

MARKT IMPULSE

1/17

DE / AT 8,50 €
CH 9.20 SFR



INTUITION

Warum Ihr Gefühl oft mehr weiß als Ihr Verstand.
S. 14

 **Brillux**
..mehr als Farbe

VERTRAUTES VINTAGE

MEHR AUF SEITE 72

Mehr über Holger Leisenheimer
und die von ihm geführten
Malerwerkstätten lesen Sie in
unserer Reportage ab Seite 26.

Foto Titel: Getty Images Foto hier: Daniel Elke

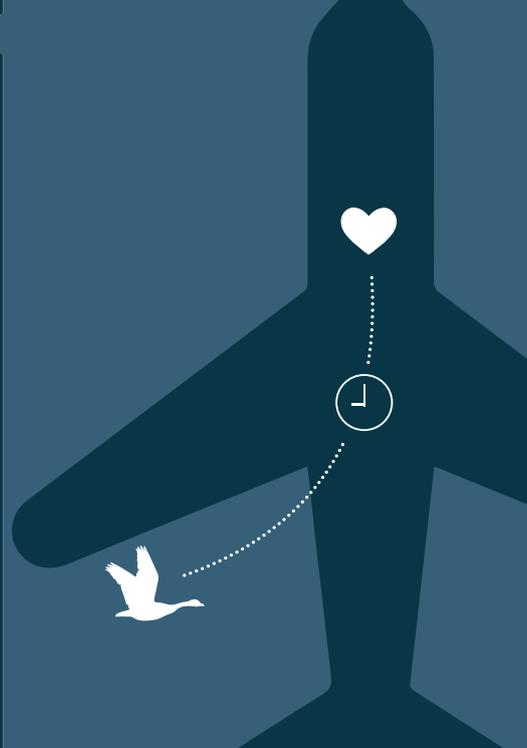
BAUCHENTSCHEIDUNG

„Es war mal wieder Zeit für eine Gitarre. Im Musikladen sagte meine Tochter Valerie zu mir: ‚Papa, diese Gitarre passt perfekt zu dir.‘ Ich: ‚Und warum?‘ Sie: ‚Ihr Bauch ist fast so groß wie deiner.‘“

INTUITION

Gefühl oder Analyse? Warum wir öfter auf unsere Intuition vertrauen sollten, wir unseren eigenen Pro-und-Kontra-Listen manchmal selbst nicht trauen und was Sigmund Freud mit Alexander dem Großen verbindet.

14



ERSTE MENSCHEN, ERSTE FARBEN

Seit 100.000 Jahren stellen Menschen Farbe her und drücken sich damit aus. Teil 1 unserer Reise durch die Geschichte der Farbe und des Malerhandwerks.

08

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

jeden Tag treffen wir hunderte von Entscheidungen. Die meisten davon betreffen unseren Alltag, andere prägen unsere Zukunft. In dieser Ausgabe gehen wir der Frage nach, wie unsere Entscheidungsprozesse zustande kommen. Und werben dafür, öfter auf unsere Intuition zu vertrauen.

Für Prof. Gerd Gigerenzer, den Direktor der Abteilung „Adaptives Verhalten und Kognition“ am Max-Planck-Institut für Bildungsforschung, ist sie nichts weniger als „gefühltes Wissen“. Nach seiner Überzeugung zählt die verbreitete Annahme, dass ausführliche Analyse der Intuition immer überlegen sei, zu den größten Fehlerquellen der Entscheidungsfindung. Welch positive Kraft im Wörtchen „Nein“ liegen kann, erläutert im Interview das Autorenduo Anja Förster und Peter Kreuz. Denn jede Entscheidung gegen etwas, argumentieren sie, sei zugleich immer auch eine für etwas anderes. Womit wir bei einer Entscheidungsfindung wären, mit der sich Eltern im 21. Jahrhundert zwangsläufig auseinandersetzen müssen: Ob überhaupt und, wenn ja, wie lange sollen sich Kinder Computern oder Smartphones widmen dürfen? Wir stellen zwei gegensätzliche Standpunkte zur Diskussion. Für beide gibt es gute Gründe. Derlei Fragen sahen sich unsere Vorfahren vor 100.000 Jahren naturgemäß nicht ausgesetzt. Dass dies ihrer Kreativität nicht abträglich war, legt die Strecke über den Kunstsinn der Höhlenmenschen nahe, der Start unserer Serie zur Farbgeschichte. Außerdem stellen wir Ihnen zwei Malerbetriebe vor. Der eine Geschäftsführer attestiert sich selbst ein „kleines Helfersyndrom“. Der andere hat ein Faible für Rockmusik und Ausfahrten mit dem Rennbob.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre!

Herzliche Grüße
Ihre Redaktion der Marktimpulse



HORIZONTE

PIXELPAUSE?

Sollen wir unsere Kinder mit der digitalen Welt so früh wie möglich vertraut machen oder sie möglichst lange von ihr fernhalten? Der Psychiater Manfred Spitzer und die Internetbotschafterin der Bundesregierung Gesche Joost könnten kaum weiter auseinanderliegen.

50



INHALT

06 PERSPEKTIVEN

Der „vertikale Wald“ des Architekten Stefano Boeri.

08 FARBGESCHICHTE

Teil 1 der Serie.

14 TITELTHEMA: INTUITION

Warum wir unserem Bauchgefühl öfter vertrauen sollten, als wir manchmal denken.

22 INTERVIEW

Nein! Die Publizisten Anja Förster und Peter Kreuz beschreiben, wie unpopuläre Entscheidungen unser Leben bereichern können.

26 REPORTAGE

Kreativ und mit viel Verantwortungsgefühl führen Iris und Holger Leisenheimer im rheinland-pfälzischen Windesheim ihren Traditionsbetrieb.

32 UMFRAGE

Kopf oder Bauch: Wer entscheidet?

36 TRENDS

Neu + alt = schön: die Häuser des Jahres 2016.

42 MEINE BAUSTELLE

In Nürnberg wurde aus einer alten Burg nicht nur die modernste Jugendherberge Europas, sondern auch eine der schönsten.

46 IM PORTRÄT

Alexander Ries führt seinen Betrieb nicht nur in sechster Generation, sondern ist zugleich auch ein ziemlich netter Mensch.

50 HORIZONTE

Oft und umfassend? Oder lieber gar nicht? Zum Thema Kinder und Computer gibt es für beide Standpunkte gute Gründe.

56 KNOW-HOW

Die neuen Initiativen der Kampagne „Dämmen lohnt sich“.

60 AKTUELL

Die neue Innendispersion Superlux ELF 3000.

62 DEINE ZUKUNFT IST BUNT

Im Kino, auf der Straße, im Internet: Die Nachwuchskampagne „Deine Zukunft ist bunt“ wirbt erfolgreich für das Malerhandwerk.

70 KUNDENCLUB

Wie Steven Jeschke aus Brandenburg mit Hilfe des „Existenzgründer-Pakets“ durchstartete.

72 STILKARTEN

Teil 6: Vertrautes Vintage.

74 HEFTKRITIK

75 VORSCHAU

Baumhochhaus im Großstadtdschungel. Hier strecken 20.000 Sträucher und 800 Bäume ihre noch zarten Zweige gen Himmel – die Wurzeln bereits fest in den schubladenartigen Balkonen der Zwillingriesen verankert. Die Eichen, Buchen, Haselnuss- und Pflaumenbäume filtern Staubpartikel aus der Luft, produzieren Sauerstoff und schützen das Haus vor Hitze, Kälte und Lärm. Dabei müssen sie Windstärken bis zu 160 km/h standhalten. „Der ‚Bosco Verticale‘ (der vertikale Wald) ist ein weltweit einzigartiges architektonisches Experiment“, sagt sein Architekt Stefano Boeri, der 2016 für das Projekt mitten in Mailand den „Internationalen Hochhauspreis“ erhielt.







ERSTE MENSCHEN, ERSTE FARBEN

Höhlenfunde der vergangenen Jahre zeigen: Schon vor 100.000 Jahren haben Menschen Farbe hergestellt und mit ihr gearbeitet. Deshalb beginnt der erste Teil unserer Serie über die Geschichte der Farbentwicklung und des Malerhandwerks in der Blombos-Höhle bei Kapstadt in Südafrika. Von dort begeben wir uns in den Südwesten Frankreichs: Die Höhle von Lascaux in der Dordogne gilt unter Kennern als „Sixtinische Kapelle der Frühzeit“. Ihre originalgetreue Nachbildung kann man seit Kurzem vor Ort besuchen und bestaunen.



WEGGEPUTZT

15.000 Jahre überdauerte dieser Bison gemeinsam mit anderen Huftieren in der Höhle von Mayrière supérieure nahe dem Dörfchen Bruniquel in Südfrankreich. 1992 zerstörte eine Pfadfindergruppe die prähistorischen Gemälde im Rahmen einer Graffiti-Säuberungs-Aktion. Für diese Tat wurde sie später mit dem Anti-Nobelpreis „ausgezeichnet“.



PRÄHISTORISCHE MALERWERKSTÄTTEN

Etwa 40.000 Jahre alt sind diese Handabdrücke in der Höhle von El Castillo in Spanien. Sie entstanden, indem man eine Hand an die Höhlenwand legte und Pigment darüber blies. Es gilt als wahrscheinlich, dass sie von modernen Menschen stammen, doch könnten sie auch zu einem noch entfernteren Vorfahren gehört haben: den letzten Neandertalern.

Auch der Fund der Abalone-Muscheln in der südafrikanischen Blombos-Höhle 2011 war ein archäologischer Paukenschlag. Neben den Farbresten wurde die Tatsache, dass die Atemlöcher von Menschenhand verschlossen waren, als Indiz für ihren Verwendungszweck gedeutet: die Verarbeitung und Aufbewahrung von Farbe.



Wie weit zurück reicht unsere Vorstellung vom Menschen als Kulturwesen? 2000 Jahre ins Rom zur Zeit Cäsars? Ein paar hundert Jahre weiter, ins alte Griechenland, in dem Sokrates und Aristoteles das abendländische Denken begründeten? Gar 6000 Jahre ins Ägypten der prädynastischen Perioden? Tatsächlich sind sowohl die Punischen Kriege als auch das oberägyptische Reich nicht viel mehr als chronologische Fußnoten, wenn man bedenkt, dass Evolutions- und Steinzeitforscher lange über die Frage diskutierten, ob die ersten Experimente des Menschen mit Farbe nun 100.000 oder doch nur 70.000 Jahre zurückliegen. Anders ausgedrückt: Würde man die Geschichte der Menschheit in einem Fußballspiel erzählen, die letzten 6000 Jahre würden gerade einmal die Nachspielzeit umfassen.

Inzwischen gilt die Annahme als gesichert, dass bereits vor 100.000 Jahren, im Mittelpaläolithikum, bestimmte Höhlen ausschließlich dazu genutzt wurden, um dort Farbe herzustellen, zu lagern und damit zu malen. Dies legt etwa das Fehlen von Nahrungsmittelresten und Kochfeuern an diesen Orten nahe.

Ocker, Knochen, Kohle

Zum Beispiel in der Blombos-Höhle bei Kapstadt in Südafrika. Dort wurde Ocker zu Farbe verarbeitet. Dazu verwendeten die Menschen offenbar Ockerstücke, die

sie aus der weiteren Umgebung in die Höhle brachten und dann entweder an rauen Quarzstücken zu Pulver zerrieben oder mit einem Schlagstein bearbeiteten, um kleine Splitter abzutrennen. Diese wurden dann mit anderen Steinen ebenfalls zu Pulver zermahlen, das dann mit fetthaltigem, geriebenem Knochenpulver, Kohle und Wasser verrührt wurde. Über die Verwendung des Farbgemischs können die Forscher nur spekulieren. So könnte Ocker als symbolische Körperbemalung oder als Hautschutz verwendet worden sein. Man geht davon aus, dass die einzelnen Werkzeuge mehrmals zur Farberstellung genutzt wurden, es sich also um regelmäßige Verrichtungen handelte.

Die Handabdrücke von El Castillo

Wesentlich jünger, etwa 40.000 Jahre alt, sind die Funde in der Höhle von El Castillo in Spanien. Dort hinterließen Steinzeitkünstler ihre Handabdrücke und malten kleine rote Scheiben an die Wand. Nicht nur das Alter der Werke ist eine Sensation. Wenn die Datierung, die auf einer relativ jungen Technik basiert, korrekt ist, hätten unsere Vorfahren ihre kreative Ader schon entdeckt, als sie gerade erst begannen, Westeuropa zu besiedeln. Womöglich der Anfang eines langen Prozesses, der in den folgenden Jahrtausenden zu großartigen Darstellungen von Menschen und Tieren



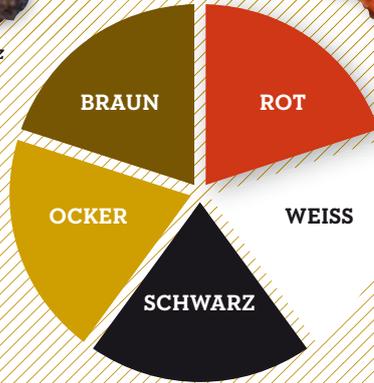
Brauneisenerz



Eisenerz



Ton oder auch Goethit



Kalkstein



Holzkohle



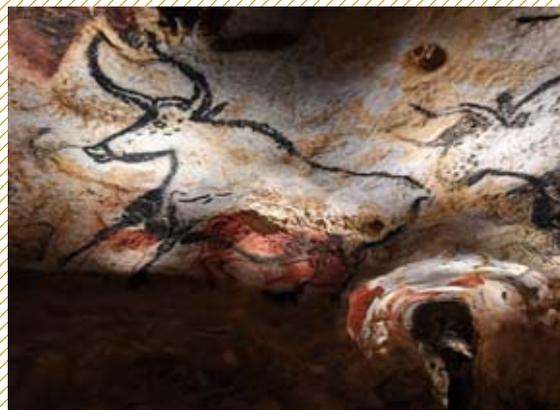
DER FARBKREIS DER STEINZEIT

Er war geprägt von Ocker, Braun, Rot, Schwarz und Weiß. Um rote Farbe zu gewinnen, wurden zum Beispiel eisenoxidhaltige Hämatitkristalle mit einem Quarzstein zerkleinert und mit verschiedensten Bindemitteln wie Wasser, Fett, Ei oder Blut vermengt. Fingerspitzen, Knochen oder Pinsel aus Tierhaaren dienten zum Auftragen der Farbe. Neben der Höhlenmalerei wurde Farbe auch zur Kleiderfärbung und zur rituellen Gesichtsbemalung benutzt. Das Bild links zeigt auf archaische Weise bemalte Mitglieder vom Volk der Yirrganydji, einem Stamm der Aborigines in Queensland. Bereits vor geschätzten 40.000 bis 60.000 Jahren besiedelten die Ureinwohner Australiens den fünften Kontinent. Viele ihrer Riten und Bräuche überdauerten die Jahrtausende bis zur Ankunft der Briten im Jahr 1788.



STEINZEITLICHE HIGHTECH-KOPIE

32 Spezialisten schufen in 31 Monaten insgesamt 900 Quadratmeter künstliche Felswände. Eine durch Tausende von Farbfotos ergänzte 3-D-Vermessung diente ihnen als Vorlage. Mit Lasertechnik durchgeführt, zählte sie 16 Messpunkte pro Quadratmillimeter. Insgesamt 53 raumfüllende „Höhlenwand“-Abschnitte aus Kunstharz wurden in dem Atelier so von Hand bemalt. Der Besucher bewegt sich zunächst durch eine Dunkelzone in die unterirdische Bilderwelt und soll ohne informativen Ballast in die Betrachtung eintauchen können. Ein anderer Saal, das „Atelier Lascaux“, reproduziert dann einzelne Höhlenpartien fragmentarisch und demonstriert durch Laserprojektion die komplizierten Motivüberlagerungen. „Die Qualität dieser Faksimiles ist so hervorragend, dass selbst Forscher für ihre Untersuchungen damit arbeiten können“, schwärmt der Prähistoriker Jacques Jaubert.



führte. Den Höhepunkt dieser Entwicklung bilden für viele Experten die Wandmalereien in der Höhle von Lascaux nahe dem westfranzösischen Örtchen Montignac. Auf der Suche nach einem entlaufenen Hund stießen vier Jugendliche 1940 eher zufällig auf den Höhleneingang. „Wir dachten wie alle Kinder, dass wir einen Goldschatz finden werden“, erinnerte sich einer der Entdecker Jahrzehnte später. Doch das, was die vier Jugendlichen sahen, war wertvoller als Gold: insgesamt fast 2.000 Zeichnungen von zum Teil atemberaubender Kunstfertigkeit.

„Seit Lascaux nichts dazugelernt“

Die Altersangaben der Experten schwanken zwischen 15.000 bis zu 36.000 Jahren, die meisten Schätzungen gehen von etwa 20.000 Jahren aus. Doch über die Bedeutung der Arbeiten ist man sich sofort einig: „Sixtinische Kapelle der Höhlenkunst“ nennt der Prä-

historiker Henri Breuil den Fund von Lascaux, für viele Forscher markiert er den „Beginn der Kultur“ und Pablo Picasso murmelte nach seinem Besuch überwältigt: „Wir haben seitdem nichts dazugelernt.“ Im Detail werden nach und nach 915 Tierfiguren ausgemacht, 613 unbestimmbare Figuren, 434 Zeichen – und eine einzige Menschengestalt, ein paarungsbereiter Mann mit Vogelkopf. Elektronenmikroskopische Untersuchungen an Farbbrechen belegen eine vielfältige Farbpalette. Schwarze Farben korrespondieren mit unterschiedlichen, aus der Umgebung stammenden Manganoxiden. Orange, gelbe und rote Farbtöne gehen auf unterschiedliche Eisenoxide zurück. Die Farben wurden anscheinend direkt aufgetragen, ohne vermischt oder thermisch verändert worden zu sein. Die farbige Lebendigkeit der in die Wände gemalten und geritzten Stiere, Aurochs, Steinböcke, Rinder, Hirsche, Raubkatzen und Wildpferde sorgte sofort für gewaltiges Publikumsinteresse.

TEIL 1

FARBE IN DER STEINZEIT



3D-gestützte Nachbildung

Doch der Andrang schadet den steinzeitlichen Meisterwerken. Die Atemluft der über eine Million Besucher sorgt für Algenbildung, die Höhle wird 1963 für die Allgemeinheit geschlossen. Später gefährdet Schimmelfeul den Bestand, inzwischen ist sie selbst Konservatoren nur noch maximal 200 Stunden im Jahr zugänglich. 1983 macht eine Nachbildung des „Saals der Stiere“, einer der Hauptkammern von Lascaux, verschiedene Höhlenmalereien für die Öffentlichkeit erlebbar. Die Nähe zum Original erweist sich allerdings als Bedrohung: Die Autoabgase der 270.000 Besucher jährlich gefährden die Erhaltung.

