein Mitarbeiter, dessen Kleidung darüber hinaus das Firmenlogo zeigt, tritt zudem als Repräsentant seines Unternehmens auf – im Idealfall prägt sich dessen Erscheinungsbild positiv beim Kunden ein. Der Wiedererkennungswert der Corporate-Identity-Kleidung zählt dann beträchtlich auf das Image ein, und der Betrieb hebt sich erfolgreich von Wettbewerbern ab. In erster Linie muss Arbeitskleidung natürlich bequem und funktional sein. Bei Malern und Stuckateuren kommt es vor allem darauf an, dass sie drinnen und draußen, beim Arbeiten auf der Leiter und auf den Knien funktioniert. Sind alle Wohlfühl-Aspekte erfüllt, wirkt die einheitliche Firmenkleidung auch auf Mitarbeiter anziehend. Sie stärkt die Zusammengehörigkeit im Betrieb – eine Belegschaft, die ihre CI-Kleidung gerne und mit Stolz trägt, arbeitet motivierter im Team und vermittelt auch nach außen ein starkes Wir-Gefühl. Damit haben Sie ein echtes Ass im Ärmel!

Professionell Präsenz zeigen

So sieht es auch Patrick Lucas, Inhaber und Geschäftsführer der Lucas Malerbetrieb GmbH in Mettmann: „Unseren Betrieb hat mein Vater vor 34 Jahren gegründet, und genauso lange gibt es auch unser Logo schon. Mein Großvater war Grafikdesigner und hat es damals entworfen. Die Wiedererkennbarkeit über einen so langen Zeitraum ist ein Riesenvorteil!“ Lucas hat dafür gesorgt, dass die Firmen-Corporate-Identity inzwischen überall sichtbar ist: auf den Firmenfahrzeugen, dem Geschäftspapier – und natürlich auch auf der Arbeitskleidung. Beim Vitalux-Gewinnspiel hat er einheitliche CI-Kleidung für alle Mitarbeiter gewonnen – und die präsentiert das Logo nun besonders einprägsam. „Es

ist toll, wenn alle Mitarbeiter nach außen so akkurat und einheitlich auftreten. Auch intern finde ich das schön: Wir als Firma gehören alle zusammen, wir sind ein Team! Und das wollen wir auch nach außen zeigen. Ich möchte dahin kommen, dass wir hier in der Gegend so bekannt sind, dass jeder beim Blick auf unser Logo sofort weiß: Ach ja, Firma Lucas, das sind ja hier DIE Malerprofis.“

Genauso sieht es auch Bernd Weidinger, Inhaber und Geschäftsführer des DBW Malerfachbetriebs in Speichersdorf und ebenfalls Gewinner der Vitalux-Verlosung: „Wer an einer Fassade das Gerüst hochschaut, soll ja wissen, wo die Leute hingehören.“ Die professionellen Fotos im neuen CI-Outfit, die sein Betrieb gewonnen hat, zeigt Weidinger prominent auf der Startseite des Webauftritts: So bekommt jeder potenzielle Kunde sofort einen Eindruck von der Belegschaft – und hat das Logo dabei gleich vielfach vor Augen. ■

„Wer an einer Fassade das Gerüst hochschaut, soll ja wissen, wo die Leute hingehören.“

*Bernd Weidinger, Geschäftsführer
DBW Malerfachbetrieb in Speichersdorf*



NOCH KEINE CI? WIR HELFEN GERNE!



Jeder sieht, wer hier arbeitet! Ein eigenes Logo gibt Ihrem Betrieb ein Gesicht und schafft Wiedererkennbarkeit.



Vorne drauf - oder doch lieber hinten? Vielleicht beides? Wo auch immer Sie Ihr Logo auf der Kleidung platzieren - der positive Effekt ist Ihnen sicher.

