

MARKT IMPULSE

4/15

D / A 8,50 €
CH 9,20 SFR



MUT

Warum wir uns nicht zu früh zufriedengeben sollten.
S. 18

„MUT HAT VIELE GESICHTER ...

Und für mich bedeutet Mut, Entscheidungen zu treffen, sich zu engagieren, Verantwortung zu übernehmen. Für meinen Betrieb. Meine Gemeinde. Meine Familie.“

SELBSTBEWUSSTES PINK

MEHR AUF SEITE 65

Foto: Alex Wittchen

Holger Griefßhammer, Maler- und Lackierermeister, Zweiter Bürgermeister von Weißenstadt in Oberfranken und Familienvater. Die Reportage über Holger Griefßhammer und seinen Betrieb finden Sie auf Seite 12.

Warum Veränderung guttut –
und warum es sich lohnt, die
Möwe in sich zu entdecken.
Wie der Mut zum Wandel neue
Möglichkeiten eröffnet.

18

WEGE
JIMEN
USTART VERTRAUEN
QUEM UNGEWISSEIT
WIDEI
SPRECHEN
SICH AU

Holger Griebhammer ist Unter-
nehmer, Familienvater, Zweiter
Bürgermeister. Porträt eines
bemerkenswerten 33-Jährigen.

12



Lange Tage für die Jury:
Die Auswahl wächst, die Qualität
der Einreichungen steigt immer
weiter. Über die neuen Trends der
Fassadengestaltung.

40



LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,



Mut und Angst sind zwei Seiten derselben Medaille. Das Spannungsverhältnis zwischen beiden Gemütsverfassungen hat viele Stationen meines Lebens geprägt. Neugier und Mut als Antriebsfaktor und Angst als nützliches Korrektiv, das mich ermahnte, meine Vorbereitungen zu optimieren. Ich habe die Erfahrung gemacht: Immer wenn ich von einer Sache wirklich überzeugt war und diese zu meiner Herzensangelegenheit wurde, gelang es mir besonders gut, die eigenen Ängste zu überwinden. Dann fiel es mir nicht mehr so schwer, ein Wagnis einzugehen. Um die Aufmerksamkeit der Welt auf die Lage der Yanomami-Indianer zu lenken, entschloss ich mich zum Beispiel – obwohl mir das Element Wasser eigentlich gar nicht liegt – zu drei Atlantiküberquerungen. Auf Untersätzen, die weder komfortabel noch TÜV-geprüft waren. Mal per Tretboot, mal auf einem massiven Baumstamm, mal auf einem Bambusfloß. Nur beim Bambusfloß war ich in Begleitung einer Segelfachfrau: Christina Haverkamp. Dabei ging es von Senegal über Brasilien bis vors Weiße Haus in Washington. Viereinhalb Monate. Die Vorbereitungen waren oft nicht weniger spannend als die Reise selbst – Abenteuerschach. Denn egal, ob zu Wasser oder zu Land: Vor jeder Reise habe ich analysiert, was mir an Gefahren zustoßen könnte. Dann habe ich mich geistig und körperlich bestmöglich darauf vorbereitet, um die Risiken auszuschalten oder zu minimieren. Dennoch habe ich mich nie zugeplant. Das Restrisiko hatte stets eine faire Chance, mitzuwirken. Das fing ich dann auf mit dem, was man Mut nennt, obwohl ich es nie als solchen empfand. Diese Maxime galt für mich als Konditormeister und Unternehmer genauso wie später als Abenteurer bei meinen Survivaltouren und als Menschenrechtsaktivist. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine anregende Lektüre und stets ein persönliches Ziel, das Ihres Mutes wert ist. Dann kann dieser Ihnen Flügel verleihen.

Herzlich, Ihr

Rüdiger Nehberg

Portraitfoto: Mirco Keilberth

INHALT

06 BUNTES

Amüsantes und Wissenswertes rund ums
Thema Farbe.

08 AKTUELL

Neuigkeiten rund um Brillux.

11 MITARBEITERPORTRÄT

Was machen Sie eigentlich den ganzen Tag,
Herr Eichler?

12 REPORTAGE

Wie Holger Griebhammer seinen Malereibetrieb
in Oberfranken erfolgreich etabliert.

TITELTHEMA

18 MUT!

Wie man neue Situationen vorherzusehen lernt
und aus Krisen gestärkt hervorgehen kann.

24 PORTRÄT RÜDIGER NEHBERG

80 Jahre und voller Energie und Idealismus:
ein Besuch beim Gründer von TARGET.

32 INTERVIEW

Rüdiger Nehberg über das Verhältnis
von Mut und Risiko.

36 UMFRAGE

Was ist Mut? Sechs Inhaber und Geschäfts-
führer und ihre ganz persönlichen Antworten.

40 FASSADENPREIS 2015

Die Sieger aller Kategorien im Porträt und ein
Gespräch mit Jury-Mitglied Julia Bolles-Wilson
über Architektur im Allgemeinen und aktuelle
Fassadentrends im Speziellen.

50 TRENDS

Design-Klassiker aus Frauenhand:
zweiter und letzter Teil.

54 MEINE BAUSTELLE

Die Fassade als Visitenkarte: die neu gestalte-
ten Firmengebäude zweier Malereibetriebe.

60 NEWS

Brillux Produkte und Innovationen:
die neue Raumdesign-Kollektion.

62 KUNDENCLUB

Aktionspaket „Renovieren im Winter“.

64 HEFTKRITIK

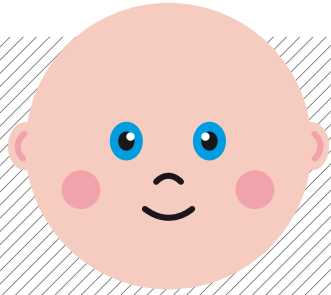
Mirko Knobloch aus Dresden.

65 STILKARTEN

Farbe sinnlich kommuniziert.
Teil 1: selbstbewusstes Pink.

68 RÄTSEL

69 VORSCHAU



GANZ SCHÖN BLAUÄUGIG

Warum eigentlich steht das Adjektiv „blauäugig“ für Unerfahrenheit oder Naivität? Babys europäischer Abstammung werden meist mit blauen Augen geboren, denn bei der Geburt ist die Pigmentierung der Iris noch nicht voll entwickelt. Die Produktion des Farbstoffs Melanin, der für die Färbung der Pigmente verantwortlich ist, kommt erst einige Monate nach der Geburt voll in Gang, die eigentliche Augenfarbe entsteht erst am Ende des ersten Lebensjahres. Die tatsächliche Augenfarbe hängt von der Melanin-Konzentration des Farbstoffs in der Iris ab und für die blaue Augenfarbe ist eben am wenigsten Farbpigment nötig. Die Metapher „blauäugig“ greift also die naturgegebene Unerfahrenheit der neuen Erdenbürger auf. 

ROTE, WEISSE, GRÜNE WEIHNACHTEN

Grüne Tannenzweige mit einem Zuckerguss aus weißem Schnee und dazu rot verpackte Geschenke: Weihnachten zeigt sich seit jeher in diesen drei Farben. Ganz unabhängig von Werbung und Kommerz haben sie eine uralte symbolische Bedeutung und führen auf den eigentlichen Anlass des Festes zurück: die Geburt Jesu Christi. Grün ist dabei die Farbe der Hoffnung und des Lebens. Der grüne Christbaum hat seinen Ursprung in den Paradiesspielen, die im Mittelalter den weihnachtlichen Krippenspielen vorausgingen und in denen der Sündenfall und die Vertreibung von Adam und Eva aus dem Paradies dargestellt wurden. Zentrales Element war der sogenannte Paradiesbaum, der mit einem roten Apfel als Symbol für die Sünde behängt war. Rot steht in der christlichen Farbsymbolik für das Leiden und Sterben Jesu Christi. Und mit der Farbe Weiß sollen Reinheit und Unschuld einhergehen. Daher tragen katholische Geistliche bei den Gottesdiensten an Weihnachten und an Ostern Weiß. 



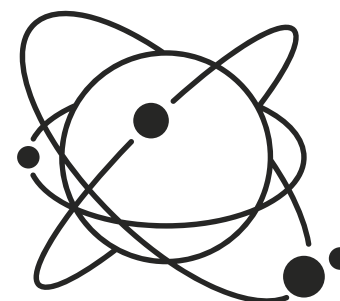
WARUM SICH CHIRURGEN GRÜN ODER BLAU KLEIDEN

Dass Grün oder Blau die Kleiderordnung im OP-Saal dominieren, liegt nicht nur daran, dass die Farben im Schein der OP-Lampen relativ blendfrei sind und ihnen eine allgemein beruhigende Wirkung zugeschrieben wird. Sie verhindern auch den sogenannten Nachbildeffekt: Betrachtet man längere Zeit einen bestimmten Farbton und schaut dann auf eine weiße Fläche, sieht man ein Nachbild in der Komplementärfarbe. Nach dem Blick in die rote Wunde würde der Chirurg also ein grünes Nachbild sehen. Mit grünem Kittel ist dieser Effekt praktisch ausgeblendet. 



„COSMIC LATTE“ – EINE ART BEIGE

Nein, bei „Cosmic Latte“ handelt es sich nicht um einen Milchkaffee, der mit schwindelig machenden Elixieren angereichert ist – sondern um die „Durchschnittsfarbe“ des Weltraums. Zwar ist das Universum in unseren Vorstellungen oft entweder stockdunkel oder ziemlich bunt. Doch laut NASA ist es beigefarben. Wissenschaftler, die die Farben von 20.000 Galaxien untersuchten und miteinander kombinierten, ermittelten diesen farbigen Mittelwert. Anscheinend hat sich die Farbe des Alls in den letzten sechs Milliarden Jahren von Blau immer mehr in Richtung Rot verändert. Über die weiteren Entwicklungen halten wir Sie auf dem Laufenden.



ROT STATT ORANGE

Giftig! Ätzend! Explosionsgefahr! Die orangen Quadrate mit solchen Gefahrenbezeichnungen prangen seit Jahrzehnten auf den Behältnissen von Chemikalien, Reinigungsmitteln und vielen Industrieprodukten. Das ist bald vorbei: In zwei Jahren werden die letzten Verpackungen mit den orangen Quadraten aus den Lagern verschwunden sein. Gewarnt wird dann nur noch in Rot. 

MUT ZUM WANDEL



„Unmöglich? Ja! Also lasst uns an die Arbeit gehen.“ So lautet eine der 66 1/2 Anstiftungen in „Macht, was ihr liebt!“. Wir empfehlen allerdings, vorher noch dieses Buch zu lesen. Und damit auch die drei am Anfang gestellten Fragen: Was will ich wirklich? Was macht mich lebendig? Was bringt das Funkeln in meine Augen? Immer wieder betonen die Autoren, dass wir allein dafür verantwortlich sind, unser Leben zu einem erfüllten, glücklichen und erfolgreichen zu machen. Sich darüber im Klaren zu sein, sei entscheidend für Veränderungen. Und was steht am Anfang jeder Veränderung? Den Kopf öffnen, Inspiration tanken, sich Aufgaben, Herausforderungen stellen, Strukturen und Gewohnheiten von außen betrachten und hinterfragen. Neugierig sein – und im besten Fall dazulernen. Denn: „Wer experimentiert, ist klar im Vorteil!“

Anja Förster, Peter Kreuz
„Macht, was ihr liebt!“
Panthleon, 12,99 €

HAMBURGS Azubi des Jahres 2015



Fotos: Malereibetrieb Gerd Henning

SONNE IM HERZEN

„Ich gönne ihm die Ehrung sehr. Er ist enorm wissbegierig, motiviert, talentiert und der Beste seines Jahrgangs. Und er trägt die Sonne in seinem Herzen. Sein Lachen ist einfach ansteckend“, sagt Folkert Engeler, Inhaber des Malereibetriebs Gerd Henning, über seinen Schützling, der gerade den Förderpreis der von der Handelskammer ausgerichteten Wahl zu „Ham-

burgs Azubi 2015“ gewann. Die Komplimente gelten dem gebürtigen Ghanaer Precious Sabottka, 28, der vor fünf Jahren nach Hamburg kam. Die Perspektiven auf ein auskömmliches Leben in Afrika waren auch für einen Mann mit seiner Energie alles andere als rosig. In seinem Heimatland hat sich die Einwohnerzahl in den vergangenen 25 Jahren mehr als verdoppelt, rund die Hälfte der Menschen dort ist jünger als 16 Jahre. Precious Sabottka ist fest entschlossen, seine Chance auf ein besseres Leben zu nutzen. Nach der Ausbildung plant er, seinen Meister zu machen und noch besser Deutsch zu lernen. „Am liebsten in Hamburg“, das für ihn eine „sehr schöne und auch tolerante Stadt“ ist. Tolerant, das ist er selbst auch. Ob es ihn gestört habe, dass Schulsenator Ties Rabe ihn bei der Laudatio beständig „Sabottka Precious“ nannte? „Aber nein, das macht gar nichts“, sagt Precious Sabottka. „Er war sehr nett zu mir und das Wichtigste ist, dass er meinen Namen überhaupt gesagt hat. Denn das bedeutete ja, dass ich gewonnen hatte.“ Und lacht sein ansteckendes Lachen.

Flankiert von seinen Ausbildern Henry Janaczek und Folkert Engeler präsentiert Precious Sabottka die Urkunde der Handwerkskammer Hamburg, die ihn als Gewinner des Förderpreises 2015 ausweist.



Fotos (v.o.): mollenkopf_em.art kirsch_stadteilverein



Familie, Arbeit, Garten, Feste, Natur – dies sind die zentralen Elemente des Lebens, glaubt man dem Söflinger Maibaum, auf dem jeder Bereich farbig illustriert ist.

ALLES NEU MACHT DER MAI

Mit Akribie, Sachverstand, Liebe zum Detail – und Farben von Brillux – wurde der historische Söflinger Maibaum umfassend restauriert. Der unweit seines Standorts im Ulmer Stadtteil Söflingen ansässigen Künstlerin Barbara Kaupper gelang es, den im Laufe der letzten zehn Jahre verblassten Farben behutsam neues Leben einzuhauchen. Aus zwölf Grundfarben mischte die studierte Kunsthistorikerin und Archäologin die richtigen Farbtöne anhand originalgetreuer Vorlagen. Zunächst malte Barbara Kaupper alle fünf auf Tafeln dargestellten Motive des Maibaums per Hand auf Folien. Danach wurden die Tafeln von Hand abgestrahlt, um Farbreste zu tilgen, bevor den blanken Metalltafeln die Brillux Produkte Epoxi-Haftgrund 855 und Ventilack 822 aufgespritzt wurden, da die so erzielte gleichmäßige Grundierung mit dem Pinsel schwerer zu realisieren gewesen wäre. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Und feiern. Spätestens wieder im Mai 2016.

KLEINE ATTRAKTION

Bei dieser fröhlichen Farbgebung tänzelt der eine oder andere sicher besonders gern die Stufen hinab. In enger Kooperation mit dem Stadtteilverein Emmertsgrund und dem Kulturverein em.art entstand diese kreativ gestaltete Treppe in Heidelberg. Nachdem der federführende Verein diverse Entwürfe zur Abstimmung gebracht und die Anwohner sich mehrheitlich für das geschwungene Regenbogenmotiv entschieden hatten, schritt man mit Brillux Farben zur Tat. „Weil Brillux sämtliche für die Arbeiten benötigten Produkte in bester Qualität aus einer Hand anbietet“, so Uwe Schmidt von der empfehlungsgebenden Stadtverwaltung Heidelberg. Zunächst wurde die Treppe abgesperrt und der geplanten Bemalung gemäß abgeklebt. Dann begann die große Malaktion. Für die Grundierung wurde 2K-Aqua Primer 873 benutzt, während der Anstrich mit verschiedenen Farbtönen in Abtönfarbe 951, gemischt mit Evocryl Fassadenfarbe 200, erfolgte. Zur Versiegelung wurde die Schlussbeschichtung mit 2K-PUR-Mattsiegel 844 aufgetragen. Unter fachkundiger Anleitung bemalten Kinder aus der Nachbarschaft sorgfältig und mit großem Eifer eine Treppenstufe nach der anderen. So entstand langsam das geschwungene Regenbogenmuster, das schon von Weitem zu sehen ist und eine vor Kurzem noch ganz gewöhnliche Treppe nun zu einer kleinen Attraktion macht.



Viele Kinder aus der Nachbarschaft und Farben von Brillux sorgen für die bunteste Treppe von Emmertsgrund.



ATTRAKTION FÜR DIE KLEINEN

Auch Kinder lieben es bunt! Bei der Farbgestaltung der Räume von Deutschlands schönstem Indoor-Spielplatz – so das Urteil vieler Besucher – im sachsen-anhaltischen Halberstadt half der Malerfachbetrieb Schmidgunst & Herrmann Kinderträume wahr zu machen. Sein handwerkliches Know-how und seine farbliche Expertise kamen insbesondere in den 13 thematischen Geburtstagszimmern zur Geltung. So wurden Fußball-, Prinzessinnen-, Piraten-, Cowboy- und Indianer- oder der Halloweenraum von Schmidgunst & Herrmann gestaltet. Dabei griff der Malerfachbetrieb ausschließlich auf Wandfarben und Lacke von Brillux zurück. Nach der Farbgestaltung wurde ein Teil der Wandflächen mit Meshdrucken der Firma Designgroup versehen. Das im Oktober 2014 eröffnete HaWoGe-Spiele-Magazin verfügt über 3.000m² Spielfläche über drei Etagen verteilt, ist komplett barrierefrei und hat besondere Spielangebote für Kinder mit Handicap.

