

AZUBI GESUCHT

gefunden!

Warum es so schwer ist, den richtigen Auszubildenden
zu finden – und wie es trotzdem klappt.

S. 16

NÄCHTLICHES BLAU

MEHR AUF SEITE 60

Axel Soyez, Geschäftsführer
der Soyez Stukkateur GmbH,
mit den Auszubildenden
Daniel Selke und Fatih Morgül.



AUSBILDER GESUCHT

gefunden!

„Ich wollte in einem Betrieb lernen, in dem ich mich menschlich wohl fühle und der mich wirklich fördert. Bei Soyez sind die Bedingungen ideal. Das versuche ich zurückzuzahlen.“

Daniel Selke, 29, drittes Lehrjahr

AUSZUBILDENDE – UMWORBEN WIE NIE

Kreativ, zukunftsfest und voller Abwechslung: Mit welchen Argumenten die Malerbranche auch in Zeiten des demografischen Wandels bei jungen, motivierten Menschen punkten kann.

16



BUDNIKOWSKY

Freundlich, sozial, regional: Wie es der Drogeriemarktkette Budnikowsky gelingt, die Sympathien der Hamburger zu gewinnen und für Auszubildende attraktiv zu sein.

32

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

die richtigen Auszubildenden für den eigenen Betrieb zu finden – also diejenigen, auf deren Schultern die Firma irgendwann einmal stehen soll – ist heute anspruchsvoller denn je. Die Gründe dafür kennen wir alle: der demografische Wandel; der Trend, dass immer mehr junge Menschen Akademiker werden wollen; die Konkurrenz der Industrie, die inzwischen um jene Auszubildenden wirbt, die sich früher wahrscheinlich sofort für das Handwerk entschieden hätten. Wie es trotz dieser Ausgangslage gelingt, motivierte, zielstrebige, zuverlässige, angenehme Menschen für den eigenen Betrieb zu gewinnen, ist ein Hauptthema dieser Ausgabe.

Natürlich können wir Ihnen kein Patentrezept bieten, doch wir sind überzeugt, dass es immer wichtiger wird, mit seinen Fachkräften von morgen in einen intensiven Dialog einzutreten. Ihnen einerseits die Perspektiven, aber auch die Anforderungen, die unsere so zukunftsbeste Branche bietet und stellt, klar aufzuzeigen. Andererseits aber auch die Erwartungen, Ziele und Wünsche des Auszubildenden kennenzulernen.

Wenn Chancen und Pflichten klar benannt werden, der junge Mensch spürt, dass er genauso gefördert wie gefordert wird, und man sich auf Basis gegenseitiger Wertschätzung begegnet, ist man schon auf einem guten Weg. Ein exzellentes Beispiel dafür ist die Firma Soyez aus dem schwäbischen Ilsfeld, die diese Prinzipien beispielhaft vorlebt, wie die Reportage auf Seite 10 zeigt. Auszubildende, die zu Partnern und entscheidenden Stützen des Unternehmens werden können, gibt es nach wie vor. Wir müssen nur etwas gründlicher nach ihnen suchen. Und sie dann für uns begeistern.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre.
Ihre MarktImpulse Redaktion



TRENDS

NEUES LICHT

Vernetzung, Miniaturisierung,
OLED: über das Licht von
morgen und die Arbeit des Licht-
designers Andreas Schulz.

36



INHALT

06 BUNTES

Farbige Fakten von kurios bis komisch.

08 25 JAHRE FASSADENPREIS

Domenico De Benedittis über das, was sich
nach seinem Sieg 2015 für seine Firma änderte.

10 REPORTAGE

Was macht die Firma Soyez bloß so
erfolgreich? Eine Spurensuche in Ilsfeld.

TITELTHEMA

16 AUSZUBILDENDE

Umworben wie nie.

24 INTERVIEW

Zeit, Geduld, Respekt: Was Ausbilder und
Auszubildende voneinander erwarten.

28 UMFRAGE

Warum haben Sie sich für eine Ausbildung
zum Maler und Lackierer entschieden?

32 HORIZONTE

Das Ausbildungskonzept der Hamburger
Drogeriemarktkette Budnikowsky.

36 TRENDS

Warum die Zukunft des Lichts digital ist.

42 KUNDENCLUB

Persönliche Dankeskarten: wie „Nolte Malerei“
sie zur Kundenbindung einsetzt.

45 MITARBEITERPORTRÄT

Was machen Sie eigentlich den ganzen Tag,
Frau Schmale?

46 UNTERWEGS

Kuba – Impressionen von einem Land im Wandel.

52 HEFTKRITIK

53 MEINE BAUSTELLE

Die Umnutzung einer alten Tuchfabrik und
einer Schule für Sehbehinderte.

58 NEWS

Neue Produkte und Innovationen von Brillux.

60 STILKARTEN

Teil 3: nächtliches Blau.

62 RÄTSEL

63 VORSCHAU

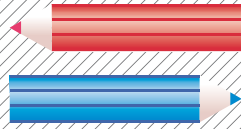


SCHLAF, ROSA, SCHLAF

Wie ein Regenbogen! Wie ein Zirkuszelt! Kindern kann es kaum knallig genug sein. Sie spüren instinktiv, welche Töne ihre Fantasie beflügeln. Beim Einschlafen blockiert der kindliche Farbkompass – Spiel ist spannender als Schlaf. Eltern können den Weg ins Schlummerland erleichtern, indem sie den Bereich rund um das Bett rosa halten. Keine andere Farbe tröstet Babys so sanft: Sie schreien in einer rosa Umgebung weniger und kürzer, fanden Schlaf-forscher heraus.

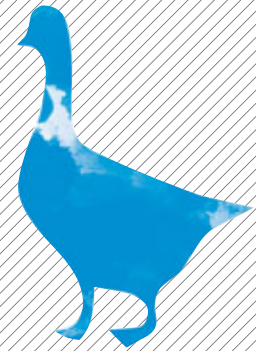


zzzzzzzzzz
zzzzzzzzzz



ALLES EINE FRAGE DER TINTE

Lehrer sollten öfter mal blaumachen, statt rotzusehen – ihren Schülern zu liebe! Denn mit Rotstift korrigieren sie strenger. Forscher der California State University ließen in einem Experiment 133 Freiwillige ein Essay überarbeiten, das vor Fehlern strotzte. Die eine Hälfte der Teilnehmer berichtigte mit roter, die andere mit blauer Tinte. Ergebnis: Wer den Rotstift benutzte, fand im Schnitt 24 Fehler – fünf mehr als die mit blauen Stiften.



BLAUES WUNDER

Wer als Kind gern Streiche spielte, erlebte anschließend sein „blaues Wunder“. Und zwar in Form einer unliebsamen Überraschung wie Stubenarrest oder Naschverbot. Nur warum ist das Wunder blau? Blau galt einst als die Farbe der Täuschung. Gaukler verschleierten ihre Tricks hinter blauen Nebelschwaden, eine blaue Gans war das mittelalterliche Symbol für das Unmögliche. Und noch heute „lügt man das Blaue vom Himmel herunter“. Mittlerweile ist die Farbe jedoch rehabilitiert: Sie steht für Vertrauen. ^F





EINE BIENE SIEHT PINK

Einmal die Welt mit anderen Augen sehen – wie wäre es durch die einer Biene oder eines Krokodils? Eine neue Software, die Fototechnologie und UV-Filter kombiniert, erlaubt britischen Forschern der Universität Exeter jetzt erstmals, durch animalische Augen zu blicken. Viele Tiere sehen unsere Welt nämlich nicht nur basierend auf drei Primärfarben wie wir Menschen, sondern auf vier oder mehr. Und so sichten Bienen pinkfarbenen Löwenzahn, der für Eidechsen tieforange leuchtet, violette Irisblüten erscheinen Marienkäfern grün und Frettchen dunkelblau. 



ZEIG MIR DEINEN LÖFFEL ...

... und ich sag' dir, wie's dir mundet. Wie süß oder pikant etwas schmeckt, hängt auch von der Farbe des Löffels ab, fanden britische Psychologen heraus. Die Testnascher empfanden Joghurt auf einem schwarzen Löffel als weniger süß als auf einem weißen. Rot und Grün verursachten keine Veränderung, Blau überraschte: Ein solcher Löffel ließ den Joghurt salzig schmecken. Simple Erklärung: Salziges wird hier häufig in einer blauen Verpackung verkauft. 



GENERATION Y

Große Familie – und gern früh Feierabend. Lukrativer Job – aber bitte mit Spaß und Sinn. Warum auch nicht? Die Frage „Warum?“ ist für die Generation Y (ausgesprochen wie „why“, englisch für „warum“) nämlich die alles entscheidende: Die 15- bis 30-Jährigen stellen Althergebrachtes infrage und damit die Arbeitswelt auf den Kopf. Sie wollen anders arbeiten, anders leben, anders sein. Mit Erfolg. Jugendforscher Klaus Hurrelmann und Journalist Erik Albrecht nennen sie die „heimlichen Revolutionäre“, die sie in ihrem Buch in ausführlichen Interviews selbst zu Wort kommen lassen.



Klaus Hurrelmann,
Erik Albrecht:
„Die heimlichen Revolutionäre – Wie die Generation Y unsere Welt verändert“
Beltz, 18,95 €



„DIESER ERFOLG ÖFFNET UNS TÜREN“

*Der Geschäftsführer der Franco & Sohn Baudekoration GmbH,
Domenico De Benedittis, über seinen Sieg beim Deutschen
Fassadenpreis 2015 – und die Sekunden und Monate danach.*



Die glücklichen Gewinner des Deutschen Fassadenpreises in der Kategorie „Öffentliche Gebäude“, Domenico und Barbara De Benedittis, bei der Preisverleihung im September 2015 auf Gut Havichhorst bei Münster.

Herr De Benedittis, noch einmal herzlichen Glückwunsch zu Ihrem Erfolg im Vorjahr. Welche Bedeutung hat der Preis für Sie eigentlich heute noch?

Oh, nach wie vor eine große. Er ist gewissermaßen allgegenwärtig. Das liegt nicht nur daran, dass der Fassaden-Oskar, den wir als Gewinner erhalten haben, direkt vor mir auf dem Schreibtisch steht.

Woran noch?

Er hat uns Türen geöffnet, und die Bestätigung unserer Arbeit beflügelt uns alle ungemein. Es ist also genau das eingetreten, was wir uns erhofft haben, als wir uns bewarben. Sehen Sie: Wir haben sehr bewusst beim Deutschen Fassadenpreis eingereicht und nicht bei irgendeinem anderen Wettbewerb. Jeder weiß, dass dieser Preis der renommierteste und wichtigste seiner Art ist.

Sie gewannen mit der Fassadengestaltung eines Familienzentrums in Rodgau, in dem verschiedene Strukturvarianten wie Kratzputz und Besenzugtechnik zum Einsatz kamen.

Als wir die Arbeiten daran abschlossen, war uns gleich klar, dass wir uns bewerben wollten. Dieses Projekt steht

Domenico De Benedittis

Die Franco & Sohn Baudekoration GmbH wurde von Francesco De Benedittis, der der Firma auch heute noch mit Rat und Tat zur Seite steht, 1988 im hessischen Rodgau gegründet. Heute führt Sohn Domenico, 33, das Unternehmen, unterstützt im Marketing von Ehefrau Barbara. Der Betrieb mit seinen 40 Mitarbeitern genießt insbesondere im Trockenbau, im WDVS-Sektor und in der Fassadengestaltung einen exzellenten Ruf.
www.francoundsohn.de



Mit dieser Arbeit gewann Franco & Sohn 2015 in der Kategorie „Öffentliche Gebäude“ den ersten Preis. Die Jury pries insbesondere die „wohlüberlegte dezente Farbwahl“ und den „geglückten Farbkanon“ des Familienzentrums in Rodgau.



www.fassadenpreis.de

in mehrfacher Hinsicht für den Anspruch unserer Firma. Wir gehen mit offenen Augen durch die Welt, und Umwelt- und Klimaschutz ist uns ein echtes Anliegen, allein schon für die Zukunft unserer kleinen Tochter Giannina. Dass dies für jeden umsetzbar sein sollte, also erschwinglich sein muss, entspricht ebenfalls unseren Überzeugungen. Wichtig ist uns natürlich auch immer die gestalterisch hochwertige Umsetzung der Vorgaben.

Wie nutzen Sie den Gewinn des Preises für Ihr Marketing?

Auf vielfältige Weise. Wir kommunizieren den Erfolg auf unserer Facebook-Seite, über unsere Fahrzeugbeschriftung und unsere Website. Und wie gesagt: Der Erfolg hat uns schon so manche Tür geöffnet. Es gibt eine Reihe von Aufträgen, die sich konkret auf den ersten Preis zurückführen lassen. Wir profitieren also jeden Tag von unserem Erfolg.

Wie haben Sie und Ihre Frau Barbara die Preisverleihung eigentlich erlebt?

Das war ein spannender und schöner Tag. Die Veranstaltung auf Gut Havichhorst hat uns rundum gut gefallen. Dass wir dann wirklich zum ersten Preisträger in

der Kategorie „Öffentliche Gebäude“ gekürt wurden, war natürlich das Sahnehäubchen. Wir wussten im Vorfeld ja nur, dass wir die Vorentscheidung überstanden hatten und nach Münster eingeladen wurden. Die Sekunden, nach denen bei der Siegerehrung dann tatsächlich unser Name genannt und wir nach vorne gebeten wurden, erlebten meine Frau und ich wie in Trance. Erfüllt von einer kaum zu beschreibenden Mischung aus Glück, Stolz und Zufriedenheit. Nach dem Sieg haben meine Frau und ich noch einen Tag in Münster drangehängt – wir wollten das Gefühl, gewonnen zu haben, noch ein wenig länger auskosten.

Wie sicher waren Sie eigentlich, dass Sie gewinnen würden?

Wir waren aus drei Gründen ziemlich zuversichtlich. Erstens wissen wir in aller Bescheidenheit, dass wir gut sind. Zweitens war das ein besonderes Projekt, in dem unter anderem auch die angesprochenen Gestaltungstechniken zum Einsatz kamen. Und drittens haben wir am 14. Mai eingereicht, dem Geburtstag meiner Frau. Was soll an einem solchen Tag schon schiefgehen?

Herr De Benedittis, vielen Dank für das Gespräch. ■

„Wir haben sehr bewusst beim Deutschen Fassadenpreis eingereicht. Jeder weiß, dass dieser der renommierteste und wichtigste seiner Art ist.“

Domenico De Benedittis

AUFGERÄUMT

Höchste Professionalität gepaart mit Menschlichkeit und einem klaren Blick fürs Wesentliche machten die Soyez Stuckateur GmbH zu einem der renommiertesten Handwerksbetriebe Baden-Württembergs. Ein Besuch bei Andrea und Axel Soyez.