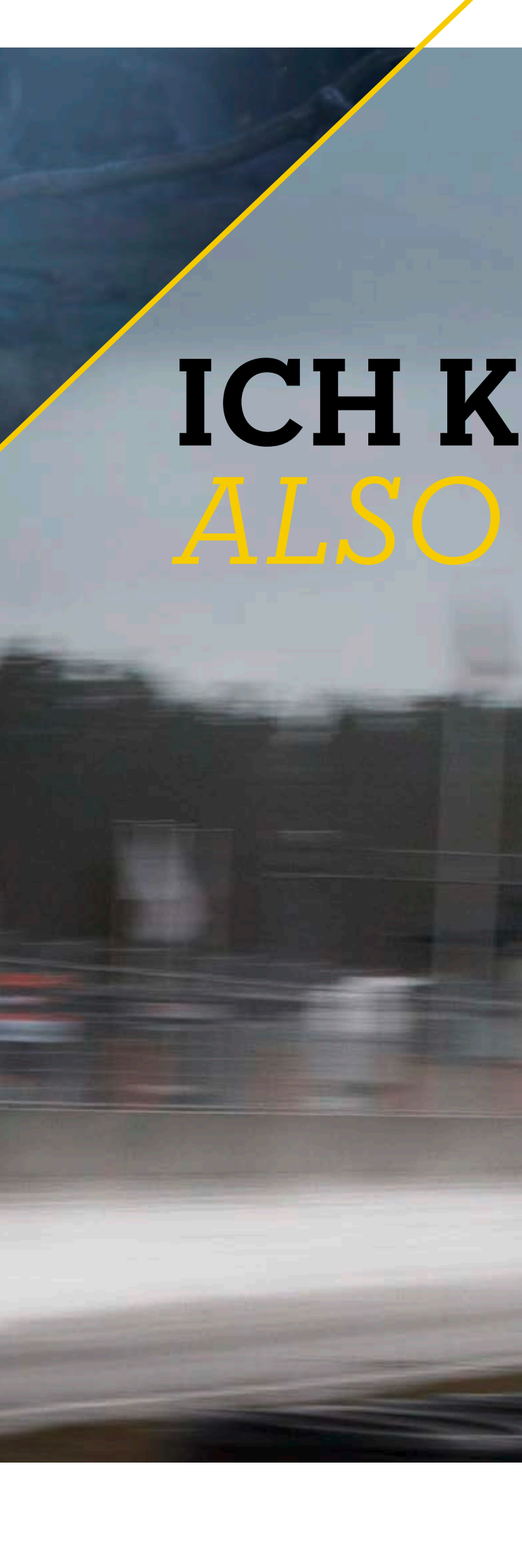


KONTAKT / KundenClub
Tel. +49 251 7188-759 / info@brillux-kundenclub.de

„Ich möchte dahin kommen, dass wir hier in der Gegend so bekannt sind, dass jeder beim Blick auf unser Logo sofort weiß: Ach ja, Firma Lucas, das sind ja hier DIE Malerprofis.“

Patrick Lucas, Geschäftsführer Lucas Malerbetrieb GmbH in Mettmann





ICH KLINGE, *ALSO BIN ICH*

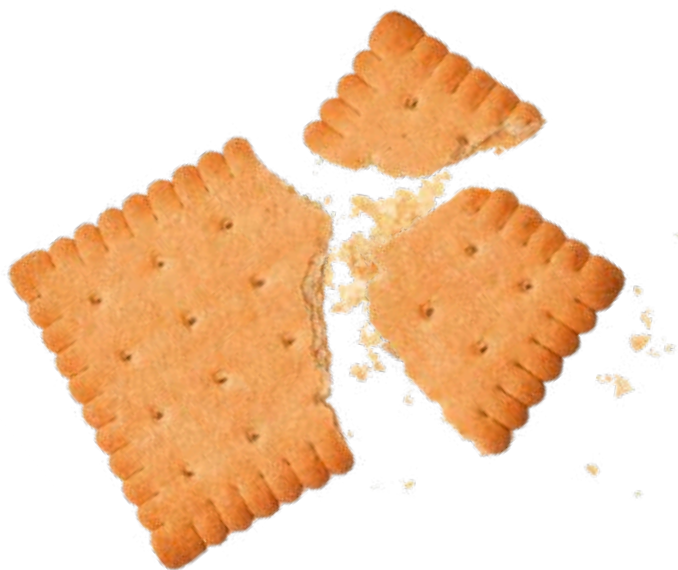
Ein Bier muss schmecken, ein Auto fahren, ein Staubsauger ordentlich saugen. Das ist alles? Von wegen! Hersteller arbeiten aus gutem Grund auch am Sound ihrer Produkte – denn der kann kaufentscheidend sein.

Plopp! Es zischt beim Öffnen der Flasche, das Einschlenken gluckert tief und satt, dann prickelt in hohen Frequenzen die Kohlensäure, und als Krönung knistert zart der Schaum. Mit Klangkonzerten wie diesem machen Werbespots den Käufern Lust auf Bier. Reklame in Fernsehen, Radio und Kino kommt gern geräuschvoll daher: Der Schokoladenüberzug des Speiseeises knackt, die Kartoffelchips krachen und knuspern – und uns läuft bei solch verlockenden Geräuschen rasch das Wasser im Munde zusammen.

Immer mehr Unternehmen arbeiten gezielt daran, den Klang ihrer Produkte zu verbessern. Neben dem optischen steht heute gleichberechtigt das akustische Design. Aus gutem Grund: „Der Klang hat einen ähnlich großen Einfluss auf den Verkaufserfolg wie Funktionalität und Aussehen“, sagt der Psychoakustiker Dr. Friedrich Blutner. Er gilt in Europa als Pionier des „Soundengineering“, einer Wissenschaft in der Schnittmenge von Psychologie, Design und Physik. Seit fast 50 Jahren erforscht Blutner, wie Geräusche

Signal vom Platzhirsch: Ob im Wald oder auf der A3 – wer Aufmerksamkeit sucht, punktet mit unverkennbarem Sound.

Fotos: Getty Images (Richard McManus), shutterstock.com (BoJack)



Knackig frisch: Kekse und Knabberzeug mögen wir am liebsten, wenn sie beim Reinbeißen schön knusprig klingen.

wirken. Was machen sie mit unserem Unterbewusstsein? Wie müssen Bier, Eis oder Chips klingen, um vom Käufer gemocht zu werden? Fragen wie diesen geht Friedrich Blutner nach.