In 13 bunten Motto-räumen ist alles für die große Party gerichtet.



Fotos: Florian Feg – Cut'n Clips



Lukas Prell im Einsatz für die deutsche Nationalmannschaft der Stuckateure in São Paulo auf dem Weg zur Silbermedaille.



MEISTER MIT 19, VIZEWELTMEISTER MIT 21

Der Stuckateurmeister Lukas Prell aus Aldenhoven bei Aachen hat, man kann es nicht anders sagen, eine steile Karriere hingelegt. Vorläufiger Höhepunkt für den Mann, der schon mit 19 Jahren seine Meisterprüfung ablegte: der Gewinn des Vizeweltmeistertitels bei der 43. Berufsweltmeisterschaft WorldSkills in São Paulo 2015. Der für das deutsche Nationalteam der Stuckateure angetretene Niederrheiner errang die Silbermedaille im Wettbewerb gegen 16 andere Nationen, die sich für das Finale in Brasilien qualifiziert hatten. „Die Zeit in São Paulo und der Wettbewerb an sich waren eine wunderbare Erfahrung für mich, die ich nicht vergessen werde“, erinnert sich Prell, der besonders den „kollegialen und freundschaftlichen Umgang unter den Teilnehmern“ genoss. In der Kategorie „Freestyle“ überzeugte Lukas Prell die Jury übrigens mit einer – Rio 2014 lässt grüßen – Christus-Statue in den Farben Schwarz-Rot-Gold, die mit einem brasilianischen und einem deutschen Ball kickt.

Fotos: Prell

Was machen Sie eigentlich den ganzen Tag, HERR EICHLER ?

Guten Tag, Herr Eichler. Schön, dass Sie für die Marktlpulse Zeit haben und uns ein wenig über Ihre Tätigkeit bei Brillux erzählen. Ihre Positionsbeschreibung lautet „Gruppenleiter, Produktion Münster, Nebenbetriebe Dispersion“. Was haben wir uns darunter vorzustellen?

Die Zeit nehme ich mir gerne. Sehen Sie: Bei Brillux sind alle Produkte sofort lieferbar und werden nicht erst dann produziert, wenn sie bestellt werden. Genau dafür sorgen



wird. Im Anschluss Sorge ich dafür, dass die verbrauchten Zutaten, pardon: Rohstoffe, nachgeliefert werden.

Man kann sich vorstellen, dass von Zeit zu Zeit auch ein gewisses Improvisationstalent gefragt ist.

Oh ja, zum Beispiel, wenn Rohstoffe knapp werden, ein Aggregat versagt, eine Pumpe heißgelaufen ist. Oder auch bei Produktumstellungen, wie etwa 2014 beim Wechsel von Acryl-Fassadenfarbe 100 zu Evocryl 200. Aber wenn es Wirbel oder Probleme gibt, genieße ich meine Arbeit eigentlich sogar noch mehr als sonst.

Wie groß ist Ihr Team?

Mit mir sind wir 22 in drei Abteilungen. Die Mischerguppe besteht aus zwölf Mitarbeitern, im Buntraum sind sieben Kollegen und in der Pastenproduktion gibt es einen Ansetzer und einen Abfüller. Wir sind ein eingeschworener Haufen, den auch privat einiges miteinander verbindet. Jeder bringt seine Stärken optimal in die Arbeit ein und das Ergebnis ist dann mehr als die Summe der Einzelteile. Ein bisschen ist es wie bei den Beatles. Lennon und McCartney waren gemeinsam ja auch viel besser als später alleine, finde ich.

Wie würden Sie Ihren Führungsstil beschreiben?

Leidenschaftlich und zielorientiert. Wenn es im Trubel des Tages mal etwas lauter zugeht – was durchaus schon mal vorgekommen sein soll – wird das im nächsten ruhigen Moment wieder bereinigt. Jeder meiner Männer weiß, dass er mit beruflichen, aber auch privaten Problemen zu mir kommen kann. Das ist es auch, was mich mit Brillux so sehr verbindet: der Zusammenhalt und das Familiendenken. Hier ist man sowohl an einzelner Leistung als auch am Menschen interessiert.

Herr Eichler, vielen Dank für das Gespräch. ■

Martin Eichler

In seiner Freizeit beschäftigt sich der gelernte Industriekaufmann mit jüngerer Geschichte, Rockmusik und Fußball – auch wenn der 48-Jährige vor ein paar Jahren seine Dauerkarte für den FC Schalke 04 spontan zurückgab. „Aus Frust über die gezeigten Leistungen.“ Das Spektrum seiner musikalischen Vorlieben reicht von den Beatles und Muse bis hin zu AC/DC und Limp Bizkit. Dazu spielt er nach eigener Aussage gerne Luftgitarre: „Ich kann leider nur dieses Instrument, das aber ziemlich gut.“ Martin Eichler hat zwei Söhne, Sebastian (15) und Lukas (16). Mit seiner Lebensgefährtin Alexandra und ihren drei Kindern lebt er in Telgte bei Münster.

mein Team und ich. Meine Aufgabe besteht darin, die drei mir anvertrauten Bereiche, die Mischerguppe, den Buntraum und die Pastenproduktion, so zu steuern, dass sie kontinuierlich und ohne Zeitverlust arbeiten können, damit wir teuren Stillstand vermeiden. Dabei spielen die optimale Disposition der Rohstoffe und die ideale Auslastung der Produktion auf den Mixern und Farbrührgeräten eine wichtige Rolle. Ebenso die zeitgerechte Bereitstellung der gefertigten Materialien für den nächsten Schritt, die Abfüllung.

Und wenn eine Verkaufsniederlassung zum Beispiel die Fassadenfarbe Evocryl 200 Basis 10 in größeren Mengen ordert ...

... dann bekommen wir computergestützt sofort Nachricht aus unserem Warenverteilzentrum in Münster, dass sich der entsprechende Bestand reduziert, und handeln, indem wir Evocryl 200 Basis 10 nachproduzieren. Aber um das tun zu können, müssen mein Team und ich zunächst dafür sorgen, dass alle für die Produktion benötigten Rohstoffe bereitstehen. Wie der Küchenchef eines großen Restaurants bin ich dafür verantwortlich, dass alle benötigten Zutaten für die Zubereitung der vom Gast geordneten Speisen in bester Qualität verfügbar sind. Gleichzeitig kümmere ich mich darum, dass alles fach- und zeitgerecht verarbeitet

AUSGE-SCHLAFEN

Einen florierenden Malerbetrieb etabliert, in der Lokalpolitik und als Schöffe engagiert. Dazu Ehemann und Vater von vier Kindern. Wie geht das alles zusammen? Für Holger Griesshammer aus Oberfranken ist die Antwort einfach: Präzise Planung, eine Freisprechanlage im Auto und ausreichend Schlaf genügen.

Fotos: Holger Griesshammer



HOLGER GRIESSHAMMER, MALER- UND LACKIERERMEISTER

GEGRÜNDET 2011

MITARBEITER 11 Mitarbeiter, darunter zwei Auszubildende

KERNKOMPETENZEN Fassadengestaltungen, Schriftenmalerei, Raumgestaltungen

KONTAKT info@malermeister-griesshammer.de | www.malermeister-griesshammer.de

Das satte, leuchtende Grün der sanft geschwungenen Wiesen geht am Horizont über in das schattige Dunkelgrün der dicht bewaldeten Hänge des Fichtelgebirges. Die Aussicht von der Terrasse ist fast zu malerisch, um wahr zu sein. Der Schönheit der Natur zum Trotz verzichtet Holger Griesshammer heute auf den in seinem Rücken liegenden Panoramablick. Er kennt ihn besser als sein Gast. Sein Elternhaus ist keine hundert Meter entfernt. Hier, ein paar Höhenmeter oberhalb von Weißenstadt in Oberfranken, ist er aufgewachsen.

Marketing war der Schlüssel

„Ich habe einfach irgendwann gespürt, dass es Zeit ist, eigene Wege zu gehen“, erzählt Holger Griesshammer von seinem Entschluss, die sichere Anstellung als Meister im ortsansässigen Malereibetrieb zu verlassen. „Mir war von Anfang an klar: Gezieltes Marketing ist die Voraussetzung für meinen Erfolg. Ziel war, meinen Namen zu einer Marke, zum Synonym für hochwertige Maler- und Lackiererarbeiten in der Region aufzubauen.“ Dafür beauftragte Holger Griesshammer eine Agentur

aus dem fernen Hannover, zu der persönliche Bande bestanden, zunächst mit der Entwicklung eines eigenen, charakteristischen Logos. „Die stilisierte Malerrolle hat sich in Weißenstadt längst etabliert und wird mit uns verbunden“, bilanziert Holger Griesshammer zufrieden.

Inzwischen zu zwölf

Anschließend wurden an alle Haushalte in der Region Postwurfsendungen verschickt, in denen sich der junge Betrieb vorstellte: „Der neue Malermeister“. Oder: „Alles neu macht der Mai!“ Maßnahmen, die sich auszahlen. Schon drei Monate nach der Firmengründung im Januar 2012 wurde der erste Geselle eingestellt. Inzwischen ist man zu zwölf. „Natürlich entscheidet am Ende des Tages die Leistung über den Erfolg“, ist Holger Griesshammer überzeugt. Gerade im Landkreis Wunsiedel mit seinen zahlreichen denkmalgeschützten Ensembles und seinen charakteristischen, erdigen Fassadenfarben ist die handwerkliche Fallhöhe beträchtlich. „Aber dass man überhaupt erst zeigen darf, was man kann – das geht nicht ohne regelmäßiges Marketing.“



Modern und klar: Gezieltes Marketing ist für Holger Griesshammer unverzichtbar. So lässt er in regelmäßigen Abständen Broschüren und sogar ein Kundenmagazin produzieren.

„Natürlich muss man gut sein. Aber dass man überhaupt zeigen kann, dass man es ist – dafür sorgt gezieltes Marketing.“

Holger Griebhammer, Geschäftsführer

So ist es für Holger Griebhammer klar, dass er mit professionell aufbereiteten Broschüren, einer gut gepflegten Facebook-Seite und sogar einem eigenen Kundenmagazin weiter regelmäßig in die Kundenkommunikation investiert.

Zweiter Bürgermeister von Weißenstadt

Wenn Holger Griebhammer in sanftem, sonorem Fränkisch, das bekanntlich wenig „T“ kennt, aber umso mehr „D“, von seinem Sprung in die Selbstständigkeit vor vier Jahren erzählt, sind seine Ausführungen anschaulich und so ausführlich wie nötig. Ausschweifend sind sie nicht. Kein Wunder, denn für den 33-jährigen Malermeister ist Zeit kostbar.

Neben seinem prosperierenden Malereibetrieb ist Holger Griebhammer auch Vorsitzender des SPD-Kreisverbands Fichtelgebirge und schon seit 2008 – Griebhammer war damals gerade sechszwanzig – ehrenamtlicher Zweiter Bürgermeister von Weißenstadt. „Das sind Ämter, die ich mit viel Herzblut ausübe und die mir sehr wichtig sind“, sagt er und illustriert mit einem Lächeln den täglichen Spagat zwischen den verschiedenen Aktivitäten. „Es kommt vor, dass ich mehrmals am Tag wechseln muss zwischen Anzug und Malerhose. Wenn ich zum Beispiel ältere Bürger der Stadt zu einem runden

Geburtstag besuche, um mit ihnen anzustoßen und zu plaudern – übrigens eine der schönsten Pflichten meines Ehrenamts –, trage ich natürlich gebügelte Hosen und keine Malerkleidung.“

Politik am Lenkrad

Vor ein paar Jahren hätte es fast zum Sprung in den oberfränkischen Bezirkstag gereicht. Am Ende fehlten ein paar hundert Stimmen. Ist das Thema Berufspolitik damit erledigt? Holger Griebhammer zuckt mit den Schultern. Vielleicht nicht ganz.

Doch vorerst wird die Parteipolitik zu einem großen Teil im Auto organisiert. „Wenn ich unterwegs bin, telefoniere ich schon sehr viel“, bekennt Griebhammer und vergisst dabei nicht, seine Freisprechanlage zu erwähnen. Außerdem ist der Oberfranke Schöffe am Landgericht Hof. Auch dieses Amt nimmt er sehr ernst. „Verschiebungen können im Extremfall den gesamten Prozess ins Wanken bringen. Daher sind diese Termine sakrosankt.“ Erst gestern war Griebhammer in dieser Eigenschaft bei Gericht. Verhandelt wurde ein versuchter Totschlag, so viel darf ein Schöffe gerade noch verraten. Bei allem Tageswirbel ist es für Holger Griebhammer wichtig, jeden Tag zeitig nach Hause zu kommen und dann auch den



Inzwischen eher seltener: Holger Griebhammer persönlich bei der Fassadengestaltung. Die freihändig angebrachten Schriftzüge gehören zu den Markenzeichen seines Betriebs.



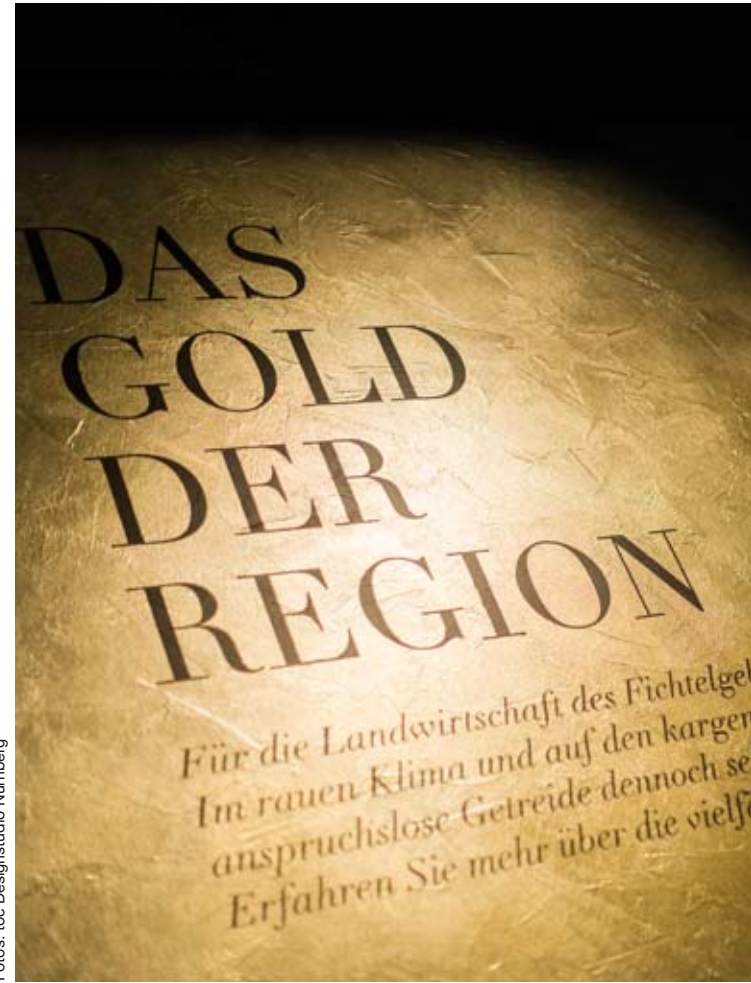
Links: In der hinteren Reihe: Holger, Moritz und Nicole Griebhammer. Vorne: Paul, Jule und Jacob.

Unten: Auch in der Lokalpolitik betätigt sich Holger Griebhammer mit Leidenschaft.



Grün und mutig: Die Fassadengestaltung des Gebäudes der Firma „Hans Brückner Heimtextilien“ in Gefrees.





„Bei allem beruflichen Ehrgeiz, den ich in mir trage und ausleben will: Die Familie steht über allem.“

Holger Griebhammer, Geschäftsführer



Ein Auftrag der etwas anderen Art: Holger Griebhammer war auch für die Farbgestaltung des ROGG-IN verantwortlich, ein Informationszentrum für Roggenkultur, das sich mit der kulturgeschichtlichen und ernährungsphysiologischen Bedeutung des in Weißenstadt sehr beliebten Korns beschäftigt.