Doch rund 600 Meter Luftlinie vom eigentlichen Höhlenzugang entfernt vermittelt seit Dezember 2016 eine spektakuläre Kopie der Höhle von Lascaux einen faszinierenden Einblick in die prähistorischen Arbeiten der Steinzeitkünstler. Das Ergebnis verschlang zwar 66 Millionen Euro und musste aus Kostengründen zwischenzeitlich

auf Eis gelegt werden, doch heute begeistert es Laien und Wissenschaftler gleichermaßen. So resümierte der Archäologe Jean-Pierre Chadellenach nach seinem Besuch des Faksimiles voll Anerkennung: „Die Pigmente haben ihre kräftigen Farben bewahrt, Rot, Schwarz ... Wir können die Techniken erkennen. Hier haben die Maler die Farbe auf die Wand geblasen, um die Schnauze und das flauschige Fell an der Kehle des Stiers abzubilden. Man sieht sogar, in welche Richtung sie den Stift gedreht haben, als sie diese kleinen Punkte gezeichnet haben.“

Bleibt die Frage, warum sich die Steinzeitmenschen überhaupt mit der Herstellung und Verwendung von Farbe beschäftigten. Vermutlich aus den gleichen Gründen, wie wir es heute tun: um uns zu schmücken. Um uns künstlerisch auszudrücken. Um unsere Umgebung zu gestalten. ■

Der zweite Teil unserer Serie beschäftigt sich in der nächsten Ausgabe mit der Farbe in der Antike.

GEFÜHLTES WISSEN

Warum Intuition uns oft weiter hilft als umständliche Analysen, warum familiengeführte Betriebe einen großen Wettbewerbsvorteil besitzen und was Alexander der Große dem Erfinder des Blitzableiters voraushatte.

„Was habe ich bloß gemacht?“ Ines Nunnemann kann sich auf ihr Bauchgefühl verlassen. Eigentlich weiß sie das. Ihm zu folgen, ist eine andere Sache. Das wird ihr im Sommer 2004 auf eine Weise klar, die man sonst nur aus dem Kino kennt. Es ist der Morgen nach ihrer Hochzeit und Ines Nunnemann wird schlagartig klar: Der Mann, der neben ihr liegt, ist nicht der Richtige. „Ich habe einen Fehler gemacht.“ Die Ahnung hatte sich in den Wochen und Monaten zuvor immer wieder eingeschlichen, aber die Geschäftsführerin des angesehenen Malerbetriebs Nunnemann im idyllischen Bollendorf, das mitten im Grenzgebiet des Deutsch-Luxemburgischen Naturparks liegt, schob die Erkenntnis immer wieder von sich weg. „Wie jemand, der im Inneren weiß, in die falsche Richtung zu gehen, aber trotzdem nicht umkehrt“, sagt sie heute. Dass

Ines Nunnemann nicht ihrer Intuition folgte, erklärt sie sich inzwischen so: „Es gab einige praktische Gründe, die dafür sprachen, zu heiraten. Außerdem wollte ich wohl um jeden Preis vermeiden, wieder alleine zu sein. Das ließ mich die inneren Warnzeichen ignorieren und in eine Ehe mit einem Mann stolpern, der nicht zu mir gepasst hat und für den meine Gefühle eigentlich nie ausgereicht haben.“ Dabei folgt Ines Nunnemann, die 2005 den elterlichen Betrieb in dritter Generation übernahm, ihrem Bauchgefühl in anderen Bereichen des Lebens konsequent und fährt gut damit. „Wenn ich zum Beispiel bei einer Kundenanfrage ein merkwürdiges Gefühl habe, bin ich extrem vorsichtig.“ Häufig sagt sie dann, so höflich und diplomatisch es eben geht, ab. Etwa indem sie nur einen weit entfernten Termin anbietet. ▶



DIE NOT LANDUNG

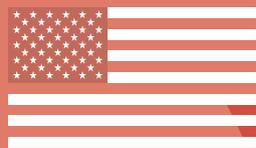
AUF DEM HUDSON RIVER

Keine Zeit für Analysen

Als am 15. Januar 2009 beim US-Airways-Flug 1549 kurz nach dem Start vom New Yorker Flughafen LaGuardia kanadische Wildgänse von beiden Seiten die Turbinen verstopften, fiel schlagartig die gesamte Elektronik an Bord aus, das Flugzeug trudelte im Segelflug abwärts. Pilot Chesley Sullenberger und Copilot Jeffrey Skiles mussten binnen Sekunden eine Entscheidung auf Leben und Tod treffen: Notlandung auf dem Hudson River oder reichte es noch, um sicher zurück nach LaGuardia zu gelangen? Da die Zeit für aufwändige Berechnungen der Flugbahn fehlte, bedienten sie sich ihrer Intuition und einer einfachen Heuristik: Sie fixierten von ihrem Cockpitfenster aus den Tower und beobachteten, ob und wie schnell sich dieser aus ihrer Perspektive hob. Das Flugzeug verlor so schnell an Höhe, dass der Tower aus ihrer Sicht rasant aufstieg. Man entschied sich für die weltweit erste Wasserlandung mit einem Airbus A320. Sämtliche 150 Passagiere und Besatzungsmitglieder überlebten.



DIE EISCREME



ANTWORT

Analyse und Absicherung kann auch kontraproduktiv sein

Im US-Wahlkampf wurden Hillary Clinton und Donald Trump nach ihrem Lieblingseis befragt. Clinton wollte niemanden vor den Kopf stoßen und es allen recht machen. Also zählte sie fast zehn Sorten auf. Trump antwortete aus dem Bauch heraus und punktete mit Authentizität: „Ich mag kein Eis.“



„Wenn ich bei einem Kunden ein komisches Gefühl habe, sage ich meist so höflich wie möglich ab. Meist bestätigt sich mein Bauchgefühl und ich höre diesbezüglich dann später von unbezahlten Rechnungen und dergleichen.“

Ines Nunnemann, Maler Nunnemann, Bollendorf, Geschäftsführung

„Später höre ich dann oft von nicht bezahlten Rechnungen oder davon, dass neben mir noch ein halbes Dutzend andere Firmen angefragt wurden. Für so etwas ist mir meine Zeit zu kostbar.“ Der Firma schadet ihre Intuition nicht. Im Gegenteil: „Unsere Stammkunden melden sich meist ein halbes Jahr vorher bei uns an, denn sie kennen die Qualität unserer Arbeit und wissen, dass unsere Auftragsbücher gut gefüllt sind.“

Logik oder Intuition?

Unser Leben ist durchzogen von Entscheidungen. Vor der Wahlurne, dem Kühlschrank, im Beruf, in der Liebe. Von kleinen Entscheidungen – sollen wir uns jetzt, in dieser Sekunde, ganz kurz am Ohr läppchen kratzen? – und von solchen, die unsere Zukunft prägen werden. Doch auf welche Weise treffen wir eigentlich unsere Entscheidungen?

Natürlich, die vielen hundert täglichen Mikro-Entschlüsse laufen automatisch ab oder nach Regeln, die wir irgendwann zuvor für uns festgelegt haben und von uns von Zeit zu Zeit nachjustiert werden. Für diese stehen uns zwei Hauptrouten zur Verfügung: die kognitive, auf Vernunft, Logik und gründlicher Analyse basierende und die intuitive, die Bauchentscheidung.

Welcher Weg ist besser für uns? Für Benjamin Franklin stellte sich diese Frage nicht. Der Erfinder, Staatsmann und Mitunterzeichner der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung von 1776 gilt nicht nur als einer der Gründerväter der USA und als jener Mann, der der Welt den Blitzableiter schenkte, sondern auch als ebenso leidenschaftlicher wie gewissenhafter Nutzer von Pro- und Kontra-Listen. Dort werden bekanntlich alle Argumente,

die für oder gegen eine Sache sprechen, zusammengetragen und, je nach Relevanz, anhand eines Punktesystems bewertet. Am Ende wird dann zusammengezählt und entschieden. Sämtliche sachlichen Informationen bündeln und bewerten: Franklin war so überzeugt von diesem Vorgehen, dass er seinem Neffen einst düster prognostizierte: „Wenn du dies nicht befolgst, glaube ich kaum, dass du jemals eine Frau findest.“ Heute verfahren ganze Berufszweige nach diesem Prinzip. Etwa Unternehmensberater oder Börsenanalysten.

Oft ist weniger mehr

Professor Dr. Gerd Gigerenzer ist ein sympathischer Herr von ungefähr 70 Jahren und einer der weltweit führenden Forscher des menschlichen Entscheidungsprozesses. Der Direktor der Abteilung „Adaptives Verhalten und Kognition“ des Harding-Zentrums für Risikokompetenz am Max-Planck-Institut in Berlin beschäftigt sich seit Jahrzehnten mit der Frage, nach welchen Kriterien wir Entscheidungen treffen – und treffen sollten. Die Erfahrung von Ines Nunnemann, die einen Heiratsantrag auch aus pragmatischen Erwägungen annahm und dann bereute, dürfte ihn kaum in Erstaunen versetzen. In der Liebe und vielen anderen komplexen Bereichen der Entscheidungsfindung mache die Franklin-Methode wenig Sinn, sagt er. Das Leben fände nun einmal nicht unter Laborbedingungen statt und sei keine mathematische Gleichung. Deshalb sei es oft sinnvoll, sich auf seine Intuition, sein Bauchgefühl zu verlassen, sagen Anhänger der Heuristik. Vereinfacht ausgedrückt beschreibt der Begriff Heuristik die Kunst, mit begrenztem Wissen und wenig Zeit mit mutmaßenden Schluß-



„Häufig ist es sinnvoll, bei Entscheidungen Informationen wegzulassen und seiner Intuition zu vertrauen. Das Leben findet nun einmal nicht nach Laborbedingungen statt und ist keine mathematische Gleichung. Weniger ist oft mehr.“

Prof. Dr. Gerd Gigerenzer

folgerungen zu praktikablen Lösungen zu kommen. Wissenschaftler wie Gerd Gigerenzer sind überzeugt, dass es oft besser ist, seiner Intuition zu vertrauen, als ein umständliches Analyseverfahren in Gang zu setzen. Gemäß dem Prinzip „Weniger ist mehr“.

Entscheidung aus dem Unbewussten

Seiner Intuition zu vertrauen, ist weit weniger irrational, als man gemeinhin annehme, ist Gigerenzer überzeugt. Für ihn ist sie nichts anderes als „gefühltes Wissen“. Kein irrationaler Hokusfokus also, sondern die innere Gewissheit, richtig zu liegen, ohne dass man genau begründen könne, warum. Heuristiken angewandt haben auf gewisse Weise schon so unterschiedliche Figuren der Zeitgeschichte wie Alexander der Große und Sigmund Freud. Der König der Makedonier löste vier Jahrhunderte vor Christus das Rätsel des so kunstvoll geknüpften Gordischen Knotens auf denkbar einfache Weise, indem er sein Schwert zückte und diesen kurzerhand durchschlug. Und Freud, der Begründer der Psychoanalyse, bekannte vor hundert Jahren: „Wenn ich eine Entscheidung von nicht allzu großer Bedeutung fällen musste, habe ich es immer vorteilhaft gefunden, alles Für und Wider abzuwägen. In lebenswichtigen Dingen jedoch, wie etwa der Wahl eines Partners oder eines Berufs, sollte die Entscheidung aus dem Unbewussten kommen, irgendwoher aus unserem Innern.“

Die Truthahn-Illusion

„Wer heute Wirtschaftswissenschaften studiert, bekommt mehr oder weniger nur das Analyse-Modell der ‚Maximierung des erwarteten Nutzens‘ gelehrt“, sagt Gerd Gigerenzer. „Ein großer Fehler.“ Dieses Modell fußt auf der Analyse möglichst vieler Fakten und Daten – und blendet zahlreiche andere Faktoren aus. Es kann sich in Situationen zur Entscheidungsfindung eignen, in denen man das Risiko präzise einschätzen kann – wie etwa am Roulettetisch – und genug Zeit hat für das je nach Datenlage aufwändige Verfahren. Doch dort, wo die Prognosen unsicher sind und es Unwägbarkeiten gibt, greift es oft zu kurz oder führt sogar in die Irre. Das illustriert die sogenannte Truthahn-Illusion: Ein Truthahn irgendwo in den USA müsste gemäß Datenlage zu dem Schluss kommen, der Farmer meine es gut mit ihm. Schließlich füttert ihn dieser jeden Tag und sorgt dafür, dass er runder und fetter wird – doch irgendwann ist Thanksgiving und der Puter landet im Backofen. Übertragen auf unser Leben bedeutet das: Wer sich ausschließlich auf die beweisbaren Daten der näheren Vergangenheit stützt, liegt falsch. Beim Absturz der Börsen im Jahr 2007, so die Kritiker jenes Modells, sei die Finanzwelt dem gleichen Irrtum aufgesessen wie der Truthahn in unserem makabren Beispiel. Die Algorithmen, gefüttert mit den Daten der vergangenen Jahre, errechneten beständiges Wachstum. Der Fall der Märkte ▶



DER WISSEN SCHAFTLER, DER SICH SELBST NICHT GLAUBT



"Hör auf mit dem Quatsch!"

Gern erzählt Professor Gerd Gigerenzer die Anekdote seines Bekannten, der als renommierter Wirtschaftswissenschaftler das auf vielen Daten und Fakten fußende Analysemodell von der „Maximierung des erwartbaren Nutzens“ lehrt: „Als er einmal das verlockende Angebot bekam, nach Harvard zu gehen, und unschlüssig war, ob er dem Ruf folgen sollte, riet ich ihm, doch das von ihm so leidenschaftlich vertretene Modell des ‚erwarteten Nutzens‘ anzuwenden. Er sah mich gequält an und sagte: ‚Hör doch auf mit dem Quatsch, das hier ist eine ernste Sache!‘“



DIE KARTEN STUDIE

DES PSYCHOLOGIEPROFESSORS D'AMATO



Intuition ist dem Verstand oft voraus

Für eine Studie des Psychologieprofessors Antonio Damasio wurden Testpersonen gebeten, an einem einfachen Kartenspiel teilzunehmen. Vor ihnen lagen ein blauer und ein roter Kartenstapel, die sie nacheinander aufdecken sollten. Auf den Karten beider Stapel waren Plus- und Minuswerte verzeichnet, die auf das Punktekonto der Probanden einzahlten. Und zwar so schnell, dass sie keine Chance hatten, ihren Punktestand zu errechnen, sondern nur ein Gefühl zu diesem entwickeln konnten. Mit den blauen Karten fuhr man auf Dauer besser, die Ausschläge waren kleiner und es ging stetig nach oben. Mit den roten konnte man viel mehr Punkte gewinnen, aber noch mehr Punkte verlieren. Interessanterweise konnten die Testteilnehmer dies durchschnittlich erst nach der 50. Karte verbalisieren. Elektroden, die Gehirnströme und Hautwiderstand maßen, zeigten aber an, dass sie bereits nach 20 aufgedeckten Spielkarten unbewusst negativ und gestresst auf die roten Karten reagierten.

*„In lebenswichtigen Dingen jedoch,
wie etwa der Wahl eines Partners oder eines
Berufs, sollte die Entscheidung aus
dem Unbewussten kommen, irgendwoher
aus unserem Innern.“*

Sigmund Freud

war in den Modellen der Finanzwelt schlicht nicht vorgesehen. Heuristiker wie Gerd Gigerenzer sind überzeugt, dass alle verfügbaren Informationen für eine Entscheidung oft nicht nur nicht nötig sind, sondern oft sogar mehr schaden als nützen. In einer von Unsicherheiten geprägten Welt fährt man in der Regel besser, wenn man vereinfacht und auf Informationen verzichtet.

Der Nobelpreisträger, der seinem Modell misstraut

Musik beginnt, wenn das Denken aufhört – jeder, der ein Instrument spielt, dürfte diesem Satz zustimmen. Und auch ein Golfer kann keinen größeren Fehler machen, als beim Ausholen über seinen Schwung nachzudenken. Für aufwändige Analyseverfahren fehlt zudem schlicht und einfach die Zeit. So berechnet ein Football-Spieler die Ein- und Ausfallwinkel des Leders genauso wenig wie ein Hund, der einer Frisbee Scheibe nachjagt, die Wind- und Lichtverhältnisse. Sie bewegen sich intuitiv (und in aller Regel erfolgreich) in Richtung ihrer Zielobjekte. Doch nicht nur für einen Musiker oder Golfspieler gilt die Maxime „Weniger ist mehr“. Der Ökonom Harry M. Markowitz wurde für seine Portfoliotheorie zur optimalen Geldanlage 1992 mit dem Nobelpreis ausgezeichnet. Bei ihr handelt es sich um ein kompliziertes Modell, das alle verfügbaren Daten der letzten zehn Jahre heranzieht und zueinander in Beziehung setzt. Ironischerweise legte er das Preisgeld von etwa einer Million Euro nicht gemäß seiner eigenen „Markowitz-Optimierung“ an, sondern verteilte es, sämtliche Daten ignorierend, einfach nur gleichmäßig auf die ihm zur Verfügung stehenden Optionen. Eine Untersuchung des Review of Financial Studies aus dem Jahr 2009 bestätigte ihn in seinem Vorgehen. In sechs von sieben Versuchsanordnungen wurde auf diese Weise mehr Geld erwirtschaftet als mit der aufwändigen Portfoliotheorie.

Negative Fehlerkultur

Den Grund dafür, dass in vielen Unternehmen weniger nach intuitiven als nach analytischen Kriterien gehandelt wird, sehen Wirtschaftswissenschaftler wie der Nobelpreisträger von 2002 Vernon L. Smith in einer weit verbreiteten „negativen Fehlerkultur“, in der ein Entscheider nicht nach der besten Lösung sucht, sondern nach jener, die ihn im Falle eines Misserfolgs am wenigsten angreifbar macht. „Cover Your Ass“ lautet der drastische angelsächsische Terminus dafür: „Schütze deinen Allerwertesten.“ In solchen Unternehmen werde eher nach dem Schuldigen gesucht und nicht nach dem Fehler. Nach Überzeugung von Gerd Gigerenzer gedeiht jene negative Fehlerkultur am besten dort, wo die Identifikation der handelnden Personen mit dem Betrieb gering ist. Weshalb in familiengeführten Betrieben die Bereitschaft zu einer positiven Fehlerkultur, in der Fehler in erster Linie als Chance zur Verbesserung begriffen würden, deutlich ausgeprägter sei. Ein gewaltiger struktureller Vorteil.

Keine Zweifel

Womit wir wieder bei Ines Nunnemann in Bollendorf sind. Zwei Jahre nach jenem Hochzeitsmorgen, sie lebt längst getrennt, wird ihr der neue Brillux Verkaufsberater vorgestellt. Es ist Stephan Niegisch, ein Jugendfreund, den sie immer mochte, doch im Laufe der Jahre aus den Augen verlor. Als sich die beiden gegenüberstehen, funkt die Magengegend unmissverständlich hoch ans Herz: „Der ist es. Gar kein Zweifel.“ Umgekehrt verhielt es sich genauso. Seit neun Jahren leben und arbeiten Ines Nunnemann und Stephan Niegisch, er ist inzwischen Bauleiter in ihrem Betrieb, zusammen. Die zwei Jungen, Luca und der zwölfjährige Kai, komplettieren das Patchwork-Glück, das kein kompliziertes Analysemodell brauchte, um wahr zu werden. ■



Anja Förster und Peter Kreuz

Die frühere Unternehmensberaterin Anja Förster, 50, und der Wirtschaftswissenschaftler Dr. Peter Kreuz, 50, gründeten im Jahr 2002 die Förster & Kreuz GmbH. Anregend und unkonventionell gehört das Ehepaar zu den erfolgreichsten Publizisten und gefragtesten Vortragrednern für Themen wie neues Denken und Handeln im Management und der Verbindung von Karriere und persönlicher Zukunftsgestaltung.

„BIN ICH DER MENSCH, DER ICH SEIN WILL?“

Mit jeder Entscheidung gegen etwas, sind Anja Förster und Peter Kreuz sicher, schaffe man sich zugleich Raum für etwas Wichtigeres, Schöneres, Beglückenderes. Für ihr eigenes Leben, ist Anja Förster überzeugt, „haben wir für uns ein System entwickelt, mit dem wir unsere Zeit so nutzen, wie wir das wirklich wollen“.