Vom Geräusch zum Gefühl

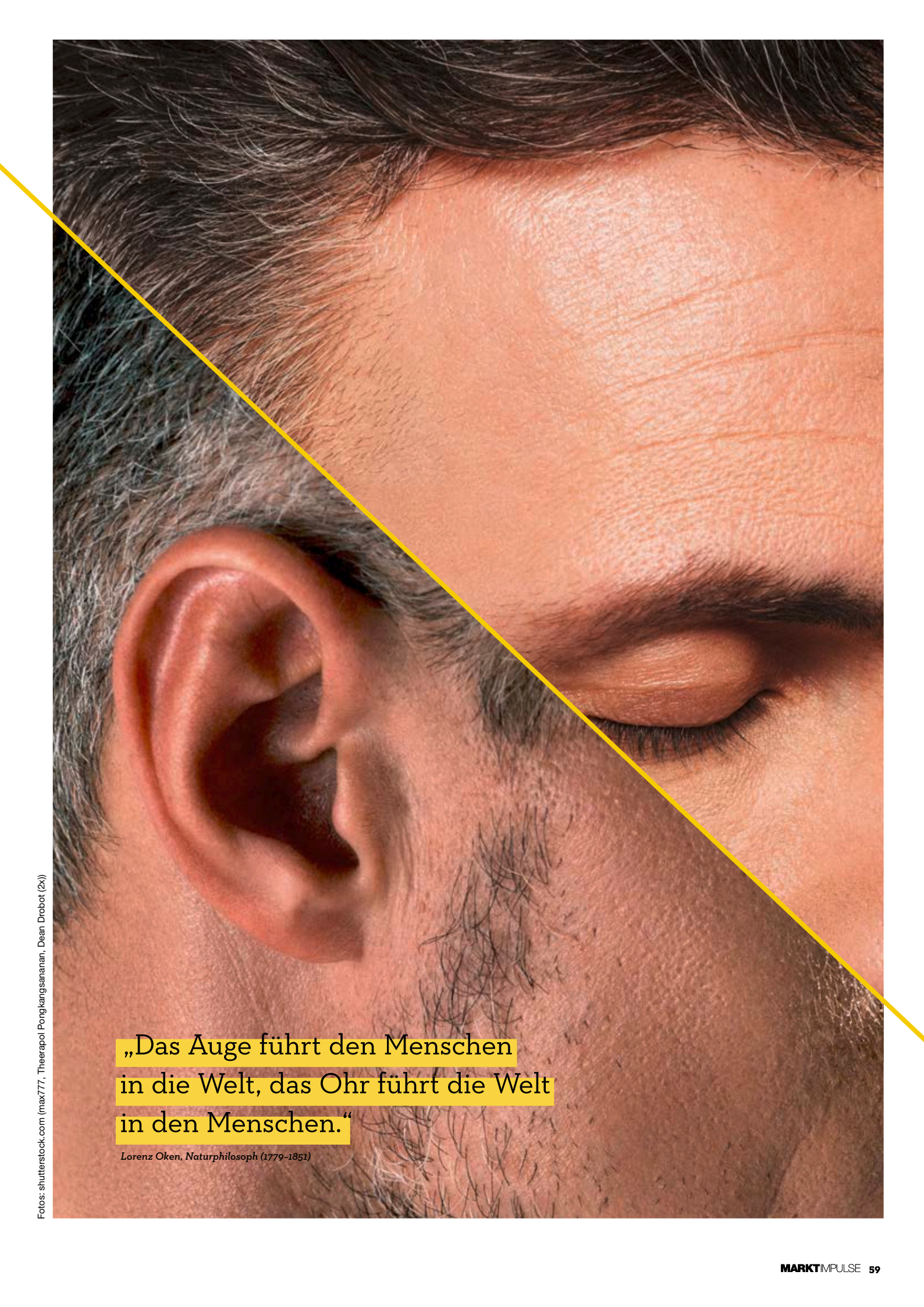
Psychoakustische Forschung ist sehr vielschichtig, denn das Ohr gilt als das komplizierteste aller Sinnesorgane. Seine Aufnahmefähigkeit ist wesentlich differenzierter als die des Auges. So beträgt die Spanne zwischen kleinster und größter Schalldruckwahrnehmung etwa eins zu einer Million. Mit anderen Worten: Das menschliche Ohr ist in der Lage, ein riesiges Spektrum an Schallreizen aufzufangen. Diese transportiert der Hörnerv ins Gehirn, das die angelieferten Informationen interpretiert. Ständig, selbst im Schlaf, bewertet es die empfangenen Geräusche – und die können lange Assoziationsketten auslösen. „Hören Sie mal!“, fordert der Autoverkäufer seinen Kunden auf – und startet den Motor des schicken Sportwagens: „Na, wie klingt das?“ Eine rhetorische Frage. Der Verkäufer weiß schließlich ganz genau, wie der Motor in den Ohren des potenziellen Käufers klingt: dynamisch und draufgängerisch, nach grenzenloser Kraft und Höchstgeschwindigkeit. Er hört sich auch nach Überlegenheit an, nach Überholspur, Frei-

heit und Wohlstand. Kein Zweifel: Geräusche triggern Gefühle, und Gefühle spielen bei vielen Entscheidungen eine wichtige Rolle.