Foto: Daniel Döbler

Manchmal sind es die scheinbar kleinen Dinge, die viel über einen Menschen verraten. Und über den Betrieb, den er führt. Axel und Andrea Soyez stehen mit ihrem Gast auf dem Balkon des Firmengebäudes im baden-württembergischen Ilsfeld nahe Heilbronn. Der Blick auf die Landschaft ist frei und weit. Sanft geschwungene Hügel laden ein zum Wandern, Joggen oder Mountainbiken. Ein paar Kilometer entfernt ist die Burg Stettenfels zu sehen. Errichtet im 11. Jahrhundert und im 16. Jahrhundert von der Familie Fugger zum Renaissanceschloss umgebaut, finden dort heute Jazzkonzerte und Tagungen statt,

es gibt auch einen Biergarten. Doch die Aufmerksamkeit von Axel Soyez hat sich etwas anderem zugewandt. Dem Auto, das vor dem Haus auf der Straße parkt. „Wenn das Ihr Wagen ist, würde ich vorschlagen, dass wir ihn ein Stück umsetzen“, rät er dem Besucher. „Die Lkws, die hier entlangfahren, nehmen diese Kurve manchmal etwas eng.“ Freundlich bittet er seine Tochter Alina um Unterstützung. Die 20-Jährige ist eigentlich im Rahmen ihres dualen BWL-Studiums im Haus, um Praxiserfahrung zu sammeln. Jetzt betätigt sie sich als sorgsame Wagenmeisterin und bringt das Gefährt in Sicherheit.

Axel Soyez

Seit Axel Soyez 1993 seinen Ausbildungsbetrieb übernahm, ist die Firma beständig gewachsen, inzwischen auf 90 fest angestellte Mitarbeiter. Dass er trotz Arbeitstagen von bis zu 14 Stunden in der Regel frisch und entspannt wirkt, hat viel damit zu tun, dass „es sich nicht so sehr wie Arbeit anfühlt“ und dass seine Frau, Andrea Soyez, oft in der Nähe ist. Die Architektin und Feng-Shui-Beraterin unterstützt den Betrieb im Bereich Marketing. In ihrer Freizeit geht die Familie, zu der noch die Töchter Alina (20) und Lara (16) gehören, gern auf Reisen oder betätigt sich sportlich. Er wandert und radelt gerne, Andrea Soyez freut sich an Wochenenden auf Ausritte mit Pferd „Quinette“.



Klar, hell, anregend: Das Firmengebäude bietet beste Arbeitsbedingungen.

„Es ist seine Herangehensweise an Herausforderungen, sein Blick fürs Wesentliche und seine Art zu führen.“

Andrea Soyez über ihren Mann

Gegipst, verliebt, verheiratet

„Ich bin sicher, wenn er nicht Stuckateur gelernt hätte, sondern etwas ganz anderes, dann würde es dort ebenso gut funktionieren“, sagt Andrea Soyez über ihren Mann. „Es ist seine Herangehensweise an Herausforderungen, sein Blick fürs Wesentliche und seine Art zu führen.“

Dass Axel Soyez sich nicht für etwas anderes entschied, hat zumindest zwei positive Auswirkungen. Zum einen hat es unzähligen Gebäuden im Dreieck Heilbronn, Ludwigsburg und Stuttgart keinesfalls geschadet. Davon zeugen regelmäßige Bestergebnisse in Kundenumfragen oder das „Fünf-Sterne-Meisterhaft-Siegel“, das die deutsche Bauwirtschaft seinem Betrieb 2006 (2012 erneut für weitere fünf Jahre) als erstem Stuckateurbetrieb in Baden-Württemberg zuerkannte.

Zum anderen hätten sich die beiden 1993 sonst vielleicht nicht kennengelernt. Die Architektin entschied sich damals als Bauleiterin – „Er war mein Gipser“ – für den Kostenvoranschlag des Unternehmers – und später für den Menschen Axel Soyez.

Hell, klar, einladend

Wir verlassen den Balkon, der eigentlich eine großzügige Aussichtsplattform ist, und betreten den lichten, von drei Fensterfronten gesäumten Besprechungsraum. Dieser wirkt hell und klar, einladend und anregend und bei aller Reduktion so gar nicht sachlich oder kalt.

Wie das gesamte Haus mit seinen 26 Schreibtischplätzen, die meist auf Ein- oder Zweipersonenbüros verteilt sind, trägt er die gestalterische Handschrift von Andrea

Soyez und ist geprägt von den Leitsätzen des Feng-Shui, der jahrtausendealten Harmonielehre aus China. Wer hier auf den Gedanken kommen könnte, dass es sich um esoterischen Schnickschnack handle, dem ist ein Gespräch mit Andrea Soyez zu empfehlen. „Feng Shui im geschäftlichen Bereich unterstützt nachweislich den finanziellen Erfolg eines Unternehmens, denn es erhöht die Leistungsfähigkeit der einzelnen Mitarbeiter, fördert das Betriebsklima und macht einen Betrieb einladender und anziehender für Kunden“, sagt sie – und stellt klar, man wolle mit der Lehre aus Fernost „nicht missionieren, sondern verschiedene Bereiche des Lebens spürbar optimieren.“ Nicht mehr und nicht weniger. Auch namhafte Großunternehmen übernehmen Gestaltungsprinzipien des Feng-Shui. ▶

soyez
Stuckateure und Maler

SOYEZ STUCKATEUR GMBH

GEGRÜNDET 1948

MITARBEITER 90

KERNKOMPETENZEN Innenputz, Außenputz, Vollwärmeschutz

KONTAKT axel.soyez@soyez.de | www.soyez.de

Vom Gartentor bis zur Komplettrenovierung

Bei Brezeln und frischem Kaffee erzählt Axel Soyez von den Anfängen. 1983 beginnt er bei der Firma Eisele in Oberstenfeld im Kreis Ludwigsburg seine Ausbildung zum Stuckateur. Zehn Jahre später übernimmt er den 1948 gegründeten Betrieb mit seinen acht Mitarbeitern. In den folgenden Jahren erweitert Axel Soyez kontinuierlich die Angebotspalette: Im Jahr 2000 erfolgen die Gründung der Soyez GmbH Haus und Renovieren als Komplettanbieter im Umbaubereich und der Umzug ins benachbarte Ilsfeld. 2002 kommt die H. Lutz GmbH als Spezialist für gehobenen Trockenbau hinzu. Um hochwertige Maler- und Spachtelarbeiten kümmert sich seit 2007 mit der Axel Soyez Special eine weitere Tochterfirma.

Heute umfasst das Portfolio der Soyez Stuckateur GmbH sämtliche Bereiche von der Fassadengestaltung über Wärmedämmung, Trockenbau, Oberflächengestaltung und Nassputz bis hin zur Komplettrenovierung. Der

„Kundendienst“ nimmt sich kleinerer oder Kleinstaufgaben an. Denn der Firma Soyez mit ihren inzwischen 90 Festangestellten und je nach Auftragsgröße bis zu 140 Mitarbeitern ist weder eine Herausforderung zu groß noch zu klein. „Es gehört zu unserer Philosophie, dass uns wirklich jeder Auftrag willkommen ist“, betont Axel Soyez.

Aufgeräumte Gelassenheit

Zielstrebigkeit und dieses Quäntchen „aufgeräumter Gelassenheit“: Es könnte sein, dass es genau diese Mischung ist, die seinen Betrieb so wachsen ließ. Einerseits der Blick fürs Detail und andererseits der Weitblick zu wissen, dass gewisse Kleinigkeiten am Ende des Tages nichts anderes sind als eben: Petitesse. „Ich habe nie mit einem Kunden gefeilscht oder um die letzte Ziffer hinterm Komma gestritten“, sagt Axel Soyez, „so etwas hält einen nur davon ab, sich um die wirklich wichtigen Dinge zu kümmern.“

Die „sprechenden Köpfe“ aus Granit stehen Pate für die offene Kommunikationskultur bei Axel Soyez. Statt reiner Anweisungen gibt es regen Austausch: alle gemeinsam an einem Tisch. Am Ende steht eine klare, präzise Aufgabenverteilung für alle Gewerke.



Foto links: Melanie Bauer Photodesign





Alle passten einfach nicht aufs Bild: Die alljährlichen Sommerfeste mit allen Mitarbeitern und ihren Familien sind bei Soyez eine Institution.



Auch mit Schulungen und Vorträgen zu medizinischen Fragen, etwa zur gesunden Ernährung, zollt die Firma Soyez ihren Mitarbeitern Wertschätzung.



Beim Gesundheitstag „In Bewegung“ hatten alle Mitarbeiter Gelegenheit, angeleitet von professionellen Coaches zu trainieren.



„Von übermäßiger Kontrolle halte ich nicht viel. Umso mehr von Vertrauen und Eigenverantwortung.“

Axel Soyez über seinen Führungsstil

Ob an der Wand auf der Baustelle oder bei der Bestückung der Flottenfahrzeuge: Präzision und Qualität sind für die Mitarbeiter selbstverständlich.



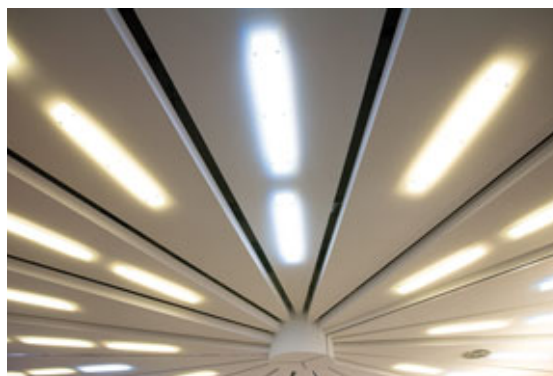
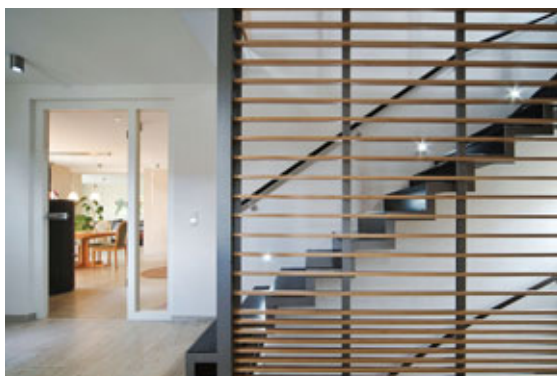
Zum zweiten Mal „Kooperation des Jahres“: Die Soyez Stuckateur GmbH wurde von der Jury des Taspo Awards erneut für ihr engagiertes Ausbildungskonzept ausgezeichnet. Sie würdigte dabei die „bestmögliche Ausbildung für die Mitarbeiter von morgen“. Ausbildungsleiter Marcel Schäfer (vorne links neben Moderatorin Ruth Moschner, rotes Kleid) nahm den Preis entgegen.



Chef Axel Soyez (l.) packt auch mal selbst mit an. Durchaus zur Freude seiner Auszubildenden.



Die hohen Ausbildungsstandards bei Soyez bleiben nicht unbemerkt: Eine Broschüre des Projekts „Ausbildung am Start“ porträtiert die Besten. Die Firma Soyez gehört dazu.



Auch wenn die Bilder für sich sprechen: Axel Soyez ist erst zufrieden, wenn der Kunde es ist. Exzellente Bewertungen und vielfältiges Lob für freundliche und engagierte Mitarbeiter bezeichnet er als eigentliche „Kernbilanz meiner Firma“.

Vertrauen und Eigenverantwortung

Zu den wirklich wichtigen Dingen im Umgang mit den Mitarbeitern zählen für ihn das Streben nach Kontinuität und vor allem Vertrauen. Natürlich gibt es klare Regeln. Für den Umgang mit dem Kunden etwa einen Zehn-Punkte-Leitfaden. Doch wer bei Axel Soyez tätig ist, kann und soll eigenständig arbeiten. „Von übermäßiger Kontrolle halte ich nicht viel. Umso mehr von Vertrauen und Eigenverantwortung. Ich verlange viel, aber ich bin auch gern bereit zu geben.“ Aufstiegschancen zum Beispiel. So haben von seinen neun Meistern fünf im Betrieb gelernt. Für ihr engagiertes Ausbildungskonzept wurde die Firma Soyez übrigens zwei Mal mit dem renommierten Taspo Award geehrt für die laut Jury „bestmögliche Ausbildung für die Mitarbeiter von morgen“. Auch umfangreiche Weiterbildungsmaßnahmen und liebevoll geplante Firmenevents, wie etwa die in einer alten Ritterburg ausgerichtete Weihnachtsfeier 2015 mit Fackelzug und Livemusik zählen dazu. Fahrten wie im vergangenen Juli, als es mit allen Meistern und Gesellen zum Vorarlberg ging, ebenfalls. Und wenn Axel Soyez

hin und wieder wochenends seine exquisiten Leder-schuhe gegen feste Stiefel austauscht, um etwa auf die Zugspitze zu wandern, dann darf wie selbstverständlich jeder im Büro gerne mitkommen. Kein Druck, auch kein unausgesprochener, aber wer Lust hat, ist herzlich willkommen. Dinge wie diese sind Ausdruck jener unangestregten Harmonie, die den Geist der Firma prägt.

In diesem Betrieb, in diesem Haus scheint wirklich alles an seinem Platz zu sein, ist an alles gedacht. Irgendwann kommt der Gast nicht umhin, seine Zahnschmerzen zu erwähnen, die ihn plötzlich piesacken. Natürlich ist der hervorgeholte Medizinschrank bestens bestückt. Unter anderem mit drei Sorten Schmerztabletten (leicht, medium, stark). „Wenn ich mir je wieder den Fuß verstauchen müsste“, denkt der Besucher beschwingt mit Blick auf die reiche Auswahl an Verbandsmaterialien, „warum eigentlich nicht hier?“ Doch das passiert nicht. Und so tritt er irgendwann unverseht, mit aufgeräumtem Lächeln (und inzwischen auch ohne Zahnweh) die Heimreise in seinem unversehten Auto an. ■

2012

Durchschnitt:

1,43

2013

Durchschnitt:

1,52

2014

Durchschnitt:

1,47

2015

Durchschnitt:

1,32

Jahr für Jahr ein „sehr gut“: Auf die exzellenten Kundenbewertungen ist man bei Soyez besonders stolz.



MALERHANDWERK
DEINE ZUKUNFT IST BUNT

BUNT WIE DAS LEBEN

Mit 28 Jahren schon Chef des eigenen Unternehmens werden, den Meister in der Tasche haben oder mit Work and Travel durch die Welt reisen – der Beruf des Malers und Lackierers bietet viele Perspektiven, Freiheiten und Karrierechancen. Und doch klagen viele Betriebe über unbesetzte Ausbildungsplätze.

Der demografische Wandel und der Trend zu Abitur und Studium machen es vielen Betrieben immer schwerer, junge Menschen zu finden, die eine Ausbildung zum Maler und Lackierer absolvieren wollen. Standen früher die Bewerber Schlange, buhlen heute die Betriebe um sie. Dieser Abwärtstrend soll jetzt gestoppt werden. Nicht nur die Politik wirbt verstärkt für das Handwerk, auch Brillux hat sich das Thema Nachwuchsförderung auf die Fahne geschrieben und eine bundesweite, groß angelegte Kampagne ins Leben gerufen. Unter dem Motto „Deine Zukunft ist bunt“ bringt das Unternehmen von der Messeunterstützung bis hin zur Stadion- und Kinowerbung zahlreiche Maßnahmen auf den Weg, um das Image des Malerhandwerks zu verbessern und Unternehmen sowie Jugendliche zusammenzubringen. Wichtigstes Element auf der Kampagnen-Website, dem Herzstück von „Deine Zukunft ist bunt“: die Ausbildungs- und Praktikumsbörse, auf der Betriebe ihre Vorzüge bundesweit und kostenlos vorstellen können, um Bewerber für sich zu interessieren. Der Bedarf ist

da: Bereits in den ersten vier Wochen nach Live-Schaltung der Börse hatten sich über 1.000 Ausbildungsbetriebe registriert.