Kopf frei zu haben. „Die Zeit mit meiner Familie steht über allem. Aus diesem Grund nehme ich in aller Regel keine Arbeit mit nach Hause.“ Der andere ist ebenso einleuchtend: „Außerdem achte ich auf ausreichend Schlaf. Ich will ja schließlich noch eine Weile durchhalten.“

„Planungen nicht abgeschlossen“

Zur Familie Griebhammer gehören noch Ehefrau Nicole, Tochter Jule (sechs Jahre) und die Söhne Paul (elf), Jacob (neun) und Moritz, der jüngste Zuwachs der Familie, gerade mal ein Jahr alt. Die Aufzählung ist nicht mehr als ein Zwischenstand. „Irgendwann im April erwarten wir einen weiteren Neuankömmling“, ergänzt Holger Griebhammer mit versonnenem Lächeln. Die Griebhammers sind eine Patchworkfamilie wie aus dem Bilderbuch. Die ältesten drei Kinder hat Nicole mit in die Ehe gebracht. „Wir waren schon etwas unsicher, wie die Öffentlichkeit in Weißenstadt und Umgebung das aufnehmen würde“, erinnert sich Holger Griebhammer, „hier kennt schließlich jeder jeden.“ Die Sorge war unbegründet. Bei den Kommunalwahlen 2014 bekam er die meisten Stimmen aller 48 Bewerber.

Immer gut schlafen

Die Frage, ob ihm das Bürgermeisteramt beruflich nutze oder nicht, beantwortet Holger Griebhammer salomonisch: „Ach, die einen rufen vielleicht gerade deshalb an, die anderen gerade deshalb nicht.“ Und schiebt, mit amüsierten Zwinkern, nach: „Es kann aber sein,

dass der Umstand, dass man mich hier gut kennt, der Zahlungsmoral nicht gerade abträglich ist. Ausfälle hatte ich jedenfalls noch keine zu beklagen.“

Präzise Planung und ein „klares, realistisches Zeitmanagement“ sind für Holger Griebhammer zwei Bausteine, die dafür sorgen, dass er seine vielfältigen beruflichen und familiären Verpflichtungen miteinander vereinbaren kann. Der dritte, entscheidende Baustein ist nach Holger Griebhammers Überzeugung das Betriebsklima.

„Es ist mir wichtig, dass jeder Mitarbeiter gern zur Arbeit kommt und weiß, dass ich ihm vertraue“, sagt Holger Griebhammer, der vor einiger Zeit mit einem erfahrenen Vorarbeiter eine zweite Entscheidungsebene einzog. Auch wenn er nicht jede einzelne der sechs oder sieben oft kleineren Baustellen besucht, könne er trotzdem immer gut schlafen. „Einen guten Chef erkennt man daran, dass es genauso gut läuft, wenn er nicht da ist. Dann hat man gute Arbeit geleistet und kann sich am Ende des Arbeitstags entspannen.“ Und innere Ruhe ist bekanntlich die Voraussetzung für guten Schlaf. ■

Holger Griebhammer

Der 33-jährige Malermeister ist seit 2012 selbstständig und beschäftigt inzwischen elf Mitarbeiter. Der Vater von bald fünf Kindern ist zudem als ehrenamtlicher Zweiter Bürgermeister seiner Heimatstadt Weißenstadt und als Schöffe engagiert.



Eingespieltes Team: Holger Griebhammer und seine Mannschaft.

FLIEGEN LERNEN

*Wer neue Wege im Betrieb gehen will, braucht vor allem eines: Mut.
Und die Fähigkeit, auch in Krisenzeiten Muster zu erkennen.*

Der amerikanische Autor Richard Bach schickt seiner Erzählung „Die Möwe Jonathan“, folgenden Satz voraus: „Für die wirkliche Möwe Jonathan die in uns allen lebt.“ Wie es sich für eine Parabel gehört, geht es darin nur vordergründig um einen kleinen Küstenvogel, der sich mutig über die Verbote und Konventionen seines Schwarms hinwegsetzt. Um den kleinen Jonathan, der die gültigen Normen nicht mehr akzeptieren will: Jonathan will seinen Traum verwirklichen und ein Meisterflieger werden – und sich nicht wie die anderen seiner Art nur zur Futtersuche in die Luft schwingen. Jonathan probiert immer neue Flugtechniken aus, beflügelt von immer weiter gesteckten Zielen. Er fliegt waghalsige Bahnen, vervielfacht seine Fluggeschwindigkeit. Immer ermahnt und gerügt von den älteren Möwen, die ihn davon abhalten wollen, seine Ziele zu verfolgen. Freiheitsdrang, Neugierde und Ehrgeiz sind am Ende stärker. Jonathan befreit sich von den ihn umgebenden Fesseln.

„Diagnose Burnout – Chance meines Lebens“

„Vor sechs Jahren war ich an einem Tiefpunkt“, erzählt Matthias Schultze. „Ich wollte damals alles selbst regeln und lebte in ständiger Angst, nicht genügend Aufträge reinzubekommen.“ Auf Dauer machte das den Malermeister, der den Betrieb seines Vater übernommen hatte, krank. Diagnose: Burnout. Vier Jahre war er berufsunfähig. „Das war die größte Chance meines Lebens“, erinnert sich der 42-Jährige heute. „Erst jetzt, an diesem Tiefpunkt, brachte ich den Mut zusammen, die Firma ganz neu aufzustellen.“ Das betraf alle Bereiche von „Maler Heyse“ in Hannover. Zunächst zog sich Schultze zurück – und stellte einen Malermeister ein. Nach und nach gab er weitere Aufgaben ab, sodass er sich heute vor allem um Marketing und Kundenakquise im Internet kümmert. Schultze, der schon als 12-Jähriger eine große Affinität zu digitalen Medien hatte und 1997 als einer der ersten Handwerker bundesweit online ging, hat

SA
ABLEGEN
NEUES
MACHEN
WAS
WAGEN
NEUE
WEGE
TRÄÜMEN
KOMFORT
ZONE VER-
LASSEN
INVESTIEREN
EHR-
LICH-
KEIT
NEUSTART
VERTRAUEN
UNGEWISSHEIT
UNBEQUEM
WIDER
SPRECHEN
SICH AUF
ETWAS

Mut?

WENN ICH AM MORGEN

nach einer Feier mein Gesicht
IM SPIEGEL
betrachte. Das ist Mut.

ANTHONY QUINN

Wer ständig
GLÜCKLICH
SEIN MÖCHTE,
MUSS SICH
OFT
VERÄNDERN.

KONFUZIUS

MUT
ist nicht die
ABWESENHEIT DER
ANGST,
sondern die
ERKENNTNIS,
dass es etwas gibt, das
WICHTIGER
IST ALS
DIE ANGST.

AMBROSE REDMOON



„Ich lebte in ständiger Angst, nicht
genügend Aufträge zu bekommen.“

Matthias Schultze, Geschäftsführer, Maler Heyse, Isernhagen

inzwischen eine umfangreiche Website, ein sehr starkes Weblog, pflegt eine rege Facebook-Community und ein sehr intensives Netzwerk analog und digital. So kommen online pro Monat auf der Website des Handwerksbetriebs www.maler-heyse.de und blog.maler-heyse.de bis zu 200.000 Klicks zusammen. „Wenn nur ein Bruchteil der Besucher auch einen Auftrag erteilt, muss ich nie wieder Angst vor einer Pleite haben.“

Mut, zu neuen Ufern aufzubrechen

Was bei Maler Heyse gilt, trifft im Grunde auf alle Unternehmen zu: Gerät ihre Existenzgrundlage ins Wanken, brauchen sie den Mut, zu neuen Ufern aufzubrechen. So wirbt IBM aktuell mit großflächigen Plakaten für einen Kurswechsel. Der US-Konzern – zuerst bekannt für Computer, dann für Software – positioniert sich heute als Unternehmensberatung. „Entscheidend ist der Zeitpunkt, zu dem sich Unternehmen auf eine grundlegende Veränderung einlassen“, so der Experte für Change Management Prof. Dr. Peter Kruse, der an der Universität Bremen lehrte. Viele unternehmerische Meisterleistungen kommen weniger spektakulär daher als beispielsweise die aus der Not geborene Umgestaltung des Bergbaukonzerns Preussag zum Touristikkonzern TUI AG: „Vom Förderturm zum Ferienmacher“. So hat sich die dm-markt GmbH mit einer Ausrichtung auf Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung vor Jahren scheinbar gegenläufig zu Markttendenzen bewegt – und doch langfristig recht behalten.

Muster erkennen – Zusammenhänge verstehen

„Besonders interessant sind die Wetten auf die Zukunft, an die zum Zeitpunkt ihrer Platzierung noch keiner so recht glauben mag“, so Peter Kruse, der bis zu seinem Tod im Juni 2015 auch als Unternehmer erfolgreich war. Dazu braucht es besondere Fähigkeiten: „Der Mut zum Risiko radikaler Veränderung wächst mit der Fähigkeit, Muster zu erkennen, Zusammenhänge zu verstehen und Bewertungskriterien zu entwickeln, die stabil genug sind, um auch in unklaren Situationen als innerer Kom-

pass zu dienen.“ Dabei muss sich die Kompassnadel auf wechselnde Marktgegebenheiten einstellen. So setzte Nokia – 1865 als Hersteller von Papiererzeugnissen und Gummistiefeln gegründet – mit der Liberalisierung des finnischen Mobilfunkmarktes in den 1960er-Jahren als einer der Ersten weltweit auf Mobiltelefone – und stieg zum Marktführer auf. Weniger effektiv stellte sich der Konzern aus dem finnischen Tampere gut 40 Jahre später auf den Touchscreen ein, verlor in wenigen Jahren seine Stellung – und wurde kürzlich von Microsoft geschluckt. Abrupte Kurswechsel gab es in der Wirtschaftshistorie immer wieder. Neu ist allerdings die Geschwindigkeit, mit der heute scheinbar etablierte Geschäftsmodelle durch technologische Entwicklungen infrage gestellt werden. „Die Globalisierung und die Entwicklung neuer Kommunikationstechnologien haben die Lebens- und Überlebensbedingungen von Unternehmen dramatisch geändert“, so Kruse und vergleicht diese Entwicklung mit einem Seebeben. Die wichtigste Neuerung: Durch das Internet verschiebt sich die Macht immer mehr vom Anbieter zum Kunden. ▶

**ALLE WOLLEN DIE
WELT
verändern, aber keiner
SICH
SELBST.**
TOLSTOI

„Es geht darum, ergebnisoffene Prozesse professionell zu gestalten.“

Prof. Dr. Peter Kruse, Experte für Change Management



Auch das Handwerk ist längst von diesem Trend erfasst. Die Selbstdiagnose technischer Geräte oder Häuser aus 3D-Druckern sind keine Zukunftsvisionen, sondern Realität. „Das wird auch Rückwirkungen auf das Handwerk haben“, so der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH). Durch die neuen Technologien wachsen nicht nur die fachlichen Anforderungen, sie erfordern auch ein hohes Maß an selbstgesteuertem Handeln und eine ganz andere Gestaltung der Kommunikation als früher. Dabei ist „die Digitalisierung gerade für kleinere Unternehmen eine Chance, noch schneller und effizienter zu werden. Davon profitieren auch die Mitarbeiter, die besser in Entscheidungsprozesse einbezogen werden und motivierter an die Arbeit gehen“, erklärt Dieter Kempf, Präsident des Branchenverbandes der digitalen Wirtschaft (Bitkom).

Auf jeden Fall bringt jeder Kurswechsel für alle Beteiligten Verunsicherungen und Ängste mit sich. Das liegt laut Prof. Kruse an der menschlichen Psyche: „Menschen verzichten schon immer lieber auf Neues und Weiterentwicklung, als sich davon verunsichern zu lassen“. Der Schlüssel liege in einem temporären Wechsel des Führungsstils: „Führung im Wandel verlangt die Akzeptanz fehlender Planbarkeit und die Fähigkeit zur professionellen Gestaltung ergebnisoffener Prozesse.“ Hier sei es

AUFRICHTIGKEIT
IST WOHL
DIE VERWEGENSTE
FORM DER
Tapferkeit.

.....
WILLIAM SOMERSET MAUGHAM

von zentraler Bedeutung, nicht vorgeben zu wollen „wo es langgeht“, sondern einen gemeinsamen Entwicklungsweg zu beginnen, denn die Involvierung aller Akteure im Unternehmen ist von entscheidender Bedeutung für das Gelingen radikaler Veränderungen.

Kreative Kraft der Instabilität

Das Ziel ist dabei, von einem stabilen Zustand zum nächsten zu gelangen. Das kann laut Kruse heute nur mit einer stabilen Unternehmenskultur gelingen: „Gerade ein Unternehmen, das sich in einem Marktumfeld behaupten muss, in dem sogar das Geschäftsmodell jederzeit infrage gestellt werden kann, braucht eine starke und für alle Beteiligten spürbare Kultur, um auch bei maximaler Komplexität und Dynamik der Märkte handlungsfähig zu bleiben.“ Wer einmal verstanden hat, welche kreative Kraft in der Instabilität steckt, kann sie besser ertragen, denn er ist sich des Ziels bewusst. Eine Lernerfahrung im Übergang, die anschaulich macht, welche positive Perspektive mit der als unangenehm und irritierend empfundenen Instabilität verbunden sein kann, ist die Pubertät. Die Verunsicherung, die in der Pubertät erlebt wird, ist die unabdingbare Voraussetzung für den Schritt zur erwachsenen Persönlichkeit. Insofern bedeutet jede Krise immer auch eine Chance.

Das hat auch Matthias Schultze, der übrigens „Die Möwe Jonathan“ nicht gelesen hat, erlebt. Heute geht es Maler Heyse besser denn je. „Aktuell sind wir mit 28 Mitarbeitern ertragreicher als damals mit 60“, erzählt er. Und wie geht das? Matthias Schultze besaß den Mut, sich nicht für unentbehrlich zu halten und seinen Mitarbeitern mehr Verantwortung zu überlassen. Und er folgte seinen eigenen Interessen und setzte konsequent auf die Chancen der digitalen Transformation und somit auch auf Social Media und Internet-Marketing. Das hat der Firma seit 2012 Aufträge im Wert von einer Million Euro ausschließlich über Internet-Marketing eingebracht. Auch Matthias Schultze geht es besser denn je. Heute geht er gerne zur Arbeit, jeden Tag. „Inzwischen mache ich das, was ich schon immer wollte. Und nur dann macht man es auch wirklich gut und erfolgreich.“ Um so weit zu kommen, sollte man den Mut aufbringen, die Möwe Jonathan in sich zu finden – und zu fliegen. ■

Man entdeckt
KEINE NEUEN
ERDTEILE,
OHNE DEN
MUT
ZU HABEN,
alte Küsten aus den
AUGEN ZU VERLIEREN.



ANDRÉ GIDE

Rüdiger Nehberg

Der 80-jährige Menschenrechtler blickt auf ein bewegtes Leben als Unternehmer, Survival-Experte und Aktivist zurück. Neugier und die Lust zum Neubeginn waren ständige Begleiter des 1935 in Bielefeld geborenen Bankersohns. Nachdem er sich als Konditormeister mit innovativen Ideen einen Namen gemacht hatte, schlugen Abenteuerlust, Fernweh und Gerechtigkeitssinn bei ihm durch. Immer wieder testete Rüdiger Nehberg mit spektakulären und waghalsigen Aktionen seine Grenzen aus. Seit den 1980er-Jahren verknüpft er dies medienwirksam und äußerst erfolgreich mit seinem Engagement als Menschenrechtsaktivist.

DER TRAUM-KÄMPFER

Auch in seinem 81. Lebensjahr zeigt der frühere Konditormeister Rüdiger Nehberg kaum Anzeichen von Müdigkeit. Erst recht nicht von Resignation. Warum auch? Fokussiert und kreativ verzeichnet „Sir Vival“ bei seinem Kampf gegen den barbarischen Brauch der weiblichen Genitalverstümmelung beachtliche Erfolge. Nächstes Ziel: Die Botschaft „Genitalverstümmelung ist Sünde!“ soll in Mekka verkündet werden.

Neugierige, freundliche Augen, praktisches Kurzarmhemd und ein Händedruck, der einen annehmen lässt, man zöge in einem Liegestütz-Wettbewerb den Kürzeren, obwohl man das eine oder andere Jahrzehnt jünger ist. Zum Glück hat es der Träger des Bundesverdienstkreuzes 1. Klasse nicht nötig, mit seiner Zähigkeit zu prahlen. Außerdem ist er ein zu netter Gastgeber. Lieber bittet er also in seiner idyllisch gelegenen, 400 Jahre alten Mühle im Hamburger Umland zu Tisch und erzählt bei Erdbeerkuchen und frischem Kaffee aus seinem Leben. Vom Verlangen, die eigenen Grenzen zu erkunden. Vom Kampf gegen innere Schweinehunde und äußere Ungerechtigkeiten. Vom Mut, seinen Überzeugungen zu folgen und neue Wege zu gehen, eigene Wege.

Der Trick mit den Postkarten

Schon mit drei Jahren wagte der behütete Bankersohn seine erste Expedition. Für einen Tag war er verschwunden, weil er seine Großmutter besuchen wollte, die am anderen Ende seiner Geburtsstadt Bielefeld lebte. Anderntags fand man ihn schlafend in einem Rhododendronstrauch.