Stimmiger Klang als Kaufargument

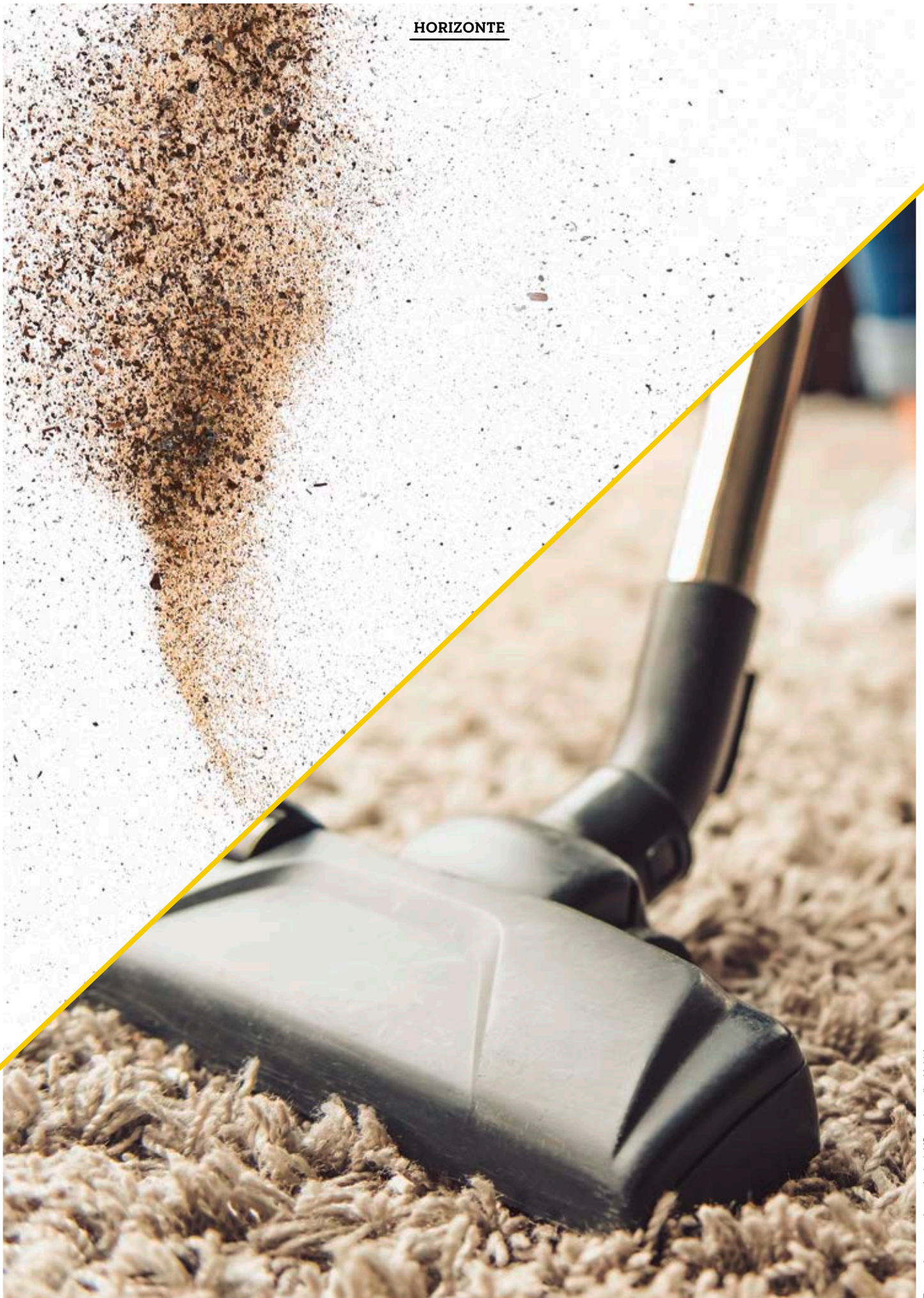
Die Automobilindustrie erkannte als Erste die Bedeutung des guten Klangs als Kaufargument. Anfangs ging es dabei nur um Lärmschutz: Die immer stärker werdenden Motoren machten zunehmend Krach im Innenraum des Fahrzeugs. Doch mit den Erfolgen bei der Schalldämmung störten plötzlich andere Geräusche, die vorher vom Motor übertönt worden waren: klappernde Schalthebel, ächzende Sitze, heulende Lüftungen. „Nun ging es nicht mehr nur um niedrige Lärmpegel, sondern auch um die Gestaltung angenehmer und harmonischer Klangbilder“, berichtet Friedrich Blutner. Wie die Musikinstrumentenbauer kümmerten sich die Autobauer nun um die Qualität des Schalls, um Wohlklang. Daraus wiederum wurde die Idee des „Corporate Sound“ geboren: Geräusche als Erkennungszeichen für eine bestimmte Marke. Die Automobilkonzerne begannen, die psychologische Wirkung von Autosounds zu untersuchen. Fahr- und Motorge- räusche bereits existierender Modelle modifizierten sie am Computer und spielten sie Testpersonen vor. Ziel der Untersuchungen war es, einen Klang-Cocktail zu kreieren, der optimal zum gewünschten Image eines Fahrzeugs passt. Vom Scheibenwischer über den Blinker bis zur Kofferraumtür – jedes Geräusch sollte stimmig sein. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, treiben Autohersteller heute einen enormen Aufwand. „Es gibt kaum ein Autoteil mehr, das nicht auf seinen Klang hin untersucht und optimiert wird“, sagt Blutner, „Sound steckt in jeder Unterlegscheibe.“ Was in der Automobilindustrie begann, entdeckten bald auch andere Branchen: So tüftelte der Hersteller eines Herrenparfüms zum Beispiel so lange am Pumpmechanismus seines Flakons, bis er einen besonders männlichen Ton kreiert hatte: Tief, satt und kräftig klingt es, wenn der Duft versprüht wird. Dabei stand der Klang einer zufallenden Autotür einer deutschen Luxuslimousine Pate. Auch die Nahrungsmittelindustrie setzt auf Sounddesign: Die Firma Bahlsen beschäftigt sich schon seit Mitte der 1990er-Jahre mit dem Klang ihres ▶