Akademiker statt Auszubildender

Der Schritt kommt zur rechten Zeit, denn bereits jeder dritte Betrieb konnte nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen, ermittelte der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH). Der häufigste Grund: fehlende Bewerber. Und die Zahl der unbesetzten Lehrstellen steige stetig, erklärt Peter Wollseifer, Präsident des ZDH, die dramatische Entwicklung: „Für Unternehmen war es noch nie so schwer, ihre offenen Ausbildungsplätze zu besetzen.“ Daran ist zum einen die demografische Entwicklung schuld: In Deutschland werden im Jahr 2025 im Vergleich zu heute rund 120.000 Jugendliche pro Jahr weniger die allgemeinbildenden Schulen verlassen. Zum anderen entscheiden sich immer weniger Schulabgänger für eine klassische Lehre: 2013 haben erstmals mehr Jugendliche ein Studium begonnen als ►

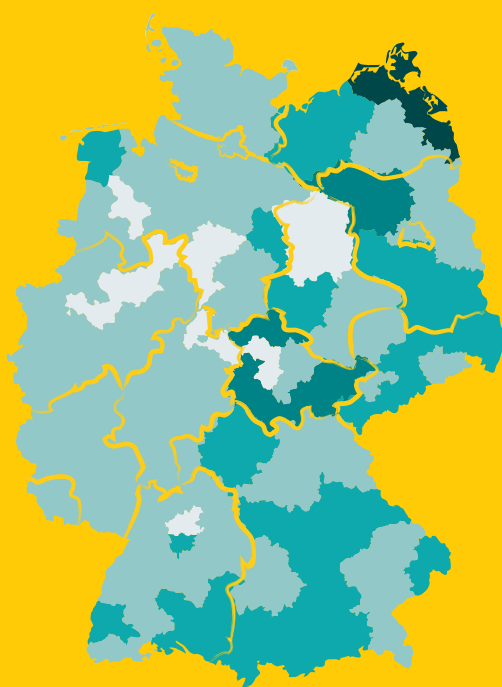


Diese Auszubildenden unterstützen die Nachwuchskampagne „Deine Zukunft ist bunt“ und zeigen eindrucksvoll, wie kreativ und kollegial der Beruf ist.

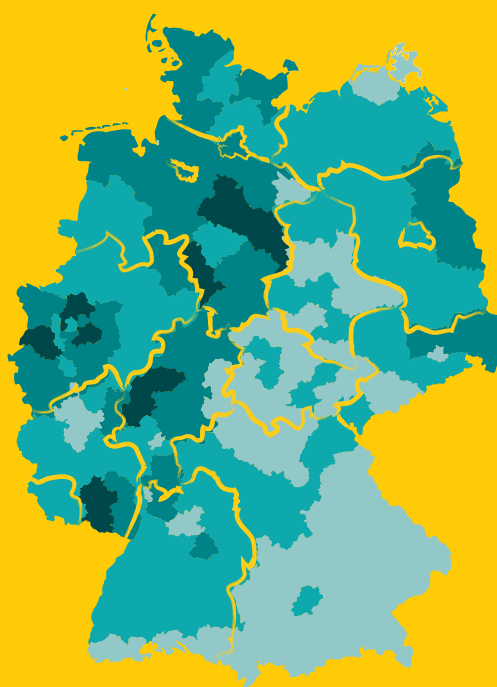


„Es gibt
viele schöne
Momente.
Mit den Kollegen
ist es immer
eine Gaudi.“

Uli (22), Auszubildender im zweiten Lehrjahr



Anteil der unbesetzten Ausbildungsplätze 2014



Anteil der erfolglosen Bewerber 2014

OFFENE LEHRSTELLEN UND ERFOLGLOSE BEWERBER

Vor allem in Mecklenburg-Vorpommern bleiben derzeit viele Stellen unbesetzt. In Niedersachsen hingegen finden viele Jugendliche gar nicht erst einen Ausbildungsplatz. Hier setzt die Ausbildungsplatzbörse von „Deine Zukunft ist bunt“ an mit dem Versuch, beide Angebote zusammenzuführen.



eine Berufsausbildung. Diese „Überakademisierung“ sieht Peter Wollseifer, selbst Maler- und Lackierermeister, kritisch: „Die Facharbeiter werden uns in wenigen Jahren überall in der deutschen Wirtschaft fehlen.“ Und zwar auf allen Ebenen. Denn die Rechnung ist klar: Zu wenig Auszubildende heute führen morgen zu einem Mangel an Gesellen und Meistern. Auch Professor Axel Plünnecke vom Institut der deutschen Wirtschaft warnt angesichts der Zahlen davor, das duale System unterzubewerten. Die berufliche Bildung in den Betrieben sei unverzichtbar, sowohl für die gesellschaftliche Integration der Jugendlichen als auch für die Innovationskraft der Wirtschaft.

Pflichtsache der Politik

Um potenzielle Auszubildende wieder für eine Lehre zu begeistern, sieht ZDH-Präsident Wollseifer nicht nur die Unternehmen, sondern auch den Staat in der Pflicht: „Politik und Gesellschaft haben sich jahrelang davon leiten lassen, dass Karrieren angeblich nur mit Abitur und Studium möglich sind“, sagt er. „Dabei brauchen wir beruflich und akademisch gebildete Menschen – das ist bis heute das Erfolgsrezept der deutschen Wirtschaft.“ Genau diese Menschen sind das Pfund, mit dem das Land wuchern kann. Was Wollseifer so klar formuliert, hat nun auch die Politik erkannt. So versucht die Bundesministerin für Bildung

und Forschung Johanna Wanka, die Vorzüge der traditionsreichen Berufsausbildung wieder verstärkt ins öffentliche Bewusstsein zu rücken. Sollte Frau Wanka dies erreichen, könnte sogar der eine oder andere unzufriedene Student in einem erneuten Rekrutierungsversuch vom Handwerksberuf überzeugt werden: Denn 100.000 Studierende brechen ihr Studium ab und sind nicht selten auf der Suche nach einem handwerklichen Beruf, bei dem man nicht ausschließlich am Schreibtisch sitzt. Viel Bewegung in Verbindung mit einem zukunftsfesten Arbeitsplatz und der Möglichkeit, kreative Akzente zu setzen, waren auch für den gebürtigen Westafrikaner Abdou (18) die ausschlaggebenden Kriterien für seine Berufswahl. Der Auszubildende zum Maler und Lackierer lebt seit etwa einem Jahr in Deutschland und ist überzeugt: „Maler ist ein großartiger Beruf.“ Auch der 22-jährige Uli fand erst im zweiten Anlauf seinen Traumjob. Nach einer erfolgreich abgeschlossenen Ausbildung zum Rechtsanwaltsgehilfen entschied er sich doch für den Malerberuf. „Diese Sitzerei hat mich nicht glücklich gemacht“, erklärt er. „Jetzt bin ich aktiver, besser gelaunt und habe mehr Spaß an der Arbeit.“

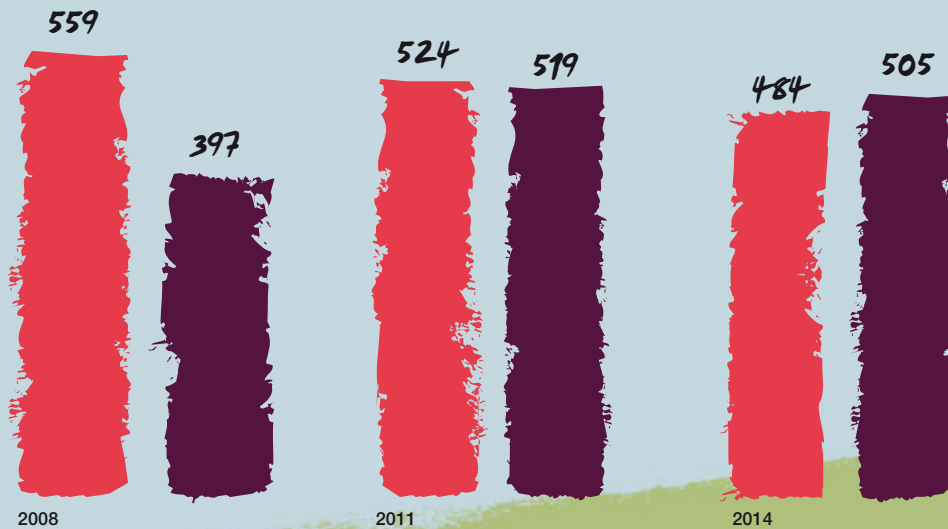
Wer sucht, muss auch finden

Abdou und Uli fanden schnell einen Ausbildungsplatz – dank einer ansprechenden Bewerbung. Und ▶

STUDIUM STATT
LEHRSTELLE

Im Jahr 2013 gab es in Deutschland erstmals mehr Studienanfänger/-innen als Auszubildende im dualen System. Auch 2014 setzte sich dieser Trend fort. Zahlen gerundet in Tausend.

 Ausbildung
 Studium



einem Quäntchen Glück: Die Quote der auszubildenden Betriebe lag laut Berufsbildungsbericht 2014 mit 20,7 Prozent auf dem tiefsten Wert seit 1999. Die traurige Bilanz: Es gibt zu wenige Bewerber und gleichzeitig nur wenige Ausbildungsbetriebe. Und die, die es gibt, kommen nur schwer zusammen. Um diesem Trend gegenzusteuern, will das Ministerium mit seinem Programm „Jobstarter Plus“ jetzt vor allem Klein- und Mittelbetrieben helfen, passende Bewerber zu finden. Auch die Arbeitsagenturen, Kammern und Wirtschaftsverbände verstärken seit einigen Monaten ihr Engagement, um offene Ausbildungsplätze und suchende Jugendliche besser zusammenzuführen. 2014 taten sich zudem Bundesregierung, Wirtschaft, Gewerkschaften und Länder zu einer „Allianz für Aus- und Weiterbildung“ zusammen. Diese Allianz plant, zukünftig neue Zielgruppen zu erreichen: Studienaussteiger, Jugendliche ohne Abschluss, Menschen mit Behinderung sowie Mütter und Väter mit familiären Verpflichtungen. Auch Flüchtlinge könnten einige dieser Lücken füllen, hofft ZDH-Präsident Peter Wollseifer. Allerdings müsste die Politik erst den Betrieben Planungssicherheit geben. „Wenn wir einen jungen Flüchtling ausbilden, muss auch klar sein, dass er über die gesamte Lehrzeit in Deutschland bleiben darf“, erklärt er seine Vorsicht. Zudem seien auch

die Azubis selbst gefordert: „Die jungen Flüchtlinge müssen rasch Deutschkurse besuchen, um in Betrieb und Berufsschule mithalten zu können.“

Image verbessern

Die demografische Entwicklung oder der Reiz des Studierens sind nicht die einzigen Probleme, mit denen das Malerhandwerk zu kämpfen hat, auch sein Image hat Risse bekommen. Zu Unrecht, findet Sophia (18), die die Kampagne „Deine Zukunft ist bunt“ unterstützt, um mit Vorurteilen aufzuräumen: „Viele haben ein falsches Bild vom Malerberuf“, sagt die Auszubildende. Sie empfiehlt Jugendlichen: „Man sollte wirklich reinschnuppern!“ Der Beruf biete neben der guten Perspektive für eine sichere berufliche Zukunft kreativen Gestaltungsspielraum und vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten, hebt die 18-Jährige hervor. Und fasst zusammen: „Ich tue Dinge, die mir Spaß machen, bin in Bewegung und bereite Freude. So komme ich fast jeden Tag gut gelaunt nach Hause.“ Ideale Bedingungen für ein funktionierendes Sozial- und Familienleben.

Vor allem echte Erfolgsgeschichten wie die von Sophia, Uli und Abdou vermitteln Jugendlichen glaubhaft, wie kreativ, kollegial und kontaktfreudig es in diesem Beruf zugeht. Um junge Menschen noch besser zu ▶

A young woman with dark hair, wearing a maroon top, is painting a 3D geometric sculpture made of white blocks. She is holding a paintbrush and looking at the camera with a slight smile. The background shows a workshop with stacks of materials.

„Ich
liebe es,
kreativ
zu arbeiten.“

Sophia (18), Auszubildende im zweiten Lehrjahr

„Ich will
richtig gut
werden
und dann
Karriere
machen.“

Abdou (18), Auszubildender im ersten Lehrjahr



Was Sophia, Abdou, Uli und ihren Kollegen
am Beruf des Malers und Lackierers
besonders gefällt, erfahren Sie hier.

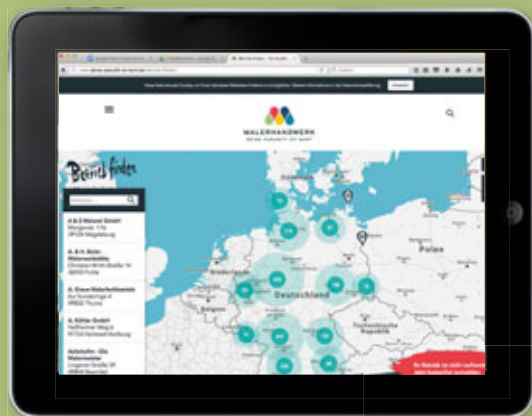
erreichen, da sind sich die Experten einig, müssen die Betriebe deutlich mehr Werbung in eigener Sache machen und etwa die Vorzüge der dualen Ausbildung oder die Aufstiegschancen in den Betrieben offensiver kommunizieren. Rund zwei Drittel der Betriebe waren im vergangenen Jahr bereit, ihre Auszubildenden zu übernehmen, ergab eine Befragung des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB).

Aktionen und Anreize

Um Auszubildende zu übernehmen, muss man zuerst einmal welche haben. Die Handwerksbetriebe benötigen mittlerweile Lockmittel, die Schulabgänger begeistern und motivieren, um sie überhaupt rekrutieren zu können. Inhalt ihrer Eigenwerbung sind deshalb ungewöhnliche Angebote wie die Finanzierung des Führerscheins, Fitnessstudio-Mitgliedschaften oder Smartphones. Laut Deutschem Industrie- und Handelskammertag (DIHK) winkt aber erst jeder zehnte Betrieb mit solchen Sonderleistungen – die Tendenz ist jedoch steigend. Aber zuerst gilt es, sich überhaupt in den Fokus der Jugendlichen zu bringen. Ein Betrieb, der etwas Besonderes zu bieten

hat, muss sich bemerkbar machen, um überhaupt gefunden zu werden. Genau hier setzt „Deine Zukunft ist bunt“ an. Mit speziellen Azubi-Marketingaktionen oder Unterstützung bei Messen und Schulbesuchen führt die Kampagne Jugendlichen die exzellenten Karrierechancen im Malerhandwerk vor Augen. Mit dem Brillux Show-Truck bringt das Unternehmen das Malerhandwerk auf Tour und präsentiert interessierten Schülerinnen und Schülern die Vielfalt und Kreativität des Berufs. Stets mit dabei: Ausbildungsbetriebe, Innungen und Institutionen, die sich für Auszubildende im Malerhandwerk einsetzen und für die Qualität im Handwerk stehen. Vor allem die Ausbildungs- und Praktikumsbörse auf der Kampagnen-Website www.deine-zukunft-ist-bunt.de ist für kleinere Betriebe eine gute Möglichkeit, aus der Masse hervorzutreten und möglichst viele Bewerber auf sich aufmerksam zu machen. Mit kreativen Werbemitteln und Aktionsständen unterstützt Brillux die Betriebe bei ihrer Nachwuchswerbung. „Deine Zukunft ist bunt“ – eine Aktion, die Schule machen könnte. Denn so bietet sich für Jugendliche die Aussicht auf eine erfolgreiche – und buntere – Zukunft. ■

SIE BILDEN AUS UND SIND AUF DER SUCHE NACH QUALIFIZIERTEM NACHWUCHS?