Präzise und klar, dabei Lichtjahre entfernt von kalter Maximierungs-Rhetorik, setzt das Autorenduo seine Erkenntnisse konsequent in die Praxis um. So ist das Handy der Vielbeschäftigten nur zu bestimmten Zeiten eingeschaltet, werden Mails nur zweimal am Tag abgerufen. Im Mittelpunkt ihrer Betrachtung stehen dabei immer jene Bedürfnisse, die weder mit Algorithmen noch Linealen messbar sind. Ein Gespräch über die positive Kraft des Wortes „Nein“, in dem zwar keine Pro-und-Kontra-Liste vorkommt, dafür aber eine Liste der anderen Art von zentraler Bedeutung ist.

Frau Förster, was hat Peter Kreuz und Sie dazu motiviert, dem Wort „Nein“ gleich ein ganzes Buch zu widmen?

Anja Förster: Der besondere Wert des Neins ist uns bewusst geworden, seitdem wir vor rund fünf Jahren damit begonnen haben, eine Not-to-do-Liste zu führen. Alles, was wir nicht mehr tun wollen, setzen wir auf diese Liste, sozusagen auf unseren ganz privaten Index. Nach jedem „Na, das hätten wir uns aber echt sparen können“ setzen wir jenes misslungene Stückchen Alltag auf die Liste. Oberflächliche Bekanntschaften, Konsummüll, News-Müll, Fast Food, Fernsehen. All das steht jetzt auf unserem Index.

Sie raten aber nicht grundsätzlich von Smalltalk, „Sportschau“ und Cheeseburgern ab, oder?

Peter Kreuz: Nein, wir wollen nicht irgendetwas verteufeln. Die Idee ist vielmehr, Menschen dazu zu ermutigen,

ihre eigene Not-to-do-Liste zu schreiben. Das, was auf unserer Liste steht, sind die Dinge und Tätigkeiten, die wir für uns als überflüssig erachten. Was das im Einzelnen ist, muss jeder für sich selbst entscheiden. Eine solche Liste zu erstellen und lebendig zu halten, erfordert, dem Leben mit Wachheit zu begegnen. Dadurch ist uns erst so richtig bewusst geworden, wie viele alltägliche Kleinigkeiten uns den Kopf verstopfen. Wir hätten vorher nicht geglaubt, wie viel Zeugs wir in unserem Leben akzeptieren, obwohl wir ohne all das wunderbar auskommen.

Durch bewusstes Ablehnen schafften Sie sich den Freiraum für das, was Ihnen wirklich wichtig ist?

Kreuz: In der Tat. Das Lähmende, Energiesaugende, Fremdbestimmte einfach wegzulassen, hält den Kopf frei fürs Wesentliche: Bei uns ist es das kreative Denken und Schreiben, Ideen zusammenführen, Inhalte produzieren. Plötzlich ist viel mehr Raum dafür da! Wir haben für uns jedenfalls herausgefunden, dass etwas nicht zu tun eine ebenso wichtige Entscheidung ist, wie etwas zu tun. Wenn nicht noch wichtiger.

Nein ist oft negativ besetzt. Wer das allzu häufig in den Mund nimmt, gilt schnell als unkooperativer Blockierer oder Querulant. Sie singen in Ihrem neuen Buch ein Loblied auf die Ablehnung. Wird das Wort „Nein“ in unserer Gesellschaft verkannt?

Förster: Für viele gilt „Nein“ als das böse Wort. Wer das sagt, gilt schnell als Blockierer, Querschläger oder ▶

TITELTHEMA

INTUITION



Anja Förster, Peter Kreuz, „Nein – Was vier mutige Buchstaben im Leben bewirken können“, 2016, Pantheon Verlag, 14,99 €.

„Nein‘ ist eines der wichtigsten, besten und sinnvollsten Wörter überhaupt. Wer selbstbestimmt leben und eigenständige Entscheidungen für etwas treffen will, muss sehr oft Nein sagen. Hinter jedem Ja stehen viele Neins.“

Anja Förster

Schlimmeres. Das nervt mich extrem. „Nein“ ist überhaupt kein Tabuwort, sondern eines der wichtigsten, besten und sinnvollsten Wörter überhaupt. Wer selbstbestimmt leben und eigenständige Entscheidungen für etwas treffen will, muss sehr oft Nein sagen. Hinter jedem Ja stehen viele Neins. Und diese Entschiedenheit kann jeder trainieren.

Wer Nein sagt, eckt jedenfalls leichter an.

Förster: Wir behaupten nicht, dass es immer einfach ist, Nein zu sagen. Nicht im Privaten und nicht im Beruf. Insbesondere dann, wenn sich der Neinsager im offenen Gegensatz zur Mehrheit oder zur herrschenden Unternehmenskultur befindet. Mut ist, trotzdem genau hinzusehen und wahrzunehmen, was passiert, statt wegzuschauen oder sich wegzuducken.

Müssen wir innere Widerstände überwinden, um Nein zu sagen?

Kreuz: Ich denke schon. Vor allem, wenn man damit anfängt. Seine Haltung vertreten, sich auch mal gegen die Mehrheit stellen, das ist unbequem, manchmal sogar anstrengend. Da folgt man doch lieber dem Trampelpfad der Herde, denn das ist gelerntes Verhalten. Ich bin überzeugt, dass es nicht darum geht, sein Leben danach auszurichten, worauf es ankommt, sondern danach, worauf es mir ankommt: Verläuft mein Leben in die Richtung, die mir wirklich wichtig ist? Bin ich der Mensch, der ich sein will?

Wer seine Neins gefunden hat, muss diese natürlich auch kommunizieren. Anpassen, Angreifen und

Ausweichen sind für Sie dabei die drei Kardinalfehler. Warum?

Kreuz: Ich rate dringend, diese – manchmal fast schon automatisch erfolgenden – Verhaltensweisen aufzuspüren und zu hinterfragen. Anpassung bedeutet, Ja zu sagen, wenn Sie eigentlich Nein meinen. Und das verursacht Stress. Angreifen bedeutet, auf unangemessene Weise Nein zu sagen. Es ist quasi der direkte Gegenentwurf zum Anpassen. Das führt geradewegs in den Konflikt.

Und die dritte Handlungsoption, die es zu vermeiden gilt?

Kreuz: Vermeidungsverhalten, also Ausweichen. Sie sagen lieber gar nichts, weder Ja noch Nein. Sie legen sich nicht fest und versuchen, sich irgendwie so aus der Situation herauszuwinden. Aber das heißt nur, dass sich das Problem verlagert, aber Sie schaffen es nicht aus der Welt. Da kommen Sie nur raus, wenn Sie eine klare Haltung entwickeln. Was ist Ihr großes Ja und welche Neins leiten sich daraus ab? Und dann sollten Sie das auch so artikulieren, dass der andere mitgenommen wird: klar in der Sprache, fair im Ton.

Woran erkennt man eine Firma, die von den genannten drei A's geprägt ist?

Förster: Daran, dass Sie dort mühelos die Typen finden, die ständig zwischen den drei Strategien pendeln. Menschen mit einer klaren Haltung, die ihre Meinung so artikulieren können, dass sie die anderen mitnehmen, finden Sie dort nur selten. Kombinationen aus diesem Muster finden Sie übrigens auch in Paarbeziehungen und Familien.



Führen die richtigen Neins zu qualitativeren Jas?

Förster: Ich möchte es so ausdrücken: Man kann erst dann wirklich Ja sagen, wenn man wirklich Nein sagen kann. Und nur, wenn man sein Ja kennt, gelingt das Neinsagen. Jeden Tag müssen wir Entscheidungen treffen, ob große oder kleine. Und jedes Ja zu einer Alternative zieht automatisch ein Nein zur nächsten nach sich. Nein zwingt uns, Position zu beziehen. Nur ein Nein gibt Platz für das Ja und die Dinge, die wirklich wichtig sind. Harvard-Professor Michael Porter hat es brillant auf den Punkt gebracht: „Der Kern einer Strategie besteht darin, zu bestimmen, was man nicht macht.“

Erfüllt das Nein davon abgesehen noch einen weiteren Zweck?

Förster: Außer um vernünftig zu entscheiden, brauchen wir das Nein auch, um das für uns Wesentliche zu schützen. Das Nein ermöglicht uns, auf persönlicher, beruflicher und gesellschaftlicher Ebene Grenzen zu setzen, aufrecht zu erhalten und das zu schützen, was uns etwas bedeutet.

An welchen Kriterien sollte ich mich orientieren, wenn es darum geht, eine Ja-oder-Nein-Entscheidung zu treffen?

Förster: Drei grundsätzliche Fragestellungen halte ich für eine gute Entscheidungshilfe. Erstens: Wozu bin ich bereit, Nein zu sagen? Was wir entscheiden, nicht zu tun, ist mindestens so wichtig, wenn nicht

sogar wichtiger als das, was wir entscheiden, zu tun. Zweitens: Welchen Preis bin ich bereit, dafür zu zahlen? Drittens: Welche Dinge sind es wert, stattdessen getan zu werden? Um Antworten auf diese Fragen zu finden, müssen wir uns regelmäßig die Zeit nehmen, über das eigene Leben und das, was wir tun, nachzudenken. Investiere ich also Zeit und Kraft in die Selbstreflexion oder führe ich ein gebrauchtes Leben und nehme alles wie es kommt, ohne mich zu fragen, wie es meiner gewünschten Zielrichtung näher kommen kann?

Warum sollte in einem Betrieb eine Kultur herrschen, in der der Einzelne die Freiheit hat, auch mal aus dem Fenster zu schauen?

Kreuz: In vielen Unternehmen ist es weitaus besser für die Karriere, sich vor die Tastatur zu setzen und Beschäftigung zu simulieren, als zehn Minuten aus dem Fenster in die Wolken zu schauen. Dabei bin ich sicher, dass in den Wolken ein paar gute Gedanken schneller und sicherer zu finden sind als vor dem Bildschirm.

Frau Förster, Herr Kreuz, herzlichen Dank! ■

***** *Wir verlosen 20 von den Autoren signierte Exemplare. Schreiben Sie uns unter dem Stichwort „Nein“ bis zum 31.04.2017 eine E-Mail an: marktimpulse@brillux.de*



Holger und Iris Leisenheimer

Seit 2001 leitet das Ehepaar den Betrieb „Leisenheimer. Die Malerwerkstätten“. Iris Leisenheimer, 53, im kaufmännischen Bereich, Holger Leisenheimer, 55, als Geschäftsführer. Der Malermeister führt den Betrieb in vierter Generation. Gegründet wurde dieser 1909 von Urgroßvater Valentin Leisenheimer. Im Zuge des Zweiten Weltkriegs übernahm dessen Sohn Hans, ehe er 1961 an Wilhelm und Annerose Leisenheimer übergab, die das Unternehmen ebenfalls zusammen führten.

MIT DEM BOB DURCH DIE WEINBERGE

Mit viel Gespür für den richtigen Ton entwickelt die Firma Leisenheimer in Windesheim bei Bad Kreuznach seit 108 Jahren das jeweils passende Farbkonzept für ihre Kunden. Ein Blick hinter die Fassade des Qualitätsbetriebs, der Aufschluss darüber geben soll, was dessen Protagonisten antreibt.

„Um ihn kennenzulernen, muss man meinem Mann eigentlich nur zusehen, wenn er Gitarre spielt“, sagt Iris Leisenheimer und lacht. Es ist zwar ganz und gar nicht so, dass Holger Leisenheimer ansonsten den Eindruck eines von des Lebens Lasten gebückten Mannes vermittelt. Doch so gelöst wie jetzt, mit diesem sanften, etwas verklärten Ausdruck, erlebt man ihn vor allem hier. In seinem Übungsraum, gleich neben der Werkstätte. Die Wände sind gepflastert mit Postern seiner Lieblingsband Queen. Die Playlist des letzten Tribute-Konzerts hängt irgendwo dazwischen, zwei Mandolinen etwas abseits am Rand. Holger Leisenheimer sitzt auf einem Schemel und lauscht den Klängen seiner Improvisation. Der Boden hinter ihm bedeckt von etwa zehn weiteren Gitarren, die aufgerichtet wie Erdmännchen, in ihren Gestellen auf ihren Einsatz warten. Rechts von ihm das alte, dunkelblau lackierte – „Brillux Zweikomponenten-Lack“, sagt Leisenheimer lakonisch – Klavier. Das Instrument hat Tradition in der Familie Leisenheimer. Schon als Kind sollte Holger Leisenheimer sich zunächst auf dem Klavier die musikalischen Grundlagen aneignen, bevor er sich ein Instrument aussuchen durfte. Auch die beiden Töchter Valerie und die 21-jährige Viola lieben Musik. Die ältere begleitet ihn manchmal bei einem seiner zahlreichen musikalischen Projekte auf der Posaune und Querflöte, die jüngere spielt ebenfalls Gitarre.

Verantwortung für Kunden und Mitarbeiter

Mit der gleichen Leidenschaft, mit der der 55-Jährige über Musik spricht, erzählt der Urenkel des Firmengründers über die Geschichte seines Betriebs und seine Liebe für Farben. 1909 gründete Urgroßvater Valentin Leisenheimer die Firma. Die Firmenphilosophie von damals gilt noch heute: Verantwortung übernehmen, sowohl für die Wünsche des Kunden als auch für die Bedürfnisse der 16 Mitarbeiter.

An der Wand vor dem Büro bezeugen zahlreiche Auszeichnungen, dass gute Mitarbeiterführung eines der Herzensanliegen des Betriebs ist. „Viele unserer Mitarbeiter sind seit weit über zehn Jahren bei uns. Dass wir wollen, dass es Ihnen gut geht, halte ich für eine Selbstverständlichkeit“, sagt Iris Leisenheimer. Teilzeitbeschäftigung für Mütter, familiengerechte Urlaubsplanung und betriebliche Altersvorsorge gehören ebenso zu den Leistungen der Firma Leisenheimer wie verschiedene Maßnahmen zur Gesundheitsförderung. Ein rückenschonender Auswaschplatz für die Pinsel gehört ebenso dazu wie regelmäßige Termine bei der Krankengymnastik, in der auf etwaige Beschwerden jedes Mitarbeiters gesondert reagiert werden kann. „Das sind nicht nur Angebote von uns, das sind absolute Pflichttermine“, betont Iris Leisenheimer. ▶

*„Am Ende geht es einzig darum,
den Kunden glücklich zu machen. Allerdings
sehe ich es als meine Aufgabe an, ihm
auch solche Möglichkeiten der Farbgestaltung
vor Augen zu führen, die er vielleicht noch
gar nicht im Blick hatte.“*

Holger Leisenheimer



MALERWERKSTÄTTEN LEISENHEIMER
Bahnhofstraße 29 | 55452 Windesheim

GEGRÜNDET 1909

MITARBEITER 16

KERNKOMPETENZEN Denkmalpflege und
Kirchenrestaurierung, individuelle Farbberatung

KONTAKT www.leisenheimer.com

Preis über Qualität? Danke, nein

„Keine Arbeit von der Stange!“ ist eine andere Maxime des Traditionsbetriebs. „Wir wollen jedem Kunden so gut wie irgend möglich gerecht werden“, sagt Holger Leisenheimer, der den Betrieb seit 2001 gemeinsam mit seiner Frau Iris führt. Die Diplomingenieurin und ausgebildete Betriebswirtin des Handwerks leitet den kaufmännischen Bereich, verwaltet das Büro und nimmt Aufträge entgegen. Neben der Renovierung von Kirchen, einem der traditionellen Standbeine des Betriebs, das heute noch etwa zehn Prozent des Umsatzes erwirtschaftet, sind das ausschließlich solche aus privater Hand. Öffentliche Ausschreibungen, in denen der Preis über die Qualität gestellt wird, interessieren die Leisenheimers nicht. „Ich übernehme jeden Erstkontakt und die Farbberatung meiner Kunden“, sagt Holger Leisenheimer, der 1991 seine Meisterprüfung ablegte. „Ich spüre recht schnell, zu wem welche Farben passen.“ Manchmal ermutigt er seine Klientel, die Optionen der Farbskala zu nutzen. „Aber natürlich nur, wenn es der Kunde auch will. Wenn er sich mit Weiß oder Grau doch am wohlsten fühlt, akzeptiere ich das zu hundert Prozent, denn am Ende geht es einzig darum, ihn glücklich zu machen. Allerdings sehe ich es als meine Aufgabe an, dem Kunden auch solche

Möglichkeiten der Farbgestaltung vor Augen zu führen, die er vielleicht noch gar nicht im Blick hatte.“

Wohnzimmer grün, Bad rot, Toilette violett

Ein wichtiger Bestandteil dieser Übung ist die Führung durch die leisenheimersche Privatwohnung. In dieser ist kein Raum, kein Boden wie der andere gestaltet. Das Wohnzimmer in einem leichten Mintgrün, der Flur, dessen Boden von hellen Kieselsteinen bedeckt zu sein scheint, kunterbunt, die Toilette violett, das Bad scharlachrot, die Kacheln des Vorraums stammen aus den 30er-Jahren des letzten Jahrhunderts. Sogar der Bettbezug im Schlafzimmer ist vielfarbig. Es ist verblüffend: Bei aller Vielfalt und Unterschiedlichkeit harmonisieren und ergänzen sich sämtliche Komponenten zu einem rundum stimmigen Ganzen. Nichts wirkt bemüht oder gar schrill. „Gute Farbgestaltung ist gar nicht so weit weg von einem funktionierenden Orchester“, sagt Holger Leisenheimer. „Das Zusammenspiel der Einzelteile ist am Ende viel mehr als nur ihre Summe.“ Das überzeugt auch manchen Kunden, der dem 1909 gegründeten Betrieb einen Besuch abstattet. Seit etwa zwanzig Jahren sitzt die Firma jetzt in der Bahnhofstraße im rheinland-pfälzischen Windesheim, unweit von Bad Kreuznach und Bingen am Rhein. Der Firmensitz ▶



Von links im Uhrzeigersinn: Urgroßvater Valentin Leisenheimer, der die Firma 1909 im benachbarten Gensingen gründete. Die leisenheimersche Wohnung befindet sich im gleichen Gebäude wie der Firmensitz samt Lager, Werkstatt und Büro. Im ersten Stock lebt auch die Mutter von Iris Leisenheimer. Dem Vernehmen nach ist sie mit den musikalischen Darbietungen ihres Schwiegersohns ganz zufrieden. Zum Glück für alle Beteiligten, der Übungsraum liegt gleich unter ihrer Wohnung.