Mit allen Sinnen: Unsere Ohren verarbeiten pro Sekunde etwa 50 verschiedene Eindrücke – doppelt so viele wie die Augen. Bis zu 400.000 Töne kann der Mensch insgesamt unterscheiden.



„Das Auge führt den Menschen
in die Welt, das Ohr führt die Welt
in den Menschen.“

Lorenz Oken, Naturphilosoph (1779-1851)





Schön schokoladig: Die perfekte Schoko-Konsistenz muss im Mund cremig zergehen und zugleich akustisch überzeugen.

Süßgebäcks. Die Experimente zeigten, dass das Kau-geräusch einen direkten Einfluss auf die Wahrnehmung des Geschmacks hat. Kekse, die knusprig sind, mögen die meisten Menschen einfach lieber. Diese Erkenntnis berücksichtigt Bahlsen seitdem bei der Rezeptur und der Backzeit seiner Produkte.

Das Ohr isst mit

Wer das für übertrieben hält, sollte bedenken, wie laut Essgeräusche sind. Friedrich Blutner empfiehlt einen einfachen Selbstversuch, der das eindrucksvoll verdeutlicht: „Verspeisen Sie einen Riegel Schokolade und drehen Sie dabei Ihre Stereoanlage auf. Sie werden erstaunt sein, wie laut Sie die Musik stellen müssen, um die Kaugeräusche zu übertönen.“ Essen macht Krach. Doch wir empfinden anders. Wir genießen den Biss in einen knackigen Apfel oder in einen knusprigen Keks – nie würden wir auf die Idee kommen, dies als Lärmbelästigung zu bezeichnen.

Dass die Erwartungen der Kunden sehr nuanciert sind und es nicht immer darum geht, alles möglichst leise zu tun, wissen auch die Hersteller von Haushaltsgeräten. So wäre es heute problemlos möglich, einen Staubsauger derart zu dämmen, dass sich die aufgesaugten Partikel geräuschlos durch die luftführenden Teile bewegen. Doch das entspricht gar nicht dem Wunsch der Verbraucher. Ganz im Gegenteil: Marktforschungen

haben gezeigt, dass wir einem geräuschlosen Staubsauger nicht über den Weg trauen – selbst wenn er genauso leistungsstark ist wie sein lärmender Kollege. Das Rasseln und Klingeln beim Saugen sagt uns nämlich: Dieser Staubsauger funktioniert, er saugt ordentlich was weg!

Qualität kann man hören. Und der Verbraucher weiß das in der Regel auch, zumindest ahnt er es unterbewusst. Denn was tun schließlich die meisten Menschen, wenn sie eine neue Waschmaschine kaufen möchten und im Laden ratlos vor der großen Auswahl stehen? Richtig: Sie klopfen auf die Geräte. Sie öffnen auch die Tür der Maschine und schließen sie wieder. Dabei spitzen sie die Ohren: Klingt das hochwertig und solide – oder eher hohl? Scheppert da vielleicht sogar etwas? Vom Gehörten schließen wir auf die Verarbeitungsqualität. Ein Produkt muss alle unsere Sinne erobern – der Mensch glaubt, was er hört.

Wir glauben, was wir hören

Aber kann er es denn überhaupt noch glauben, wenn Sounddesigner mit immer ausgeklügelteren Methoden den Klang der Dinge beeinflussen? „Ja, er kann“, versichert Friedrich Blutner. Es sei nicht die Aufgabe von Sounddesignern, zu manipulieren – das könnten sie auch gar nicht. Ein stimmiges Geräusch sei eher ein emotionaler Mehrwert: der Klang als die gute Seele des Produktes.