14 Jahre später, 1952, sorgte der Teenager dafür, dass die Eltern ihn in Paris wädhnten – ein Freund schickte vorgeschriebene Karten vom Montmartre nach Hause. Tatsächlich war der junge Nehberg nach Marrakesch geradelt, um dort die Kunst der Schlangenbeschwörung zu erlernen. Doch die Fahrt nach Marokko entpuppte sich als Enttäuschung. Nehberg musste feststellen, dass man den Giftschlangen dort das Maul zunähte. Für den Schlangen-

freund – „Was für schöne, elegante Tiere!“ – inakzeptabel. Auch eine spätere Tour ums Mittelmeer verlief nicht wie erhofft: Als sich der 25-Jährige in Jordanien in seinem Übermut dazu hinreißen ließ, ein Ruderboot zu klauen, um mit einem Freund den Golf von Aqaba nach Ägypten zu überqueren, wurden sie prompt erwischt und inhaftiert.

Tränen zum Abschied

Im Gefängnis von El-Kerak brachte er dann jene Fähigkeit zur Anwendung, mit der er auch heute noch seine Projekte vorantreibt: Menschen mit Integrität, Herzlichkeit und Leidenschaft für sich einzunehmen.

Mit Charme und Elan gewann der junge Nehberg im Handstreich die Gunst von Mitgefangenen und Gefängnisverwaltung. Akribisch brachte er die Zellen auf Vordermann, sorgte mit Zaubertricks für gute Laune, bastelte Spielfiguren aus Papier, gründete eine Schach-AG und veranstaltete Kakerlaken-Derbys. „Bleibt doch noch privat meine Gästel“, bat Gefängnis-Direktor Abu Mohammed, als die Strafe verbüßt war. Zum Abschied flossen Tränen. Die Hochzeitsreise mit seiner ersten Frau Maggy drei Jahre später führte ihn dann wieder nach Jordanien – ins Gefängnis zu Abu Mohammed.

Unkonventionell und voller Energie betrieb Rüdiger Nehberg auch daheim in Hamburg 25 Jahre lang seine Profession als Konditormeister. In seinem Betrieb im Stadtteil Wandsbek beschäftigte er bis zu 50 Mitarbeiter und arbeitete regelmäßig 80 Stunden pro Woche. „Wenn du gehört werden willst: Sei originell und verzettele dich nicht!“ Wenn ein Satz das kommunikative

Keine Berührungsängste: Rüdiger Nehberg bändigt eine Felsenpython im Amazonas-Gebiet.

Foto: Survival-Lexikon, Piper Verlag



Der Abenteurer und sein Brotberuf: 1990 verkaufte Rüdiger Nehberg seinen Betrieb, um sich ganz auf seinen Einsatz für die Yanomami-Indianer konzentrieren zu können.

Schon vor 55 Jahren präsent in den Medien: Sein Gefängnisarrest in Jordanien war bereits 1960 Pressethema.



Credo Rüdiger Nehbergs zusammenfasst, dann dieser. Ganz gleich, ob es um die Verbreitung von Kuchen oder von Menschenrechten geht. Nach dieser Devise handelt er seit 50 Jahren. Mit pfiffigen und spektakulären Aktionen brachte er seine Konditorei immer wieder ins Gespräch. So verteilte Nehberg medienwirksam Zahnbürsten (mehr dazu im folgenden Interview) und punktete mit lässigem Understatement. Die Fahrzeugbeschriftung „Konditorei Nehberg ... es gibt schlechtere“ brachte manchen Hamburger zum Lächeln.

Von der Torte zur Tortur

Als Lehrlingswart der Konditoreninnung setzte sich Rüdiger Nehberg schon damals für jene ein, die auf der niedrigsten Stufe der Hierarchieleiter standen. „Besonders bei den etablierten, ‚altherwürdigen‘ Bäckern wurde mit den Auszubildenden oft auf eine Weise umgesprungen, die einfach nicht hinnehmbar war“, empört sich Rüdiger Nehberg noch heute und wirbelt beim Sprechen mit den Armen. Wie ein Pitbull verbiss sich der drahtige Westfale dann in solche Fälle, egal welchen Rang sein Gegenspieler bekleidete. „Mit diesen Leuten habe ich manchen Strauß ausgefochten – ohne Rücksicht auf Verluste“, sagt Nehberg und es scheint überflüssig zu fragen, wer gewann. Sein Mitgefühl und Gerechtigkeitsempfinden führten ihn schließlich von der „Torte zur Tortur“, wie er seine Wandlung zum Menschenrechtsaktivisten selbst einmal beschrieb.

Todesangst in Hamburg

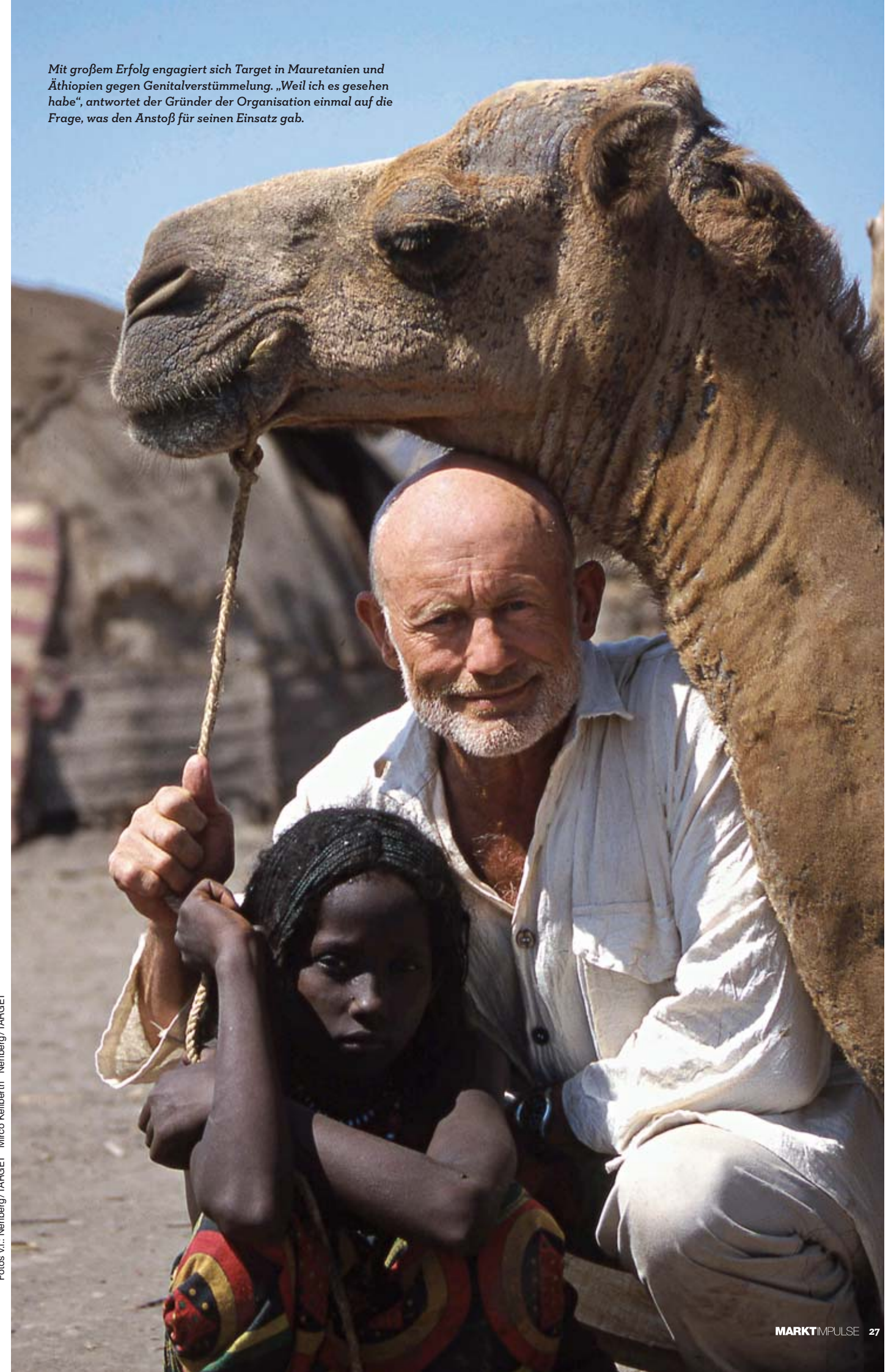
„Anfangs wollte ich eher meine Neugier auf die Welt befriedigen, meine Freude am Risiko“, bekennt Nehberg, der nicht nur den unwirtlichen Blauen Nil in Äthiopien erkundete, 25 bewaffneten Überfällen entkommen ist und auf unzähligen Survival-Touren ohne Hilfsmittel lernte, sich selbst zu vertrauen. Einmal ließ er sich absichtlich von einem Felsenpython Probe würgen, um festzustellen, ob er sich ihr entwinden konnte. „Sofort nach dem ersten Ausatmen zog sie ihre Schlingen enger. Ich hatte keine Chance.“ Einer der wenigen Momente, bei denen er Todesangst verspürte, obwohl dieses Experiment ausgerechnet in Hamburg unter „Laborbedingungen“ stattfand und Freunde ihn sofort „auswickelten“.

Kein Pazifist

Ein typischer Nehberg. Risiko? Gewiss, aber nur, wenn es kalkulierbar ist. Der Mann, der in Wirklichkeit viel lieber westfälische Reibekuchen verspeist („Die mache ich mir jede Woche“) als Maden, Larven oder Käfer, wie oft hartnäckig und wenig originell vermeldet, ist alles andere als ein Spieler. So ist es für ihn eine Selbstverständlichkeit, dass er sich bewaffnet, wenn es geboten erscheint. Nein, ein Pazifist ist der Mann, der auf seinem Privatsee er bis vor wenigen Jahren Survival-Trainings für Manager, Jugendliche und Elitesoldaten anbot, beileibe nicht. „Nur weil ich Menschenfreund bin, lasse ich mich doch noch lange nicht erschießen“, sagt Nehberg dazu nur ▶

Mit großem Erfolg engagiert sich Target in Mauretanien und Äthiopien gegen Genitalverstümmelung. „Weil ich es gesehen habe“, antwortet der Gründer der Organisation einmal auf die Frage, was den Anstoß für seinen Einsatz gab.

Fotos v.l.: Nehberg/TARGET Mirco Keilberth Nehberg/TARGET



Gegen den Rat der Experten: Um auf die verzweifelte Lage der Yanomami-Indianer aufmerksam zu machen, startet Rüdiger Nehberg im Januar 2001 mit einem Einbaum eine 4000 km lange Überfahrt quer über den Atlantik von Mauretanien nach Brasilien. Das allein durch das Segel angetriebene, von Nehberg selbst entworfene Boot ist aus dem Stamm einer 350 Jahre alten Schweizer Weißtanne angefertigt. Es ist 18 Meter lang und wiegt ca. 12 Tonnen. Nach einer Fahrzeit von 43 Tagen erreicht Nehberg im März 2001 die brasilianische Küste. Mit Aktionen wie dieser lenkte er das Interesse der Öffentlichkeit geschickt auf die Situation des Indianervolks – und verhalf ihm so schließlich zu einem „akzeptablen Frieden“. Der Einbaum „The Tree“ ist heute im Technik-Museum Speyer ausgestellt.



Foto: Nehberg/TARGET

„Als ich merkte, dass alle Beteuerungen der zuständigen Politiker in Brasilien gelogen waren und das Volk der Yanomami vor der Vernichtung stand, war mir klar, dass ich handeln musste.“

Rüdiger Nehberg

Foto o.: Mirco Keilberth Fotos u. Nehberg/TARGET



Rüdiger Nehberg mit dem Gebiss eines Hais. Der Raubfisch biss sich 1987 bei Nehbergs Atlantiküberquerung per Tretboot im Köder seiner Angel fest – sein Todesurteil. „Ich brauchte die Angel, um zu fischen“, sagt Nehberg lakonisch.



Auch für die Waiapi-Indianer im Amazonas-Regenwald setzen sich Annette und Rüdiger Nehberg mit Leidenschaft ein. 2012 eröffnete TARGET für das Volk, von dessen Existenz Ethnologen erst seit gut 40 Jahren wissen, eine Urwaldklinik, die sich um alle anfallenden medizinischen Fälle kümmert: um Lungenentzündungen, Vergiftungen, Zahnprobleme – und natürlich Entbindungen.

und hebt an zu einem detaillierten Vortrag über die spezifischen Vorzüge verschiedener Handfeuerwaffen. Auf vielen seiner Touren zu Wasser oder zu Fuß war stets eine in Reichweite.

Im Einsatz für die Yanomami

Der weitläufige Wohnbereich im ersten Stock seiner Mühle ist so etwas wie das Museum seines bisherigen Lebens. Schräg über dem Esstisch, an dem wir sitzen, hängt die fünf Meter lange Häutung eines Felsenpythons, gleich in der Nähe das Gebiss eines Hais, dahinter verschiedene Indianerpfeile. Auf der Fensterbank ist ein mit Alkohol gefülltes Einmachglas platziert mit dem Etikett „Rüdis Reste“. Darin schwimmen Krampfadern, Blinddarm, Mandeln und mehrere Zähne des Überlebenskünstlers. Die Wände und Regale sind übersät von Bildern, gerahmten Zeitungsartikeln und Gegenständen, die ihn in den vergangenen Jahrzehnten begleiteten: das Modell jenes Tretboots etwa, mit dem er 1987 den Atlantik überquerte, um auf die verzweifelte Lage der Yanomami aufmerksam zu machen – ein Indianerstamm im Amazonasgebiet im Würgegriff korrupter brasilianischer Politiker und rücksichtsloser Goldsucher, für den er mit spektakulären Aktionen so lange kämpfte, bis ihm ein geschütztes Reservat zugestanden wurde.

Mit TARGET gegen Genitalverstümmelung

Auf einer Regalwand sind die 30 Bücher angeordnet, die er schrieb. Vom Erstling „Drei Mann, ein Boot, der Blaue Nil“ von 1974 über das verfrühte „Resümee eines extremen Lebens“ (2010) bis zu seinem bislang letzten Werk „Ab in die Wildnis: Das 5-Tage-Survival-Programm“. Auf das ihm gewidmete Lied seines Freundes Udo Lindenberg stößt man gleich am Eingang. Ebenso auf Bilder all jener, die er braucht, um seiner Vision von einer Welt ohne weibliche Genitalverstümmelung näherzukommen. Dafür gründete er mit seiner zweiten Frau Annette im Jahr 2000 die Menschenrechtsorganisation TARGET. Mit Pragmatismus, diplomatischem Geschick und der Konzentration auf das Kernziel erreichten die Nehbergs Gewaltiges: So brachte TARGET 2006 eine Reihe führender islamischer Rechtsgelehrter in der berühmten Al-Azhar-Universität in Kairo zusammen, die gemeinsam die Praxis der Genitalverstümmelung als „Sünde“ verurteilten. Drei Jahre später gelang es TARGET, den in der westlichen Welt überaus umstrittenen islamischen Rechtsgelehrten und Publizisten Yusuf al-Qaradawi dazu zu bringen, eine Fatwa zu verfassen, in der auch er, der Hardliner, die genitale Verstümmelung von Mädchen als „Teufelswerk“ und als „gegen die Ethik des Islams“ brandmarkt.

Annette und Rüdiger Nehberg vor der von ihnen errichteten Geburtshilfsklinik in der äthiopischen Danakilwüste. Sie ist Zentrum zum Schutz gegen weibliche Genitalverstümmelung in der Region. „Weil ich es gesehen habe“, antwortet Rüdiger Nehberg einmal auf die Frage, was den Anstoß für seinen Einsatz gab.



Pilger in Mekka: Das Bild hängt am Treppenaufgang zu Rüdiger Nehbergs Wohnbereich. Als Motivation und Mahnung, nicht nachzulassen beim Ziel, seine Botschaft am zentralen Wallfahrtsort des Islams zu verkünden.

In der Not ...