„Dass wir wollen, dass es unseren Mitarbeitern gut geht, halte ich für eine Selbstverständlichkeit. Betriebliche Altersvorsorge sowie familiengerechte Arbeitszeitgestaltung und Urlaubsplanung ebenfalls.“

Iris Leisenheimer



Etwas verrückt, macht aber Spaß: Im Bob auf Rollen raste Holger Leisenheimer bis vor ein paar Jahren zu viert (wie hier im Bild) oder zu zweit die Hänge hinab. Streckenposten warnten die verblüfften Spaziergänger. „Inzwischen macht die körperliche Ausdehnung die Mitfahrt für mich unmöglich. So ein Bob ist ganz schön eng.“



ist nicht nur Lager, Musterraum und Büro. Auch die Wohnung der Familie Leisenheimer befindet sich hier. Im ersten Stock lebt die Mutter von Iris Leisenheimer, die nicht den Eindruck einer typischen 88-Jährigen macht und noch immer kleinere Fahrten mit dem Auto unternimmt. In diesem Gebäude, einem alten Sägewerk, wuchs Iris Leisenheimer auf. Als sie sieben Jahre alt ist, ereignet sich hier die für ein Kind wohl denkbar größte Tragödie. Ein Elternteil stirbt bei einem Arbeitsunfall. „Eine harte Zeit, die irgendwann zur Normalität wurde“, erinnert sie sich. „In der Schule sollte ich als Kind einmal den Beruf meines Vaters aufschreiben. Ich notierte nur ‚verstorben‘.“

„Wir lassen uns Raum zum Atmen“

Doch für Iris Leisenheimer war es auch später nie eine Option wegzuziehen. „Das hier ist nun mal meine Heimat und eigentlich kann ich mir keinen schöneren

Ort vorstellen. Sie sollten uns mal im Herbst besuchen, wenn sich jeder Weinberg hier in einer anderen Farbe zeigt.“ Einzigartig sei das, sagt sie und fügt hinzu: „Mit diesem Haus ist ja auch sehr viel Glück verbunden. Meine beiden Töchter sind hier schließlich auch aufgewachsen.“ Iris und Holger lernen sich als 16-Jährige kennen. Gemeinsame Bekannte hatten einen Kinobesuch organisiert. Nichts Romantisches, sondern ein Streifen mit Bud Spencer und Terence Hill, „Zwei Himmelhunde auf dem Weg zur Hölle“. Die beiden wurden ein Paar. Ein halbes Jahr später beendete Holger dann zwischenzeitlich die Beziehung. Die Tanzstunden standen an und „ehrlich gesagt war es bei Iris so, als schöbe man einen Schrank durchs Zimmer“. Das charmante Schmunzeln mildert die Unverschämtheit deutlich ab. Ein paar Jahre später trifft man sich erneut. Und diesmal hält es. Seit 25 Jahren sind die beiden inzwischen verheiratet. Wie man es schafft, so lange so eng zusammenzuleben und zu



Ein Team und doch jeder ein Unikat: Bei der Firmenkleidung hat jeder Mitarbeiter die Wahl zwischen verschiedenen Farben und Schnitten. „Jeder bei uns soll Raum bekommen, um sich zu entfalten. Ich finde, das fängt schon bei den Kleinigkeiten an“, sagt Iris Leisenheimer.

arbeiten? „Wir lassen uns Raum zum Atmen und gehen abends auch oft unsere eigenen Wege“, antwortet Iris Leisenheimer, die eine engagierte Netzwerkerin in der Region ist und in verschiedenen Handwerksverbänden wichtige Kontakte für die Firma knüpft und pflegt. Holger Leisenheimer musiziert nach Feierabend sowohl in einer Bigband als auch einer dreiköpfigen Formation, einem Akustikprojekt mit dem Programm „Lieblingslieder unplugged“, mit denen er regelmäßig vor Publikum auftritt.

Pläne für die Zeit danach

Zeit für skurrile Hobbys bleibt auch. Vor einigen Jahren kaufte er zusammen mit Freunden dem Olympiasieger Christoph Langen einen Zweier- und einen Viererbob ab, montierte Räder auf die Kufen und polterte dann so die Weinberge herab. „Natürlich nur an den Stellen, wo kaum Wanderer unterwegs waren. Einer von uns war dann immer als Streckenposten abgestellt, um Spazier-

gänger zu warnen. Die nahmen einen zunächst meist nicht ganz ernst, bis sie dann das Donnern des Schlittens hörten.“ Wenn Holger Leisenheimer davon erzählt, ist sie wieder zu sehen, die vergnügte Verspieltheit, die ihn jünger macht, als sein Jahrgang 1962 es ausweist. In sechs Jahren will sich Holger Leisenheimer aus dem Betrieb zurückziehen. Verschiedene Varianten für die Nachfolge werden zurzeit durchgespielt, spruchreif ist noch keine davon. Iris kann sich vorstellen, den Betrieb mit einem anderen handwerklichen Partner weiterzuführen oder Maßküchen zu vertreiben, so wie sie es schon machte, bevor sie die kaufmännische Leitung der Firma Leisenheimer übernahm. Und Holger? „Vielleicht nochmals studieren und lernen. Außerdem träume ich davon, Kinder mit der Gitarre an die Musik heranzuführen. Sie mit meinem Instrument und meinem Mundwerk zu unterhalten und die Zeit vergessen zu lassen. Ich glaube, das wäre was für mich.“ ■



KOPF ODER BAUCH



Fernbeziehung oder Umzug für die Liebe? Selbstständig machen oder angestellt bleiben? Urlaub am Königssee oder in Kanada? Der Mensch trifft bis zu 100.000 Entscheidungen pro Tag. Und sehr viele davon trifft er mit dem Bauch. Neurowissenschaftler, Hirnforscher, Psychologen und Verhaltensforscher sind sich mittlerweile einig, dass der Bauch, die Heimat unserer Intuition, für viele Menschen eine durchaus sichere Entscheidungshilfe ist. Wir fragten die Mitarbeiter des Malerbetriebs Leisenheimer aus Windesheim, was bei ihnen das Sagen hat, die Ratio oder die innere Stimme.

MANUELA WENK, 38

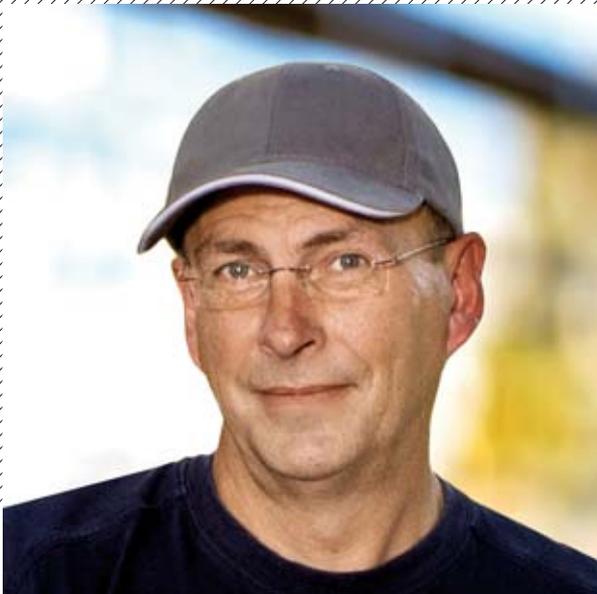
» *Mein Kopf folgt brav meinem Bauch. Der entscheidet besser; ich habe keine einzige seiner Entscheidungen bereut. Das Tempo überrascht mich allerdings selbst ab und an. Als ich damals in meiner alten Firma gekündigt wurde, bin ich noch am selben Nachmittag nach Mainz gefahren, um mich an der Meisterschule anzumelden - ohne groß darüber nachzudenken. Am nächsten Tag dämmerte meinem Verstand erst warum: Meine Ex-Chefin war fachlich inkompetent und menschlich schwierig. Mein Ziel war, ich wollte es einmal besser machen.* «



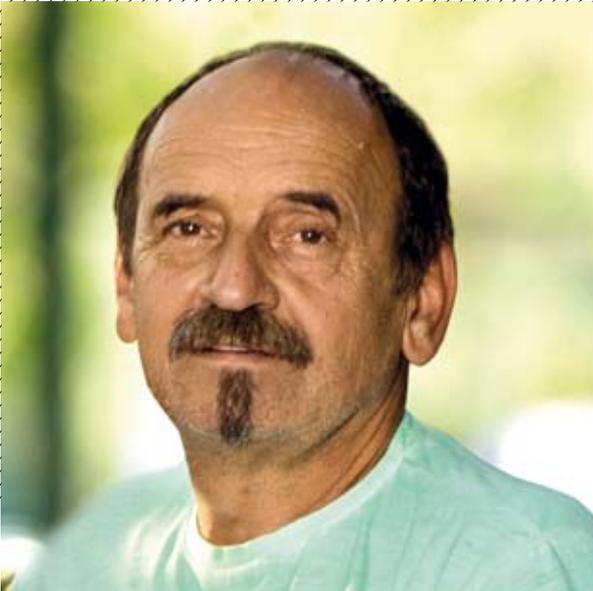
Meisterin, seit anderthalb Jahren im Betrieb

FRANK MASCHKE, 52

» *Vor 15 Jahren hatte ich das Glück, eine wunderbare Frau kennenzulernen. Der einzige Haken daran war, dass Claudia, 51, in Rheinland-Pfalz lebte und ich im schönen Nordrhein-Westfalen. Als wir ein knappes Jahr zusammen waren, musste ich mich beruflich verändern. Da war es für mich klar, dass ich meine Heimat verlassen und zu Claudia ziehen würde. Sie hatte ein schulpflichtiges Kind, ich nicht. Sie hatte einen Job, ich wollte einen neuen. Unser rationaler Plan ging auf, ich habe es niemals bereut. Warum auch? Diese Vernunftentscheidung war schließlich logisch.* «



Geselle, seit 15 Jahren im Betrieb



Geselle, seit 15 Jahren im Betrieb

JOSEF GLENSK, 60

» Ich bin ein guter Zuhörer und Ansprechpartner für meine Kollegen. Das geht nur, wenn man eher gefühlsbetont ist, ewig langes Nachdenken ist nichts für mich. Ich bin ein Mensch, der lieber nach vorne schaut. Sonst würde ich tagtäglich über mein kaputtes Knie nachdenken, das mir das Arbeiten oft erschwert. Stattdessen lebe ich im Augenblick und genieße jede Sekunde meines Lebens. Vor allem mit meiner Frau Hiltrud, 57, die ich kenne seit ich neun Jahre alt bin. Damals hat mir mein Bauch auch schnell signalisiert: Dieses Mädchen wird in deinem Leben immer einen Platz haben. «

ARNOLD HUBER, 55

» Ich brauchte dringend eine neue Wohnung. Doch für eine intensive Suche hatte ich keine Zeit. Eines Tages kam ich dann auf eine unserer neuen Baustellen. Wir sollten eine Wohnung renovieren, damit neue Mieter einziehen konnten. Schon während ich durch die Eingangstür ging, wurde mir klar: Hier möchte ich wohnen! Das war dann wohl das berühmte Bauchgefühl. Zum Glück habe ich meinem Instinkt vertraut. Hätte ich gezögert und noch länger darüber geschlafen, hätte mir sicher jemand mein neues Zuhause vor der Nase weggeschnappt. «



Geselle, seit 24 Jahren im Betrieb



Jungeselle, seit zwei Jahren im Betrieb

GIORGIO CONTALDO, 20

» Man sagt den Italienern ja oft nach, sie seien totale Bauch- oder Herzmenschen. Ich hingegen überlege bei jeder Entscheidung sehr genau, wäge lange ab und plane detailliert. Dass ich zum Beispiel Maler und Lackierer gelernt habe, war nur konsequent, denn ich hatte im Fach Bildende Kunst immer die Note eins. Mein Traumauto kaufte ich erst nach einem Jahr, als ich es vernünftig finanzieren konnte. Und selbstständig mache ich mich, wenn ich in einigen Jahren genügend gelernt und mehr Lebenserfahrung gesammelt habe. «

KATJA DREWS, 39

» Mein Verstand will ab und an neue Urlaubsziele ansteuern, Autos mit technischem Schnickschnack kaufen oder einen neuen Job antreten. Meist höre ich aber auf meine innere Stimme, diese Entscheidungen habe ich im Nachhinein selten bereut. Also fahre ich weiterhin jedes Jahr zum Wandern an den Königssee, kaufte einen VW Caddy und arbeite, nach einem kurzen Scharmützel in einer anderen Firma, wieder bei den Leisenheimers. Auch mein Herz spricht durch den Bauch. Deshalb haben mein Mann Jens, 42, und ich im März geheiratet. Und nicht, wie die meisten, im Sommer. Das Wetter war uns egal, wir wollten nach dem Antrag einfach schnell vor den Altar und unsere Liebe besiegeln. «



Gesellin, abzüglich kurzer Unterbrechung seit 20 Jahren im Betrieb

NEU + ALT = SCHÖN

Jeder Mensch, jeder Lebensentwurf ist anders. Warum soll also ein Einfamilienhaus wie von der Stange aussehen? Dass ein Gebäude sehr wohl zu einer kreativ-praktischen Verbindung aus ursprünglichem Charakter und zeitgemäßer Architektur werden kann, beweisen 50 Bauten, die von einer Jury aus Experten wie Prof. Meinhardt von Gerkan und Nils Holger Moormann ausgewählt und als „Häuser des Jahres 2016“ auserkoren worden sind. Das sind unsere fünf Favoriten.

Felsenfest verankert: Das Haus greift mit dem Keller-geschoss tief in den Hang, seine massive Basis setzt sich sichtbar als Erdgeschoss-Sockel fort. Die überwiegend fest verglasten, sprossenlosen Fenster geben den Blick auf die Schweizer Berglandschaft frei.

BÜRO: SAVIOZ FABRIZZI ARCHITECTS / ORT: VAL D'HÉRENS, SCHWEIZ



„Wir wollten den Bautypus Chalet neu interpretieren, ohne seine Charakteristika zu verlieren: das Giebeldach, die kompakte Form aus Holz und den gemauerten Sockel, der sich dem Hang ganz natürlich anpasst.“

savioz fabrizzi architects



Unverrückbar: Dank der festen Einbauten aus Lärchenvertäfelung sind nur wenige bewegliche Möbel nötig. Der raue Sichtbeton erinnert an den Betonkern im Inneren des Hauses.

1-6

Anzahl
der Bewohner

~

226

Wohnfläche (m²)

~

3.600

Grundstücksgröße (m²)



Die Jury (v.l.n.r.): Nils Holger Moormann, Designer und Möbelhersteller; Prof. Meinhardt von Gerkan, Architekt und Gründungspartner gmp; Peter Cachola Schmal, Direktor des Deutschen Architekturmuseums; Bernardo Bader, Architekt und Preisträger 2015; Dr.-Ing. Wolfgang Bachmann, freier Autor und Publizist; Ulrich Nolting, Informations-Zentrum Beton.

BERGBAU

Ein starkes Haus an einem ebensolchen Ort. Das Sockelgeschoss aus glatt ausgeführtem Beton wirkt von außen wie ein massiver Steinfindling, der auf der geneigten, wilden Ruderalfläche zur Ruhe gekommen ist. Seine verjüngten Außenmaße minimieren die Berührungsfläche mit dem Boden und schaffen raffiniert gedeckte Außenbereiche bei Eingang und Terrasse. Die Obergeschosse bilden einen kompakten Körper mit vorgeschobenen Proportionen, die den Nutzungsanforderungen der Innenräume folgen. Präzise gesetzte Öffnungen machen dabei die Raumfunktionen an der Fassade ablesbar und geben rundum fantastische Ausblicke frei. ... Insgesamt ein sehr konsequent gedachtes und gebautes Projekt, insbesondere überzeugend auch in der Konsequenz der Materialisierung und der Detaillierung.

Bernardo Bader



Schiefe Winkel: Das vorhandene würfelförmige, mit einem Satteldach abgeschlossene Gebäude wurde um zwei weitere Kuben ähnlicher Größe erweitert. So entsteht je nach Blickrichtung ein surreales Bild.

VERWANDLUNGSKUNST

Ein Rustico sollte komfortabel erweitert werden. Man hätte sich vorstellen können, das kleine Gebäude unauffällig weiterzubauen ... Eine andere bekannte Haltung wäre, sich nach einer deutlichen (gläsernen) Zäsur mit unbestechlicher Gegenwart scharf dagegen abzusetzen. Hier ist ein Drittes passiert: Das alte Haus und die zweifache Erweiterung verschmelzen zu einem neuen Ganzen. Die Kleinteiligkeit des Dorfes wird durch die in drei Volumen gestaffelte Kubatur zwar schiefwinklig aufgenommen, aber die Dachformen spielen mit den Dimensionen, sie persiflieren mit ihren Brechungen das traditionelle Satteldach ... So ergab sich unter den gemeinsamen hellen Putzoberflächen ein Ensemble, ein neues Kapitel Baugeschichte, das nicht verleugnet, nichts behauptet, sondern die Epochen wohlmeinend zusammenführt.

Wolfgang Bachmann

TRENDS

1
Anzahl
der Bewohner

~

120
Wohnfläche
Wohnhaus (m²)

~

500
Grundstücksgröße (m²)

„Architektur: der Link zwischen der DNA einer Ortschaft und ihrer Zukunft, aus der Ferne eine Form, aus der Nähe ein Wunder, im Inneren eine Welt.“

Davide Macullo Architects



Das Fenster zum Berg: Der Wohnraum im alten Gebäude reicht bis unter das Dach, die Balkenaufleger der ehemaligen Geschossdecke sind noch erkennbar.

BÜRO: DAVIDE MACULLO ARCHITECTS / ORT: PREONZO, SCHWEIZ

„Aufgabe und Ziel: die Entwicklung eines ehemaligen Kuhstalls in ein Landhaus unter Berücksichtigung der ihm eigenen tektonischen Elemente und räumlichen Atmosphäre.“

TKA Thomas Kröger Architekt

Da ist noch Kunst nach oben:
Die Hauptwohnung wurde über dem Essplatz mit einem Raumkunstwerk ausgestattet.

Bild oben rechts: Die Mitte des von einem Obstgarten umgebenen Anwesens bildet eine bis unter das Dach reichende Halle, in die eine Ferienwohnung integriert ist. Wenn die massiven Tore aufgesperrt sind, geben drei neue Bogenöffnungen den Blick auf eine große Feuerstelle frei.

BÜRO: TKA THOMAS KRÖGER ARCHITEKT / ORT: GERSWALDE

4 + 4

Anzahl
der Bewohner

~

321

Wohnfläche
Wohnhaus (m²)

~

97

Wohnfläche
Ferienwohnung (m²)



LANDLUFT

Tatsächlich ist es reizvoll, aus einfachen Zweckbauten spannungsvolle, quasi bäuerliche Lofts zu erschaffen. Allerdings gelingt es nur selten, den ursprünglichen Charakter mit den Anforderungen heutigen Wohnens zu vereinen und etwas „Neues-Altes“ zu schaffen, das weder die historische Vorlage allzu sehr romantisiert noch das Heute vergisst. Dieses Beispiel hat diesen Spagat lässig gemeistert. Fast ist es ein Suchspiel nach den neuen Bauelementen, so leise und selbstverständlich kommt das historische Bauwerk von außen daher. Und hat dabei doch seine alte, gelassene Würde und Kraft wiedergefunden. Sehr wohl sind sie da, die feinen Eingriffe, die den Umbau einer Scheune zum Wohnhaus und damit zeitgemäßes Wohnen erst ermöglichen. ... Material, Proportion, alles fügt sich wie selbstverständlich.

Nils Holger Moormann

„Spielräume ergeben sich auch unter engen Rahmenbedingungen.“

werk A architektur



Genug Raum im Raum: Hier essen, malen und basteln vier Kinder mit ihren Eltern – für weitere Gäste ist dabei reichlich Platz. Die deckenhohe Verglasung und ungestörte glatte Oberflächen lassen die Räume noch größer wirken.

Bild oben rechts: Die ruhige Wellenstruktur der „Kleinen Welle“, wie die Architekten das Haus liebevoll nennen, ergibt weiche Licht-Schatten-Effekte.