Eines steht jedoch fest: Wo Klang ist, ist Leben. Der Hirsch röhrt, der Sportwagenfahrer drückt aufs Gaspedal – und beides läuft auf die gleiche Botschaft hinaus: Ich klinge, also bin ich. ■

Was Krach macht, wirkt: Wer Staub saugt, will dabei hören, wie er arbeitet – und dass sein Gerät ordentlich was wegschafft.



Wisch und weg! Die neue Whiteboard-Beschichtung macht Wände zu Wandtafeln – bei Bedarf sogar magnetisch.

PUNKT, PUNKT, KOMMA, STRICH ...

Schnell etwas notieren, skizzieren, entwerfen, ausprobieren: Ob in der Küche, im Konferenzraum oder auch im Kinderzimmer – Whiteboards sind wahnsinnig praktisch und beliebt! Brillux macht diese großartige Sache jetzt noch größer.

Einfach mal die Wand vollkritzeln? Klar, warum denn nicht?! Einkaufszettel, To-do-Listen und Brainstorm-Ergebnisse notieren wir jetzt direkt auf unseren Küchen-, Büro- oder Konferenzraumwänden. Und das ein oder andere Strichmännchen malen wir auch noch dazu! Denn mit 2K-Aqua Whiteboard 2384 bietet Brillux die Möglichkeit, schlichte Wandflächen in praktische Whiteboards zu verwandeln. Die Beschichtung führt zu einer geschlossenen Oberfläche, von der wir bunte Whiteboard-Marker problemlos wieder abwischen können. Am besten klappt das mit einem Mikrofasertuch. Der Anstrich entspricht EN 71-3, also der Sicherheit von Spielzeug. Das macht ihn auch zu einer überraschenden und innovativen Option für Kinderzimmerwände! Wer mag, kombiniert die Whiteboard-Beschichtung obendrein mit dem passenden magnetischen Wandvlies (CreaGlas Glasvlies VG 4101 Magnetic) – und erhält dann eine wirklich multifunktionale Magnetwand. Bye-bye Pinnwände und Klebezettel! ■

GUT ZU WISSEN

- Farbton: weiß
- hochglänzend, für innen
- leicht zu reinigen
- besonders geruchsarm
- ausgezeichnetes Haftvermögen
- schnelle Durchhärtung
- wasserbasierte, zweikomponentige Polyurethan-Acrylbeschichtung
- verfügbar im 625-ml-Gebinde (+ 2K-Aqua Härter 2380, 125 ml)



KONTAKT: Brillux / Tel.: +49 251 7188-487
info@brillux.de / www.brillux.de/whiteboard

DER BRILLUX DESIGN AWARD



**JETZT TEILNEHMEN
BIS 31.12.2018!**

DER COUNTDOWN LÄUFT!

Einsendeschluss:

► 31. Dezember 2018

Jurysitzung:

► 15. März 2019

Preisverleihung:

► 23. September 2019

Ihr Kontakt

Sie haben Fragen zu Ihrer Teilnahme? Sprechen Sie uns gerne an. Alle Informationen zum Brillux Design Award gibt es außerdem gesammelt auf der Website des Wettbewerbs.

Tel. +49 251 7188-759 / E-Mail: design-award@brillux.de

www.brillux.de/design-award



ALLES IM GRIFF?!

Erfolgreich Kundengespräche führen, technisch einwandfrei arbeiten und auch die Zahlen dabei immer im Blick behalten – all diesen Anforderungen wird nur gerecht, wer sich „vielfach fit“ hält. Die Brillux Akademie hilft dabei!

Angeichts der zahlreichen und ständig wachsenden Ansprüche, die heute an Betriebe gestellt werden, lädt die Brillux Akademie dazu ein, „vielfach fit“ zu werden.

Lukas Schulze Brock, Leiter der Brillux Akademie, erklärt, warum das so wichtig ist: „Nachweislich sind jene Betriebe am erfolgreichsten, deren Geschäftsführer und Mitarbeiter sich konsequent weiterbilden – auch und gerade in Zeiten randvoller Auftragsbücher. In der Brillux Akademie bieten wir hierfür vielseitige Angebote.“

Dank 26 verschiedener Seminare aus den Bereichen Technik und Gestaltung sowie Marketing,

Vertrieb und Mitarbeiterführung ist für jeden im Betrieb etwas dabei.

Handwerker können ihr Fachwissen und ihre praktischen Fertigkeiten erweitern, etwa zum Thema WDVS: Mit drei WDVS-Seminaren im Bereich Technik und Gestaltung und dem Vertriebsseminar „Begeistern für WDVS“ werden sie zu echten Experten.

Auch das Thema Kommunikation findet Platz im Programm: „Freundlich und zeitgemäß kommunizieren“ heißt ein neues Angebot für Büromitarbeiter, die mit der Königsdisziplin Kundenansprache betraut sind.