Der Ägypter ist ein ideales Beispiel für Rüdigers Nehbergs Strategie, seine Ziele zu verwirklichen: Denn al-Qaradawis Weltsicht ist in vielen Punkten mittelalterlich, radikal und schockierend. Einerseits. Andererseits gilt er vielen Muslims als die wichtigste zeitgenössische Autorität des sunnitischen Islams, sein Wort hat größtes Gewicht. „Man muss lernen, sich auf sein Hauptanliegen zu fokussieren und andere, strittige Punkte auszuklammern, wenn man etwas erreichen will“, sagt Rüdiger Nehberg, und man versteht, dass der Name seiner Organisation mit Bedacht gewählt wurde. Ein Satz, den Rüdiger Nehberg einmal in anderem Zusammenhang äußerte, kommt einem in den Sinn: „In der Not frisst der Teufel Fliegen. Ich habe es immer mit dem Teufel gehalten.“



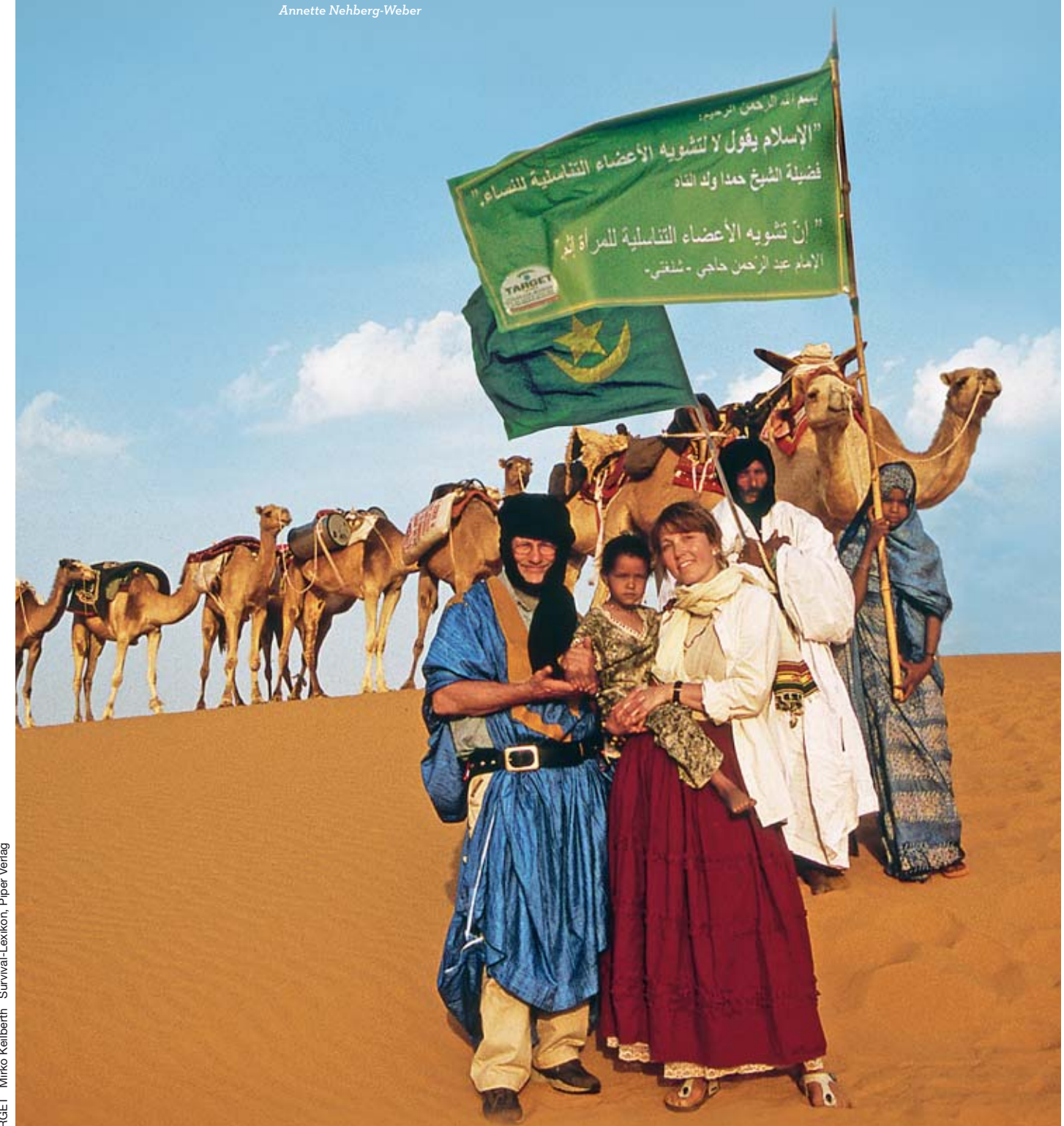
Aus Ärger über die empfundene Schwerfälligkeit und Ineffizienz anderer Hilfsorganisationen gründeten Rüdiger Nehberg und Annette Weber im Jahr 2000 die Menschenrechtsorganisation TARGET. Hauptaufgabe des Vereins ist der Einsatz gegen die Verstümmelung weiblicher Genitalien, wie sie vor allem südlich der Sahara praktiziert wird. Zudem unterstützt der Verein die Waiapi-Indianer im brasilianischen Regenwald.
www.target-nehberg.de

Mekka unbedingt noch erledigen

Jedes Ansinnen, sich auch in anderen Bereichen zu engagieren – seien die Ziele auch noch so gut oder gerecht –, lehnt Rüdiger Nehberg ab. Dies hat nichts zu tun mit Trägheit oder mangelndem Interesse. Er ist nur fest davon überzeugt, dass jedes Nebenengagement seine Kernbotschaft verwässert und schwächt. „Rund 6000 Frauen werden tagtäglich verstümmelt, 80 Prozent sind Muslimas, viele von ihnen sterben. Dem Ziel, das zu beenden, ordne ich alles andere unter.“ Seine größte Vision ist die offizielle Verkündung der Botschaft „Frauenverstümmelung ist Sünde!“ in Mekka. Dort, vom Ursprungsort des Islams aus, hätte das die alles entscheidende Wirkung, ist sich Nehberg sicher. Und es hätte einen Doppeleffekt: „Der Islam könnte der Welt seine positiven Kräfte demonstrieren und ein historisches Signal gegen den ausufernden Islamismus setzen.“ Dafür nutzt Rüdiger Nehberg all seine Kontakte. Auch Altkanzler Helmut Schmidt hat sich schon für ihn verwendet. Bis er sein Ziel erreicht, bekommen ihn Familie und Freunde wohl eher selten zu sehen, aber dass seien sie nicht anders gewohnt, sagt Rüdiger Nehberg. „Die Woche hat halt nur sieben Tage und die gehören TARGET.“ Und wenn er krank ist? „Für Krankheiten habe ich keine Zeit“, erklärt der Mann, der mit aller Macht für seine Träume kämpft, mit listigem Lächeln. „Und für den Tod erst recht nicht.“ ■

„Rüdiger und ich kümmern uns persönlich um jedes unserer Projekte – von der Planung bis zur Realisierung. Sind sie auf den Weg gebracht, begleiten wir diese intensiv und schauen, was passiert. Was gut läuft, was verbessert werden muss.“

Annette Nehberg-Weber



Karawane der Hoffnung: 2005 zog das Ehepaar Nehberg mit zehn Begleitern und 14 Kamelen durch die Wüste Mauretaniens. In arabischen Lettern auf grünen Fahnen die Botschaft der höchsten islamischen Autorität des Landes „Der Islam sagt NEIN zur weiblichen Genitalverstümmelung. Sie ist Sünde!“

RISIKO MIT AUGENMASS

Rüdiger Nehberg über den Mut zum Neuanfang – als Unternehmer, Mensch und Abenteurer.

Foto v.l.: Mirco Keilberth



„Ganz oder gar nicht“ – 25 Jahre führte Rüdiger Nehberg seine Konditorei mit bis zu 50 Angestellten in Hamburg. Dabei waren 80-Stunden-Wochen keine Seltenheit. 1990 verkaufte er den Betrieb, weil er sich komplett seinem Engagement als Menschenrechtsaktivist widmen wollte.

Unten: Ein Mitglied der Kampfschwimmerstaffel Eckernförde wirft Nehberg gefesselt ins Wasser. „Wenn sie mich nicht rausgezogen hätten, wäre ich ertrunken“.



Der Bogen ist ein Geschenk eines Yanomami-Indianers. Mit diesem Wildschweinkiefern glättete er ihn monatelang, bevor er den Bogen an Rüdiger Nehberg übergab.

Fotos v.l.: Mirco Keilberth



Sie waren 25 Jahre lang Chef einer Konditorei in Hamburg-Wandsbek mit bis zu 50 Angestellten. Auch als Bäckermeister haben Sie mit ungewöhnlichen Marketing-Aktionen auf sich aufmerksam gemacht. Ja, ich habe gerne Karikaturen aus Marzipan gefertigt. Ende der 80er Jahre stand in meinem Schaufenster Michael Gorbatschow in Lebensgröße. Ich hatte ihm den Friedensnobelpreis umgehängt, als man in Oslo noch nicht daran dachte. Der eine oder andere konnte den damaligen Generalsekretär der kommunistischen Partei nicht leiden – und kaufte dann nicht mehr bei mir ein. Aber das war mir egal. Dafür kamen neue Kunden extra deswegen in die „Konditorei Nehberg“. Man muss den Mut aufbringen, an seinen Ideen festzuhalten.

Sie haben auch mal Zahnbürsten in der Bäckerei verteilt. Was wollten Sie damit erreichen?

Wir versenkten 5000 Bürsten inklusive Informationsblatt. Darauf stand sinngemäß: „Nicht der Konditor ist schuld an eurer Karies, sondern die mangelnde Pflege. Ein sauberer Zahn wird nicht krank!“ Die Aktion war mit der Zahnärztekammer und der Verbraucherzentrale abgestimmt. Durch die große Medienresonanz brummte der Laden.

Viele Unternehmer verzichten auf lange Urlaube, weil sie sich für unentbehrlich halten. Sie haben Kontinente auf dem Rad durchquert, sind über den Ozean im Tret-

boot – alles im Urlaub. Was war bei Ihnen anders?

Viele Kollegen schüttelten den Kopf, als ich von meiner nächsten monatelangen Expedition erzählte. „Dein Laden geht pleite, wenn du Urlaub machst“, sagte einer. Aber das war niemals meine Einstellung. Deshalb achtete ich darauf, Mitarbeiter einzustellen, die bestens ohne mich auskamen. Wenn ich nach vier Monaten wiederkam, musste ich mir nie Gedanken machen, dass der Laden pleitegehen könnte. Als angestellter Bäcker hatte ich in erbärmlichen Bruchbuden gearbeitet. Dort habe ich gelernt, wie man Mitarbeiter auf keinen Fall führen sollte.

Warum haben Sie sich dann doch entschieden, etwas Neues anzufangen?

Ich verkaufte die Bäckerei, als der Konkurrenzdruck stärker wurde und ich mich stärker um das Geschäft hätte kümmern müssen. Weil ich mich mehr für die brasilianischen Yanomami-Indianer einsetzen wollte, wählte ich die Freiheit – und verkaufte den Laden.

Sie hatten schon als Kind panische Angst vor Wasser. Trotzdem haben Sie 1987 den Atlantik mit einem Tretboot überquert. Warum tun Sie sich so etwas an?

Ich bin tatsächlich kein Wassertyp. Ich werde sofort hektisch und kriege Schnappatmung. Deshalb sah ich in den Überquerungen auch Herausforderungen, den inneren Schweinehund zu besiegen. ▶

TITELTHEMA

MUT



Rüdiger Nehberg auf seinem Survival-Parcours im heimischen Rausdorf. Bis vor einigen Jahren bot er hier Überlebenstrainings für Manager, Soldaten und Sportler an. Dabei versuchte er bei den Teilnehmern die Rückbesinnung auf Urinstinkte und Urfertigkeiten zu schulen.



Wohnzimmer-Plausch mit MarktImpulse-Redakteur Jonas Demel.

Die fünf Meter lange Häutung eines Felsenpythons an der Decke seines Wohnzimmers. Schon seit Kindheitstagen ist der 80-Jährige fasziniert von den Reptilien. „Eigentlich wollte ich Schlangenbeschwörer am Hansa-Theater in Hamburg werden“, erinnert sich Nehberg.

Und wie haben Sie das geschafft?

Meine Angst vor dem Wasser habe ich mir bei den Kampfschwimmern in Eckernförde abtrainieren lassen. Da habe ich gelernt, den Ozean nicht als Feind zu sehen. Durch das Training hat er gewissermaßen Balken bekommen.

Dafür mussten Sie sich an Händen und Füßen fesseln und in fünf Meter tiefes Wasser werfen lassen.

Das war genial. Ich wäre ertrunken, wenn die Kampfschwimmer mich nicht herausgezogen hätten. Dann haben sie mir erklärt, wie man sich rettet: Man bringt sich in die Rückenlage und nutzt die gefesselten Unterschenkel wie der Fisch seine Schwanzflosse.

Sie haben sich auf alle Reisen akribisch vorbereitet. Hilft das Training, im Vorfeld Ängste zu überwinden?

Auch wenn es auf den ersten Blick nicht so aussieht, habe ich immer versucht, Risiken zu minimieren. Vor jeder Reise habe ich alle möglichen Gefahren durchgespielt: Hunger, Durst, Kollisionen, Krankheiten, Piratenüberfälle. Gegen alle Gefahren hatte ich ein Ass im Ärmel. Und wenn das nicht stach, noch einen Joker. Weil

ich schon 26 Mal überfallen wurde, trage ich bei einigen Expeditionen immer einen Revolver oder eine Schrotflinte bei mir. Denn im Ernstfall muss es schnell gehen.

Haben Sie sich wirklich nie vor einem Ihrer Abenteuer gefürchtet?

Doch. Bei meiner letzten großen Expedition ins Amazonasgebiet im Jahr 2003. Ich war 68 Jahre alt und ließ mich ohne jede Ausrüstung von einem Hubschrauber im Urwald aussetzen. Sobald ich auf einen Fluss treffen würde, wollte ich zurück in die Zivilisation schwimmen. Da war mir wirklich mulmig zumute, weil ich nicht wusste, ob ich zurückkomme. Ein Knochenbruch – und man bleibt liegen.

Was war bei dieser Expedition anders? Warum konnten Sie sich nicht auf alle Gefahren vorbereiten?

Man kann sich auf alle Gefahren der Natur vorbereiten, nur der Mensch bleibt unberechenbar. Und an den Rändern des Amazonas leben viele Desperados, Goldsucher und Mörder, die nicht lange zögern würden, mich zu erschießen.

Vor wilden Tieren wie Schlangen oder Raubkatzen hatten Sie keine Angst?

Nein, ich bin beruhigt, wenn ich mal ganz für mich in der Natur bin. Dort muss ich keine Angst vor irgendwelchen Gefahren haben. Für mich ist die Natur ein Partner und kein Gegner. Obwohl: Als ich dann nach drei Wochen aus dem Regenwald kam, war das schon ein sehr beglückendes Gefühl. Das bewies mir, dass ich im Notfall unabhängig von der Zivilisation und ihrer ganzen Technik zurechtkommen kann. Etwas Bereitschaft zum Risiko muss man schon mitbringen. Sonst ist das Leben langweilig. Dann ist es kein Abenteuer für mich.

Ist Mut am Ende eine Frage des Charakters?

Viele Menschen haben ein großes Sicherheitsbedürfnis. Sie wagen nichts, wenn sie nicht genau wissen, wie es abläuft, was es zum Abendessen und zur Unterhaltung gibt. Aber das war nie mein Ding. Ich habe schon immer das Risiko geliebt.

Sie waren bei arabischen Beduinen, bei afrikanischen Buschleuten, bei Aborigines in Australien und bei Indianern in Brasilien. Wo würden Sie nicht hinfahren?

Heute würde ich auf keinen Fall nach Somalia oder in

die Regionen, in denen der sogenannte Islamische Staat regiert. Das wäre kein Mut, sondern Übermut. Oder Leichtsinns und Dummheit.

Was haben Sie aus den Survival-Erfahrungen für Ihre Arbeit mitgenommen?

Mich nicht zu verzetteln. Als ich mich für die Yanomami engagiert habe, wollten auch andere Indianervölker, dass ich mich für sie einsetze. Aber das geht nicht. Man muss sich auf ein Ding beschränken. Das zieht man mit aller Kraft durch. Erst dann kommt das nächste. Außerdem muss man immer mit einem Flop rechnen und daher ständig neue Ideen entwickeln, um sein Ziel zu erreichen: Man braucht einen Plan B, wenn Plan A nicht klappt, und dann auch noch einen Plan C. Je vielseitiger, desto besser.

Und wovor haben Sie heute noch Angst?

Es ist jene vor einem langsamen, qualvollen Tod. Mein idealer Abgang wäre ein Kopfschuss von hinten, ohne Vorwarnung. Wie bei meinem Freund Michael am Blauen Nil.

Herr Nehberg, herzlichen Dank für das Gespräch. ■

„Niemand braucht sich für zu gering zu halten, um etwas zu verändern.“

Rüdiger Nehberg



WAS VERSTEHEN SIE EIGENTLICH UNTER MUT?

Das fragten wir fünf Malermeister und eine Malermeisterin und baten sie um Beispiele aus ihrem Leben. Die Antworten umspannen sowohl den betrieblichen als auch den privaten Alltag der Beteiligten. Und gewähren ganz nebenbei erhellende Einblicke in Wesen und Persönlichkeit der Befragten.