BÜRO: WERK A ARCHITEKTUR / ORT: OLCHING

TRENDS

6

Anzahl
der Bewohner

~

145

Wohnfläche (m²)

~

356

Grundstücksgröße (m²)



NEUE DEUTSCHE WELLE

Der disziplinierte Umgang mit den preiswertesten Materialien (Wellblech, Estrich, Holztafeln) adelt das Ziel der Sparsamen. ... Die Flächen werden optimal genutzt und intelligent differenziert, sodass die 145 Quadratmeter für bis zu sechs Personen genügend Platz bieten. ... Als „KfW-Effizienzhaus 55“ leistet es einen verantwortungsvollen Umgang mit den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen. Der Bautypus ist tradiert, jedoch schafft die Verwendung eines einheitlichen Materials für die gesamte Gebäudehülle sowie die raffinierte Gliederung der Fassade durch Vertikalfenster eine erfreulich gute Integration des Wohnhauses in die Umgebung. Die „Kleine Welle“ erfüllt die Erwartungen an ein modernes Stadthaus und zeigte in beispielhafter Weise der Jury ein Modell für zukünftiges Bauen.

Meinhard von Gerkan

DIE LIEBE ZUR GEOMETRIE

Mit seinem Umbau des Schusterbauernhauses in Alt-Riem ist es gelungen, die ursprüngliche Außenansicht des Gebäudes wiederherzustellen und im Inneren eine moderne Neuinterpretation der bestehenden Räume zu realisieren. Das Haus, das fast gänzlich verfallen war, behielt durch den Um- und Ausbau die traditionelle Anmutung eines historischen Bauernhauses. ... Durch einen um 45 Grad gedrehten und in den Dachstuhl eingefügten Kubus aus Beton entstand ... eine faszinierende Raumsulptur, die dem Betrachter ungewohnte Winkel-, Wand- und Raumachsen eröffnet. ... Der Jury gefiel besonders der Umgang mit der wertvollen denkmalgeschützten Substanz und der im Gegensatz dazu stehenden neuen und modernen Gestaltung der Innenräume. Das Gebäude ist ein richtungsweisendes Beispiel für den Umgang mit Baudenkmalern insbesondere im Kontext der Diskussion über zeitgemäße Dorfentwicklung.

Ulrich Nolting

Wunderhaus: Die geneigten Flächen der Küche sind mal Wand, mal Treppe, mal Bank, mal Küchentisch oder lassen über dem Essplatz den Blick frei bis unter das Dach.

**BÜRO: PETER HAIMERL. ARCHITEKTUR
ORT: MÜNCHEN-ALT-RIEM**

2
Anzahl
Wohneinheiten
~
295
Wohnfläche
Wohnhaus (m²)
~
212
Grundstücksgröße (m²)



Außen gemeindenah, innen geometrisch: Die Sprossenfenster verraten nichts von dem konstruktiven Exorzismus hinter der Fassade. Was früher der Misthaufen war, wird als Müllhäuschen, Abstellraum, Fahrradstellplatz und Laube genutzt.



Die 50 besten Einfamilienhäuser aus dem Wettbewerb „Häuser des Jahres 2016“ - ausgewählt von einer hochkarätigen Jury. Die Jurybegründungen finden Sie auszugsweise im Text. „Häuser des Jahres“, von Wolfgang Bachmann und Nils Holger Moormann, Callwey, 59,95 Euro.

EINE BURG FÜR DIE JUGEND

Vor über 500 Jahren war das imposante Sandsteingebäude als Kornspeicher der Nürnberger Burg errichtet worden. Im Lauf der Zeit wurde es zur kaiserlichen Stallung und 1937 zur „Reichsjugendherberge“ umfunktioniert.



Tradition trifft Zukunft: An den Wänden der Lobby führen mittelalterliche Arkaden zum imposantesten QR-Code der QR-Code-Ralley. Auf allen Stockwerken liefert sie Links zu Videos über die Geschichte des Hauses.



Holger Bierbaum, Malermeister, Nürnberg

Die 1977 eingetragene Michael & Theo Fesel GmbH geht auf ein 1912 von den Nürnberger Malern Karl Kilgus und Michael Fesel gegründetes Unternehmen zurück, das mittlerweile in der vierten Generation als Familienbetrieb geführt wird. Der Maler- und Lackiermeister Holger Bierbaum, ein 1971 geborener Urenkel von Michael Fesel, beschäftigt hier derzeit 45 Mitarbeiter, dazu drei Lehrlinge und drei kaufmännische Angestellte im Büro.

Eine umfassende Sanierung stand erst ein knappes Dreivierteljahrhundert später an – mit dem ehrgeizigen Ziel, in dem geschichtsträchtigen Gemäuer die modernste Jugendherberge Europas zu errichten. Dass dies trotz eines dramatisch engen Zeitrahmens gelang, lag nicht zuletzt an dem Nürnberger Malermeister Holger Bierbaum und seiner langjährigen Erfahrung mit historischer Substanz.

Selbst wer noch nie den Aufstieg zum Wahrzeichen der mittelfränkischen Großstadt wagte, hat eine ungefähre Vorstellung davon, wie die Nürnberger Kaiserburg aussieht. Denn dank ihrer markanten Silhouette mit den verschiedenen Türmen und den rot schimmernden Ziegeldächern prägt sie das Logo einer großen, ortsansässigen Versicherungsgruppe und ziert in der Weihnachtszeit so manche Lebkuchenpackung. Dass hoch über



Die denkmalgeschützte Fassade der Jugendherberge lässt kaum noch erahnen, dass hier einst auf fünf Dachböden Kornvorräte gespeichert wurden. Dahinter erhebt sich Luginsland, einer der Burgtürme.

der historischen Altstadt nun seit 2013 die modernste Jugendherberge Europas beheimatet ist, sieht man den 500 Jahre alten, geschichtsträchtigen Mauern der Kaiserstallung nicht an.

Außen historisch, innen zukunftsweisend

Die Jugendherberge bietet auf neun Stockwerken mit über 4.000 Quadratmetern Nutzfläche 93 Gästezimmer, jedes ausgestattet mit WLAN und Dusche. Auf allen Etagen wurden QR-Codes spielerisch in die Raumgestaltung integriert; wer sie mit seinem Smartphone scannt, erfährt via Video-Clips Wissenswertes über die Geschichte der Jugendherberge und der Stadt. Speisesaal und Bar wurden als barrierefreie Begegnungsstätte für Backpacker aus aller Welt, Schulklassen, Tagestouristen und Einheimische kreiert. Um diesem modernen, internationalen Anspruch zu genügen, waren umfangreiche Sanierungs-

„Um in Stoßzeiten die Baustelle mit bis zu 20 geeigneten Facharbeitern bedienen zu können, wurden sie teilweise kurzfristig von anderen Projekten abgezogen. Der Maler spielte, wie so oft, wieder mal die ‚Feuerwehr‘.“

Holger Bierbaum

und Umbauarbeiten erforderlich, die sich trotz exakter Planung zu einem Wettlauf gegen die Zeit entwickelten.

Neubesetzung kurz vor Schluss

Anfangs lief alles reibungslos. Das Nürnberger Architekturbüro Fritsch+Knodt&Klug entwickelte die Konzeption zügig, auf die Farbgestaltung hatten sich Träger, Architekt und Denkmalschützer nach Beratung durch die Nürnberger Mitarbeiter der Firma Brillux schnell geeinigt: Weiß für die Schlafräume, Blautöne und Anthrazit für die Flure und Ochsenblutrot für urigen, rustikalen Kontrast. Dann, die Bauarbeiten waren bereits in vollem Gange, meldete die beauftragte Malerfirma Insolvenz an. Bauleiter Achim Helfert bat daraufhin Malermeister Holger Bierbaum vom Traditionsbetrieb Michael & Theo Fesel den Auftrag zu übernehmen. Als „Haus- und Hofmaler“ der Nürnberger Frauenkirche und des Fembohauses ist er mit der Arbeit an denkmalgeschützten Gebäuden vertraut.

Handwerkliche Rettung

Holger Bierbaum war klar: In den verbleibenden zweieinhalb Monaten bis zur Eröffnung mussten er und seine Mitarbeiter „Vollgas geben“, zunächst jedoch Schadensbegrenzung betreiben. In etlichen Bereichen waren in der Vergangenheit Dispersionsbeschichtungen auf den ursprünglich vorhandenen Silikatfarbenanstrich aufgebracht worden, was meist der Preispolitik der Betriebe, hin und wieder auch mangelnder Erfahrung geschuldet ist. Solche nicht tragfähigen Altanstriche mussten erst abgetragen werden, unter Einhaltung der Vorgaben des Denkmalamtes. Bierbaum erinnert sich: „Der Maler spielte, wie so oft, wieder einmal die ‚Feuerwehr‘. Anfangs konnten nur drei bis vier Mitarbeiter eingesetzt werden, in Stoßzeiten bedienten wir die Baustelle dann mit bis zu 20 Facharbeitern. Teilweise wurde entsprechend geeignetes Personal kurzfristig von anderen Baustellen abgezogen, um den Fertigstellungstermin einzuhalten.“



Neue Stahltreppen und ein rot leuchtender Fahrstuhl verbinden die unteren Geschosse. Die zweifarbigen Flure (rechts) erstrahlen in modernem Design.



Im Eppelinsaal (oben) finden auch Konzerte vor bis zu 200 Zuschauern statt. In die 93 Schlafzimmer passen 355 Betten. Die 1- bis 6-Bett-Zimmer eignen sich für Gruppen und Individualtouristen.

Bezugsfertige Burg

Die Organisation der Baustelle glich einem Jonglier-Kunststück. Während auf einer Etage noch am Trockenbau gearbeitet wurde, stand ein paar Treppen weiter unten bereits die Baustellenreinigung an. Bierbaum und seine Maler immer mittendrin, den näher rückenden Eröffnungstermin im Blick. Doch letztlich konnten die Schlüssel Ende April 2013 dem Eigentümer, dem Deutschen Jugendherbergswerk, wieder übergeben werden. Seitdem werden junge und jung gebliebene Reisende aus aller Welt zu Rittern und Burgfräulein auf Zeit – mit allen Annehmlichkeiten der modernen Baukunst und Technik. ■



www.kaiserstallung-nuernberg.de

BETEILIGTE UND SERVICES

Bei den Malerarbeiten in der Jugendherberge auf dem Nürnberger Burgberg fanden ausschließlich Brillux Produkte Verwendung. Von Brillux Nürnberg waren zudem als Technischer Berater Johann Ludwig Gradl und der Verkaufsberater Peter Hofmann beteiligt.

Bauherr: Deutsches Jugendherbergswerk Landesverband Bayern e. V., München

Architekt: Fritsch+Knodt&Klug ArchitektInnen, Nürnberg, mit Franchi & Dannenberg Architecture & Design, München

Ausführende Betriebe: Michael & Theo Fesel GmbH, Nürnberg, Kobra Malereibetriebe GmbH, Großmehring

Materialien: Dolomit ELF 900, Super Latex ELF 3000, Latexfarbe ELF 992, Silikat-Innenfarbe ELF 1806, Impredur Seidenmattlack 880



Alexander Ries

Im Jahr 2012 übernahm Malermeister Alexander Ries, 39, den Malerfachbetrieb RIES KG in Schenklengsfeld bei Bad Hersfeld. Zuvor führten seine Eltern Waltraud und Peter Ries die Firma. Als seine Mutter starb, gab es einen Generationswechsel. Vater Peter kümmert sich nach wie vor um die Akquise und betreut kleinere Baustellen, Schwiegervater Heinrich Fischer hilft gern im Büro. Im September 2015 feierte das erfolgreiche Familienunternehmen sein 175-jähriges Bestehen.

Beim Gruppenfoto stehen alle Mitarbeiter parat - außer Jason, der blieb faul liegen. Als Hund darf er das.



„HELFFEN IST UNSER HOBBY“

Alexander Ries führt das seit 175 Jahren bestehende Familienunternehmen in sechster Generation, engagiert sich in der Innung, prüft angehende Meister seines Fachs, löscht nebenbei Brände und rettet Menschenleben. Ein Blick hinter die Fassade eines Firmenchefs, der einräumt, er habe ein klitzekleines Helfersyndrom.

Eingestaubt und konzentriert bearbeiten Nadine Fischer-Ries und Alexander Ries die Wände ihres Fachwerkhäuschens mit Lehm und Kalk. Der Maler- und Lackierermeister legt die mehr als 200 Jahre alten Balken frei und erlaubt den einst begradigten Wänden wieder schief und schön zu werden. Das Haus, das seit Mitte der 1930er-Jahre in Familienbesitz ist und bis 1980 Firmensitz war, sei ihr Baby, erklärt der 39-Jährige. Zusammen mit seiner Ehefrau macht er es wieder zu dem, was es einst war: ein wunderschönes, ursprüngliches Fachwerkhaus. Der feine Prozess des Restaurierens mit Materialien – Putze und Ölfarben sind ohne Konservierungsstoffe – und Techniken von vor 150 Jahren, ist auch beruflich Alexander Ries' Leidenschaft: „Schon während meiner Lehrzeit spürte ich, dass unsere Geschichte in solchen Fachwerkhäusern steckt. Die möchte ich bewahren.“

Trauer und Mut

So wie das Paar nach und nach vorsichtig das Innerste, das Gesicht seines Hauses, freilegt, verläuft auch unser Gespräch mit dem Chef des Malerfachbetriebs Ries. Mit jeder Nachfrage, jedem Themenschlenker kommen wir

Schicht für Schicht dem Kern von Alexander Ries näher. Zugegeben, nicht ganz freiwillig. Er fragt, ob wir nicht lieber nur über das 175-jährige Firmenjubiläum sprechen wollen, das im September 2015 gefeiert wurde. Über die Fachwerkgebäude, die er liebevoll instand gesetzt hat. Über seine Mitarbeiter. Der Malermeister ist bescheiden, Erfolg hängt er nicht an die große Glocke. Über das Teamwork und das freundschaftliche Betriebsklima mit seiner neunköpfigen Mannschaft spricht er jedoch gern. Er hält inne, überlegt. Dann spricht er über die Verantwortung, ein Familienunternehmen in sechster Generation zu führen, und über die „Sorge, das in den Sand zu setzen“: „Als meine Mutter mit 62 Jahren starb, musste alles ganz schnell gehen“, erinnert er sich an das Jahr 2012, in dem er plötzlich Chef wurde. Nach dem Krebsbefund seiner Mutter Waltraud blieben der Familie acht Wochen, um die Nachfolge zu regeln. Für Senior Peter Ries, 65, war seine Ehefrau das Herz des Betriebes, ohne sie wollte er die Firma nicht weiterführen.

Zusammenhalt und Zukunft

„Es war der Wunsch meiner Mutter, dass sie noch erle- ▶





So gar keine Werkzeuge in der Hand:
Mit leeren Händen sieht man das Ehepaar
Ries eher selten vor seinem Fachwerkhaus.

3 FRAGEN 3 ANTWORTEN

Freiwillige Feuerwehr, Rotes Kreuz, stellvertretender Obermeister der Innung für Farbe und Raumgestaltung, Mitglied im Meisterprüfungsausschuss - wie schaffen Sie das? Ich gebe zu, so geballt klingt das schon ein bisschen heftig. Aber es macht mir Spaß, mich zu engagieren. Ich empfinde das auch gar nicht als Belastung, sondern als Bereicherung. Sonst würde ich kürzertreten. Zumal viele Termine, wie bei der Innung zum Beispiel, auch nur wenige Male im Jahr stattfinden. Am häufigsten bin ich bei der Feuerwehr im Einsatz. Und da dort auch viele Freunde von uns dabei sind, vernachlässige ich die nicht. So schlage ich sozusagen zwei Fliegen mit einer Klappe.

Hand aufs Herz: Wie findet Ihre Ehefrau das? Nadine ist genauso schlimm wie ich! Wir haben wohl beide ein klitzekleines Helfersyndrom. Sie arbeitet mit Herzblut als Förderschullehrerin und ist ehrenamtlich Bereitschaftsleiterin beim Roten Kreuz. Man könnte sagen, anderen zu helfen, ist unser Hobby. Das kann ich mir aber nur leisten, weil ich durch die Modernisierung unserer Firma ein bisschen Zeit gewonnen habe.

Verraten Sie uns Ihr Zeitspar-Geheimnis? Das war ehrlicherweise kein Zauberwerk, sondern ist vor allem der Digitalisierung zu verdanken - ich habe die Stundenzettelhaufen und die lästige Aktenwälzerei nicht mehr ertragen. Morgens, bevor unsere Maler-Mannschaft antritt, schreibe ich am Computer allen Teams Packlisten für die Autos und Aufträge für die verschiedenen Projekte. Und dann sende ich Arbeitsanweisungen, Zeitvorgaben, Baustelleninformationen und Equipmentlisten direkt aufs Firmen-Smartphone. Das erleichtert die gesamten Abläufe enorm.



Alexander Ries (l.) und ein Kollege verarzten Nadine Fischer-Ries, die bei einer Übung das Brandopfer mimt.



Übung macht den Meister - das ist Familientradition bei den Ries': In jeder Generation gab es einen Meisterbrief. Hier zu sehen ist der von Urgroßvater Wilhelm Ries aus dem Jahr 1909.



Auf uns! Alexander Ries (4. v. l.) im Kreise seiner Mitarbeiter mit Ehefrau Nadine an der Seite. Das Team feierte 175-jähriges Jubiläum - und die tolle Zusammenarbeit.

ben darf, wie ich das Steuer übernehme“, sagt Alexander Ries. „Da bin ich ins kalte Wasser gesprungen.“ Und die gesamte Familie springt mit. Mit vereinten Kräften stehen Vater Peter und Ehefrau Nadine dem neuen Firmenchef zur Seite, sein 65-jähriger Schwiegervater Heinrich, ein Kaufmann, hilft im Büro aus. Innerhalb weniger Wochen renoviert Sohn Alexander Ries die zur Firma gehörende „Bastelecke“, in der hochwertige Farben und Bastelbedarf verkauft werden. Das liegt ihm besonders am Herzen – das Geschäft ist das Steckpferd seiner Mutter. Die Veränderungen bekommen noch ihren Segen. Alexander Ries hält ihr Andenken in Ehren, kommt aber auch ihrem letzten Wunsch nach, den Betrieb zukunftsfähig zu machen: Er modernisiert – und digitalisiert – das Familienunternehmen nach und nach.

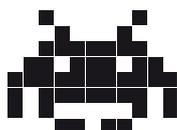
Ehrenamt und Engagement

Da bleibt eigentlich kaum Zeit für Freizeitaktivitäten. Aber Ries schafft den Spagat: Er engagiert sich weiterhin in der Innung, der Feuerwehr, beim Roten Kreuz. Doch sein größtes Engagement gilt der Familie. Sein Erbe, das Fachwerkhaus, ist bald fertig restauriert, „um es für die Nachwelt zu erhalten“. Also auch für die eigenen Nachkommen? „Okay, jetzt haben Sie mich“, sagt er. Und schiebt nach: „Es soll den Malerbetrieb Ries ja auch noch in siebter Generation geben.“ Zudem wolle er nicht ewig Zielscheibe der Frotzeleien der Feuerwehrkollegen sein. Die reißen längst Witze über Ries' handwerklichen Eifer und necken ihn mit dem Satz: „Hör endlich auf ein Nest zu bauen! Mach lieber die Füllung!“ ■



PIXELPAUSE?

Wie oft und wie lange? Jeder, der Kinder hat, stellt sich irgendwann diese Fragen. Computer und Smartphones sind zwar längst ein selbstverständlicher Teil unseres Alltags. Doch ab welchem Alter sollten Kinder mit den Geräten in Kontakt kommen? Welcher Umgang mit der Technik ist gut für sie und wann schadet er? Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen zwei Positionen vor, die kaum gegensätzlicher sein könnten.