Die Nachwuchskampagne wurde von Brillux mit dem Ziel ins Leben gerufen, junge Menschen für den Beruf des Malers und Lackierers zu begeistern und Sie und Ihren Betrieb bei der Nachwuchswerbung zu unterstützen. In der Ausbildungs- und Praktikumsbörse präsentieren Sie sich 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

Der Brillux Show-Truck fährt durch ganz Deutschland, um Jugendliche für den abwechslungsreichen Beruf des Malers zu begeistern.



www.deine-zukunft-ist-bunt.de

ZEIT, GEDULD UND RESPEKT

Der renommierte Ausbilder Norbert Dieter und seine ehemalige Auszubildende Maren Ottens über das, was aus ihrer Sicht zu einer erfolgreichen Ausbildung gehört – und was ihnen am Malerhandwerk besonders gefällt.

UNERSCHÜTTERLICHES FUNDAMENT

Herr Dieter, seit Jahrzehnten bildet Ihr Betrieb auf höchstem Niveau aus. Wie schaffen Sie es eigentlich, immer wieder die richtigen Leute für sich zu gewinnen?

Wir haben zwar nie groß Werbung für uns gemacht, aber dass man bei uns viel lernt und das Betriebsklima stimmt, hat sich im Laufe der Jahre natürlich herumgesprochen. Mein Credo ist: Der Auszubildende wird vom ersten Tag an behandelt wie ein ganz normaler Mitarbeiter, der naturgemäß noch nicht so viel kann, weshalb er einen Anspruch auf besondere Aufmerksamkeit hat. Ich finde, wer später sehr gute Fachkräfte haben will, sollte erst einmal bereit sein, in deren Köpfe zu investieren. Wichtig ist mir, dass wir immer respektvoll und freundlich miteinander umgehen. Wir sind zwar nicht ganz so vornehm, dass wir uns gegenseitig Trinkgeld geben, aber laute Worte gibt es bei uns nicht. Das ist das eine. Zum anderen lohnt es sich, dem „Glück“ etwas nachzuhelfen.

Wie zum Beispiel?

Ich bin regelmäßig in die Schulen der Umgebung gegangen und habe im Fach Arbeitslehre den Unterricht gestaltet, was von den Lehrern gerne angenommen wurde und bei den Schülern sehr gut ankam. Damit macht man einerseits Werbung für die Malerbranche und seinen Betrieb, andererseits findet man so auch talentierte Jugendliche und kann Kontakte knüpfen, die jedenfalls bei uns zu einer Reihe von erfolgreichen Ausbildungsverhältnissen führten.

In einigen Regionen des Landes beklagt das Handwerk inzwischen einen Mangel an Auszubildenden. Was sind für Sie die stärksten Argumente für das Malerhandwerk?

Nach der Lehre verdient man gut und hat beste Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten auf einem stabilen, unerschütterlichen Fundament. Dazu kommt: Der Kunde schenkt uns viel Vertrauen. Wir schenken ihm im Gegenzug – neben dem Sachwerterhalt – Freude über die neue Fassade oder das neue Wohngefühl. Und das tut wiederum uns gut. Wer dieses Handwerk beherrscht, geht jeden Tag mit einem inneren Lächeln nach Hause. Ich würde mich heute sofort wieder für das Malerhandwerk entscheiden.

Was sollte ein angehender Auszubildender mitbringen, um im Malerberuf glücklich zu werden?

Handwerkliches Geschick, die Bereitschaft zu lernen, arbeiten zu wollen und sich auch mal die Hände schmutzig zu machen. Dazu lege ich Wert auf gute Manieren und ein gepflegtes Erscheinungsbild.

Welche Kontakte bestehen eigentlich noch zu Ihren mehr als 40 Auszubildenden?

In aller Bescheidenheit, ich bin sicher: Wenn ich nächste Woche eine große Feier ausrichten würde, würden fast alle kommen.

Herr Dieter, vielen Dank für das Gespräch. ■

„Wer später sehr gute Fachkräfte haben will, sollte erst einmal in deren Köpfe investieren.“

Norbert Dieter, Rosemarie Dieter Malermeister GmbH, Frankfurt am Main

Norbert Dieter

Als damals jüngster Absolvent überhaupt bestand der heute 69-Jährige seine Meisterprüfung mit zarten 19 Jahren. Seit 1969 schlossen mehr als 40 Auszubildende in seinem Betrieb erfolgreich ihre Lehre ab. Norbert Dieter, der 1989 den elterlichen Betrieb in dritter Generation übernahm, steigerte kontinuierlich die Ausbildungsqualität in seinem Betrieb, und die besten Auszubildenden wurden Kammer-, Landes- und Bundessieger sowie Teilnehmer/innen an Europa- und Weltmeisterschaften des Maler- und Lackiererhandwerks.

„Wer gerne
gestaltet
und Menschen
mag, für den
gibt es
einfach
keinen
besseren
Beruf.“



Maren Ottens, Steuernagel & Lampert Baudekoration, Frankfurt am Main

LÄCHELN INS GESICHT ZAUBERN

Frau Ottens, warum sollte sich ein junger Mensch für eine Ausbildung zum Maler und Lackierer entscheiden?

Oh, dafür gibt es eine ganze Reihe guter Gründe. Der Beruf ist unglaublich vielseitig und wird nie langweilig. Kein Tag ist wie der andere, man kommt viel herum und lernt ständig neue Menschen kennen, die man glücklicher und zufriedener hinterlässt als zuvor. Wir haben mit unserem Beruf das große Privileg, anderen täglich mit unserer Arbeit ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern. Wer dann noch Interesse an den entsprechenden Materialien und Oberflächen hat, für den gibt es einfach keinen besseren Beruf!

Was gab bei Ihnen selbst den Ausschlag?

Bei mir persönlich war es so, dass ich immer gestalterisch tätig sein und auf keinen Fall den ganzen Tag vor dem Computer sitzen wollte, denn ich bin nun mal kein Büromensch. Zum Malerberuf hat mich dann im Grunde eine wunderbar gestaltete Fassade in meiner Heimatstadt Karben geführt. Ihre fantasievolle Lebendigkeit im typischen Hundertwasser-Stil hatte es mir so angetan, dass ich mich nach dem ausführenden Malerbetrieb erkundigte und mich bei diesem um ein Praktikum bewarb.

Ihrem späteren Ausbildungsbetrieb.

So ist es. Nachdem ich die Abläufe, die Struktur und natürlich die Menschen des Betriebs kennengelernt hatte, war ich überzeugt, dort gut aufgehoben zu sein. Ein kurzes Praktikum vorweg würde ich Interessierten übrigens immer empfehlen. Danach müsste man eigentlich wissen, ob es passt.

Welche Eigenschaften sollte man noch mitbringen, um Maler zu werden?

Neben dem Interesse an handwerklicher Arbeit auf jeden Fall Offenheit neuen Aufgaben und anderen Menschen gegenüber. Dazu Hilfsbereitschaft, die Fähigkeit, im Team zu arbeiten, und ein gewisses Gefühl für Kommunikation. Man sollte nicht auf den Mund gefallen sein, aber auch wissen, wann es besser ist, zu schweigen und zu schaffen.

Was sollte ein Betrieb aus Ihrer Sicht leisten, um seinem Auszubildenden gerecht zu werden?

Ich denke, jeder, der eine Ausbildung beginnt, ist zunächst einmal motiviert, zu lernen und gut zu werden. Diejenigen, die für die Ausbildung verantwortlich sind, sollten dafür sorgen, dass diese Flamme der Motivation nie erlischt. Erforderlich dafür ist die Bereitschaft, Geduld und Zeit zu investieren – im Arbeitsalltag normalerweise ja eher knappe Ressourcen. Man sollte seine Auszubildenden auch mal auf die eine oder andere besondere Baustelle mitnehmen, um ihnen früh auch die Schokoladenseiten dieses Berufs zu zeigen – auch wenn sie dort handwerklich vielleicht noch gar nicht so viel beizutragen haben. Hinzu kommt: Ohne ein Klima des Vertrauens und der Wärme ist alles nichts. Gerade ein Auszubildender sollte niemals Angst davor haben müssen, ein Problem anzusprechen oder eine vermeintlich blöde Frage zu stellen. Verständnis und ein offenes Ohr für seine Anliegen sind unverzichtbar. Zum Glück hat es in meinem Ausbildungsbetrieb daran nie gemangelt.

Frau Ottens, vielen Dank für das Gespräch. ■

Maren Ottens

Nach ihrem Fachabitur ging die Hessin zwischen 2009 und 2011 bei Malermeister Norbert Dieter in die Lehre. Nach einem Jahr als Gesellin besuchte sie die Meisterschule in München, die sie 2014 mit dem angestrebten Abschluss verließ. Seit Januar 2016 ist sie im heimatlichen Frankfurt für die Firma Steuernagel & Lampert Baudekoration tätig. Während ihrer Ausbildung wurde Maren Ottens hessische Landessiegerin und erreichte auf den World Skills, der Berufsweltmeisterschaft, den vierten Platz. Wenige Tage vor dem Gespräch mit MarktImpulse ist Maren Ottens aus dem ostafrikanischen Ruanda heimgekehrt, wo sie im Rahmen des Programms „Geselle trifft Gazelle“ ihr handwerkliches Know-how zur Verfügung stellte.

„Warum haben
Sie sich für
die Ausbildung
als Maler
entschieden?“

Wie im gesamten Handwerk fehlen vielerorts auch im Maler- und Lackiererhandwerk motivierte Auszubildende. Um junge Menschen für dieses abwechslungsreiche gestaltende Gewerbe zu gewinnen, sollte man die Beweggründe für ihre Entscheidung kennen. Sechs Auszubildende geben Auskunft.

SIRID FRIEDRICHS, 23

» Räume zu gestalten und zu renovieren, liegt mir aus irgendwelchen Gründen seit jeher im Blut. Schon in den Windeln soll ich Tapeten von den Wänden gekratzt haben, heißt es. Der Umgang mit Farbe und Menschen hat mir schon immer viel Spaß gemacht. Nach der Ausbildung bei Herrn Dobrunz möchte ich gern länger im Betrieb bleiben, denn ich fühle mich hier in jeder Hinsicht gut aufgehoben, fachlich wie menschlich. Später stehen Weiterbildung oder Studium im Raum. «



Auszubildende im dritten Lehrjahr, Malereibetrieb Ferber, Witten



Auszubildender im dritten Lehrjahr,
Gerd Henning Malereibetrieb GmbH, Hamburg

PRECIOUS SABOTTKA, 29

» Der Umgang mit Farbe hat mich schon in meiner Heimat Ghana fasziniert. Schon zwischen meinem neunten und zwölften Schuljahr in Ghana bekam ich eine Art handwerklichen Gestaltungsunterricht. Als ich im Jahr 2010 nach Hamburg kam, war für mich klar, dass ich am liebsten in der Malerbranche arbeiten würde. Doch zunächst besuchte ich für anderthalb Jahre eine Sprachschule, um deutsch zu lernen, und bildete mich zusätzlich an der Abendschule weiter. Anschließend bewarb ich mich im Betrieb von Gerd Henning um einen Ausbildungsplatz und wurde genommen. Die Ausbildung macht großen Spaß und ist deutlich vielfältiger als in Afrika, wo ja zum Beispiel das Thema Wärmedämmung nicht so im Vordergrund steht. Meine Ziele für die Zukunft? Noch mehr lernen und Malermeister werden. «



Auszubildender im dritten Lehrjahr, MST GmbH, Neumünster

MIRCO MIETUSCH, 20

» Dass ich gerne mit meinen Händen arbeiten wollte, war mir immer schon klar. Zum einen, weil ich mich für einen aktiven und neugierigen Menschen halte, zum anderen ist es mir wichtig, dass ich mit meinem Beruf überall auf der Welt arbeiten kann.

Zunächst entschied ich mich für eine Kochlehre, doch die Arbeitszeiten und vor allem der raue Ton brachten mich zum Umdenken. Meinen Wechsel in die Malerlehre und zur Firma MST habe ich keine Sekunde bereut. Im Umgang mit Farben kann ich mich kreativ austoben und das betriebliche Klima ist viel angenehmer und gesitteter. Von freundlichen, respektvollen Menschen umgeben zu sein, ist für mich sehr wichtig. Nach der Lehre möchte ich gern eine Weile im Betrieb bleiben. Später will ich auf jeden Fall ein Jahr nach Australien gehen und „Work and Travel“ ausprobieren. «

STEVEN HESS, 17

» Eigentlich wollte ich immer Maler werden, den Beruf hat mein Opa schon ausgeübt, sodass ich schon als kleiner Junge von Farbe umgeben war. Nach einem Praktikum in einem Malerbetrieb war mir klar, dass ich dabei bleiben will. Ich schätze an der Ausbildung die Abwechslung. Mal ist man in großen Häusern tätig, mal streicht man die Küche von Tante Emma. Diesen direkten Kontakt mit dem Kunden finde ich schön. Genau so wichtig ist mir, dass ich in meinem Lehrbetrieb anständig behandelt werde und viel lernen kann. Beides ist bei mir absolut gegeben. «



Auszubildender im ersten Lehrjahr, FARBDesign, Berlin



Auszubildender im zweiten Lehrjahr, Maler- und Lackierermeister
Holger Griefßhammer, Weißenstadt

SIMON HEROLD, 16

» Den Beruf finde ich einfach hochinteressant. Man kann mit Farbe Menschen glücklich machen und kann am Ende des Tages genau sehen, was man geleistet hat - großartig! Durch mein Elternhaus vorgeprägt, war eine Malerlehre für mich immer eine der ersten Optionen. Dass ich bei Herrn Griefßhammer ausgebildet werde, ist für mich ein Glücksfall. Der Umgang miteinander ist ruhig und kollegial. Die Arbeit ist vielfältig und facettenreich. Auch Bodenlegen und Tapezieren sind natürlich wichtige Bestandteile meiner Lehre - gut so. «

FATIH MORGÜL, 30

» Ich hatte gleich doppeltes Glück auf dem Weg zu meiner Ausbildung. Zum einen, weil es der Zufall so will, dass mein Nachbar Stuckateur ist. Er gewährte mir so anregende Einblicke in diesen Beruf, dass ich beschloss, mit 28 Jahren diesen Beruf zu erlernen. Bei der Wahl meines Ausbildungsplatzes hatte ich zum zweiten Mal Glück: Bei der Firma Soyez fühle ich mich in jeder Hinsicht wohl. Das Klima ist freundlich und zugleich leistungsorientiert. Die Arbeit selbst ist sehr abwechslungsreich, sodass ich viel lernen kann. Kein Tag gleicht dem anderen, das gefällt mir sehr. Nach der Lehre möchte ich gern im Betrieb bleiben und weitere Erfahrungen sammeln. Dafür gebe ich jeden Tag mein Bestes. «



Auszubildender im dritten Lehrjahr,
Soyez Stuckatuer GmbH, Ilsfeld

UNSERE HEIMAT? BUDNI!