TIMO SCHÄFER, 33

» Für mich bedeutet mutig zu sein, wenn man bereit ist, neue Wege zu gehen. Etwas zu tun, woran man glaubt, auch wenn der Ausgang ungewiss ist. Für mich, der den Betrieb in dritter Generation übernommen hat, heißt das etwa innovative Kreativ-Techniken anzuwenden, Aufträge in neuen Größenordnungen zu akquirieren, auf neue Kundengruppen im Privat- und Geschäftskundenbereich zuzugehen – oder auch in unsere neue Website www.maler-schaefer-soehne.de investiert zu haben. In einem übergeordneten Zusammenhang besteht Mut für mich darin, die eigenen Ängste zu überwinden oder hausgemachte Normen zu brechen. «



Mitinhaber R. Schäfer & Söhne GmbH,
Ehlscheid



Maler- und Lackierermeister, Inhaber Malerbetrieb
Holger Griesshammer, Weißenstadt

HOLGER GRIESSHAMMER, 33

» Es gibt Leute in Weißenstadt, die meinen Entschluss 2012, den sicheren Arbeitsplatz zu verlassen und in die Selbstständigkeit zu gehen, mutig bis verwegen fanden. Rückblickend betrachtet kann ich ihre Bedenken sogar ganz gut nachvollziehen. Zum Glück bin ich damals „stur“ geblieben. Schließlich hat am Ende ja alles wunderbar funktioniert. Aber gerade in der Zeit des Wachstums meines Betriebs galt es, eine Reihe von Entscheidungen zu treffen, die Mut erforderten. Jede Neueinstellung ging etwa auch mit einer wachsenden Verantwortung gegenüber meinen Mitarbeitern einher und war gleichzeitig immer auch ein Sprung ins Ungewisse. Dass ich meine Frau Nicole heiratete, die ihre drei wunderbaren Kinder mit in die Ehe nahm, hat näher betrachtet nichts mit Mut zu tun. Das war einfach Liebe und damit eine einfache Entscheidung – auch wenn wir zunächst nicht wussten, wie das Prinzip „Ich heirate eine Familie“ in der ländlich geprägten Region, in der wir leben, ankommen würde. «

Das ausführliche Porträt zu Holger Griesshammer finden Sie ab Seite 12.



Mal- und Lackiermeister sowie staatlich geprüfter Restaurator, Mitinhaber Malerbetrieb Hünig GbR, Metelen

MARTIN HÜNING, 43

» *Sich mit ganzem Herzen auf etwas einzulassen, ganz gleich, ob im Beruf oder privat: Das ist Mut. Jede Beziehung, die man ernsthaft führt, braucht Mut – eine Ehe zu führen, ein Kind zu bekommen. In die Selbstständigkeit zu gehen, mit all den damit verbundenen Risiken und Ungewissheiten, denen ein normaler Angestellter, der jeden Monat sein Gehalt bekommt, nicht ausgesetzt ist, hat ebenfalls viel mit Courage zu tun. Und mutig ist man auch, wenn man seinem Gefühl, seiner Menschenkenntnis vertraut. Ich hatte zum Beispiel mal eine Kundin, deren Mann sich während der Bauphase von ihr trennte. Die gesamte Finanzierung stand plötzlich auf tönernen Füßen. Die Dame konnte mir keine Garantien geben, sondern „nur“ ihr Wort. Ich ging trotzdem massiv in Vorleistung – und wurde nicht enttäuscht. «*



Inhaberin, Simone Ketter Malerbetrieb, Frankenthal

SIMONE KETTER, 25

» *Mut? Dahin gehen, wo die Ängste liegen – und diese dann überwinden. Situationen bewältigen, denen man vorher aus dem Weg gegangen ist. Seinem eigenen Stil vertrauen. Mal etwas riskieren. Bereit sein für neue Erfahrungen und für neue Wege. Das sind Dinge, die für mich auf jeden Fall dazugehören. Und in aller Bescheidenheit: Sich als Frau in der doch stark von Männern dominierten Malerbranche selbstständig zu machen, passt auch ganz gut zum Thema. Oder? «*

JÖRG DOBRUNZ, 48

» *Jeden Tag aufstehen, sich den jeweiligen Herausforderungen stellen und ein ums andere Mal Entscheidungen treffen: Ich finde, dazu gehört Mut! Welcher Mitarbeiter passt am besten zu welcher Baustelle und zu welchem Kunden? Entscheidungen wie diese sind oft verantwortlich dafür, ob der Kunde am Ende glücklich oder „nur zufrieden“ ist. Unpopuläre oder schmerzhaft Dinge zu kommunizieren, wie etwa eine Entlassung, erfordern ebenfalls eine Menge Mut und Überwindung. Ich gebe offen zu, dass mir solche Gespräche immer noch ziemlich zu schaffen machen. Auch dann, wenn sie unausweichlich sind. Aber jemanden in die Arbeitslosigkeit entlassen zu müssen, fällt mir alles andere als leicht. Denn die damit einhergehenden sozialen Konsequenzen habe ich immer im Blick. «*



Inhaber, Malermeisterbetrieb Ferber, Witten

ANDREAS KLEEMANN, 53

» *Diesen Betrieb gibt es ja schon seit fast dreißig Jahren. Wir begannen also in einer Zeit, in der es die DDR noch gab. In diesem Gesellschaftssystem in die Selbstständigkeit zu gehen, war nicht gerade alltäglich und erforderte durchaus auch Mut. Meine ersten Angebote wurden auf einer manuellen Schreibmaschine verfasst, wobei man Pauschpapier zwischen zwei Blätter einlegen musste, um eine „Kopie“ zu erhalten. Das kennt heute kaum noch jemand, denke ich. Werkzeug und Materialien wurden den Einkauf- und Liefergenossenschaften damals zugeteilt. War man nicht schnell genug, hatte man das Nachsehen. Oft kam die Privatkundschaft durch „gute Beziehungen“ an ihr Wunschmaterial schneller ran als wir. Mut bedeutet für mich auch, Niederlagen aushalten, aufstehen, nicht aufgeben, stark bleiben und neu beginnen. Heute hat Alltagsmut für mich zum Beispiel damit zu tun, jedem Tag optimistisch entgegenzusehen, trotz allseits bekanntem Preisdumping zu kämpfen und seinen Kunden und Mit-*



Malermeister, Kleemann GmbH, Cottbus

arbeitern offen und ehrlich gegenüberzutreten. Letztendlich erlaube ich mir mit meinen jetzigen Lebens- und Berufserfahrungen, ob privat, beruflich oder gesellschaftlich, bei einem für mich nicht akzeptablen Umgang miteinander, wenn nötig, mutig zu sagen: „Nein danke.“ «

IM ZEICHEN NEUER MÖGLICHKEITEN

Im September vergab Brillux zum 24. Mal den Deutschen Fassadenpreis und zum zweiten Mal den Österreichischen Fassadenpreis. Zu beobachten war: Das Teilnehmerfeld zeigte sich nicht nur größer denn je, sondern auch ambitionierter. Fortschritte in der Farbproduktion eröffnen Malern und Architekten neue gestalterische Wege.



„Es ist schön zu sehen, dass die Beteiligten bei der Gestaltung von Industrie- und Gewerbebauten immer öfter das kreative Potenzial, das sich ihnen bietet, erkennen und nutzen.“

Marco Bock, Projektmanager Farbstudios, Brillux



Preisträger im Gespräch mit dem Jury-Vorsitzenden Prof. Jürgen Braun.



Steigende Spannung: Die Nominierten warten im Vestibül des Gutshauses Havichhorst auf die Preisverleihung.

Mit feinem Sinn für Farbigkeit, mitunter farbenfroh und gewagt, dabei immer auch die Umgebung im Blick: Die 14 Gewinner des Deutschen Fassadenpreises und die vier Preisträger des Österreichischen Fassadenpreises bewiesen eindrucksvoll die Gültigkeit der These, nach der die Gebäudehülle wie ein architektonischer Maßanzug ist. Und zwar einer, der sowohl die Besonderheiten des Körpers selbst als auch die seiner Umgebung nie aus den Augen verlieren sollte. In diesem Geist wurden am 9. September unter fast 400 Einreichungen die Preisträger auf Gut Havichhorst bei Münster von Brillux ausgezeichnet. Vom wohl renommiertesten Wettbewerb um die vorbildlich gestaltete Fassade erhalten Planer Inspirationen für bauliche Standardsituationen, für ungewöhnliche Unikate und allgemeine Entwicklungen im Fassadendesign.

Die hochkarätig besetzte Fachjury um ihren Vorsitzenden Prof. Jürgen Braun aus Stuttgart lobte immer wieder den Mut der Beteiligten, altbekannte Wege zu verlassen, und ihr Gespür für die Nuancen der jeweiligen Aufgabe, das

stilsicher und unaufgeregt zu bemerkenswerten Ergebnissen führte. Dabei zeigte sich Marco Bock, leitender Projektmanager der Brillux Farbstudios, stellvertretend für manch anderen Teilnehmer besonders von zwei Entwicklungen angetan:

Zum einen ist es die Tatsache, dass „im Bereich der Wärmedämmung immer öfter Putze mit Verarbeitungstechniken, wie z. B. der Besenstrichstruktur, aufgewertet werden. Beschichtungen werden durch Glimmereffekte und sehr dunkle Farbtöne, die bisher nicht üblich waren, zu Etwas Besonderem.“

Zum anderen registriert Marco Bock ein stark gestiegenes Niveau in der Kategorie „Industrie- und Gewerbebauten“: „Hier hat mich sehr gefreut, dass die Architekten, Handwerker und Farbgestalter das große kreative Potenzial in diesem Bereich erkannt und umgesetzt haben. Das war nicht immer so. Dabei ist gerade hier gestalterisch so viel möglich. Allein schon deshalb, weil man weit weniger Rücksicht auf den Baustil, die Umgebung und andere städtische Vorgaben nehmen muss.“



Die Jury des Deutschen Fassadenpreises 2015. Im Vordergrund (Zweiter von links) Ulrich Schweizer. Der Chefredakteur des Malerblatts verstarb im Juli 2015.

„FARBIGKEIT WIRD NOCH BEWUSSTER EINGESETZT“

Jury-Mitglied Professorin Julia Bolles-Wilson über Entwicklungen und Trends beim Deutschen und Österreichischen Fassadenpreis.

Frau Bolles-Wilson, schön, dass Sie Zeit gefunden haben, um mit uns zu sprechen. Welches Fazit ziehen Sie, wenn Sie die Einreichungen zum Deutschen und Österreichischen Fassadenpreis 2015 Revue passieren lassen?

Nicht nur die Zahl der Einreichungen, sondern auch deren Qualität ist im Vergleich zu den letzten Jahren noch einmal spürbar angestiegen. Meine Jury-Kollegen und ich hatten eine Vielzahl sehr überzeugender Arbeiten zu beurteilen. In vielen konstruktiven und anregenden Gesprächen ermittelten wir nach und nach die Preisträger in den jeweiligen Kategorien. Einige Diskussionen waren schnell beendet, weil wir uns sofort einig waren. In anderen Fällen musste auch schon einmal länger argumentiert werden, bis wir uns einigten.

Welche Entwicklungen haben Sie dabei beobachtet?

Nach meinem Eindruck wird Farbigkeit noch bewusster, noch kontextabhängiger eingesetzt. Damit meine ich, dass die Akteure sich ihrer Möglichkeiten immer bewusster werden und sich dieser vielleicht noch zielgerichteter bedienen als in der Vergangenheit. Farbigkeit wird – und das finde ich sehr erfreulich – noch klarer aus ihrer Funktion heraus betrachtet und eingesetzt. In einigen Arbeiten ergänzten sich Farb- und Fassadengestaltung nahezu perfekt mit dem Charakter des Gebäudes und seiner Umgebung. Das Ergebnis muss dabei nicht schrill

oder spektakulär sein, um zu überzeugen, sondern vor allem: stimmig. Ein Musiker, der sein Instrument wirklich beherrscht, hat es ja auch nicht nötig, handwerkliche Schwächen durch vordergründige Lautstärke zu überdecken.

In der Laudatio zur Verleihung des Künstlerinnenpreises des Landes Nordrhein-Westfalen an Sie im Jahr 2010 hieß es über Ihre Arbeit an einer Stelle: „Es ist in ihrer Architektur nichts Verführerisches, kein schöner Schein, sondern sie zeigt, was jeweils ist, wozu es dient, und das in einer unverwechselbaren wahrnehmbaren Form.“ Welche Einreichungen zum diesjährigen Fassadenpreis kamen diesem Ideal besonders nahe?

Sicher der Gewinner der Kategorie „Historische Gebäude und Stiffassaden“: das Wohnhaus in der Stralsunder Altstadt. Der raue Wandputz in seinem Goldockerton im Zusammenspiel mit den helleren Farbflächen um die Fensterrahmen und den nuancierten dunkelroten Akzenten bei Tür und Stulpfenstern wussten in ihrer abgestimmten Liebe zum Detail außerordentlich zu gefallen. Hier gelang es auf wirklich überzeugende Weise, ein altes Haus ganz ohne billige Effekte in die Gegenwart zu überführen. Ohne es dabei seines Charakters zu berauben. Ein zweites Beispiel wäre der Gewinner in der Kategorie „Wohn- und Geschäftshäuser“ in der Mainzer Scharnhorststraße mit seinem ganz eigenen, unverwechselbaren Grünton. Ein

„Eine Arbeit muss nicht schrill oder spektakulär sein, um zu überzeugen, sondern vor allem: stimmig.“

Julia Bolles-Wilson

schönes Exempel dafür, dass die Adjektive „farbig“ und „monochrom“ keine Gegensätze sein müssen.

Was ist Ihnen noch aufgefallen?

Bemerkenswert ist sicherlich auch die Entwicklung im Bereich der Wärmedämm-Verbundsysteme. Inzwischen werden deutlich mehr dunklere Farbtöne zur Gestaltung eingesetzt, wodurch sich das Spektrum der Möglichkeiten natürlich erweitert. Während früher Funktionalität und Rationalität dominierten, wird Farbe auch hier immer gezielter eingesetzt, um eine gestalterische Aufgabe zu erfüllen, und erst dann kann sie in meinen Augen eine wirkliche Bedeutung für das Gebäude entfalten. Ich bin wirklich gespannt auf die nächsten Arbeiten in dieser Kategorie und überzeugt, dass hier in den nächsten Jahren so manches Herausragende zu sehen sein wird.

Obwohl BOLLES+WILSON seit Anfang der 1990er-Jahre im vergleichsweise ruhigen Münster seinen Hauptsitz hat, bauen Sie sehr international. Wie kommt das?

Dass wir im Ausland so präsent sind, hat viel zu tun mit der langjährigen internationalen Lehrtätigkeit von Peter

und mir und den so entstandenen Netzwerken. Auf diese Weise entstehen so auch gelegentlich konkrete Aufträge wie in Asien oder in Albanien.

Albanien klingt für manchen fast noch exotischer als Asien. Wie kam es zu Ihrer Arbeit dort und was haben Sie dort gemacht?

Der damalige Bürgermeister von Tirana und heutige Ministerpräsident des Landes, Edi Rama, der neben seiner Karriere als Politiker ein renommierter bildender Künstler ist, kannte unsere Arbeit und lud uns ein. Zu Beginn des Jahrtausends ließ Edi Rama die tristen, grauen Betonfassaden, die noch aus dem Stalinismus stammten, farbig bemalen, was dazu führte, dass eine heftige, aber therapeutische Diskussion über Architektur in seinem Land ausbrach. Damals realisierten wir auf seine Bitte einige Master- und Gebäudeplanungen. Für die zweitgrößte Stadt Albanien, Korca, entwickelten wir etwa einen Masterplan mit dem Titel „Scenographic Urbanism“. Seither riss die Verbindung nach Albanien nie ab.

Frau Bolles-Wilson, ganz herzlichen Dank für das Gespräch. ■



Professorin Julia Bolles-Wilson

Japan, Italien, Albanien, Großbritannien, Luxemburg und immer wieder die Niederlande: BOLLES+WILSON zählt zu den weltweit renommiertesten Architekturbüros und hinterlässt seine Spuren überall auf dem Globus. In Deutschland etwa prägte Julia Bolles-Wilson gemeinsam mit ihrem Partner und Ehemann, dem in Melbourne geborenen Peter Wilson, die Hamburger Hafencity, Europas größtes innerstädtisches Stadtentwicklungsprojekt, maßgeblich mit. Julia Bolles-Wilson wurde in Münster geboren und studierte in Karlsruhe Architektur bei Egon Eiermann. Das Jurymitglied des Deutschen und Österreichischen Fassadenpreises ging 1978 mit einem DAAD-Stipendium nach London und studierte bei Elia Zenghelis und Rem Koolhaas an der Architectural Association, „AA“. Bis 2014 war Professorin Julia Bolles-Wilson Dekanin an der Fachhochschule Münster, ehe sie die Dekansleitung an ihren Nachfolger Victor Mani übergab. In den 19 Jahren ihres Wirkens führte sie den Fachbereich Architektur an die Spitze des Hochschulrankings der deutschen Architekturschulen. Julia Bolles-Wilson, deren eigenes Werk vielfach ausgezeichnet wurde, ist auch selbst eine gefragte Preisrichterin in diversen Architekturpreisen. Unter anderem war Julia Bolles-Wilson Juryvorsitzende der Ausschreibung für das Umweltbundesamt in Dessau.