Manfred Spitzer gilt denen, die ihn näher kennen, das sollte gleich zu Beginn betont werden, als Mensch mit feinen Manieren. Man beschreibt ihn als aufmerksamen Zuhörer, als freundlich, höflich, sogar etwas zurückhaltend. Das ist schwer vorstellbar für alle, die ihn in Diskussionen erlebt haben, in denen es um jenes Thema geht, dem er sich in seinen Büchern „Digitale Demenz“ oder „Cyberkrank“ widmete. Dann hat man Gelegenheit, ihn als leidenschaftlich monologisierenden Debattierer und unduldsamen Zwischenrufer zu erleben. Davon konnte sich etwa überzeugen, wer Ende 2016 seinen Auftritt in der ARD-Talkshow von Anne Will verfolgte. Mit der Verve des missionarischen Eiferers kämpfte er dort für seine Thesen.

Gehirn sei wie ein Muskel, der Training brauche

So warnte er mit Bezug auf aktuelle statistische Mediennutzungsdaten von Schülern in Deutschland eindringlich vor dem zunehmenden Konsum elektronischer Geräte

durch Kinder und Jugendliche, der zu nur sehr oberflächlicher Beschäftigung mit Informationen führe und zu Lasten des eigenen, aktiv tätigen Lernens gehe. Wie ein Muskel werde auch das Gehirn nur dann trainiert, wenn man es wirklich fordere. Wie in seinen Büchern so polemisch wie mitunter vereinfachend ausgeführt, attackierte Spitzer vehement Initiativen von Politik und Industrie, Schüler mit Notebooks auszustatten und die Computerspiel-Pädagogik zu fördern. Diese Initiativen zeugen nach Spitzers Auffassung entweder von blanker Ignoranz oder skrupelloser Geschäftemacherei. Zahlreiche wissenschaftliche Studien stellten den digitalen Medien in Schule und Freizeit ein miserables Zeugnis aus.

Diabetes und Depression

„Soziale Medien schaden Kindern nachweislich in hohem Maße. Sie steigern das Risiko, an Bluthochdruck, Diabetes und an Depression zu erkranken, erheblich!“ Außerdem seien Schlaflosigkeit und die mangelnde





Manfred Spitzer

Kinder und Computer? Der Psychiater und Neurowissenschaftler Manfred Spitzer hat darauf eine klare Antwort: Je früher und je häufiger, desto schlechter ist es für das Kind. Sein radikal anmutender Ratschlag: Frühestens mit 14, besser noch mit 16 Jahren sollten Heranwachsende mit digitalen Medien operieren. Dafür erntet der Direktor der Psychiatrischen Universitätsklinik in Ulm viel Kritik, auch Spott. Doch damit kann er leben. Seine Überzeugungen sind ihm wichtiger, als Everybody's Darling zu sein.

„Soziale Medien schaden Kindern und steigern das Risiko, an Bluthochdruck, Diabetes und an Depression zu erkranken, erheblich.“

Manfred Spitzer, Psychiater und Neurowissenschaftler

Empathiefähigkeit direkte Folgen des Umgangs mit den neuen Medien. Die Lernentwicklung von Kindern nehme nachweislich Schaden. „Wenn es im Klassenzimmer WLAN gibt“, verringerten sich die schulischen Leistungen um 15 Prozent.

Vorwurf der Kritiker: grobe Vereinfachung

Bei Anne Will verwandelte sich der verbindliche Dr. Jekyll in Mr. Hyde, der seinen Mitdiskutanten ein ums andere Mal grob ins Wort fiel und ob seines Verhaltens nicht nur von der Gastgeberin – „Herr Spitzer, können Sie mich hören?“ – mit genervtem Augenrollen bedacht wurde. Sascha Lobo, der Internet-Aktivist mit dem roten Irokesen-Kamm auf dem Kopf, bezeichnete ihn als „Digital-Sarrazin“ und warf ihm, stellvertretend für viele seiner Kritiker, mangelnde Differenzierungsbereitschaft vor: „Sie möchten beweisen, Wasser ist schädlich. Was

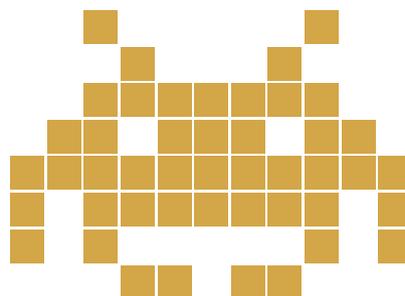
tun Sie? Sie nehmen ein paar Nichtschwimmer und werfen sie ins Meer.“ Spitzers giftiger Konter: „Sie mögen schöne Haare haben, aber Sie haben keine Ahnung von dem, was Sie da reden. Sie wollen beweisen, Cola ist gesund, und nehmen einen verdurstenden Mann auf einer einsamen Insel, der gerettet wird, weil eine Flasche Cola ans Ufer gespült wird.“

Moderner Don Quichotte?

Es hat schon seinen Grund, warum seine Bücher regelmäßig auf Platz eins der Sachbuchbestsellerlisten stehen: Man liest sie und fühlt sich alle paar Abschnitte bestätigt. Bei jeder zweiten Seite aber runzelt man die Stirn. Seine Kombination aus Erkenntnissen der Hirnforschung und empirischer Sozialbeobachtung ist ein Flickenteppich, der es an einer klaren Beweisführung mangelt und sein absolutes Urteil nicht trägt. So wird

MOBBING- UND SUCHTGEFAHR

Digitalisierungskritiker wie Manfred Spitzer dürften sich durch die Studie „Mediatisierung mobil. Handy- und mobile Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen“ aus dem Jahr 2015 bestätigt fühlen. Im Auftrag der Landesanstalt für Medien in Nordrhein-Westfalen wurden 500 Heranwachsende zwischen acht und 14 Jahren sowie jeweils ein Elternteil befragt.



der direkte Zusammenhang zwischen Smartboards in der Schule und der Abhängigkeit von Gewaltspielen nicht hinreichend belegt. Ein ums andere Mal gewinnt man den Eindruck, dass Manfred Spitzer im Digitalen an sich das Symptom eines Syndroms erkannt zu haben glaubt. Dann wirkt der Neurologe wie ein moderner Don Quichotte, der seinen Kampf gegen die digitalen Windmühlen nicht gewinnen kann: Der Geist ist schließlich schon lange aus der Flasche.

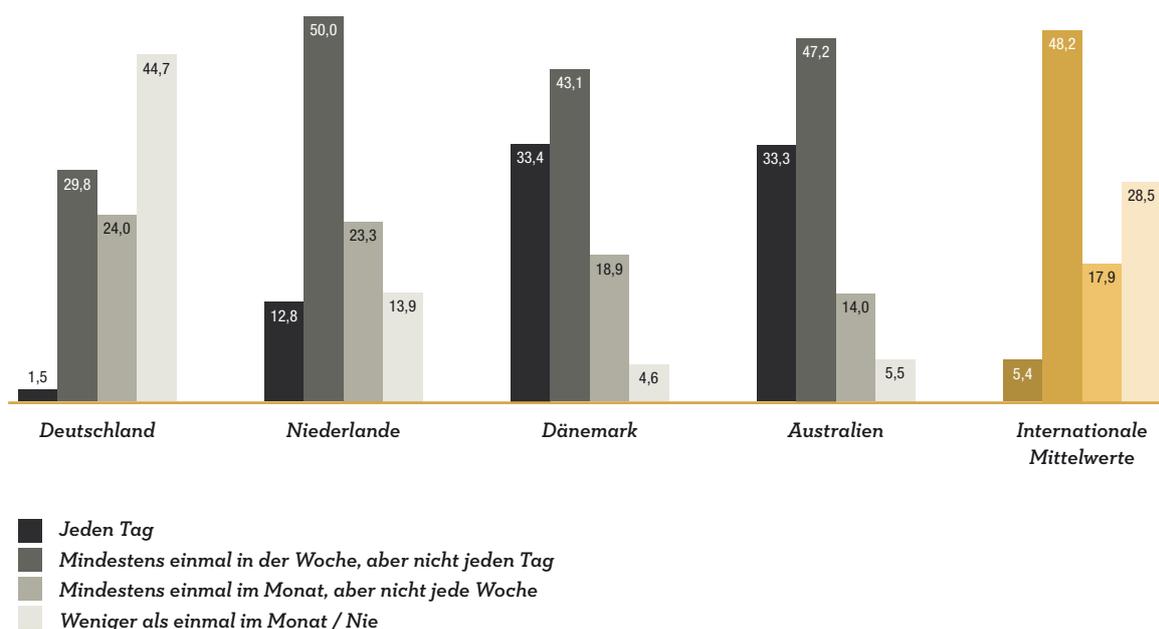
„Wir klicken uns das Gehirn weg“

Doch wer Manfred Spitzer und seine wütenden Thesen als haltlose Eiferei abtut, macht es sich viel zu leicht. Vielleicht ist es auch so: Auf den groben Klotz des grenzenlosen Internet-Optimismus passt genau dieser grobe Keil. Denn dass die geschmeidigen Heilsversprechen von Google und Facebook, die vorgeben, unser Leben

leichter und kommunikationsfreundlicher machen zu wollen, vor allem ihren wirtschaftlichen Zielen dienen und nicht dem Wohl des Anwenders, dürfte jedem klar sein. Die Währung für die Nutzung der Dienste sind unsere Daten und eine digital durchgepauste Lebensführung – aus Anbietersicht je früher, desto besser. Dagegen setzt Manfred Spitzer ein wütendes: „Wir klicken uns das Gehirn weg.“ Wobei er freimütig zugibt, selbst auch täglich elektronische Medien zu nutzen und dass seine Bücher am Computer entstanden und nicht auf Täfelchen gemeißelt wurden. Doch beim Kampf um die Köpfe der Jungen kennt Manfred Spitzer keine Kompromisse. Seine Überzeugungen können gerade für Eltern wichtige Anregungen und Handlungsempfehlungen sein – in Maßen. Folgen in die digitale Steinzeit muss man ihm dabei nicht. Denn eins steht fest: Die Zeit zurückdrehen kann weder die Hirnforschung noch die Internet-Industrie. ▶

NACHHOLBEDARF?

Bei der Nutzung von Computern im Unterricht liegt Deutschland im internationalen Vergleich weit zurück und wird nur von Slowenien und Südkorea unterboten. Das ergab eine vergleichende Studie der „International Association for the Evaluation of Educational Achievement“ (IEA) aus dem Jahr 2013 unter Schülerinnen und Schülern der Jahrgangsstufe 8. Bei der IEA handelt es sich um einen unabhängigen internationalen Verbund wissenschaftlicher Institutionen zur Bildungsforschung.



Schöpferisches Gestaltungselement

Mit Gesche Joost hat sich Manfred Spitzer noch kein hitziges Wortgefecht geliefert. Das dürfte vor allem daran liegen, dass sich die Wege der beiden noch nicht kreuzten. Denn die Professorin, die seit 2015 auch im Aufsichtsrat des Software-Riesen SAP sitzt, steht dem Thema „Kinder und Computer“ erheblich unbefangener gegenüber und vertritt dabei Standpunkte, die Spitzer die Zornesröte ins Gesicht treiben dürften. Gesche Joost richtet ihr Augenmerk nämlich nicht so sehr auf die von Spitzer so drastisch benannten Gefahren. Sie benennt viel lieber die Chancen, die sich ergäben, wenn Kinder den Computer so früh wie möglich als schöpferisches Gestaltungselement entdeckten.

Programmiersprachen wie Lego

So plädiert sie dafür, schon Grundschulern beizubringen, neue Medien nicht nur zu konsumieren, sondern diese auch aktiv mitzugestalten. „Es gibt viele einfache Beispiele

für Programmiersprachen, die wie Lego funktionieren: Ich stecke die Module zusammen und schon habe ich ein kleines Programm erstellt.“ Diese kleinen Programme, auch Apps genannt, würden mit Jugendlichen in Workshops an einem Wochenende entwickelt. Das seien „tolle Erfahrungen“, die früh gemacht werden sollten.

Deutschland im Rückstand

„Auch neue Formen des digitalen Recherchierens, des Programmierens oder der Mediengestaltung sollten in der Schule vermittelt werden“, ist Joost überzeugt. Technologien würden immer stärker in alle Bereiche hineinragen und kaum ein Beruf komme noch ohne digitale Kenntnisse aus. Deshalb fordert die Internetbotschafterin der Bundesregierung Programmierunterricht bereits im Grundschulalter. Andernfalls könnten die deutschen Schüler international ins Hintertreffen geraten. „Ich bin als Internetbotschafterin in ganz Europa unterwegs und merke, dass in anderen Ländern mehr



Gesche Joost

Die 43-Jährige leitet seit 2005 das Design Research Lab der Universität der Künste in Berlin, seit 2011 auch als Professorin am Fachbereich für Designforschung. 2013 war sie im Schattenkabinett des SPD-Kanzlerkandidaten Peer Steinbrück als „Internetministerin“ vorgesehen. Heute ist sie unter anderem „Internetbotschafterin für Deutschland“ bei der Europäischen Union.

„Neue Formen des digitalen Recherchierens, des Programmierens oder der Mediengestaltung sollten in der Schule vermittelt werden.“

Gesche Joost, Designprofessorin und Internetbotschafterin

für die digitale Bildung getan wird.“ In Großbritannien etwa ist Programmieren in Grundschulen seit 2013 verpflichtend und jeder Siebtklässler bekommt einen Mini-Computer geschenkt. Deutschland zeige sich in der Diskussion zu zurückhaltend und abwartend.

„Gesellschaftliche Spaltung droht“

Dabei gäbe es akuten Handlungsbedarf. Auch um einer gesellschaftlichen Spaltung entgegenzuwirken: in digital kompetente Heranwachsende und in digital Abgehängte. Letzteren prognostiziert sie auf dem Arbeitsmarkt große Probleme. Insbesondere bei Mädchen, findet Joost, sollte man früh damit beginnen, die Neugierde auf den Umgang mit Computern zu lenken. „Ab elf oder zwölf Jahren ist es dafür oft schon zu spät. Da halten Mädchen das schon für Jungskram.“ Zwar nicht als Kind, aber als junge Designstudentin machte Gesche Joost Mitte der neunziger Jahre selbst erste Erfahrungen mit dem Programmieren. „Ich hatte

mir gerade vor ein paar Tagen meinen ersten Computer gekauft, als unser Professor fragte, ob jemand Lust habe, Webseiten zu programmieren. Ich meldete mich einfach mal – und Schwupps bekam ich zusammen mit einer Freundin den Auftrag, die allererste Website für die Parfümeriekette Douglas zu gestalten.“ Und setzt mit einem Lachen hinzu: „Ich hoffe, man kann diese Seiten heute nicht mehr finden.“

Alles „kein Problem“

Eine Anekdote, die zeigt, dass Gesche Joosts Perspektive eine des halbvollen Glases ist. Bedenkenträgerei ist nicht ihre Sache. Und gerade diese Sichtweise trägt ihr auch Kritik ein. Medien wie die Wirtschaftswoche oder der Nachrichtendienst Heise-Online hinterfragten ihre Nähe zu SAP oder der Telekom, die Unabhängigkeit von Lehre und Forschung. Die Antwort der optimistischen Kielerin überrascht wenig. Sie sehe hier „überhaupt kein Problem“. ■

NEUE WEGE ZUM KUNDEN

Die Brancheninitiative „dämmen-lohnt-sich.de“ schreibt ihre Erfolgsgeschichte fort: Deutschlands größtes Ratgeberportal zum Thema Wärmedämmung hilft dem Fachhandwerk jetzt noch intensiver bei der Kundengewinnung und bietet aktuelle Informationen aus der Branche sowie kostenlose Online-Trainings. Auch der neue TV-Spot mit Ulrich Wickert bewirbt die bewährte „Fachhandwerker-Suche“. Künftig unterstützen weitere namhafte Unternehmen die Initiative. Und das ist noch nicht alles.

Deutschlands größte Initiative zum Thema Wärmedämmung startet mit noch mehr Power in ihr viertes Jahr: Im Vordergrund steht ein neu strukturierter Web-Auftritt, der sich noch mehr als bisher an den Bedürfnissen des Hausbesitzers orientiert. Dieser wird schon bei den ersten Überlegungen zur energetischen Sanierung seiner Immobilie sozusagen „an die Hand genommen“ und Schritt für Schritt auf seinem Weg zur Auftragserteilung für eine Fassadendämmung begleitet. Dazu gibt es zum Download praktische Leitfäden und verständlich aufbereitete Informationen wie eine einfach zu bedienende Datenbank mit diversen Förderangeboten der öffentlichen Hand, die sich künftig mit nur wenigen Klicks konkret ermitteln lassen.



Flächendeckend: Interessenten finden qualifizierte Fachhandwerker ganz in ihrer Nähe.

Schon jetzt ist „dämmen-lohnt-sich.de“ das thematisch erfolgreichste Ratgeberportal im Netz: Rund 50.000-mal im Monat klicken Interessenten auf die Seiten der Initiative. Ein großer Teil der User sucht schlicht den qualifizierten Fachhandwerker in seiner näheren Umgebung.

TV-Spot bewirbt „Fachhandwerker-Suche“

Logischerweise ist „dämmen-lohnt-sich.de“ nicht nur für den Hausbesitzer, sondern auch für den Fachhandwerker eine sehr attraktive Plattform. So haben sich im Partnerbereich des Portals (www.dämmen-lohnt-sich.de/mitachen) mittlerweile mehr als 2.700 Betriebe registriert und in die Fachhandwerker-Suche eingetragen. Hier können sie ihr Leistungsspektrum mit wenigen Klicks multimedial und aussagekräftig präsentieren. So werden sie leicht von potenziellen Kunden in ihrer Umgebung als qualifizierter Anbieter einer Fassadendämmung gefunden. Der neue Webauftritt ab Anfang März 2017 bietet den registrierten Fachbetrieben in Zukunft noch mehr Möglichkeiten zur Gestaltung und Selbstpräsentation.

Um künftig noch mehr interessierte Kunden auf „dämmen-lohnt-sich.de“ und die Fachhandwerker-Suche zu lenken, wird diese auch im neuen TV-Spot mit Botschafter Ulrich Wickert bei einem Millionenpublikum dezidiert beworben. Der Spot wird zur besten Sendezeit in ARD und ZDF jeweils vor den Hauptnachrichten ausgestrahlt. Seit dem 2. März 2017 läuft „der neue Wickert“ erstmals im deutschen Fernsehen. Neue Anzeigenmotive und Online-Motive unterstützen die TV-Kampagne, Großflächenplakate in Berlin senden ihre Botschaft an politische Entscheidungsträger des deutschen Bundestages.



Ulrich Wickert beim Dreh des neuen TV-Spots.



Neu im Partnerbereich: das Online-Trainings-Angebot für registrierte Fachhandwerker mit dem ersten Training zum Thema „Online-Werbung für Ihren Betrieb“.

Neu im Partnerbereich: die Fördermittelauskunft

Viele Hausbesitzer haben Probleme, sich in einem immer komplexer werdenden Dschungel an verschiedensten finanziellen Förderinstrumenten zurechtzufinden. Deshalb gibt „dämmen-lohnt-sich.de“ seinen registrierten Fachhandwerkern jetzt ein sehr wertvolles Hilfsmittel an die Hand: Künftig können sie im Partnerbereich über die Fördermittelauskunft prüfen, welche Förderprogramme in ihrem jeweiligen Vertriebsgebiet zur Verfügung stehen, um dann zusammen mit ihren Kunden die jeweils optimale Bezuschussung ihrer Fassadendämmung zu sichern.

Training für das Fachhandwerk

Brandneu im Partnerbereich ist auch ein kostenloses Online-Training mit wechselnden Inhalten. Den Anfang macht ein Training zum Thema „Online-Werbung für Ihren Betrieb“. Hier erfährt man unter anderem:

- wie Fachhandwerker ihren Webauftritt verbessern,
- wie man über Facebook neue Kunden gewinnt,
- welche Möglichkeiten Google AdWords bei der Akquise neuer Aufträge bietet und
- wie man mit diesem praktischen Tool eine Anzeigenkampagne einrichtet.