Klönschnack, Kundenbindung, Karrierechancen – der Hamburger Drogist Budnikowsky setzt auf Engagement und Nachhaltigkeit, auf Lebensfreude und Heimatliebe. Und auf echtes Interesse an den Menschen. Das ist BUDNI's Bonuspunkt, der das Familienunternehmen zum Magneten für Auszubildende macht.



*„Die BUDNI-Kultur wird von den
Mitarbeitern im Unternehmen gelebt.
Jeden Tag.“*

Julia Wöhlke, BUDNI-Geschäftsführerin

„Wir glauben an das Prinzip Fördern und Fordern.“

Garvin Vollmer, Moderator für Mitarbeiter, Service & Entwicklung



Garvin Vollmer

Mit seinem persönlichen Werdegang zeigt er jedem Neuan-kömmling, dass der beruflichen Entwicklung bei Budnikowsky wenig Grenzen gesetzt sind. Denn der 37-Jährige ist ein klassisches Eigengewächs. 1998 begann Garvin Vollmer im Rahmen des Abiturientenprogramms seine Ausbildung bei Budnikowsky zum Fachwirt für Vertrieb im Einzelhandel. Seine Zeit als Filialleiter verknüpfte er mit der Weiterbildung zum Personalreferenten, an die er parallel das Studium der Psychologie anschloss. Garvin Vollmer ist verheiratet und hat drei Kinder. Mit seiner Familie lebt er an der Süderelbe im Bezirk Harburg auf der, vom Zentrum Hamburgs aus betrachtet, „anderen“ Seite der Elbe. An deren Ufer feilt der passionierte Jogger regelmäßig an seiner Fitness. Außerdem spielt er gern Volleyball. „Ein super Sport. Man legt sich für sein Team ins Zeug und erreicht so gemeinsam mehr als allein.“

Herr Vollmer, während viele Betriebe Probleme haben, ihre Ausbildungsplätze zu besetzen, können Sie nicht über einen Mangel an Bewerbungen klagen. Was machen Sie anders?

BUDNIs guter Ruf als regionales, sozial engagiertes, umweltbewusstes Familienunternehmen mit guten Aufstiegschancen führt viele Bewerber zu uns. Dazu kommt, dass wir unsere Verantwortung als Ausbildungsbetrieb sehr ernst nehmen. Alle Ausbilder sind für ihre Tätigkeit umfassend qualifiziert und verfügen über entsprechende Abschlüsse. Darüber hinaus bieten wir zahlreiche qualifizierte Schulungen und Workshops an. Wir legen großen Wert darauf, dass jeder Einzelne die bestmögliche Ausbildung bekommt und sich in unserem Unternehmen weiterentwickeln kann.

Nach welchen Kriterien wählen Sie die Auszubildenden aus?

Die Bewerber sollten sich mit unserer Philosophie identifizieren können. Unser Geschäftsführer Cord Wöhlke hat einmal den Satz geprägt: „Wir alle haben nur einen Arbeitgeber – unseren Kunden.“ Das bedeutet, dass man sich nicht zu schade sein darf, für den Kunden da zu sein, ihm zu dienen – sondern dies im Gegenteil gern tun sollte. Ein Beispiel: Neulich unterhielt ich mich in einer Filiale mit einer Bewerberin für einen Ausbildungsplatz, als sie das Gespräch freundlich, aber unvermittelt unterbrach

und für einige Sekunden wegging. Sie hatte gesehen, dass einer Kundin mit Kinderwagen unbemerkt ein Handschuh heruntergefallen war. Das hat mich sehr beeindruckt. Junge Menschen, die Prioritäten setzen und ihre Augen und Ohren am Kunden haben, überzeugen mich.

Das Schulzeugnis spielt keine Rolle mehr?

Das würde ich so nicht sagen, aber es gibt andere Dinge, die mehr Gewicht für uns haben. Zum Beispiel die Identifikation mit dem Unternehmen und seinen Werten und die Leidenschaft, für und mit Menschen zu arbeiten. Für die Übernahme nach der Ausbildung ist entscheidend, was die Auszubildenden jeden Tag in der Filiale und beim Kunden leisten und leben. Übrigens: Auch das Alter ist für uns nicht entscheidend. Wir haben immer wieder Auszubildende, die Ende zwanzig oder Anfang dreißig sind. Eine Mitarbeiterin im zweiten Lehrjahr zur Kauffrau im Dialogmarketing ist sogar 42.

Welche Prinzipien stehen im Vordergrund?

Dieselben, die unsere Unternehmenskultur nach innen prägen: Vertrauen statt Kontrolle. Eigenverantwortung und Eigeninitiative anstatt Warten auf Aufgaben. Motivation statt Druck. Auch dem Unternehmen tut es gut, wenn die Mitarbeiter sich wohlfühlen und gern zur Arbeit kommen. Wenn Fehler passieren, wird erklärt, nicht sanktioniert. Wir glauben an das Prinzip Fördern und



„Bei BUDNI steht man täglich auf einer Bühne. Wir präsentieren uns unseren Kunden und repräsentieren unser Unternehmen. Darauf wurden wir im Theaterworkshop bestens vorbereitet.“

Anna Zink, BUDNI-Auszubildende

Fordern. Wir machen den Mitarbeitern viele Angebote und erwarten im Gegenzug, dass sie sich mit ihren Ideen, ihrem Einsatz und ihrer Bereitschaft, Wissen weiterzugeben, einbringen. Mit einer speziell konzipierten Ausbildungskarte kommunizieren wir den neuen Mitarbeitern unsere Erwartung an sie, eigenverantwortlich zu handeln. Jeder soll lernen, sich selbstständig um seinen Bereich zu kümmern.

Was kennzeichnet Ihre Ausbildung noch?

Zum Beispiel, dass wir insgesamt 30 Tage in Schulungen wie Warenkunde oder außerbetriebliche Aktionen investieren. Workshops zur Stärkung der eigenen Persönlichkeit sind für viele echte Highlights und fördern das Zusammengehörigkeitsgefühl. So wie zum Beispiel das im vergangenen Jahr unter professioneller Anleitung einstudierte und aufgeführte Theaterstück. Die Ausbilder und Filialleiter sind natürlich auch dabei. Sie begleiten die Auszubildenden während der gesamten Ausbildung bei BUDNI.

Interessant finde ich, dass jede Filiale so etwas wie einen eigenen Charakter besitzt. In einem bestimmten Geschäft auf St. Pauli werde ich zum Beispiel fast immer, im Schanzenviertel manchmal und im gediegeneren Eppendorf nie geduzt. Trotzdem hat man an jedem Standort das angenehme Gefühl, zuvorkommend und irgendwie angstfrei bedient zu werden.

Ja, wir ermutigen unsere Mitarbeiter durchaus, ihre Persönlichkeit und ihr Gespür für das Gegenüber einzubringen. Auf formelhafte Freundlichkeit nach standardisiertem Muster legen wir wenig Wert. Das vermitteln wir auch schon unseren Auszubildenden. Die ethnische und demografische Kultur des Stadtteils findet sich auch in unseren Filialen wieder. So wie das Viertel tickt, tickt auch die Filiale. Jedes Team ist anders zusammengestellt. Mit unseren Mitarbeitern, aber auch unseren Kunden spiegeln wir die Metropolregion Hamburg wider.

Herr Vollmer, vielen Dank für das Gespräch. ■

Foto: Mathias Collin



GALLISCHES DORF NAMENS BUDNIKOWSKY

„Ich geh' ma eben zu BUDNI“ – fast zärtlich benennen viele Hamburger den Ort, an dem sie sich für gewöhnlich mit Haushaltsartikeln, Kosmetik und Bio-Lebensmitteln ausstatten. Budnikowskys hervorragender Ruf liegt auch im vielfältigen sozialen Engagement und der glaubwürdig vorgelebten Unternehmenskultur begründet. Diese macht das Unternehmen auch für Auszubildende interessant: 29 Frauen und 12 Männer aus fünf Nationen begannen 2015 ihre Ausbildung als Drogisten, Verkäufer, Fachlageristen und als Kaufleute im Einzel- sowie

Groß- und Außenhandel. Das in vierter Generation inhabergeführte Drogerieunternehmen ist in Hamburg allgegenwärtig. Mit großem Abstand auf die drei bundesweit operierenden Branchenriesen DM, Rossmann und Müller ist Budnikowsky, mit über 180 Filialen im Norden, „der größte der kleineren“ Wettbewerber am Markt. Oder wie es Inhaber Cord Wöhlke, der gemeinsam mit seiner Tochter Julia und seinem Sohn Christoph das Unternehmen führt, mit einer Prise hanseatischen Understatements ausdrückt: „Wir sind das gallische Dorf der Branche.“



Im vergangenem Jahr nahmen die Auszubildenden im Rahmen ihrer Ausbildung an einem Theaterworkshop teil. Sie lernen dort, ihre positiven Energien zu entfalten - und sich gegen negative abzuschirmen.



Gut, besser, BUDNI: Zum sechsten Mal in Folge gehört das Unternehmen zu den Preisträgern des Wettbewerbs „Hamburgs beste Arbeitgeber“, ausgezeichnet vom Institut für Management und Wirtschaftsforschung.



Der „Budnianer Hilfe e. V.“ greift regionalen Projekten unter die Arme - Christoph Wöhlke, Geschäftsführer Budnikowsky, Clown Salvatore Sabbatini und Teamleiter Marcel Hewelt (v.l.) sammeln fleißig mit. Die Aktion „Kaufen und Helfen“ unterstützt die Welthungerhilfe.



Illustrationen: sascha@saschapollach.de

VERTRAUEN STATT KONTROLLE EIGENVERANTWORTLICH HANDELN

MOTIVATION STATT DRUCK FÖRDERN UND FORDERN

DER EINZELNE ZUSAMMENGEHÖRIGKEITSGEFÜHL GESPÜR ...



TRENDS

NEUES LICHT

Licht prägt den Charakter von Architektur, akzentuiert Farben und beeinflusst unsere Stimmung und unser Wohlbefinden. Beginnend mit dieser Ausgabe stellen wir Ihnen aktuelle Entwicklungen und interessante Köpfe aus dem Gebiet des Lichtdesigns und der Lichtplanung vor.

**MUSEUM DER
BAYERISCHEN KÖNIGE,
HOHENSCHWANGAU**

Royale Leichtigkeit



Die Lichtplaner von „Licht Kunst Licht“ ließen die Wittelsbacher Museumsschätze dank LED-Lichtpunkten in der rauteförmigen Tonnendecke neu erstrahlen und funkeln – funktional und stimmungsvoll zugleich.

Die Zukunft des Lichts ist digital – und steht ganz im Zeichen der Licht spendenden Diode (LED). Effizienz, Lichtstärke und Farbwiedergabe von LEDs werden ständig weiterentwickelt und schon heute haben sie einen Anteil von über 50 Prozent im professionellen Beleuchtungsmarkt. Und der wird weiter wachsen, sind sich Experten sicher: Denn LEDs erlauben nicht nur Energieeinsparungen von rund 80 Prozent – im Vergleich zur alten Glühlampe – sondern überzeugen auch durch immer bessere Lichtqualität. Die LED-Leuchten werden zudem immer kleiner und leistungsstärker, integrieren sich so dezent in die Architektur und akzentuieren wirkungsvoll.

Vernetzung und Digitalisierung des Lichts

Der Lichtmarkt bietet immer mehr innovative Möglichkeiten der Lichtsteuerung und -vernetzung. Dazu gehören intelligente Lichtsysteme, kontrolliert über WLAN oder Smartphone-App, die Lichtstärke und -farbe an Tages-

ablauf und Bedürfnisse anpassen – oder sich dank ausgeklügelter Sensoren von selbst an- und ausschalten. Noch ist „Connected Lighting“ vergleichsweise teuer und wird eher im industriellen Bereich oder in öffentlichen Bauten eingesetzt. Doch Lichtexperten gehen davon aus, dass sich Bezahlbarkeit, Bedienbarkeit und Integrierbarkeit weiter verbessern werden und „intelligentes“ Licht auch im privaten Haushalt Einzug hält.

Biologisch wirksames Licht

Licht, das sich unserem Biorhythmus anpasst, und Beleuchtung, die das richtige Licht zur richtigen Zeit liefert: Unter dem Begriff „Human Centric Lighting“ (HCL) versteht man Lichtplanung, die die Lichtwirkung auf den Menschen berücksichtigt. Sie kommt nicht nur in der Medizin und im Gesundheitsbereich zum Einsatz, sondern auch im Industrie-, Office- und Wohnbereich. Durch gezielte Lichtplanung und den Einsatz biologisch wirksamen

LWL-MUSEUM FÜR KUNST UND KULTUR, MÜNSTER

Lichtplanung nach Maß



Für das 2014 fertiggestellte Museum realisierten die Lichtexperten eine Ausstellungsbeleuchtung, die viel Tageslicht integriert, Orientierung schafft und sich flexibel an die unterschiedlichen Anforderungen anpassen lässt.

DRACHENFELSPLATEAU, KÖNIGSWINTER

Festliches Licht-Spiel



Das Licht im Glaskubus-Restaurant lässt sich anpassen – für gute Sicht im Alltag und Glamour am Abend. Damit es nachts vom Rheintal aus zu sehen ist, wird die Deckenunter-sicht mit RGB-LED-Linien und durch diffus abstrahlendes LED-Licht beleuchtet. Das Konzept wurde mit dem Deutschen Lichtdesign-Preis in der Kategorie „Hotel und Gas-tronomie“ ausgezeichnet.

Licht kann die Produktivität gesteigert werden: Licht mit hohem Blauanteil wirkt aktivierend und steigert die Leistungs- und Konzentrationsfähigkeit. Nimmt der Blauanteil im Licht ab, entspannt sich der Körper und geht in eine Ruhephase. Ziel ist es, Licht zu erzeugen, das in seiner spektralen Zusammensetzung und Intensität an Tageslicht ausgerichtet ist. Weitere Methoden der Raumgestaltung: ausgedehnte Licht-Flächen in Anlehnung an den Himmel, eine dynamische Lichtniveau-Anpassung, die dem natürlichen Tagesablauf entspricht, und der Einsatz von dimmbaren, individuell einstellbaren Lichtsystemen.

OLED – die LED der Zukunft?