WOHN- UND GESCHÄFTSHÄUSER



Hier stellen wir Ihnen alle 1. Preise vor.
Alle weiteren Preisträger finden Sie auf
www.fassadenpreis.de

Schlicht und ergreifend grün

Die besondere Qualität der Fassadengestaltung dieses Wohnhauses zeigt sich neben der Farbigkeit, die Grün als Fassaden-Farbtönen neu interpretiert, im Oberputz, der als Besenstrich ausgeführt worden ist. Die handwerklich hergestellte, feine horizontale Struktur bildet einen genialen Gegensatz zur Glattheit des industriell wirkenden Kantig-Kubischen. Fast nebenbei und doch ganz selbstverständlich nimmt diese alte Verarbeitungstechnik Bezug auf die Vergangenheit. *Aus der Begründung der Jury*

Objekt Scharnhorststraße 32, Mainz | **Planung** H. Gies Architekten GmbH, Mainz
Ausführung Reinhardt GmbH, Bad Kreuznach



Michael und Sabine Reinhardt
(Reinhardt GmbH), Heribert Gies
(H. Gies Architekten GmbH),
Gina Attinger (Bauherrin)

„Natürlich waren wir mit der Besenstrichtechnik schon vorher vertraut. Aber diese auf 800 Quadratmetern durchgängig anzuwenden war dennoch eine große Herausforderung. Diesen sehr besonderen, kräftigen, saftigen Grünton erarbeiteten wir in enger Abstimmung zwischen Denkmalamt, Architekt und Brillux. Aus 20 von uns angelegten Grünmustern wurde dann die Farbwahl getroffen.“

Michael Reinhardt, Reinhardt GmbH

ÖFFENTLICHE GEBÄUDE

„Umweltschutz und Klimaschutz werden in unseren Projekten großgeschrieben. Nicht nur, weil diesen Themen die Zukunft gehört, setzen wir uns für gesundes Wohnen ein – sondern auch aus Überzeugung. Wir glauben daran, dass gesundes Wohnen für jeden erschwinglich sein muss und nichts mit der Größe des jeweiligen Geldbeutels zu tun haben darf. Deshalb haben wir auch den Kostenfaktor immer fest im Blick.“

Domenico De Benedittis (hier im Bild mit seiner Ehefrau Barbara), Franco & Sohn Baudekoration GmbH



Wohlüberlegt und erlebbar

Zunächst wird mit dezenten Unterschieden von Weiß- und Grautönen gearbeitet und auch mit Strukturvarianten wie Kratzputz und Besenstrichtechnik. Das rapsgelb akzentuierte Bandfenster im Obergeschoss korrespondiert dann mit den Grüngrau- und Blassblau-Tönen der Gruppenbereiche des Familienzentrums.

Durch diese wohlüberlegte dezente Farbwahl bleibt die Putzstrukturierung erlebbar und auch die natürliche Farbigkeit der Titanzinkbekleidung mit ihrem Platingrau darf am geglückten Farbkanon mitarbeiten.

Aus der Begründung der Jury

Objekt Alter Weg 63 F, Rodgau
Planung tm-es architekten, Berlin
Ausführung Franco & Sohn Baudekoration GmbH, Rodgau



INDUSTRIE- UND GEWERBEBAUTEN



Dirk Kahrs (Stiegler Fassaden- und Maltechnik GmbH) und Mithuna Prakosay (GALERIA Real Estate Group)

„Besonders gut hat uns die Zusammenarbeit mit dem Architekten Prof. Matthias Loebermann gefallen. Unser handwerklicher Rat war bereits in der Planungsphase willkommen, was heutzutage leider nicht immer so ist. Das Ergebnis entspricht zu hundert Prozent den gemeinsamen Vorstellungen und ist für uns ein exzellentes Beispiel gelungenen Teamworks.“

Dirk Kahrs, Stiegler Fassaden- und Maltechnik GmbH

Subtil ausgeformte Gebäudeoberfläche

Mit der neuen, farblich zurückhaltenden Fassaden-Textur ist es gelungen, den Kernbau mit einem sehr überzeugenden zeitgenössischen Gewand zu überformen, dessen sinnlich-haptische Qualitäten denen der ursprünglichen Eiermann-Fassade absolut ebenbürtig sind. Anstelle der ursprünglichen weißen Keramikfassade wird dem Betrachter hier eine lesbar subtil ausgeformte Gebäudeoberfläche angeboten, die ihn zusätzlich zu Bewegung und Perspektivwechsel im Stadtraum herausfordert.

Aus der Begründung der Jury

Objekt Nürnberger Straße 30, Erlangen
Planung a.ml und partner, Nürnberg
Ausführung Stiegler Fassaden- und Maltechnik GmbH, Schwabach

INDUSTRIE- UND GEWERBEBAUTEN

Grandiose Umsetzung

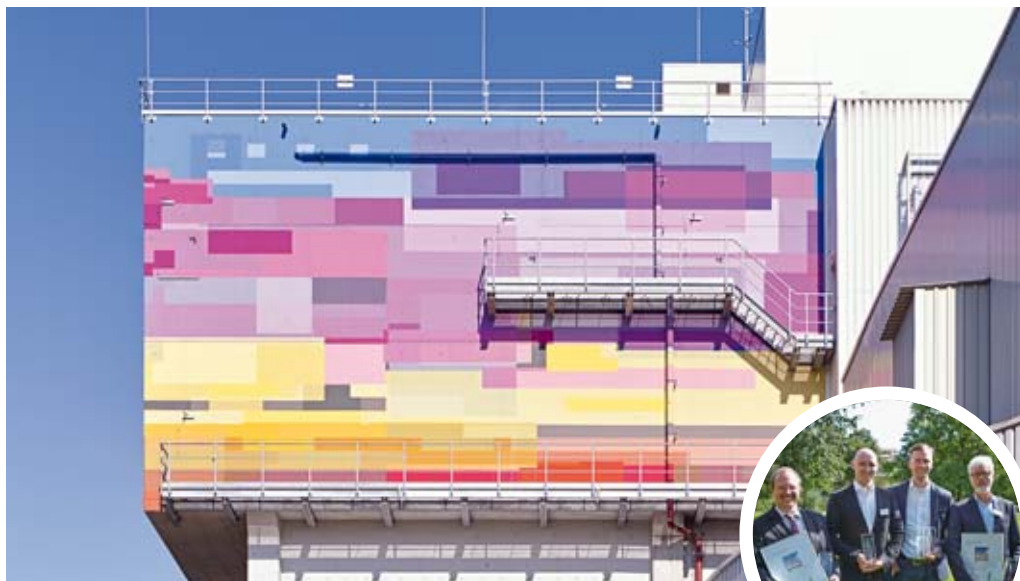
Dieser Siegerentwurf setzt Energieumwandlung der Elemente in die Farbkraft von 74 Farbtönen grandios um ... Die Welt der Farbe breitet sich in fantastischer Weise aus, leicht grell und jugendlich entlädt sich Farbenergie im Kontrast zum zurückhaltenden Grisaille des Industrieblocks ... Das Projekt überstrahlt alle anderen Preisträger und zeigt endlich einmal, dass Knallfarbe, differenziert verwendet, einen Wert erhalten kann wie ein Werk der konkreten Kunst.

Aus der Begründung der Jury

Objekt Lagerplatzweg, MHKW Ludwigshafen
Planung Berufsfachschulklasse BBS T2 Design und visuelle Kommunikation, Ludwigshafen
Ausführung Strauss & Hillegaart GmbH, Cottbus

„Die besonderen Herausforderungen, vor die einen die thermische Abfallbehandlung so stellt, machten das Projekt zu keinem ganz einfachen. Die exzellente und außerordentlich belastbare Zusammenarbeit mit Brillux gewährleistete jedoch, dass immer das passende hochwertige Produkt am richtigen Platz war, was die Dinge entscheidend erleichterte.“

Thomas Strauss, Strauss & Hillegaart GmbH



Dr. Thomas Grommes (GML Abfallwirtschaftsgesellschaft mbH), Markus Hillegaart und Thomas Strauss (Strauss & Hillegaart GmbH), Michael Weber (BBS T2 Design und visuelle Kommunikation)

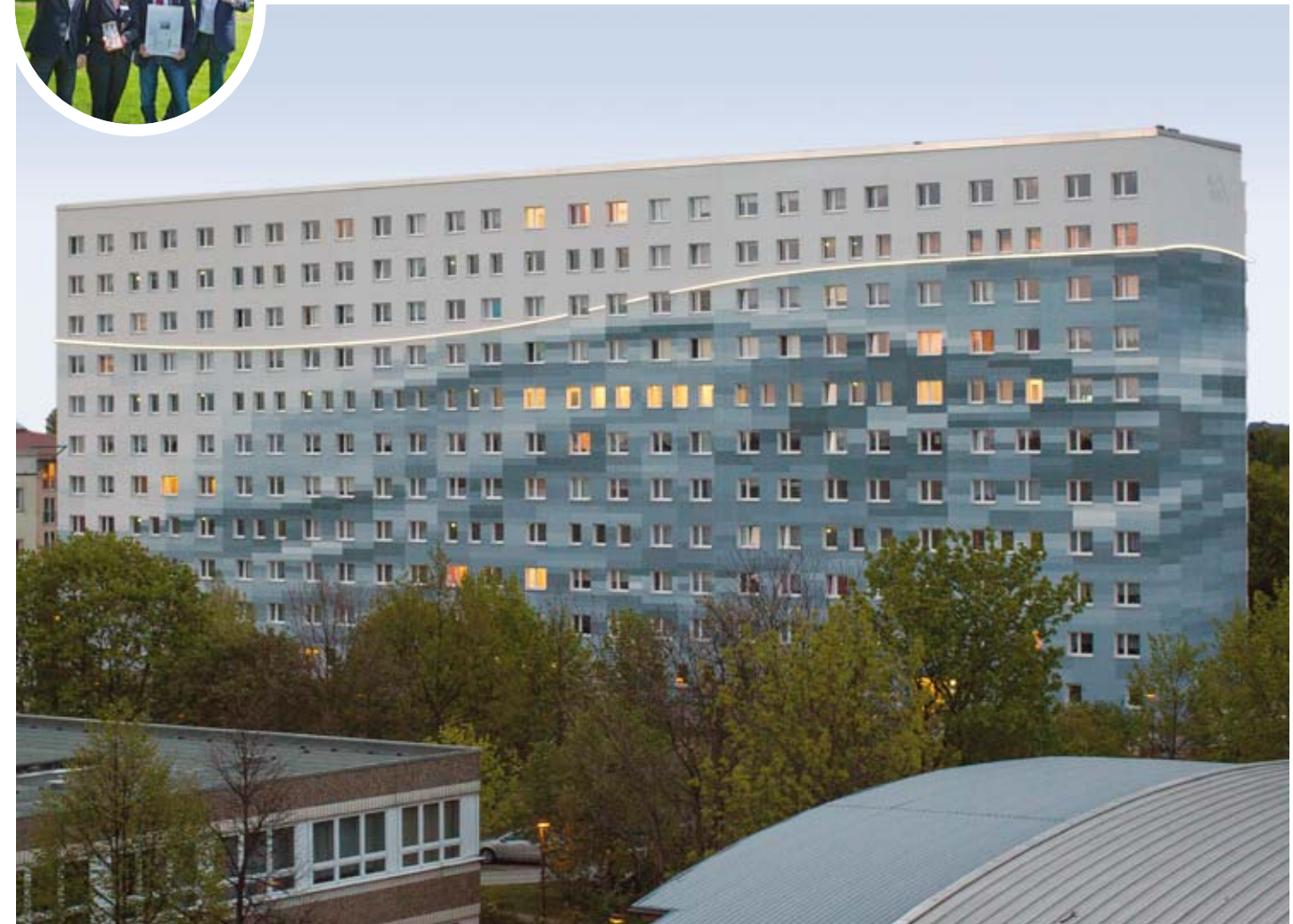
FÖRDERPREIS

„Wir sind glücklich und stolz, dieses Projekt nach vierjähriger intensiver Arbeit zu diesem Ergebnis gebracht zu haben.“

Markus Hillegaart, Strauss & Hillegaart GmbH



Markus Hillegaart (Strauss & Hillegaart GmbH), Iris Roßmann und Steffen Brendel (BMA Baureparaturen-Modernisierungs- und Ausbau GmbH, Senftenberg), Thomas Strauss (Strauss & Hillegaart GmbH)



Dahinter muss Wasser sein

Das 1976 erbaute, elfgeschossige Hochhaus ... versperrt den Blick auf den dahinter liegenden See. Die ... Farbgestaltung lässt keinen Zweifel offen: Dahinter muss Wasser sein. Vorgegaukelt wird das dem Beobachter durch eine abstrahierte Wasserwelle. Dafür wurde das Foto einer Welle in 3.000 Pixel zerlegt und jedem einzelnen Punkt eine Farbnummer von 1 bis 18 zugeordnet. Da keine Standardfarbkarte eine solche Reihe gleicher Abstände in Helligkeit und Buntheit wiedergeben kann, hat das Brillux Farblabor auf der Basis von 8 Referenzfarbtönen eine 18-teilige Farbtöne entwickelt. Aus der Begründung der Jury

Objekt Hochhaus Fischreierstraße 15-19, Senftenberg
Ausführung Strauss & Hillegaart GmbH, Cottbus



HISTORISCHE GEBÄUDE UND STILFASSADEN



Zurückhaltend, ideenreich, liebevoll

Liebevoll haben in der Stralsunder Altstadt die Hände der Malerfirma Maxin mit den Architekten Wolff zusammengewirkt. Zurückhaltend und ideenreich entwickeln Fensterrahmen und helle Farbflächen eine aufsteigende Kraft aus den horizontalen Fensterreihen der Fassaden ... Überzeugend geerdet und doch mit schöner Leuchtkraft klingt der raue Wandputz in seinem Goldackerton mit feinen Akzenten in Dunkelrot bei Tür und Stulpfenstern zusammen. *Aus der Begründung der Jury*

Objekt Kleinschmiedstraße 18, Stralsund | **Planung** wolff:architekten, Berlin
Ausführung Malermeister Maxin, Stralsund

„Besonders wichtig war dem Architekten Roland Wolff, den historischen Charakter dieses Stadthauses aus dem 19. Jahrhundert zu neuem Leben zu erwecken. Ich denke, das ist uns als Team gut gelungen – und zwar gerade weil wir bewusst auf vordergründige, laute Akzente verzichteten. Eine besondere Herausforderung war übrigens, den alten Rosenstrauch am Eingang zu schonen und um diesen gewissermaßen herumzumalen.“

Tino Maxin, Malermeister Maxin

Roland Wolff (wolff:architekten),
Ulrike und Tino Maxin (Malermeister Maxin)

ÖSTERREICHISCHER FASSADENPREIS



Weniger ist mehr

Trotz der Schlichtheit und Einfachheit der Fassadengliederung ist es dem Projektverantwortlichen gelungen, mit zwei harmonisch aufeinander abgestimmten Grautönen dem Gebäude eine gewisse Aussagekraft zu verleihen, die dezent betonten Arkadenbögen fügen sich nahtlos und ohne aufdringlich zu wirken in das Fassadenbild ein. Ebenso ist es gelungen, mit der Weiterführung der gleichen Farbgebung an der Gartenmauer das gesamte Objekt in die Umgebung einzubinden.

Aus der Begründung der Jury

Objekt Kautzenerstraße 102, Dobersberg
Ausführung Malerei Marion Rauch, Eschabruck

„Die enge Abstimmung und die in allen Belangen hervorragende Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber, Architekt, Farbgestaltern und dem Kunden vor Ort trugen entscheidend zur ästhetischen und harmonischen Gestaltung bei. Das so gestaltete Gebäude ergänzt sich, wie wir finden, auch wunderbar mit der historischen Lindenallee in seinem Rücken.“

Markus Dange und Marion Rauch, Malerei Marion Rauch, Eschabruck, Österreich

WDVS-FASSADEN



„Selbstverständlich ist uns das Thema lineare Bossierung wohlvertraut. Im Bereich WDVS betraten wir damit aber doch Neuland, da hier die Tiefe des Putzes deutlich geringer ist als bei herkömmlichen Fassaden, was die Arbeit natürlich deutlich erschwerte. Für die Armierung der Fassade waren Heißeischneller und selbst hergestellte Bossenkellen besonders wichtige Begleiter. Die Bossenkellen mit dem eingesetzten Profilstück waren jeweils nur für zwei bis drei Quadratmeter verwendbar, sodass wir öfter nachproduzieren mussten.“

Holger Ohliger (hier im Bild mit seiner Ehefrau Caroline),
Die Handwerker für Berlin und Brandenburg, Berlin

Kreativ und ermutigend

Das Oberflächenfinish von Wärmedämm-Verbundsystemen wird stereotyp fast immer als glatter Scheibenputz ausgebildet. Ebenso obligatorisch wie langweilig. Dagegen ist die Oberfläche des WDVS an diesem gradlinigen und schlichten Wohnhaus eine erfreuliche Ausnahme – kreativ und ermutigend und hoffentlich auch anregend. Die Maler beschränken sich auf einen diesem Wohnbau angemessenen, eher unauffälligen erdfarbenen Ton. Durch die individuell angefertigten Bossenplatten entstehen architekturbegleitende Strukturen und bilden Licht und Schatten.

Aus der Begründung der Jury

Objekt Berlin | **Ausführung** Die Handwerker für Berlin und Brandenburg, Berlin

KLASSE FRAUEN

TEIL 2

Fünf Ikonen der weiblichen Design-Garde haben wir Ihnen in der letzten Marktimpulse vorgestellt. Hier die Fortsetzung.