Das Training bildet den Auftakt zu einer mehrteiligen Schulungsreihe mit wechselnden Schwerpunktthemen. Es steht den registrierten Fachbetrieben ab sofort exklusiv und kostenlos zur Verfügung.

Partner von „dämmen-lohnt-sich.de“ kommen natürlich

auch weiterhin in den Genuss von themenrelevanten Vorteilspaketen. Thematisch breit angelegtes Infomaterial unterstützt bei täglichen Kundengesprächen. Dazu zählen neben anderem:

- Verkaufs- und Argumentationshilfen in Form von übersichtlichen, klar strukturierten und handlichen Flyern und Postern;
- Broschüren mit ausführlicher Hintergrundinformation zu Verarbeitung, Wirkung, Technik und Werkstoffen;
- Vorlagen für Anzeigen und Presseveröffentlichungen.

Daneben gibt es verschiedene Aktionsmittel für Unternehmen und ihre Mitarbeiter oder Projekte zum Bestellen. Dazu zählen Displays, Fahnen, Autoaufkleber und Werbemittel.

Bewährte „Wärmewochen“

Ein bewährtes Erfolgsrezept zur Akquise neuer Aufträge sind die „dämmen-lohnt-sich.de - Wärmewochen“. Bereits dreimal hat die Initiative jeweils 100 Geld-Gutscheine im Wert von je 1.000 Euro an registrierte Fachhandwerker ausgelost. Diese konnten die Gutscheine dann bei ihren Kunden als stichhaltiges Argument zur Auftragserteilung einsetzen. Die „Wärmewochen“ haben seit ihrem Start im Herbst 2015 ein gefördertes Auftragsvolumen von insgesamt 3,6 Mio. Euro netto generiert. Diese erfolgreiche Aktion wird die Initiative natürlich fortsetzen: Auch in 2017 plant „dämmen-lohnt-sich.de“ zwei neue „Wärmewochen“.



Hinter den Kulissen beim Dreh des neuen Werbespots mit Ulrich Wickert und Protagonisten. Der neue TV-Spot wird seit dem 2. März 2017 zur besten Sendezeit in ARD und ZDF ausgestrahlt.

Kooperation mit großen Medientiteln

Ebenfalls bewährt ist die Strategie, die Internetmarke „dämmen-lohnt-sich.de“ in reichweitenstarken großen Medien zu positionieren. Verlagssonderveröffentlichungen in Titeln wie FOCUS, DIE WELT oder FAZ klären nicht nur über die allgemeinen Vorzüge einer Fassadendämmung auf. Sie geben auch viele wertvolle Praxistipps bis hin zu Fragen der Förderung und Finanzierung und rücken manche Vorurteile gegenüber der Fassadendämmung sachlich zurecht.

Einen langen Atem, viel Know-how und auch Geduld erfordert die Argumentation „pro Wärmedämmung“ in der teils kontrovers, manchmal auch unsachlich geführten Diskussion in Medien und Öffentlichkeit. Hier ist es gelungen, zu vielen Leitmedien bei Fach- und Publikums-titeln ein vertrauensvolles Verhältnis mit gegenseitigem Verständnis aufzubauen.

Namhafte Unternehmen ziehen mit

Träger der Initiative ist der „Qualitätsgedämmt e.V.“ (QDeV). Gegründet wurde der Verein im Frühjahr 2014 von vier inhabergeführten mittelständischen Familienunternehmen aus der WDVS-Branche (neben Brillux Baunit GmbH, DAW SE und Sto SE & Co. KGaA). Mit der Knauf Insulation GmbH konnte ab Jahresbeginn ein weiteres prominentes Unternehmen als Mitglied gewonnen werden. Auch drei neue Förderer (Karl Bachl Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG, EJOT Holding GmbH & Co. KG sowie Deutsche Rockwool GmbH & Co. OHG) drücken den Zuspruch aus, den die Dämm-

branche dem Träger der materialübergreifenden Initiative, dem „Qualitätsgedämmt e.V.“, entgegenbringt. Die erfolgreiche Strategie des QDeV: Die Mitgliedsunternehmen bündeln ihre Kräfte nicht für ein bestimmtes Produkt, sondern für ein übergeordnetes Thema. Und dies strikt materialunabhängig und herstellernerneutral. Das schafft bei den jeweiligen Zielgruppen Hausbesitzer, Handwerk, Politik und letztlich auch Medien ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit und Zutrauen.

Perspektive bis 2019

„Nach einer äußerst intensiven Aufbauphase haben wir sehr schnell unsere PS auch auf die Straße gebracht“, beschreibt Brillux Produktmanager WDVS Albert Klein den Werdegang des „Qualitätsgedämmt e.V.“:

„Zusammen sind wir stark. Die Kooperation von inhabergeführten Unternehmen verschafft uns eine gute Position, das nicht immer einfache Thema Fassadendämmung in einer breiten Öffentlichkeit, bei Kunden, Markt und Politik positiv zu etablieren.“

Bis mindestens 2019 soll die Initiative „dämmen-lohnt-sich.de“ nun fortgeführt werden. Albert Klein: „Wir sind auf dem richtigen Weg, und wir haben noch viele Aufgaben vor uns. Ich bin zuversichtlich, dass wir sie gemeinsam erfolgreich bewältigen werden!“



Weitere Infos zum Partnerangebot von „dämmen-lohnt-sich.de“ finden Sie unter www.dämmen-lohnt-sich.de/mitmachen

DIE LÖSUNG BEI STREIFLICHT

Perfekte Oberflächen bei schwierigen Lichtverhältnissen - das erfordert nicht nur eine professionelle Verarbeitung, sondern vor allem besonders hochwertiges Material. Die neue Innendispersion Superlux ELF 3000 ist die Weiterentwicklung des Bestsellers Super Latex ELF 3000 mit optimierter Deckkraft. Superlux ELF 3000 kann alles, was Super Latex konnte. Nur eben noch ein bisschen besser.



Auf sehr großen Flächen sind äußerst matte Beschichtungen gefragt, die mit einer langen Offenzeit und einem sehr guten Verlauf für ein homogenes, ansatzfreies Oberflächenbild sorgen.

Besonders in der modernen Architektur tritt auf glatten Wänden durch bodentiefe, wandangrenzende Fenster ein spezielles Licht – das Streiflicht – auf. Dieses verstärkt zum einen die visuelle Wahrnehmung von Unebenheiten in der Fläche und lässt zum anderen Rollenansätze in der Beschichtung sichtbar werden. Neben der perfekten Untergrundvorbereitung sind auf solchen Flächen matte Beschichtungen gefragt, die mit einer langen Offenzeit und einem sehr guten Verlauf punkten. Superlux ELF 3000 meistert auch schwierigste Lichtverhältnisse, die jeden unsauberen Farbauftrag enttarnen könnten. Durch den hervorragenden Verlauf entstehen auch auf größten Flächen mit direktem Seitenlicht weder Ansätze oder Überlappungen noch sonstige Markierungen. Die lange Offenzeit ermöglicht ansatzloses Arbeiten mit minimaler Rollstruktur sowie eine gute Ausbesserungsfähigkeit – unabhängig davon, ob der Untergrund Putz, Beton, Gipskarton oder Raufaser ist. Streichen, Rollen, Spritzen – jedes Auftragsverfahren ist möglich. Auch durch nebelarmes Airless-Spritzen lassen sich erstklassige Ergebnisse erzielen.

Hohe Deckkraft und perfekte Oberflächen

Die Rezeptur macht es möglich: Normalerweise

reduzieren grobe Füllstoffe, die für ein perfekt mattes Oberflächenbild zuständig sind, das Deckvermögen einer Dispersion. Brillux ist es jetzt gelungen, diesen Widerspruch aufzulösen. Dazu musste jeder einzelne Bestandteil der Dispersion hinterfragt und überprüft werden. Das Ergebnis: eine sehr gut deckende Wandfarbe mit stumpfmatter Oberfläche.

Einfach abtönen

Strahlendes Weiß, leuchtendes Rot oder dunkles Grau – Superlux ELF 3000 bietet die ganze Farbtonvielfalt und ein langlebiges, perfektes Ergebnis. Selbst dunkle und intensive Farbtöne sind so zuverlässig realisierbar.

Basecode – der Weg zu reinen, intensiven Farben

Brillante Intensivfarbtöne wie Gelb, Magenta oder Rot haben pigmentbedingt ein geringeres Deckvermögen. Bei solchen kritischen Farbtönen empfiehlt sich das Brillux Basecode-System: Durch einen deckenden Erstanstrich in einem Basecode-Farbtönen reichen zwei weitere Anstriche des brillanten Endfarbtönen für ein optimales Deckvermögen aus. Das Resultat ist ein einheitliches Oberflächenbild, das bislang technisch nicht erreicht werden konnte. ■



Mit der Polyamid-Farbwalze 1314 lässt sich Superlux besonders gut verarbeiten. Sie ist leicht auswaschbar und nahezu fusselfrei.



www.brillux.de/superlux

VORTEILE VON SUPERLUX ELF 3000 AUF EINEN BLICK

- ELF = emissionsarm, lösemittel- und weichmacherfrei
- für Flächen mit kritischen Lichtverhältnissen
- hervorragendes Oberflächenbild
- hoch wasserdampfdiffusionsfähig
- schadstoffgeprüft und produktionsüberwacht vom TÜV Süd
- Nassabriebbeständigkeit Klasse 2
weiß: Deckvermögen Klasse 1 bei 7 m²/l
altweiß: Deckvermögen Klasse 1 bei 8 m²/l
- sehr leicht zu verarbeiten, lange Offenzeit

EIN VOLLER ERFOLG

Im Kino, auf der Straße, im Internet: Die Nachwuchskampagne „Deine Zukunft ist bunt“ wirbt über moderne, kreative Kanäle für ein besseres Image des Handwerks. Das Ergebnis: Immer mehr junge Menschen verfolgen die Aktionen auf Youtube und Facebook und die Ausbildungsbörse auf der DZib-Website verzeichnet kräftigen Zuwachs. Ein Zeichen dafür, dass das Interesse am Malerhandwerk endlich wieder steigt.

Deine
Zukunft
ist bunt



MALERHANDWERK
DEINE ZUKUNFT IST BUNT



Echt und ehrlich

Die drei Hauptdarsteller im Kino-Spot „Deine Zukunft ist bunt“ überzeugten mit spannenden, emotionalen Bildern und authentischen Geschichten. Sie zeigten eindrucksvoll, wie bunt und vielfältig eine Zukunft im Malerhandwerk sein kann.



Die Website

www.dzib.de

Neben dem neu eingeführten Gewinnspiel verzeichnen die Jobbörse, die Highlights der Truck-Tour und die Informationen zum Ausbildungsberuf die meisten Klicks. Die Besuchsdauer auf der Seite beläuft sich durchschnittlich auf eine Stunde und 17 Minuten.

10.600

Besuche im Monat

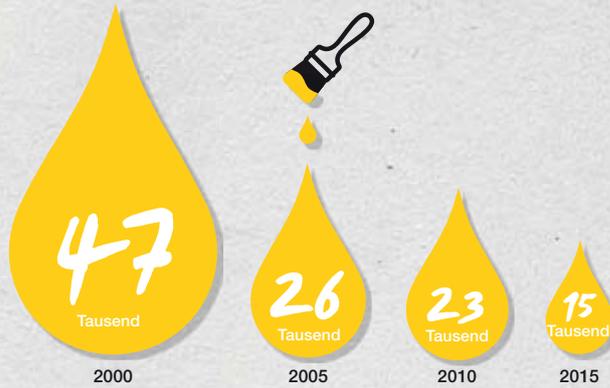


Nachwuchswerbung – das Thema der Zukunft

Was passiert, wenn dem Malerhandwerk die Azubis fehlen? Wenn Schüler lieber ein Studium beginnen als eine Berufsausbildung? Wenn geeignete Bewerber fehlen und die geeigneten andere Berufe vorziehen? Eine einfache Rechnung: In der Zukunft fehlen Gesellen, Meister und Führungskräfte, so mancher Familienbetrieb stünde vor dem Aus. Dabei ist der Malerberuf einer der kreativsten Handwerksberufe und bietet zahlreiche Chancen, Freiheiten, Perspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten. Trotzdem war es für Betriebe noch nie so schwer wie derzeit, ihre offenen Ausbildungsplätze zu besetzen – im Jahr 2000 absolvierten rund 47.000 Menschen eine Malerlehre, heute sind es nur noch 15.000. Der Markt für engagierte und motivierte Auszubildende ist hart umkämpft und das Malerhandwerk unternimmt

größte Anstrengungen, um Bewerber für die Betriebe zu finden. Die Nachwuchskampagne „Deine Zukunft ist bunt“ ist fester Bestandteil dieses Engagements. Ziel der bundesweiten und langfristig angelegten Initiative ist zum einen, in enger Zusammenarbeit mit den Innungen und Landesinnungsverbänden, junge Menschen für eine Ausbildung im Malerhandwerk zu begeistern, und zum anderen, die Betriebe tatkräftig bei der Nachwuchswerbung zu unterstützen.

Das Herzstück des umfangreichen Maßnahmenpakets bildet die Website mit der kostenlosen Ausbildungsbörse, einer Plattform für Ausbildungsplatz-Anbieter und potenzielle Azubis. Die Börse gibt Anwärtern die Möglichkeit, sich deutschlandweit direkt bei Firmen online zu bewerben, die ihrerseits dringend Azubis suchen. Das Besondere daran: Die Suche ist dank einer interaktiven ▶



Akuter Azubimangel

Die Lehrlingszahlen im Malerhandwerk gehen seit Jahren kontinuierlich zurück. Waren es im Jahr 2000 noch 47.000 Auszubildende, begannen 2015 nur noch 15.000 eine Lehre zum Maler und Lackierer.

Test und Tipps

Was muss ein Maler und Lackierer für Fähigkeiten mitbringen? Und welche kann er erlernen? Ein Selbsttest zeigt den Kandidaten, ob dieser Beruf für sie geeignet ist. Zudem gibt es zahlreiche Tipps für Bewerbungen und zu den jeweiligen Fachrichtungen.



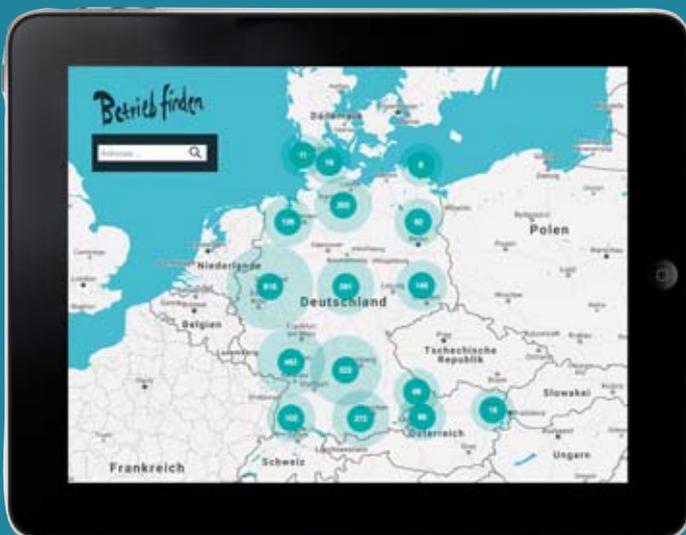
3.557 Betriebe

sind bereits auf www.dzib.de registriert.

Anmelden und ausbilden: So einfach geht's

In der Ausbildungs- und Praktikumsbörse präsentieren Sie sich mehr als 10.000 Besuchern monatlich als kompetenter Ausbildungsbetrieb und treten mit potenziellen Auszubildenden in Kontakt. Nach der Registrierung können Sie Ihre Daten jederzeit aktualisieren, Kontaktmöglichkeiten für Initiativbewerbungen schaffen und freie Stellen listen.

Melden Sie sich an unter: www.deine-zukunft-ist-bunt.de/betrieb-eintragen





Youtube

Auf dem DZib-Kanal laufen der aktuelle Kino-Spot sowie kurze Clips, in denen authentische Auszubildende von ihrem bisherigen Werdegang, ihrer beruflichen Planung und der großen Freude, die sie in ihrem Beruf empfinden, erzählen.

Über 42.000

Aufrufe

Snapchat

Nach Twitter nutzt Brilllux nun auch Snapchat: Über diese App werden Fotos und Videos verschickt, die maximal zehn Sekunden lang zu sehen sind - danach verschwinden sie vom Bildschirm.

Instagram

Auf dieser Plattform sprechen die Bilder für sich: Hier sind farbgewaltige Fotos von den Brilllux Color Runs, Sonnenuntergängen oder außergewöhnlich gestrichenen Wänden zu sehen.



Facebook

„Deine Zukunft ist bunt“ verzeichnet stündlich mehr Abonnenten. Hier werden, neben informativen Beiträgen, auch witzige Filme und Fotos eingestellt und mit virtuellen Freunden geteilt.

Über 24.000

Fans

Deutschland-Tour

Der Show-Truck war im vergangenen Jahr auf über 50 Veranstaltungen im Einsatz. Sein Innenraum ist wie eine WG aufgebaut. Den Jugendlichen stehen aktive und interaktive Mitmachspiele zur Verfügung, die ihnen das Malerhandwerk näherbringen.



Landkarte und der praktischen Zoomfunktion sehr übersichtlich. Die Zahlen sprechen für sich: Die Website www.Deine-Zukunft-ist-bunt.de verzeichnet mittlerweile 10.600 Besuche im Monat, über 3.500 Betriebe haben sich bereits angemeldet. Der Pool – und damit die Anzahl der Erfolgsgeschichten – wächst so kontinuierlich Tag für Tag.

Motivation auf allen Kanälen

DZib wirbt für ein aktives und modernes Image und nutzt etliche Kanäle, um junge Menschen zu erreichen. Vor allem der Kinospot, der im vergangenen Herbst in 600 Kinos von 2,2 Millionen Menschen gesehen wurde, war ein großer Erfolg. Der Film, der auch in diesem Jahr auf der Leinwand zu sehen sein wird, porträtiert drei Charaktere und ihren jeweils ganz unterschiedlichen

Werdegang im Malerhandwerk und beweist eindrucksvoll, wie bunt und vielfältig der Beruf sein kann. Zusätzlich setzt Brillux vermehrt auf Social Media. Werbung muss schließlich dort stattfinden, wo sich die Zielgruppe der 15- bis 18-Jährigen in ihrer Freizeit tummelt. Und das ist häufig im Netz: Auf Facebook verzeichnet „Deine Zukunft ist bunt“ bereits fast 25.000 Fans, Tendenz steigend. Dort werden täglich spannende News, lustige Clips, Gewinnspiele und anschauliche Erfahrungsberichte gepostet. Weitere Internet-Kanäle werden durch Instagram, Twitter, Snapchat und Youtube bedient, auf denen vor allem die Image-Videos über die Erfolgsgeschichten der Azubis geklickt werden.

Wer zuhause vor dem Computer nicht erreicht wird, wird von Brillux besucht: Für Präsentationen auf Messen, Aktionstagen oder Events in ganz Deutschland



Großes Kino

Im Brillux Spot werden drei Charaktere vorgestellt, die verschiedene Seiten des Malerhandwerks beleuchten. Jeder steht Pate für eine andere Spezialisierung. Der Clip der Kampagne wird auch in diesem Jahr in vielen Kinos gezeigt.