Organische Leuchtdioden (OLED) werden in einer speziellen Dünnschicht-Technik hergestellt und ermöglichen extrem dünne, großflächige und sogar biegsame Lichtsysteme. Noch kommen OLEDs meist nur bei Smartphones oder Tablets zum Einsatz – wegen geringer Lichtausbeute und Lebensdauer und hoher Produktionskosten. Aufgrund der vielseitigen Materialeigenschaften glauben Experten jedoch an die Zukunft der OLEDs: für die Herstellung biegsamer Displays, extrem dünner, flexibler Solarpanels oder „elektronischen Papiers“. OLEDs werden „normale“ LEDs nicht verdrängen, sondern ergänzen: Gute Lichtqualität entsteht erst durch die Kombination von flächiger und punktueller Beleuchtung. OLEDs allein erzeugen ein eher flächiges, diffuses Licht, das auf Dauer ermüdend wirkt. ■

Die Kohlenwäsche auf der Zeche Zollverein ist Unesco-Weltkulturerbe und historisches Herz des Ruhrgebiets. Dank der durchgängigen, indirekt wirkenden LED-Profile auf Treppenstufen und Handlauf wird das Industriedenkmal wirkungsvoll ausgeleuchtet und seine Architektur wird neu erfahrbar.

KOHLENWÄSCHE, ZECH ZOLLVEREIN, ESSEN

Magisches Licht

Andreas Schulz

Professor Andreas Schulz ist einer der renommiertesten Lichtplaner Deutschlands. Seit er 1991 die „Licht Kunst Licht AG“ in Bonn und Berlin gründete, haben er und sein 26-köpfiges Team an über 700 Projekten im In- und Ausland mitgewirkt – viele davon preisgekrönt. Sein Leistungsspektrum reicht von der Lichtplanung für private Bauvorhaben, Bürogebäude und Kulturbauten bis hin zu Lichtkonzepten für Shoppingcenter und Flughäfen. 2015 wurde das Team beim Deutschen Lichtdesign-Preis mit dem Titel „Lichtdesigner des Jahres“ ausgezeichnet.

„Licht Kunst Licht“ illuminierte die Fassade des Bundeskanzleramtes – heute gilt es als eines der bekanntesten Gesichter der Hauptstadt-Architektur.



DIRIGENT DES LICHTS

Interview mit Andreas Schulz

Was zeichnet gute Lichtplanung aus?

Gute Lichtplanung ist integrativer Bestandteil von Architektur und muss unterschiedlichste technische und ästhetische Anforderungen erfüllen. Ziel ist letztlich immer das optimale Zusammenwirken von Licht und Architektur unter den örtlichen Bedingungen. Bei der Planung ökologisch und funktional herausragender Lösungen hat das richtige Zusammenspiel von Tages- und Kunstlicht einen besonders großen Stellenwert.

Welcher Trend wird die Entwicklung von Lichtplanung und -designs in Zukunft besonders prägen?

Während früher versucht wurde, möglichst neutrale Räume zu schaffen, geht der Trend heute dahin, individueller auf die Beleuchtungsaufgabe zu reagieren, auf das Gebaute Rücksicht zu nehmen und z. B. die Architektur selbst in Szene zu setzen. Mit LED steht uns Lichtplanern eine effiziente und sehr vielseitig einsetzbare Technik zur Verfügung, die sich in Zukunft noch weiter entwickeln wird!

UNIQA TOWER, WIEN

Lichtskulptur und Triumph
der LED-Technik

*Eine Matrix aus 160 000
einzeln ansteuerbaren LED-
Videobildpunkten verwandelt
den Uniqa Tower am Donau-
kanal nachts in eine farbig
leuchtende Skulptur.*

Gehört der Lichtschalter bald der Vergangenheit an?

Im Zuge der Digitalisierung des Lichts wird heute generell sehr viel mehr Steuerungstechnik eingesetzt. Jeder kennt ja mittlerweile Apps und Komponenten, die es ermöglichen, Gebäudefunktionen zu steuern oder zu automatisieren. Aber ich erlebe auch, dass viele Menschen hochautomatisierten Gebäuden gegenüber skeptisch sind. Der Lichtschalter bleibt uns also bestimmt noch eine Weile erhalten! ■

POSTKARTEN



EIN GRUSS MIT BESONDERERER NOTE

*Geistreich, geschmackvoll, gediegen: Eine mit Sorgfalt
gewählte Karte macht Ihre Kunden froh.*

„Danke dir! Danke Ihnen! Danke euch!“ Danke sagen macht Spaß – und es schweißt Betrieb, Mitarbeiter und Kunden zusammen. Warum nicht etwa dem Auftraggeber für den immer heißen Kaffee auf der Baustelle und die tolle Atmosphäre danken? Den Mitarbeiter für sein besonderes Engagement belohnen? Oder die langjährige Zusammenarbeit mit dem benachbarten Handwerksbetrieb loben? Gerade Kundenkorrespondenz muss nicht immer auf weißem Papier oder per E-Mail stattfinden! Eine schöne, individuelle Karte auf dem Postweg sagt oft mehr als ein schlichter Geschäftsbrief. Und auch die Erinnerung an den anstehenden

Renovierungstermin oder die Mitteilung, dass der eigene Betrieb jetzt auch auf Facebook online ist, darf gern persönlich sein – schließlich kann man kaum jeden Kunden oder Kollegen selbst anrufen und informieren. Auch für die Firmenpräsentation, für die Akquise von Neukunden, für Jubiläen und zahlreiche weitere Anlässe bietet der Brillux Werbemittelshop viele einladende und individualisierbare Postkarten und Briefumschläge an. Der Betrieb kann im Handumdrehen sein eigenes Logo auf Karten und Umschläge drucken lassen, unter vielen geeigneten Motiven und Sprüchen auswählen und alles ab einer Auflage von 50 Stück bestellen. ■

STAMMKUNDEN ANSCHREIBEN



Bunt fürs Leben



Können Sie Unterstützung gebrauchen?

DANKE SAGEN

Danke

Wir bedanken uns für Ihren Auftrag und hoffen, dass Sie noch immer mit unserer Arbeit zufrieden sind.



Danke

Gerne kümmern wir uns wieder um Ihre Wohn- und Renovierungswünsche. Sprechen Sie uns an!



VIelfalt und Variation

Wählen Sie zwischen vielen verschiedenen Motiven und Formaten.

INDIVIDUELL UND PERSÖNLICH

Wir bedrucken die Karten mit Ihrem Logo.

KLEINSTE AUFLAGEN

Schon ab 50 Stück können Sie bestellen.



www.brillux.de/service/werbemittelshop/briefumschlaege-postkarten

IM URLAUB RENOVIEREN LASSEN



Facelift für Ihr Haus!



Wir machen klar Schiff

„PERSÖNLICH UND UNKOMPLIZIERT“ – EIN ERFAHRUNGSBERICHT



Die Weihnachtskarte mit dem selbst ausgewählten Gedicht ließ sich der Betrieb in die Firmen-Farbe Orange umfärben – der KundenClub erfüllt auch Spezialwünsche.



„Urlaubszeit, Frühlingsanfang, Neujahr oder Weihnachten – wir schreiben unseren Kunden gern regelmäßig im Jahr ein paar freundliche Zeilen. Aber die Karten aus dem Einzelhandel sehen oft langweilig aus, haben selten einen Bezug zum Malerhandwerk und bieten nicht die Möglichkeit, unser Firmenlogo einzudrucken. Wir sind seit 60 Jahren ein echter Familienbetrieb und mögen es daher gern direkt und persönlich. Deshalb bestellen wir nun seit zwei Jahren online die Postkarten des Brillux KundenClubs. Bei der Auswahl kann ich mich darauf verlassen, dass die Gestaltung unseren Kunden gut gefällt. Besonders schön finde ich, dass die Motive so liebevoll und individuell designt sind und die Umsetzung so unkompliziert ist: einfach Karte auswählen, persönliche Zeilen oder ein Gedicht einfügen, eigenes Firmenlogo hochladen, fertig! Das bedeutet für unser ganzes Team Arbeitserleichterung und gleichzeitig stärkt diese schöne Geste die Kundenbindung.“

Carina Verfürth, Geschäftsleitung, Familienbetrieb „Nolte Malerei“ in Mülheim an der Ruhr

Kontakt

Nina Leutermann
Tel. +49 251 7188-759
info@brillux-kundenclub.de
www.brillux.de/kundenclub

Was machen Sie eigentlich den ganzen Tag, **FRAU SCHMALE ?**

Julia Schmale

Seit August 2014 absolviert die 22-Jährige bei Brillux in Münster ihre Ausbildung zur Lacklaborantin im Bereich Forschung und Entwicklung. In ihrer Freizeit erkundet sie auf Städtereisen gern das europäische Ausland oder unternimmt auf ihrem Pferd Domino Ausritte in der Umgebung von Unna. Von dort pendelt sie wochentags die 50 Kilometer nach Münster: „Zum Glück haben wir von 6:00 Uhr bis 8:30 Uhr Gleitzeit.“



„Nach Abitur und Bundesfreiwilligendienst interessierte ich mich zunächst für eine Ausbildung in einem medizinisch-technischen Beruf. Chemie, Physik und Mathe hatten mich schon in der Schule immer besonders angesprochen. Bald wurde mir allerdings klar, dass meine naturwissenschaftlichen Neigungen dabei kaum zum Tragen kommen würden, da der Arbeitsalltag stark von Tätigkeiten wie der Gerätewartung geprägt sein würde, und bewarb mich bei Brillux um einen Ausbildungsplatz zur Lacklaborantin.“

Seit knapp zwei Jahren bin ich nun in der Ausbildung in Münster. Diese dauert dreieinhalb Jahre bis zum Januar 2018. Es ist also Halbzeit. Wenn Sie mich nach einem Zwischenfazit fragen, kann ich sagen: goldrichtige Entscheidung! Sowohl menschlich als auch inhaltlich fühle ich mich bestens aufgehoben.

Jeder hat ein offenes Ohr für mich und ist hilfsbereit. Gleichzeitig wird mir und meiner Arbeit viel Vertrauen entgegengebracht, sodass ich täglich selbstständig Entscheidungen treffen und Verantwortung übernehmen muss. Falls mal ein Fehler passiert oder ich nicht weiterweiß, ist sofort jemand aus meiner jeweiligen Abteilung zur Stelle und hilft. Den Zusammenhalt, insbesondere unter den Auszubildenden, genieße ich sehr. Wir unterstützen uns immer wieder gegenseitig

und verstehen uns auch privat so gut, dass wir in der Freizeit viel zusammen machen. Nach Feierabend geht es gern mal zum Sport treiben ins – für uns kostenlose – Gesundheitszentrum auf dem Gelände, und vor einer Weile haben wir sogar zu zehnt übers Wochenende Berlin erkundet. Dabei haben wir neben der Brillux Niederlassung in Charlottenburg auch ziemlich schräge Kneipen besucht. Ein großer Spaß.

Die Möglichkeit, jeden Tag neue Dinge zu lernen, vielfältige Aufgaben gestellt zu bekommen, ein gutes Betriebsklima und ein Arbeitgeber, der sich um die Belange seiner Mitarbeiter kümmert: Dies sind für mich die wichtigsten Kriterien. Wie schön, dass sie in jeder Hinsicht erfüllt werden.

Die Arbeit mit wechselnden Rohstoffen, die Prüfung und das Experimentieren mit neuen Materialien, das Ansetzen neuer Farben, um unsere Produkte immer weiter zu optimieren, sind Tätigkeiten, die mich von Anfang an in ihren Bann schlugen. Acht Abteilungen habe ich bereits durchlaufen, vor kurzem bin ich vom Bereich der lösemittelbasierten Hochglanzlacke und Lasuren in die Analytik gewechselt. Am Ende meiner Lehrzeit werde ich mit so unterschiedlichen Gebieten wie z. B. Lacke, Putze, farbmetrische Arbeiten, Dispersionsfarben sowie analytische Arbeiten vertraut sein.“ ■

UNTERWEGS

KUBA



KUBA – ZWISCHEN AUFBRUCH UND NOSTALGIE

Der Karibikstaat hat sich in seiner reichen Geschichte immer wieder neu erfunden. Nach 60 Jahren ist es wieder so weit: Die Insel der tausend Farben öffnet der Welt die Türen. Impressionen von einem Land auf dem Sprung.



Old Plymouth, Chevrolet, Oldsmobile, Ford: Als kämen sie aus einem alten Hollywood-film, prägen die Ami-Schlitten der 50er Jahre noch immer das Straßenbild. Eine Folge des seit 1960 bestehenden Handelsembargos der USA gegen Kuba, des längsten der modernen Geschichte.



Kubas Nachtleben ist von Mythen umrankt. Dass Ernest Hemingway seinen Mojito gern hier genoss, belegt indes seine handgeschriebene Notiz an der Wand: „My Mojito in La Bodeguita. My Daiquiri in La Floridata.“ In einigen Bars der Umgebung findet sich die sarkastische Antwort: „Hemingway never drank here“ - hier hat Hemingway nie einen gehoben.

*Optimismus und Improvisation.
Die Straßen erzählen
die besten Geschichten.*



Erlaubt ist, was gefällt. Jedenfalls bei der Gestaltung dieser Innentreppe im Zentrum Havannas.



Schönheit und Vergänglichkeit liegen auf Kuba dicht beieinander. Vom spanischen Barock bis zum Art déco finden sich in der ehemals reichsten Kolonie der Welt alle Stilformen der Architektur. Doch der Zahn der Zeit hat sich tief in die prächtigen Fassaden und Treppenhäuser eingegraben.



Tauwetter: Nach fast 60 Jahren Funkstille nähern sich Washington und Havanna einander an. Im März besuchte Präsident Obama das Land, kurz danach kamen sogar die Rolling Stones. Menschenrechte und Wirtschaft könnten profitieren.





Verblassender Glanz – noch
sind die Säulenheiligen der
Revolution allgegenwärtig.



Foto: Lucas Vallecillos – laif.de



Kuba, Land der Fiesta
und der Farben –
nicht unbedingt des
Gerüstbaus.

Foto: Martina Müller

*Farben, Lebenslust und Widersprüche. Nur gut
150 Kilometer liegen zwischen Kuba und der Küste
Floridas, zwischen Sozialismus und freier Welt.
Bald dürfte auch die gefühlte Entfernung zwischen
den Kulturen schrumpfen.*



Was sagen Sie zur letzten MarktImpulse, HERR MIETUSCH?

Hallo, Herr Mietusch, schön, dass Sie Zeit für unser Gespräch gefunden haben. Dabei lief der Tag bisher nicht nach Wunsch, oder?

Nee, leider nicht. Ich bin gerade mit meinem Wagen liegengeblieben. Einem älteren Audi A6, den ich von meiner Mutter übernommen habe. Er hat ungefähr 320.000 Kilometer runter. Eigentlich habe ich gehofft, ihn bis zum Ende meiner Ausbildung nutzen zu können. Mal sehen, was der Mechaniker so sagt; ich hoffe, es wird nicht so schlimm.

Das tut mir leid. Aber vielleicht konnten Sie die Zeit des Wartens auf den Abschleppdienst nutzen und ein wenig in der MarktImpulse blättern?