Der Haupt-Weiterbildungsstandort der Brillux Akademie liegt in Münster. Die Seminare finden aber insgesamt in 14 Brillux Niederlassungen statt. ■

BAkademie
..mehr als Weiterbildung

Hier finden Sie das neue Seminarprogramm und können sich direkt anmelden:

www.brillux.de/handwerkerseminare.



Alles drin: Das neue Seminarprogramm macht Lust auf Weiterbildung – und alle Mitarbeiter im Betrieb „vielfach fit“.

Knalliger Hingucker: die Feuerwehrschul-Fassade an der Feuerwache II in München.



EINSATZ ERFOLGREICH!

„Das kann so nicht stehen bleiben!“, dachte sich Benjamin Schandelmaier. Die kahle Fassade der Münchner Feuerwehrschule, an der er häufig vorbeiläuft, verstand er als Aufforderung. Schandelmaier gehört zum Streetart-Kollektiv Buntlack, bekannt für großformatige Wandbilder. Klar, dass er die Sache in die Hand nahm. Sein Buntlack-Kollege Richard Hauck entwarf das Motiv und begeisterte damit die Verantwortlichen der Feuerwache. Schandelmaier kümmerte sich um die Flächengenehmigung durchs Kulturreferat – und überzeugte Brillux Gebietsverkaufsleiter Markus Götz von der Verschönerungsidee. Götz stand den Künstlern schließlich beratend und mit einer fairen Preisgestaltung für die benötigten Dispersionsfarben zur Seite. Gemeinsam mit Buntlack-Teammitglied Nikola Kolobaric bemalten Hauck und Schandelmaier die 250 m² große Fläche innerhalb von neun Tagen im August 2018. Fast schneller als die Feuerwehr!



Das Schloss Wiehe steht im Kyffhäuserkreis in Thüringen; erbaut wurde es 1664-1666.

ICH BAU' DIR EIN SCHLOSS ...

*Elf Studierende, ein baufälliges Schloss - und eine zukunftsweisende Idee!
Wie angehende Architekten und engagierte Sponsoren ein denkmalgeschütztes
Gebäude aus dem 17. Jahrhundert zu neuem Leben erwecken.*

Sie schlepten, schwitzten, hämmerten und malten. Sie schliefen wochenlang auf Pritschen im Gemeinschaftsschlaflsaal – und raufte sich als Gruppe immer wieder neu zusammen: Elf Architekturstudierende der FH Erfurt widmeten den größten Teil des Sommersemesters 2018 dem sanierungsbedürftigen Schloss Wiehe in Thüringen. Sie taten das im Rahmen ihrer Bachelorarbeit: Es galt, gemeinsam einen Raum des Schlosses in ein Muster-Hotelzimmer zu verwandeln. Denn aus dem alten Gemäuer soll bald ein Tagungsort werden. Die Seminar- und Banketträume im Erd- und Kellergeschoss sind bereits fertig. Im ersten Obergeschoss entstehen Gemeinschaftsschlaflsäle, im zweiten Stock einige klassische Hotelzimmer. Jedes davon wird von einer anderen Erfurter Studierendengruppe als

„Musterzimmer“ konzipiert und umgesetzt. Entstanden ist die Projektreihe 2017 mit der Gründung des Hochschulvereins „Landlab Schloss Wiehe e. V.“, der sich für die Instandsetzung des Stadtschlusses engagiert. Die Idee: Die Stadt Wiehe, die das Schloss seit 1996 besitzt, erhält Unterstützung bei der Sanierung – und die Studierenden sammeln dabei Praxiserfahrungen. Langfristig plant die Hochschule im renovierten Schloss einen externen Seminarstandort. Echtes Win-win also!

Gemeinsam zum Ziel

Im Sommer 2017 entstand bereits erfolgreich das Musterzimmer #1. Jetzt also #2: Alle Studierenden der Projektgruppe 2018 stellten zunächst je ein eigenes Konzept für den Raum vor. Ein Professoren-Gremium



1.



2.

1. Gemeinschaftswerk: Nach dem Transport aus Erfurt müssen die Studierenden ihre selbst konstruierten Stahlmöbel im Innenhof des Schlosses wieder zusammenbauen.

2. Die erfolgreiche Projektgruppe von links oben nach rechts unten: Julian Schurig, Sebastian Köppe, Johann Janecke, Justin Rusche, Margarethe Schiller, Desirée Góumou, Lisa Oertel, Katharina Fuchs, Patrick Hänel, Mohamed Wiedenhöft, Jan Mischur.

3. Genialer Kontrast: Mit filigraner Möblierung und geometrischen Raumachsen setzt das fertige Musterzimmer #2 spannende Akzente im rustikalen Schloss.