2,2 Mio. Zuschauer

in 600 Kinos

Kino-Spot

steht ein voll ausgestatteter Show-Truck zur Verfügung. Er ist das ganze Jahr auf Tour, um über Zukunftschancen im Malerhandwerk aufzuklären und potenzielle Auszubildende abzuholen. Statt kühler Atmosphäre und theoretischer Informationen besitzt der Truck einladenden WG-Charakter: Auf einem gemütlichen Sofa können sich die Jugendlichen interaktive Video-Interviews mit authentischen Auszubildenden ansehen, am iPad den Selbsttest „Ist der Beruf des Maler und Lackierers der richtige für mich?“ absolvieren oder live den Farbdesigner testen.

Vor-Ort-Unterstützung und individuelle Werbemittel

Nicht nur die Jugendlichen, auch die Betriebe sollen anhand der Kampagne motiviert werden, weiterhin auszubilden. Deshalb leistet DZib mit diversen Print-Anzeigen in den Fachzeitschriften des Handwerks

umfangreiche Pressearbeit. Eine Anzeigenkampagne in Schülermedien und Elternzeitschriften, speziell zugeschnitten auf Eltern und Lehrer, ist bereits in Planung. Um Betrieben die Nachwuchssuche zu erleichtern, bietet die Kampagne jetzt individualisierbare Flyer mit praktischen Bewerbungstipps, einer Checkliste für eine aussagekräftige Bewerbung und ein erfolgreiches Vorstellungsgespräch. Zusätzlich können Betriebe Werbemittel wie Postkarten, Anzeigenvorlagen, Collegeblocks, Türanhänger, Kopfhörer, Tassen, Powerbank, USB-Karte oder Kugelschreiber individuell selbst gestalten und an ihre Kunden oder Interessierte auf Ausbildungsmessen abgeben. Auf diese Weise wächst die Kampagne stetig und kann zukünftig auch über die Endkunden weitere junge Menschen erreichen, um sie für den Ausbildungsberuf des Malers und Lackierers zu begeistern. ■



Plakativ und aufstellbar

Zur Vor-Ort-Unterstützung auf Events, Karrieremesen oder Aktionstagen stellt Brillux Messestände, Banner und Mobiliar im Kampagnendesign leihweise zur Verfügung. Anfragen zur Verfügbarkeit und zu den Konditionen können an den Brillux Verkaufsberater oder die Niederlassung gerichtet werden.

Persönlich und individuell

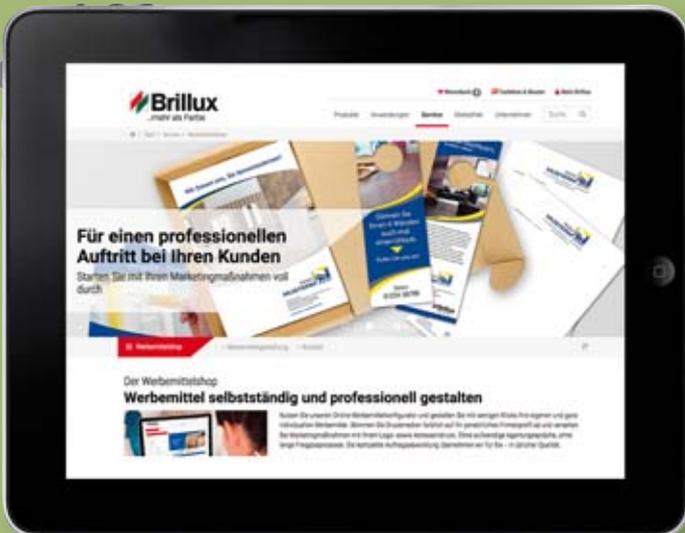
Becher, Kugelschreiber, Türanhänger, Turnbeutel, USB-Karten und vieles mehr können nun im Werbemittelshop bestellt werden. Alle Produkte sind mit persönlichen Firmendaten individualisierbar und eignen sich optimal als Geschenk.



Wertvolle Werbung

Im Brillux Werbemittelshop finden Sie professionell und ansprechend gestaltete Werbemittel, Internet-Werbebanner und Anzeigenvorlagen im Kampagnendesign. Hier stehen neben neuen Internet-Werbebanner auch Info-Flyer, Türanhänger, Plakate, Autoaufkleber und vieles mehr für Ihre Nachwuchswerbung zur Verfügung.

www.brillux.de/service/werbemittelshop/werbemittel/468957.deine-zukunft-ist-bunt/



EXISTENZGRÜNDUNG



Steven Jeschke

Der 32-Jährige aus dem brandenburgischen Nauen absolvierte erst eine Ausbildung zum Maler und Lackierer, anschließend spezialisierte er sich auf Raumausstattung, um vor einem Jahr seinen eigenen Betrieb zu gründen. Das aktuelle Projekt des Jungunternehmers: Er besucht seit einigen Wochen die Meisterschule für Maler und Lackierer.

„EIN TOLLER SERVICE“

Corporate Design, Websiteerstellung, Autobeschriftung - Steven Jeschke hatte alle Hände voll zu tun, als er den ersten eigenen Betrieb gründete. Dank des Pakets für Existenzgründer war alles rechtzeitig zur Eröffnung fertig.

Wie sind Sie auf das Existenzgründer-Paket

gekommen? Mein Brillux Verkaufsberater Dominik Petrusch informierte mich darüber, als ich ihm von meinen Existenzgründungsplänen und -sorgen erzählte. Im Nachhinein muss ich sagen, dass dieser Tipp für mich Gold wert war. Die Selbstständigkeit vorzubereiten hieß für mich in vielerlei Hinsicht, absolutes Neuland zu betreten. Allein, wenn ich an all die planerischen und buchhalterischen Herausforderungen denke, mit denen ich mich konfrontiert sah. Und natürlich drängte die Zeit. Das Existenzgründer-Paket war für mich wie ein „Erste-Hilfe-Set“, das mir half, so manche Hürde zu bewältigen. Die Beratung war vorzüglich und die Umsetzung der besprochenen Services war ebenso schnell wie gründlich. Mein Fazit: Der KundenClub hat mir geholfen, mich zu sortieren, und er hat mir aufgezeigt, welche Möglichkeiten ich überhaupt habe.

Welche waren das? Zuerst brauchte ich ein professionelles Erscheinungsbild. Mir war klar, dass ich ein individuelles Logo benötige, und ich hatte bereits eines

entworfen. Auf Basis meiner Zeichnung entwickelte der KundenClub dann das Logo, ohne meine Idee zu verwässern. Im Gegenteil, sie wurde perfekt integriert. Die Grafik- und Webdesign-Profis aus dem Brillux KundenClub gestalteten meine komplette Website, meine gesamten Geschäftspapiere wie Briefbögen und Visitenkarten sowie die Folie für mein Auto. So konnte ich sofort professionell in die Akquise gehen. Das Feedback meiner neuen Kunden ist bis heute durchweg positiv.

Was hat Ihnen besonders gut gefallen? Abgesehen vom rasanten Tempo hat mich vor allem die unkomplizierte Umsetzung überzeugt. Ich konnte meine gestalterischen Vorstellungen zu jedem Zeitpunkt einbringen. Der Brillux KundenClub sorgte dann dafür, dass diese vollständig verwirklicht wurden, indem er für mich professionelle und kreative Lösungen fand. Die Kommunikation klappte wirklich super. Ich habe mich oft gefragt, wo der Haken ist. Aber es gab keinen.

Ich bin zu 100 Prozent zufrieden. Das Preis-Leistungs-Verhältnis sucht wirklich seinesgleichen. ■

„Alles aus einer Hand, innerhalb kürzester Zeit - das bekomme ich sonst nirgendwo zu diesem Preis.“

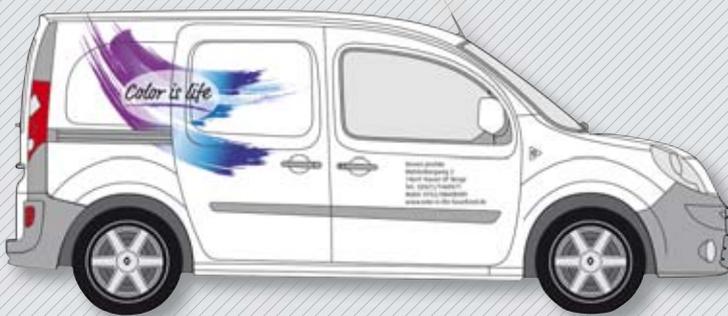
Steven Jeschke, Inhaber Raumausstatter S. Jeschke



EXISTENZGRÜNDER-PAKET

Wir entwickeln für Sie ein individuelles und professionelles Corporate Design inklusive Geschäftsausstattung und Layoutentwurf für eine Fahrzeugbeschriftung sowie eine aussagekräftige Website. Die Basisausstattung für Meisterschüler und Jungunternehmer (auch ohne KundenClub-Mitgliedschaft) kostet 850 Euro.

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



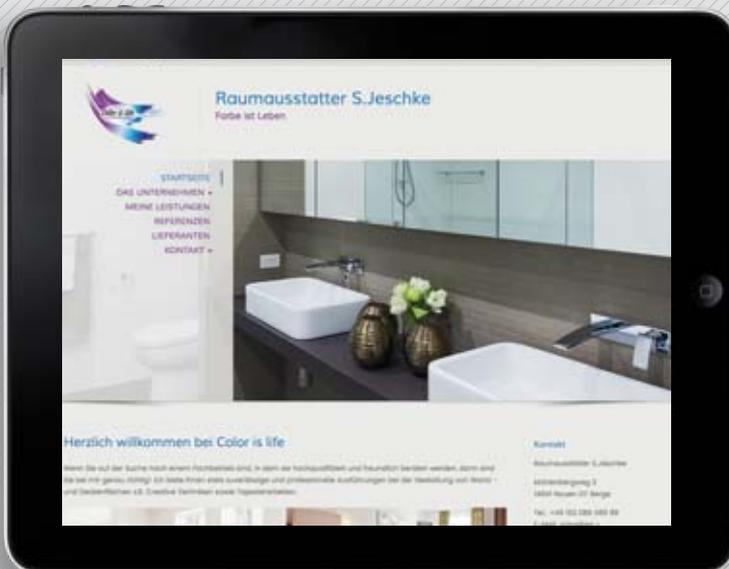
FÄRBIGE FAHRZEUGBESCHRIFTUNG

Ein individuell komponiertes Layout für die Gestaltung des Firmenwagens ergänzt das einheitliche Erscheinungsbild und bringt neue Kundenkontakte.



ORIGINELLES DESIGN

Exklusive Logo-Entwicklung, Grafik-Design und Druck für Briefbögen (1000 Stück) und Visitenkarten (200 Stück).



IDEENREICHER INTERNETAUFTRITT

Mit dem Brillux WebSet wird die Selbstdarstellung im Netz komplett - samt Fotogalerie, Gestaltungsbeispielen und Referenzen.

RETRO

HEITER

VERTRAUTES VINTAGE

SANFT

SINNLICH

SCHIMMERND

VERTRAUT



Es schmeckt nach Milchbar und Diner und klingt wie Swing und Rock 'n' Roll: Die Farben der Stilkarte „Vertrautes Vintage“ entführen den Betrachter sanft in eine Farbwelt voller pudriger Patina.

*Und wer weiß? Vielleicht speiste und flirtete auch Schauspielerin und Sexsymbol Marilyn Monroe (*1962) inmitten dieser typisch Fünfziger-Jahre-American-Diner-Farbwelt. Die Blondine hatte ein Faible für Entrecôtes, Eier und Eiscreme und bevorzugte, neben*

pastellfarbenen Cadillacs, bekanntermaßen funkelnde Diamanten. Zukünftig schmiegt sich der Glanz jedoch nicht mehr nur in Form eines Anhängers um Handgelenk, Finger oder Hals. Er schmückt, dank der innovativen, metallischen Farbtöne von Brillux, nun auch großflächig die eigenen vier Wände - frei nach dem Lebensmotto der Hollywood-Stil-Ikone „Everyone is a star and deserves a chance to shine“ („Jeder ist ein Stern und verdient zu leuchten“). Dem können wir nur zustimmen und finden: Auch ein Zuhause darf ungeniert brillieren.

NOSTALGISCH

PUDRIG

MODERN

Mehr als Worte. Unsere Stilkarten ...

- ... lassen Ihre Kunden Farbe sinnlich erleben und vermitteln ein neues, farbiges Lebensgefühl.
- ... machen Lust auf Veränderung.
- ... geben konkrete Anwendungsbeispiele für die jeweilige Farbe.
- ... sind eine ideale Unterstützung für Ihr Beratungsgespräch.

Individuell und jederzeit griffbereit.

Das neue Motiv „Vertrautes Vintage“ ist eines von nun insgesamt 20 Stilkartenmotiven, die im Brillux Werbemittelshop auch individualisiert mit Ihrem Logo und Adresseindruck erhältlich sind.

Zur Präsentation im Beratungsstudio oder Fachgeschäft empfehlen wir den dekorativen Acryl-L-Ständer. Und für unterwegs die praktische Stilkartenbox. Mit ihr haben Sie jederzeit alle Stilkarten direkt zur Hand.

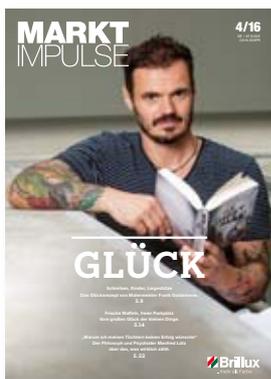
Darüber hinaus stehen Ihnen viele der Stilkartenmotive in verschiedenen Formaten zur Verfügung. So haben Sie die Möglichkeit, den jeweils in den Fokus gerückten Farbtonbereich ganz nach Ihren Wünschen zu bewerben:

- als Stilkarte
- im Format DIN A0 als selbstklebende Motivfolie
- im Format DIN A1 als Einleger/Poster
- als 1- oder 2-spaltige Anzeigenvorlage für die Lokalpresse

Weitere Informationen erhalten Sie online unter:
www.brillux.de/stilkarten
oder direkt von Ihrem Verkaufsberater.



In der nächsten Ausgabe stellen wir Ihnen hier die Stilkarte „Glamouröser Samt“ vor.



Was sagen Sie zur letzten MarktImpulse, HERR KIRCH?

Guten Tag, Herr Kirch, schön, dass Sie Zeit finden, mit uns die MarktImpulse anzuschauen. Hat Sie das Heft angesprochen? Das tut es immer. Schon wenn man es in Händen hält, erkennt man sofort, dass dies kein reines Info-Maler-Blatt eines Farbenherstellers ist. Die MarktImpulse hat hochwertiges, dickes Papier, Themen und Bilder sind phantasievoll aufeinander abgestimmt. Sie spricht das Gewerk auf der Praxisebene an, geht aber oft noch wesentlich tiefer.

Tiefer? Damit meine ich das Konzept, jeder Ausgabe ein übergeordnetes, facettenreiches Thema als Stempel zu geben, wie in diesem Falle „Glück“. Vor allem die gut durchdachte Auswahl der Protagonisten überzeugt mich. Das sind oft richtige „Typen“, Maler, die authentisch sind und Spannendes zu erzählen haben. Frank Goldammer, als Malermeister und Buchautor, ist das beste Beispiel dafür, dass ein Mensch nicht nur ausschließlich einen Weg gehen muss, sondern auch andere Interessen weiterverfolgen und erfolgreich ausbauen kann.

Welche Seiten haben Sie glücklich gestimmt?

Neben den informativen Seiten wie zur aktuellen Stilkarte oder dem Interview über die neue Website von Brillux hat mich, als Firmenchef und als Familienmensch, das Titelthema „Waffeln und Dünen“ emotional abgeholt. Ich musste oft lächeln, während ich es las. Glück findet sich eben in den kleinsten Dingen und ist kein Selbstzweck, das wurde im Text toll transportiert. In anderen Kundenmagazinen geht es fast ausschließlich um Produktbeschreibungen, Brillux geht da einen deutlich kreativeren Weg. Auch optisch hat es mich überzeugt: Die Illustrationen waren zeichnerisch hervorragend und hatten eine dreidimensionale Tiefenwirkung. Man merkt, dass sich da Ihre Redaktion viele Gedanken gemacht hat.

Danke – auch ein Kompliment macht glücklich!

Konstruktive Kritik auch.

So ist es. Wir sind ganz Ohr. Die Doppelseite „Perspektiven“ könnte in Einzelfällen ein paar Zeilen mehr Text vertragen. Mir fehlten in diesem Heft Hintergrundin-



Foto: Thomas Fährlich

Ralf Kirch

Der Malermeister gründete im Jahr 1997 die „Werkstätten für Malerei und Anstrich“. Der Betrieb des 49-Jährigen überzeugt seitdem Privat- und Großkunden in ganz Deutschland mit kreativen und individuellen Gestaltungslösungen. Der Familienmensch lebt im Dorf Höfen bei Monschau mit Ehefrau Yvonne, 42, seinen drei Kindern Mia, 5, Maja, 12, Max, 15, und Hündin Emma.

formationen zu der Festung in Jodhpur, von der aus der Fotograf das Bild geschossen hat. Und bei der Umfrage zum Thema Glück waren mir ein, zwei Antworten der Maler ein wenig zu allgemein ausgefallen.

Was würden Sie in Zukunft gern bei uns lesen?

Außer, dass meine Mitarbeiter und ich einen Fassadenpreis gewonnen haben? Nein, im Ernst, ich bin sicher, die Mischung im kommenden Heft wird mich wieder inspirieren. Und ich lasse mich gern überraschen.

Herr Kirch, danke für das nette Gespräch und Ihre Anregungen. ■

**DAS SCHWERPUNKTTHEMA DER NÄCHSTEN AUSGABE IST:
ARBEIT UND GENUSS. MACHT, WAS IHR LIEBT.**

„Wenn du eine Stunde lang glücklich sein willst: Schlafe. Wenn du einen Tag lang glücklich sein willst: Geh fischen. ... Wenn du ein Jahr lang glücklich sein willst: Erbe ein Vermögen. Wenn du ein Leben lang glücklich sein willst: Liebe deine Arbeit.“

Konfuzius (551 v. Chr. bis 479 v. Chr.), chinesischer Philosoph

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 + konzeption,
Bernstorffstraße 99, 22767 Hamburg,
www.formba.de

Chefredaktion/Autor: Jonas Demel

Autoren: Wiebe Bökemeier, Ralf Krämer

ERSCHEINUNGSWEISE 4x jährlich

ISSN 1610-6822

Nachdrucke, auch auszugsweise, oder andere
Formen der Vervielfältigung bedürfen der
ausdrücklichen Genehmigung von Brillux. Für
unaufgefordert eingeschickte Manuskripte und
Bilder wird keine Haftung übernommen.





Einer unserer Bestseller – frisch renoviert



**NEU: Jetzt noch
mehr Deckkraft**

Superlux ELF 3000 **Perfekt matt, perfekte Entscheidung.**

Wenn es um perfekte Oberflächen, kritische Lichtverhältnisse, gute Verarbeitung und brillante Intensivfarbtöne geht, denken erfahrene Handwerker sofort an Super Latex ELF 3000. Jetzt müssen Sie umdenken. Denn wir haben unseren Bestseller noch einmal verbessert: Noch höhere Deckkraft bei gleichbleibend perfekten, stumpfmatten Oberflächen. Und weil diese neue Innendispersion damit unvergleichlich ist, haben wir ihr auch einen neuen Namen gegeben: Superlux ELF 3000. Überzeugen Sie sich selbst. Ab sofort in Ihrer Brillux Niederlassung.

www.brillux.de/superlux

 **Brillux**
..mehr als Farbe