Das habe ich schon vorher gemacht. Besonders gut gefiel mir die Gestaltung der Überschriften und Schlagworte in der Titelgeschichte. Die Buchstaben bestanden aus Malerutensilien wie Pinseln und Rollen. Eine gelungene Idee, finde ich. Zumal das Thema Wertschätzung für mich sowieso ganz besonders wichtig ist. Oder um es anders zu formulieren: Ohne Wertschätzung geht es nicht. In meiner ersten Lehre zum Koch war der Umgangston mitunter unerträglich. Für mich ein klarer Fall von mangelnder Wertschätzung.

Davon abgesehen mag ich aber eigentlich alle Überschriften und überhaupt die Sprache Ihres Magazins. Das Humorvolle, Augenzwinkernde liegt mir. Eine Reportage hatte zum Beispiel die Überschrift „Keine Zeit für Schokolade“. Das hat mich gleich neugierig gemacht. Auch weil es mir persönlich anders geht: Schokolade geht immer. Darüber hinaus fand ich den Artikel selbst ziemlich interessant, auch weil sich der Betrieb auf Graffiti-Beseitigung versteht. Ein spannendes Thema, mit dem wir bei MST ja auch zu tun haben. Auch die andere Reportage über das Ehepaar aus Bayern habe ich gern gelesen. Ich finde es interessant, auch etwas über den Menschen hinter dem Betrieb zu erfahren.



Mirco Mietusch

Der Auszubildende im dritten Lehrjahr bei der Firma MST in Neumünster lebt hoch im Norden im Örtchen Mühbrook in der Nähe von Bordesholm. Seine Freizeit verbringt der 20-Jährige gern mit seinen Freunden an den Stränden der Nord- oder Ostsee. Bei Regen und Hunger ist er häufiger in den chinesischen Restaurants der Umgebung anzutreffen.

Was fiel Ihnen sonst noch auf?

Ich mochte auch den Artikel „Leuchtturm des Lernens“ über die Junior-Universität in Wuppertal. Die Strecke ist echt schnieke. Klasse Bilder und eine schöne Handwerksgeschichte, die den Effekt der Raumgestaltung auf das Lernen sehr anschaulich gemacht hat. Das geht übrigens schon ein bisschen in die Richtung meines Wunsches für weitere Ausgaben: Ich fände es schön, wenn bestimmte Arbeitsschritte ausführlich dargestellt und erklärt würden. Vielleicht so ein bisschen nach dem Vorher-nachher-Prinzip.

Herr Mietusch, vielen Dank für das Gespräch und toi, toi, toi für Ihren Wagen. ■

WOHNRAUM VOLLER GESCHICHTE

Ob sie einst für die Industrie oder als Schule konzipiert wurden - die Umnutzung eines Baudenkmals als Wohnobjekt ist etwas Besonderes, nicht zuletzt für die ausführenden Malerbetriebe.



Die über 100 Jahre alte Eisenbetonkonstruktion ist auch heute noch gut zu erkennen. Historische Patina und modernes Design ergänzen sich.

Foto: Heinrich Schmid GmbH & Co. KG



Markus Olejniczak, Heinrich Schmid GmbH & Co. KG

Der 1969 geborene Markus Olejniczak ist Leiter der Mannheimer Niederlassung der Heinrich Schmid GmbH. Diese wurde 1914 im schwäbischen Metzingen von ihrem Namensgeber als Dreimannbetrieb gegründet. Ab 1955 baute Sohn Heinrich diesen zu einem Unternehmen mit über 200 Mitarbeitern aus. Heute, in dritter Generation von Carl-Heiner Schmid geleitet, zählt die Unternehmensgruppe Heinrich Schmid mit mehr als 4.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu den führenden Ausbauunternehmen in Europa.

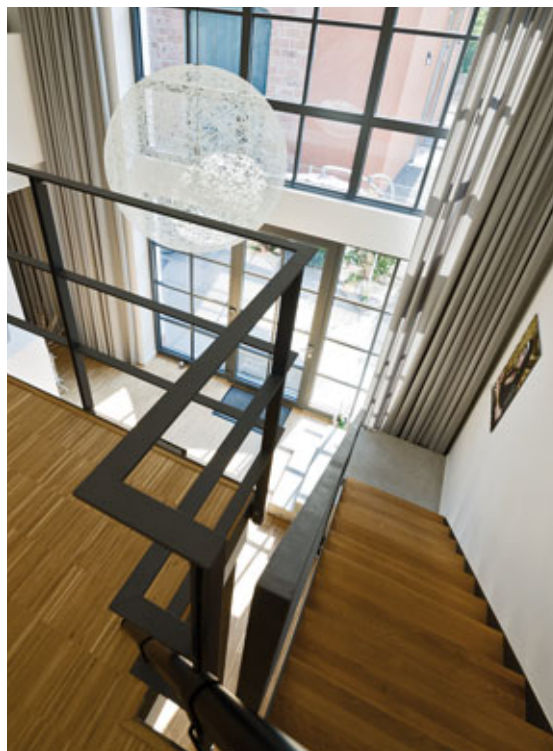
ALTE TUCHFABRIK, NEUSTADT

In eine 110 Jahre alte Tuchfabrik bei Neustadt an der Weinstraße wurden über 50 Lofts eingebaut. Die Ansprüche der neuen Eigentümer, die Richtlinien des Denkmalschutzes und der Umgang mit der vorhandenen Bausubstanz machten die Umnutzung des Gebäudes zu einer außergewöhnlichen Herausforderung. 1792 wurde die Oehlert'sche Tuchfabrik im Schöntal bei Neustadt an der Weinstraße errichtet. Idyllisch zwischen Weinbergen und dem Pfälzer Wald gelegen, versorgte sie die Schneider im damaligen Kurfürstentum Pfalz. Nach einem Brand im Jahr 1906 – Schöntal gehörte inzwischen zum Königreich Bayern – wurde die Fabrik als Eisenbetonkonstruktion wieder errichtet, auf Sandsteinsockeln, mit Klinkerwänden, Beton, Metall und großzügigen Glasflächen. Doch sechzig Jahre später war in Schöntal das letzte Garn gesponnen, das In-

dustriedenkmal fiel in einen Dornröschenschlaf. Vor dem Schicksal der gegenüberliegenden Ruine der Wolfsburg bewahrte es schließlich die Hauser Projekt GmbH & Co. KG aus Saarlouis.

Abwechslung in Grau

Die Experten für die Umnutzung alter Industrieanlagen als hochwertige Wohnobjekte erkannten das Potenzial der Fabrik und bekamen bei ihrer Versteigerung den Zuschlag. Bevor in dem 100 Meter langen, fünfschiffigen und mit vier Ebenen ausgestatteten Hauptgebäude Lofts entstehen konnten und damit – entgegen dem üblichen Weltlauf – Menschen an die Stelle von Maschinen traten, mussten Entwurf, Planung und Design mit der Denkmalbehörde und der lokalen Verwaltung abgestimmt werden. Bei der Einpassung der Lofts



„Die Abstimmung des Farbsystems auf die verschiedenen Trägermaterialien war eine besondere Herausforderung.“

Markus Olejniczak

in die hohen, lichten Räume der einstigen Tuchfabrik kam dem Farbkonzept eine entscheidende Bedeutung zu. Geprägt von Sachlichkeit gelang es, mit Weiß und Grautönen in allen Facetten elegante Brücken zwischen historischer Patina und zeitgenössischem Stilbewusstsein zu schlagen.

Material aus Königs Zeiten

Für die Ausführung in all den Fluren und Treppenhäusern, auf Böden, an Wänden und Tragwerk war die Niederlassung der Heinrich Schmid GmbH & Co. KG in Mannheim verantwortlich. Deren Leiter Markus Olejniczak erinnert sich: „Insgesamt waren 14.000 m² zu bearbeiten. Wir haben alte Schichten mit Bürsten und unter Einsatz von Trockeneis maschinell bis auf den Urzustand abgetragen. Neben der Vorbereitung der Untergründe war dann auch die Abstimmung des Farbsystems auf die verschiedenen Trägermaterialien eine besondere Herausforderung.“ Ob auf dem Beton aus der Zeit König Ottos I. oder modernem Putz und Gipskarton – die Farben wurden mit Airless-Geräten aufgetragen und anschließend nachgewalzt. Die unterschiedlichsten Grau-Abstufungen lassen nun die Lofts in neutralem, zeitlosem Glanz erstrahlen. ■

Wo einst die Webmaschinen ratterten, locken Lofts jetzt eher die Betucherer an.



BETEILIGTE UND SERVICES

In der alten Tuchfabrik fanden ausschließlich Brillux Produkte Verwendung. Georg Leibhammer, Brillux Speyer, stand als Technischer Berater zur Seite.

Architekten: Hauser-Architektur, Günter Hauser, Architekt AKS, Saarlouis

Bauherr: Alte Tuchfabrik Entwicklung GmbH & Co. KG

Bauleitung: Hauser Projekt GmbH & Co. KG, Saarlouis, und Joachim Peifer

Ausführender Betrieb: Heinrich Schmid GmbH & Co. KG, Mannheim

Materialien: Silikat-Innenfarbe ELF 1806, Aqualoma ELF 202, Decolin ELF 955



In die ehemalige Turnhalle wurden vier Reihenhäuser eingesetzt. Ihre Betonraster-Fassade blieb erhalten und sorgt für ein besonderes Flair.

Foto: Malereibetrieb Gerd Lovermann GmbH



Marcus Lovermann, Malereibetrieb Gerd Lovermann GmbH

Der 1925 gegründete Malereibetrieb und Fachhandel Lovermann gehört zu den traditionsreichsten Handwerksbetrieben in Hannover. Marcus Lovermann, Jahrgang 1968, leitet heute den Familienbetrieb in dritter Generation. Die Meisterwerkstatt beschäftigt derzeit 26 Angestellte und fünf Auszubildende.

EHEMALIGE SEHBEHINDERTENSCHULE, HANNOVER

In den 1950er-Jahren, beflügelt vom Wirtschaftswunder und an der Schwelle zum postindustriellen Zeitalter, entwickelten Architekten moderne Lösungen für integrierte Wohn- und Bildungsangebote.

Im Rahmen eines solchen Vorzeigeprojekts im Süden der niedersächsischen Landeshauptstadt Hannover entstand auch eine Sehbehindertenschule samt Turnhalle mit angegliederter Stadtteilbibliothek. 1990 wurde die Schule geschlossen und 2005 zum Verkauf angeboten. Unter Federführung des ortsansässigen Architekturbüros MOSAIK wurde mit der neuen Eigentümergemeinschaft das Konzept für die neue Nutzung umgesetzt, das die Vorgaben des Denkmalschutzes erfüllt und auch erlauben würde, die Bibliothek als Kinder- und Jugendbücherei weiterzuführen.

Akzente in Gelb und Ziegelrot

Bei einem Gebäudekomplex, der unschwer als ehemalige Schule zu erkennen ist und seine Geschichte auch weiterhin nicht verleugnen soll, liegt ein besonderes Augenmerk auf der Fassadengestaltung. Schließlich soll bei den Bewohnern der 16 neuen Wohnungen (zwischen 60 und 170 m²) eher ein urbanes Lebensgefühl entstehen und keine eventuell unliebsamen Erinnerungen an die eigene Schulzeit wachgerufen werden. Dazu trug unter anderem die Einpassung neuer Balkone in Gelb bei. Auch die für die Nachkriegsarchitektur typischen roten Ziegelwände wurden erhalten und geben den ehemaligen Schulgebäuden, die sich nun hell und einladend Richtung früherem Pausenhof öffnen, eine vertrauenerweckende Erdung.

Durchs Raster betrachtet

Ein wahres Kabinettstück gelang mit dem Einbau von vier Reihenhäusern in die ehemalige Turnhalle, deren Betonraster-Fassade erhalten blieb und nun, in Weiß gehalten, der neuen, von grau umrahmten Glasflächen dominierten Fassade vorgelagert ist. Diese Außenarbeiten waren auch für einen Traditionsbetrieb wie die Hannoveraner Gerd Lovermann GmbH keine alltägliche Herausforderung, wie Geschäftsführer Marcus Lovermann betont: „Nach der Schadenanalyse haben wir, begleitet durch die Fachberatung der Firma Brillux, die schadhaften Betonteile abgestemmt. Korrodierte Stahlbewehrungen wurden von uns im Sandstrahlverfahren bearbeitet, der Beton reprofiliert und im Betonschutzsystem nach Farbangeabe der Architekten beschichtet. Das war für uns, genauso wie der Austausch und die Zusammenarbeit mit allen Beteiligten, noch einmal spannend und lehrreich.“ ■

BETEILIGTE UND SERVICES

Neben der Funktion von Brillux als Materiallieferant war bei der Fassadensanierung der ehemaligen Sehbehindertenschule in Hannover Stephan Quarg, Brillux Isernhagen, als Technischer Berater der ausführenden Gerd Lovermann GmbH beteiligt.

Architekten und Bauleitung: MOSAIK Architekten BDA, Hannover

Bauherr: Planungsgemeinschaft Südstadtschule GbR

Ausführender Betrieb innen: Rabe GmbH, Obernkirchen

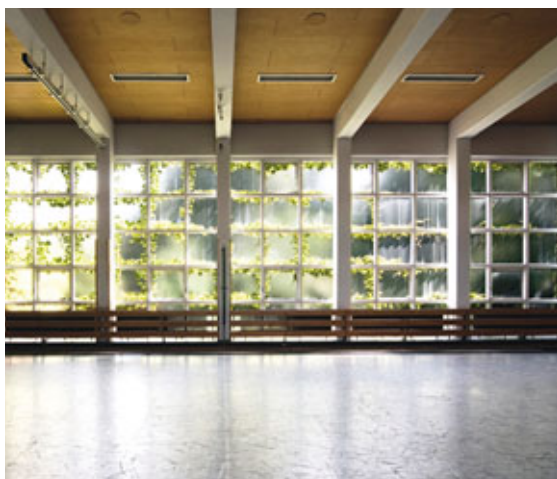
Ausführender Betrieb außen: Gerd Lovermann GmbH, Hannover

Materialien: Multi-Protect 800, Reprofill K 765

Vor Wanddurchbruch und Umgestaltung befanden sich am Platz dieses lichtdurchfluteten Küchen- und Wohnbereichs zwei Klassenzimmer.



Fotos: Olaf Mahlstädt, Hannover



Fotos unten: MOSAIK Architekten



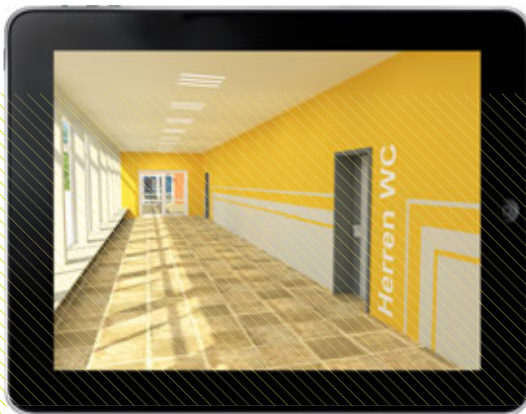
Links: die charakteristischen Betonrasterfenster der zwischen 1950 und 1990 für den Sportunterricht genutzten Halle. Rechts: Etwa neun Wochen dauerten die Arbeiten des Malerbetriebs Gerd Lovermann auf der Baustelle der ehemaligen Sehbehindertenschule.