3.

wählte dann den gemeinsam umzusetzenden Entwurf. Er stammt von Desirée Góumou: ein modernes geometrisches Raumkonzept mit filigranen Stahlmöbeln – als überraschender Kontrast zum rustikalen Schlossgebäude. Trotz der klaren Aufgabenverteilung in der Gruppe sagt Johann Janecke, der die Projektleitung übernahm: „Es war unglaublich schwer, alle Beteiligten unter einen Hut zu bekommen.“

Erfolgreicher Sommer mit Praxisbezug

Am Ende gestalteten die angehenden Architektinnen und Architekten dennoch ein schickes neues Musterzimmer #2 – nicht zuletzt, weil Janecke als Sponsoring-Beauftragter verschiedene Unternehmen mit ins Boot holte. Das war wichtig für das Gelingen des Projekts und den Lernerfolg der Studierenden. Auch Brillux Gebietsverkaufsleiter Stefan Viefhues beriet fachlich und half, notwendiges Material zu beschaffen. Was vor allem Justin Rusche, im Projekt verantwortlich für Wände, Decken und Oberflächen, zu schätzen wusste: „Die Schlosswände bestehen aus Lehm und verlangten nach einer Spezialbehandlung. Die Grundierung war besonders wichtig. Der verwendete Lehm besteht aus Ton, Schluff – also Feinstsand –, Stroh und Sand. Deshalb neigt er stark dazu, Feuchtigkeit anzuziehen. Das aufgenommene Wasser wird dann mit der Zeit wieder abgegeben. Daher darf die Lehmoberfläche nicht versiegelt werden, wie es mit Standard-Wandfarben auf Acryl- oder Kunstharzbasis der Fall wäre.“ Es hat geklappt! ■

BETEILIGTE UND SERVICES

Aufgabenstellung:

Prof. Joachim Deckert, Fachhochschule Erfurt, Fakultät Architektur und Stadtplanung

Konzept und Umsetzung:

Studierendengruppe der FH Erfurt, Bachelorthesis Sommersemester 2018

Kooperationspartner:

Frank Bigesche (Lehrbeauftragter)
Manfred Severin

Förderer:

Lottomittel
Ministerium für Umwelt, Energie und Naturschutz
Geldspende Landlab Schloss Wiehe e. V.
Materialsponsoren (diverse Unternehmen)

Material für 120 m² Lehmoberfläche und 60 m² Trockenbau:

2x Brillux Silikat-Grund ELF 1803 (10l)
1x Brillux Lacryl Tiefgrund ELF 595 (5l)
2x Brillux Silikat-Innenfarbe ELF 1806 weiß (15l)
1x Brillux Latexfarbe ELF 992 weiß (10l)
1x Brillux Latexfarbe ELF 992 weiß (5l)
1x Brillux Sensocryl ELF 266 (15l)
1x Brillux Vlieskleber ELF 375 (18kg)
3x Brillux Abdeckvlies 1533 (25m)
3x Brillux Lightvlies 1301 (30m²)



Die verlorenen Schriften DER Bauhaus-Ära

Joschmi

Xants

Carl Marx

Alfarn

Reross

Gerettete Schriftschätze: Zum 100. Bauhaus-Geburtstag im Jahr 2019 erweckte der renommierte Schriftgestalter Erik Spiekermann alte Schriften zu neuem Leben. Gemeinsam mit Typo-Experten und Studierenden vervollständigte er fünf Schriftenklassiker legendärer Bauhaus-Meister. Ziel der Initiative ist es, historische Kreativwerkzeuge der heutigen Generation wieder zugänglich zu machen. „Schrift ist für die Kultur wie für uns die Luft zum Atmen“, erklärt Erik Spiekermann, „Ohne das Geschriebene gäbe es keine Kultur.“ Die Schriften der Kampagne „Adobe Hidden Treasures – Bauhaus Dessau“ gibt es auf der Adobe-Website als kostenlosen Download.

„Jeder Mensch mit einer neuen Idee ist
ein Spinner, bis die Idee Erfolg hat.“

Mark Twain (1835-1910, US-amerikanischer Schriftsteller)

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 KundenClub, www.brillux.de/kundenclub, info@brillux-kundenclub.de

REDAKTION UND GESTALTUNG formba – Grafikdesign + Redaktion, Billrothstr. 77, 22767 Hamburg, www.formba.de,

AutorInnen: Wiebe Bökemeier, Karina Bostelmann, Sebastian Bröder, Annika Frey, Thomas Soltau, Barbara Stummer

ERSCHEINUNGSWEISE 4x jährlich ISSN 1610-6822

Nachdrucke, auch auszugsweise, oder andere Formen der Vervielfältigung bedürfen der ausdrücklichen Genehmigung von Brillux.



Wir
machen
keine
Farbe.



13427735/18.6/1218 8826.0010.9083

WIR
SIND
FARBEN

Bei uns wird es 2019 bunt. Und bei Ihnen?

Pünktlich zum Jahresende sagen wir zunächst: Danke! Für Ihre Treue, für Ihr Vertrauen und für die gute Zusammenarbeit. Seit 129 Jahren sind wir ..mehr als Farbe: Immer inspirierend, nah am Markt und noch viel wichtiger – nah bei Ihnen. Und das bleibt auch so. Versprochen!

www.brillux.de

 **Brillux**
..mehr als Farbe