DIE 3. DIMENSION

Verwinkelter Flur, mutige Farbwünsche, diffuses Licht: Ein klassischer Innenraumentwurf ist gestalterisch eine Herausforderung. Auch für den Kunden. Dank 3D-Visualisierung und Rendering wird aus einem abstrakten Entwurf ein plastisches Modell.

Die Kita-Kinder wünschen sich prinzeßinnenpinke und froschgrüne Zimmerwände, die Kita-Leitung einen fließerfarbenen Flur. Wird das harmonieren? Bei Innenraumgestaltungen ist es entscheidend, wie gut das Farbkonzept die tatsächliche spätere Raumwirkung begreiflich macht. Im Gegensatz zur klassischen Ansichtszeichnung kann die dritte Dimension Kunden dazu bewegen, sich auch an ausgefalleneren Lösungen zu wagen. „Besonders sinnvoll ist 3D-Visualisierung bei vielschichtigen Raumgestaltungen, zum Beispiel solchen, in denen lange Flure

oder ineinander übergehende Raumsituationen farbig belebt werden sollen“, erklärt Marco Bock, Projektmanager der Brillux Farbstudios. Am besten gelingt eine Einschätzung, wenn man den gestalteten Raum schon betreten kann, bevor der erste Farbauftrag erfolgt. Virtuell machen genau das die 3D-Visualisierungen möglich. Die Brillux Farbstudios schaffen dabei ein plastisches Modell der Räumlichkeiten anhand von Grundrissen und Vermaßen. Innerhalb des Modells ist so jeder Blickwinkel möglich – von der Vogelperspektive für den



Ein gerenderter 3D-Entwurf zeigt dem Kunden optimal, wie sein Objekt nach der Fertigstellung wirken wird.

WARUM 3D?

- Ein gutes Farbgestaltungskonzept muss nachvollziehbar sein.
- Komplexe Baukörper erschließen sich nur in 3D-Darstellungen.
- 3D erleichtert dem Kunden, das Gestaltungskonzept zu verstehen.
- Große Entwicklungspotenziale in Darstellung sowie Präsentationsformen.



Toller Vorher-nachher-Effekt: Die 3D-Darstellung links hat dem Bauherrn in der Planungsphase genau veranschaulicht, wie sein Objekt, eine Kantine, später aussehen wird. Sogar die Licht- und Schattenwirkungen waren gut zu erkennen.

Gesamtüberblick über jeden gewünschten Blickwinkel im Raum bis hin zu Ranfahrten an Details. Besonderes Highlight ist das Rendering („Rendern“ bedeutet, Skizzen oder Modelle werden in eine möglichst realitätsgetreue Computergrafik überführt). Hierbei wird der Zeichnungscharakter zugunsten einer annähernd fotorealistischen Wiedergabe verändert, sodass die Gesamtwirkung bereits in der Planungsphase eingeschätzt werden kann. Dieser Service ist bundesweit „made by Brillux“: Die Farbexperten in den neun Farbstudios berücksichtigen dabei detailgetreu Licht- und Schattenwirkungen und exakte Farbnuancierungen, die Struktur von Anstrich-techniken sowie unterschiedliche Glanzgrade und Strukturen. Selbst Kreativtechniken und Bodenbeläge werden mit diesem Verfahren sehr realistisch dargestellt, was

als zusätzliches Verkaufsargument gegenüber Kunden dienen kann. Die dreidimensionale Visualisierung von Farbentwürfen kann für Bauherren genau die Brücke sein, die einen Entwurf wirklich greifbar macht und eine zügige Entscheidung mit gutem Gefühl herbeiführt. So hadert der Kunde seltener mit seinen Entschlüssen und die Arbeit auf der Baustelle geht schneller voran. Die 3D-Farbentwürfe werden in verschiedenen Formaten an den Kunden geliefert: in digitaler Form, als perspektivischer Ausdruck und gerendert mit besonders gut dargestellten Oberflächenstrukturen und Anstrichtechniken. ■



www.brillux.de/3d-visualisierung

BOX MIT STIL

Schöne Sachen möchte man bei sich tragen ...

... warum nicht auch Farben? Schließlich kann man nie erraten, wann ein Kunde spontan Farbvorschläge für den nächsten Anstrich sichten möchte. Mit der Stilkartenbox von Brillux ist das jederzeit möglich! Ob nordisches Petrol oder extravagantes Violett, ob im Büro oder unterwegs: Sie können einfach die gewünschte Farbwelt aus der praktischen Acrylbox zaubern und ihren Kunden mit Stimmungsbildern und konkreten Wohnsituationen zu möglichen Farbkombinationen inspirieren. Ganz ohne Zerknicken und Gewühle – denn die Karten reisen sicher in der stabilen Box. Als Brillux Kunde können Sie die Stilkarten im Werbemittelshop bestellen, jetzt neu mit individuellem Logoeindruck. Darüber hinaus sind die 15 Motive von der Anzeigenvorlage für die Lokalpresse bis hin zum DIN-A1-Poster erhältlich.



Zusätzlich finden Sie in jeder Ausgabe der „MarktImpulse“ eine Stilkarte zum Sammeln. Dieses Mal „nächtliches Blau“, siehe Seite 60.



www.brillux.de/stilkarten

FANTASTISCH SAMTIG NÄCHTLICHES BLAU TIEF

MÄCHTIG
UMHÜLLEND
GEHEIMNISVOLL



Diese dunkle, fast schwarze Farbe symbolisiert das Unerreichbare, die unendliche Tiefe, das Geheimnisvolle. Doch schaut man in den Nachthimmel oder blickt bei einem Tauchgang in die Tiefsee, wirkt nächtliches Blau doch greifbar. So, als könne man mit den Händen ganz tief in den Ton hineinfassen. Kaum eine andere Farbe stimuliert so sehr die Fantasie und umhüllt so samtig und beschützend. Vor allem diese Empfindung

faszinierte und überraschte Alexander Gerst (40): Der Astronaut genoss von Mai bis Oktober 2014 an Bord der Raumstation ISS den Ausblick auf unsere Erde, die er seitdem liebevoll „unseren kleinen blauen Planeten, mit dem wir alle zusammen jedes Jahr einmal um die Sonne reisen“ nennt. Schon der erste Blick ins dunkle Universum ließ ihn schwärmen: „Es ist wie im Traum ...“ Warum also nicht diesen Traum ins eigene Schlafzimmer holen? Die Entscheidung zu nächtlichem Blau erscheint mutig. Wer sich aber traut, wird jede Nacht zum Träumen eingeladen ...

STERNENKLAR

INSPIRIEREND

STILL

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.

Groß, klein, individuell.
Stehend, liegend, klebend.

Das Motiv „Nächtliches Blau“ steht Ihnen ab sofort 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

Darüber hinaus sind sämtliche Stilkartenmotive im Werbemittelshop individualisiert mit Ihrem Logoeindruck erhältlich. Zur Präsentation im Beratungsstudio oder Fachgeschäft empfehlen wir den dekorativen Acryl-L-Ständer.

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



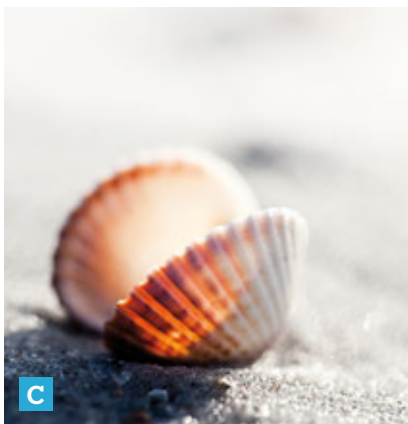
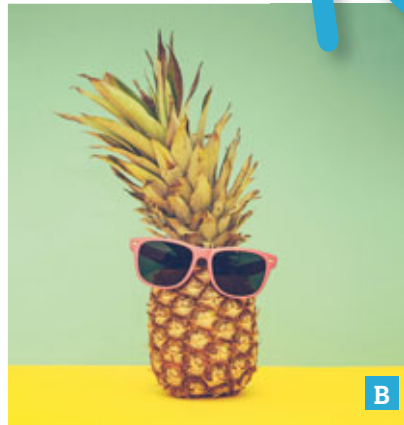
In der nächsten Ausgabe stellen wir Ihnen hier die Stilkarte „Erdiges Siena“ vor.

WELCHES WORT SUCHEN WIR?

Vier Bilder, sechs Buchstaben, ein Lösungswort. Dieses ergibt sich aus den vier hinter den Bildern verborgenen Begriffen. Nachdem Sie diese entschlüsselt haben, bringen Sie noch die markierten Buchstaben in die gewünschte Reihe und Sie sind am Ziel.

LÖSUNGSWORT:

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---



A 1 2

B 4 3

C 5

D 6

Teilen Sie uns das Lösungswort bitte bis zum **15. Juli 2016** wie folgt mit: **per E-Mail an** marktimpulse@brillux.de, **mit frankierter Postkarte an** Brillux KundenClub, Stichwort „Rätsel“, Weseler Straße 401, 48163 Münster. Bitte die Kontaktdaten (Telefonnummer, E-Mail-Adresse und Post-Adresse) nicht vergessen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Brillux Mitarbeiter und ihre Angehörigen können nicht teilnehmen. Das Los entscheidet. Eine Barauszahlung ist nicht möglich. Wer gewinnt, wird schriftlich benachrichtigt. Die Auflösung folgt im nächsten Heft.

Das Lösungswort zur Rätselaufgabe in der MarktImpulse 1/16 war „Danke“. Über den Siegerscheck durfte sich Malermeister Johannes Hofbauer aus Schärding (Österreich) freuen. Herzlichen Glückwunsch!

DAS SCHWERPUNKTTHEMA DER NÄCHSTEN AUSGABE IST: ZIELE.

*„Wir sind nur so
gut, wie wir es selbst
zulassen.“*

Förster & Kreuz. Publizisten und Vortragsredner

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Brillux GmbH & Co. KG, Weseler Str. 401,
48163 Münster, Tel. +49 251 7188-759,
Fax +49 251 7188-439, www.brillux.de

KONTAKTADRESSE

Brillux KundenClub, Nina Leutermann,
www.brillux.de/kundenclub
info@brillux-kundenclub.de

REDAKTION UND GESTALTUNG

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

Autoren: Jonas Demel, Benjamin Bertelsmann,
Wiebe Bökemeier, Ralf Krämer

ERSCHEINUNGSWEISE 4x jährlich

ISSN 1610-6822

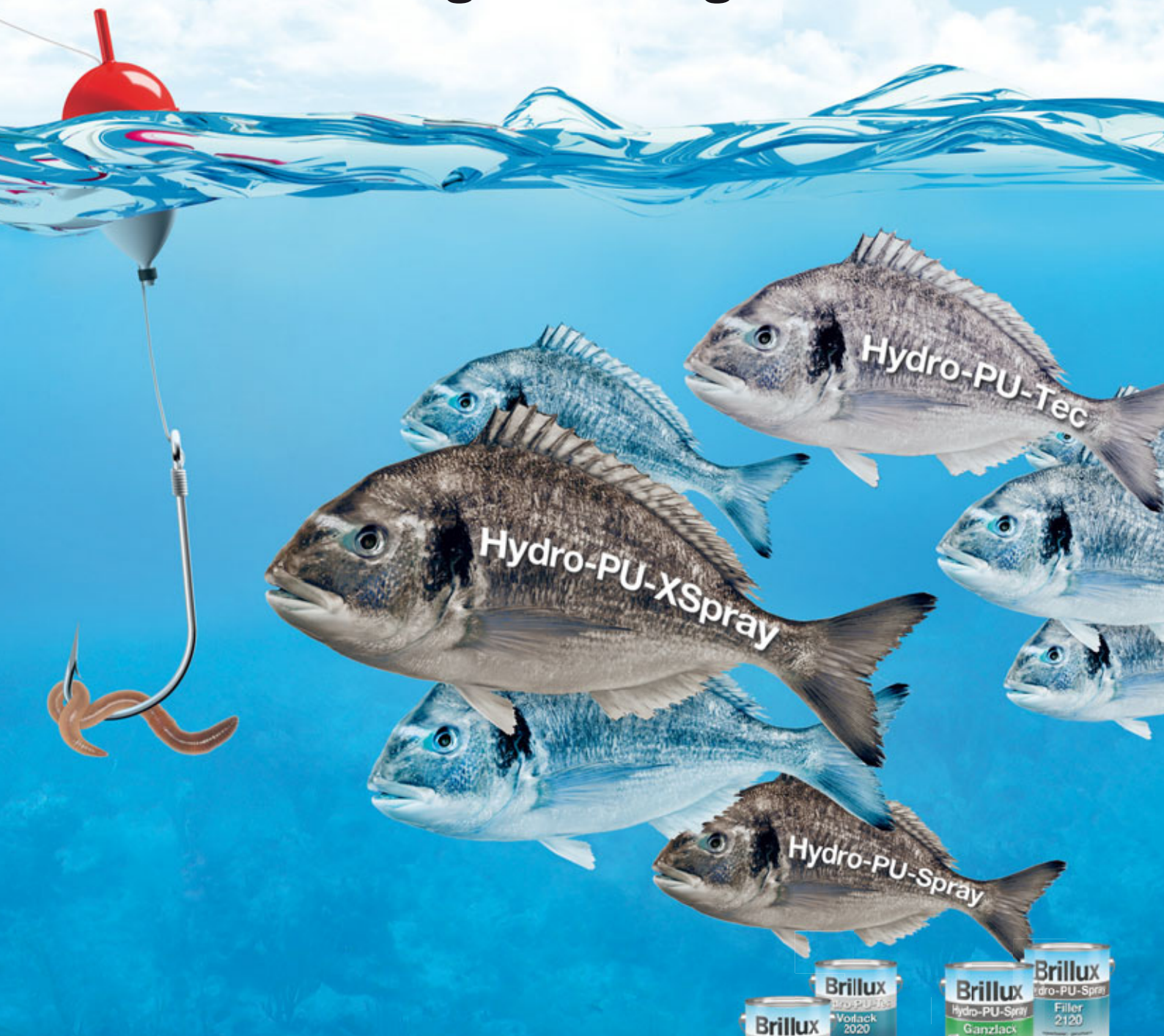
Nachdrucke, auch auszugsweise, oder andere
Formen der Vervielfältigung bedürfen der
ausdrücklichen Genehmigung von Brillux. Für
unaufgefordert eingeschickte Manuskripte und
Bilder wird keine Haftung übernommen.





Brillux Hydro-PU-Lacke

Immer ein guter Fang!



Wasserbasierte Hightech-Beschichtungen, die ihresgleichen suchen.

Die Hydro-PU-Lacke bieten Ihnen ein „Meer“ voller Möglichkeiten – und das für jede Applikationsart. Denn wann immer Premium-Ergebnisse gefordert sind, müssen Beschichtungsmaterial und Verarbeitungstechnik perfekt aufeinander abgestimmt sein. Brillux bietet Ihnen dafür nicht nur wasserbasierte Spitzenlacke, sondern auch das passende Verarbeitungs- und Werkzeug-Know-how.

www.brillux.de/hydro-pu

 **Brillux**
..mehr als Farbe