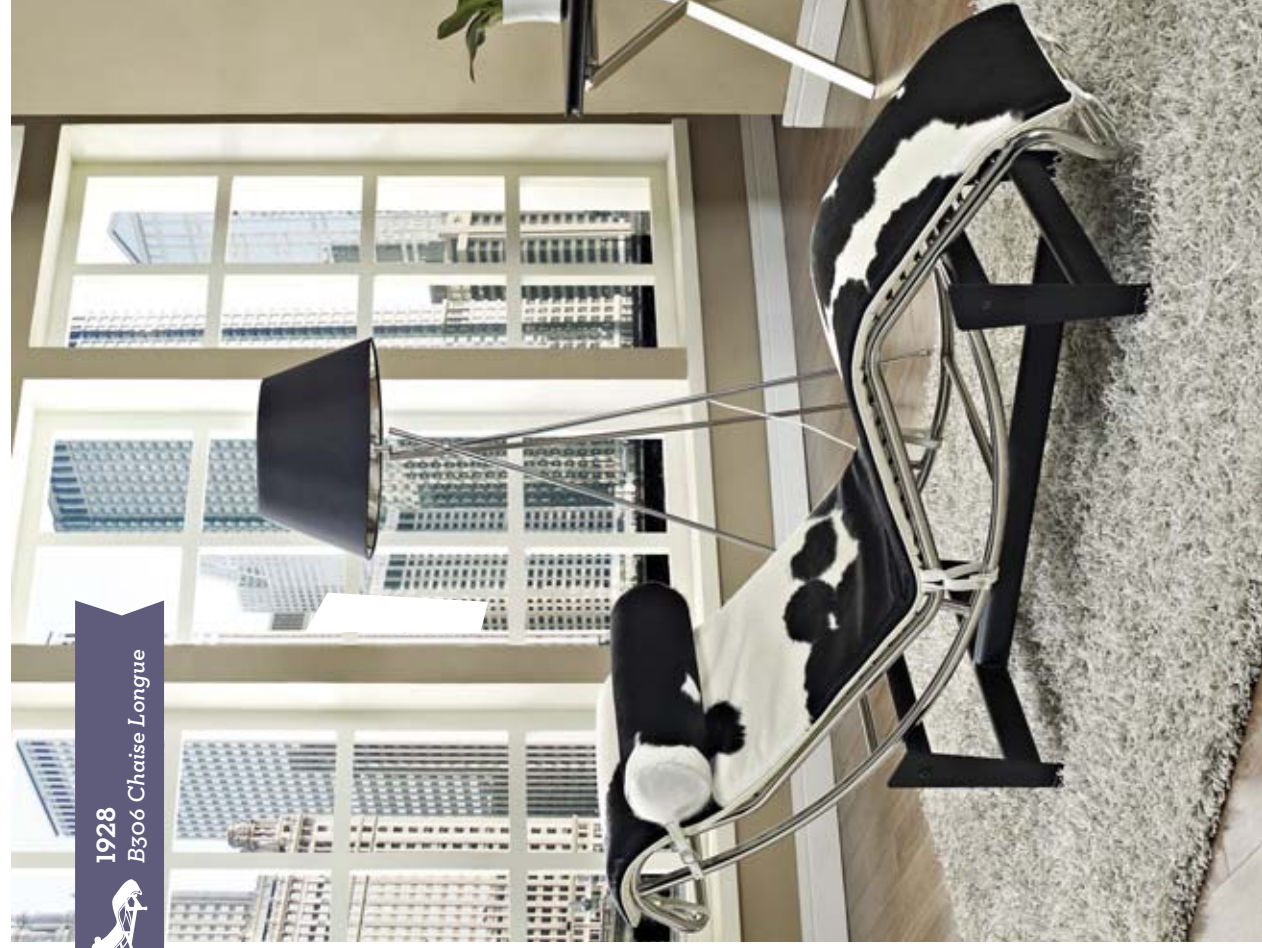


NANNA DITZEL

Als „First Lady of Scandinavian Design“ prägte die gelehrte Tischlerin und studierte Architektin maßgeblich die Formensprache der dänischen Designbewegung des 20. Jahrhunderts. Bis zum Schluss kreierte Nanna Ditzel (1923–2005) mit Einfallsreichtum, leidenschaftlicher Disziplin und Experimentierfreude Möbel, Schmuck und Textilien. Ihre Markenzeichen: Rattan und organische Silhouetten. Mit dem ovalen Hängekorbessel „Egg“ (1959, Reedition von Sika Design), den sie mit ihrem ersten Ehemann Jørgen Ditzel entwarf, verewigte sich die Dänin in internationalen Design-Olymp. „Egg“ war in den Sechzigern ein absoluter Liebling der Mode- und Interieur-Magazine und ist immer noch ein perfektes Beispiel ihrer visionär-demokratischen Designideale. Deren Umsetzung passte Ditzel der Zeit an und arbeitete in den Siebzigern verstärkt mit Materialien wie Glasfaser und Polyester.

1959
Egg

Ein Klassiker aus dem Jahr 1959. Das hängende Ei besteht aus Peddigröhr, einem Rattangeflecht. Gehalten wird es von einem Stahlgestell samt Kette zum Aufhängen an der Decke.



1928

B306 Chaise Longue

Zu den stilbildenden Gestaltern der Moderne gehörten überraschend viele Frauen. Getrieben von Optimismus, Idealen und dem Wunsch, die Welt zu verändern, galt ihr besonderes Interesse der Verbesserung der Wohnverhältnisse für die breite Masse. Ganz nebenbei erfanden Designerinnen wie Florence Knoll, Charlotte Perriand und Eileen Gray Mitte des letzten Jahrhunderts nicht nur unseren Lebens-, sondern auch unseren Arbeitsraum komplett neu. Und das sowohl nur mit innovativen Möbelstücken als auch mit spektakulären Bauten und ultramodernen Interieurs. „Drei Schritte vor und wieder zwei zurück bedeutet trotzdem, dass ich einen Schritt in die

richtige Richtung gemacht habe“, fasste Nanna Ditzel die Experimentierfreude ihrer Generation zusammen. Statt unnötig großer Gesten war die disziplinübergreifende Gestaltungsgrundlage dieser kreativen Damen Funktionalität, Lebensqualität und Authentizität. Trotzdem symbolisierten viele ihrer Entwürfe schon damals einen hochwertigen, oft elitären Einrichtungsstil und werden heute als wertvolle Klassiker für horrende Summen versteigert. Und: Mindestens genauso faszinierend wie die Entwürfe dieser weiblichen Design-Stars sind auch ihre inspirierenden Lebensgeschichten. Statt Konventionen folgten sie Visionen. Mit viel Mut – und großem Erfolg. ■



CHARLOTTE PERRIAND

„Wir besticken hier keine Kissen“ – so lautete die schroffe und chauvinistische Zurückweisung Le Corbusiers an die damals 23-jährige Französin. Diese entpuppte sich allerdings als Beginn ihrer extrem erfolgreichen Karriere. Denn das außergewöhnliche Talent von Charlotte Perriand (1903–1999) überzeugte den Säulenheiligen der modernen Architekten schließlich doch. So entwarf sie ihre bekanntesten Möbel in Le Corbusiers Pariser Atelier: etwa die fellüberzogene „B306 Chaise Longue“ (1928, heute als „LC4“ über Cassina) aus Stahlrohr. Ein Meilenstein der Designgeschichte und ein klassisches Beispiel des Industrie-Looks, den Perriand salonfähig machte. Inspiration fand sie auf Reisen nach Russland, Südamerika und Asien. Vor allem Japan und Vietnam beeinflussten ihr Designvokabular: Hier strandete sie im Zweiten Weltkrieg sechs Jahre lang und nutzte die Zeit im Exil, um traditionelle Tischlerei und Webtechniken zu erlernen. „Die wichtigste Realisation ist, dass die Bewegung der Moderne von einem Entdeckergeist getrieben ist. Design ist ein analytischer Prozess und kein Stil“, sagte die französische Gestalterin in einem ihrer letzten Interviews, „wir haben immer mit Idealen gearbeitet.“

Foto groß : www.pierantoniohonacina.it/ / Foto klein: www.zoetico.com/ / Porträt oben: Nanna Ditzel Design / Porträt unten: The red list

Die ultimative Chaiselongue: LC4 von Charlotte Perriand aus Stahlrohr mit Kuh- oder Ponyfell.

1972
„Strips“-Sofamodule



Verwandlungskünstler: Das Sofa „Strips“ von Cini Boeri ist endlos kombinierbar.



CINI BOERI

„Reduzierung aufs Wesentliche“
- diese erfolgreiche Design-Philosophie hat die italienische Architektin mit

ihren gradlinigen Entwürfen bis ins letzten Detail perfektioniert. Cini Boeri (1924) war 1963 eine der ersten weiblichen Gestalterinnen, die ganz alleine ein eigenes Studio eröffneten. Die 91-jährige Mailänderin beherrscht die Kunst des Weglassens und legt größten Wert auf Funktionalität, klare Formen und einfache Geometrie, die sie mit hochwertigen Materialien kombiniert. Bestes Beispiel sind ihre beliebig erweiterbaren „Strips“-Sofamodule (1972, Arflex), die mit schlichter Sachlichkeit, kombiniert mit Harmonie und Gemütlichkeit, überzeugen. Beeindruckend ist auch die Vielfalt ihres Portfolios. Neben etlichen Möbeln für die einflussreichsten Möbelhersteller der Welt gestaltete sie ultramoderne Wohnhäuser, Büros, Läden, ein Museum und sogar die Einrichtung einer Schule und eines Gefängnisses.

Foto groß: arflex / Porträt: Chris Moyse

1921
Bibendum-Stuhl



Bibendum ist in der Designgeschichte eine singuläre Erscheinung. Trotz seiner Größe ist der Bibendum von bestechender Harmonie. Wie kaum ein anderer Sessel verbreitet er repräsentativen Stil mit Charme und Esprit.



EILEEN GRAY

Bevor sie sich Mitte der 1920er zu einer der wichtigsten Vertreterinnen der Moderne entwickelte, machte die irisch-schottische Aristokratin als Lackkünstlerin und Art-déco-Designerin von sich reden. Zum Durchbruch

verhalf der in Paris und London lebenden Eileen Gray (1878-1976) ein Entwurf, der an das Michelin-Männchen erinnert: der Bibendum-Stuhl (Reedition Aram Designs) aus Leder und Stahlrohr. Die Presse feierte den Stuhl damals als „Triumph des modernen Lebens“. Zukunftsweisend waren auch zwei spektakuläre Villen an der Côte d’Azur, die sie als Gesamtwerk inklusive Einrichtung entwarf. Darunter der legendäre Flachdachbau „e.1027“, der sich an eine Klippe direkt über dem Mittelmeer klammert und den die Autodidaktin mit dem Architekten Jean Badovici gestaltete. Ein Paradebeispiel modern-minimalistischer Architektur. Grays Mantra: „Um kreieren zu können, muss man erst mal alles infrage stellen.“ Nach dem Zweiten Weltkrieg zog sich Gray komplett zurück und geriet eine Weile in Vergessenheit. Erst ein Artikel in der Interieur-Bibel Domus brachte die Designerin Jahrzehnte später zurück ins Licht der Öffentlichkeit. Heute brechen ihre Entwürfe Rekorde: Ihr Armsessel „Dragon“ wurde 2009 auf einer Auktion für sagenhafte 21,9 Millionen Euro versteigert.



FLORENCE KNOLL

Die US-Architektin revolutionierte Mitte des letzten Jahrhunderts die amerikanische Büro-Kultur. Florence Knolls (1917) fortschrittlichen Kopfgeburten haben wir den Mad-Men-Retro-Office-Look der Fünfziger zu verdanken: offene Raumkonzepte, klare Linien und knallige Farbakzente, damals eine Revolution. Nachdem sie 1946 den deutschen Einwanderer und Möbelhersteller Hans Knoll geheiratet hatte, wurde sie umgehend seine Business-Partnerin und erwies sich als treibende ästhetische Kraft des New Yorker Unternehmens, indem sie mit ihren

eigenen Entwürfen entscheidend zur Knoll-Identität beitrug. Sie überzeugte Architektur-Giganten wie Walter Gropius, Marcel Breuer und Ludwig Mies van der Rohe, ihre Möbel bei ihnen produzieren zu lassen, und machte das Unternehmen zu einer der einflussreichsten Design-Autoritäten der Möbelindustrie. „Ich habe mich selbst nie als Designerin verstanden. Ich habe Möbel nur entworfen, wenn es für ein Gesamttraumkonzept notwendig war“, erklärte sie einmal bescheiden ihr Gestaltungsprinzip. Das holistische Knoll-Credo: „Total Design“.

1954
Florence Knoll Sofa



Das perfekte Zusammenspiel von Rhythmus und Proportion macht das Business-Sofa von Florence Knoll heute zum eleganten Botschafter der späten Fünfziger- und Sechzigerjahre des vergangenen Jahrhunderts.

VISITENKARTEN IN XXL

Fachzeitschriften wie „zuhaus wohnen“ und „Wohn!Design“, aber auch Doku-Soaps wie „Zuhause im Glück“ und entsprechende Internetformate haben ein breites Bewusstsein dafür geschaffen, dass individuelle Lebensqualität nicht nur in, sondern schon an den eigenen vier Wänden beginnt. Auf die entsprechend gewachsenen Ansprüche ihrer Kunden haben sich die Malermeister Markus Mayer aus dem südbayerischen Laufen und Fred Buschmann in Achim bei Bremen eingestellt: Sie sind spezialisiert auf Farbberatung und umfassende Gestaltungskonzepte, was sich bereits an den Fassaden ihrer Firmengebäude deutlich ablesen lässt. Gerade wurden sie neu gestaltet, und zwar in Zusammenarbeit mit den Brillux Farbstudios.



Ein organischer Kontrast zur strengen Form – aber selbst die Blüten fügen sich ins Farbkonzept.



Maler Werkstatt Markus Mayer

Der Name Mayer steht in Laufen schon lange für solides Malerhandwerk. Eine 1963 vom Vater gegründete Werkstatt wurde ab 1989 vom Sohn Markus geleitet und 2002 an seinen jüngeren Bruder Florian übergeben. Markus Mayer gründete vier Jahre später seinen eigenen Betrieb. Die Maler Werkstatt Markus Mayer zählt derzeit acht Angestellte und bezog ihren neuen Firmensitz Ende 2014 im Gewerbegebiet an der Lindenstraße im Osten Laufens. „Farbe ist Gefühlssache“, lautet ihr Motto.



Wer in Laufen die Blicke auf sich lenken will, muss sich schon etwas Besonders einfallen lassen. Zu beeindruckend ist das Alpenpanorama, das sich am Horizont erstreckt, zu malerisch die Altstadt des knapp 7000 Einwohner zählenden Städtchens an der Salzach. Die gegenüberliegende Flussseite gehört bereits zu Österreich. Wer jedoch von Osten Richtung Laufener Altstadt fährt, kommt gut einen Kilometer vor der Grenze aus dem Staunen nicht heraus. Mitten in einem kleinen Gewerbegebiet strahlt plötzlich ein frisches Magenta unter einem Giebel hervor. Es markiert ein darunterliegendes Garagentor, das sich mit einem markanten weißen Rahmen vom vornehmen Grau der Außenwand abhebt. Weitere weiße Aussparungen um die Fenster- und Türbereiche

gestalten das zweistöckige Gebäude klar, aber abwechslungsreich. Zwischen den bis zum Boden reichenden Fenstern im Erdgeschoss sorgen parallele schnurgerade Streifen in Gelb, Magenta und diversen Grautönen für farbenfrohe Akzente.

Intensive Betreuung durch Brillux

„Wir wollen hier ein Zeichen setzen, über das man spricht“, erklärt Markus Mayer die Gestaltung seines neuen Firmensitzes. „Jedem, der bei uns vorbeifährt, soll unser Haus ins Auge fallen. Wir wollen begeistern!“ Der 49-jährige Malermeister hatte sich zuvor in bestehende alte Gebäude eingemietet. „Da konnte ich mein Firmenlogo in die Fenster kleben. Das war’s.“ Beim nun ►



Noch im August 2014 gab es den neuen Firmensitz von Markus Mayer nur auf dem Papier. Schon vier Monate später wurde er eingeweiht, genauso farbenfroh wie geplant.

„Jedem, der bei uns vorbeifährt, soll unser Haus ins Auge fallen. Wir wollen begeistern!“

Markus Mayer, Inhaber

BETEILIGTE UND SERVICES

Alle für die Fassaden des Firmensitzes eingesetzten Produkte wurden von Brillux geliefert. Im Vorfeld war das Brillux Farbstudio München zudem an Entwurf und Farbauswahl beteiligt, ebenso der Brillux Verkaufsberater Anton Maier.

Fassaden: WDV-System I, Pulverkleber 3550, Multiflex 3521, WDVS Glasseidengewebe 3797, Hartschaum-Dämmplatte 3614, Senkdübel STRU 3811, Putzgrundierung 3710, Fensterbank 3557, Rausan Kratzputz KR K2, Evocryl 200 mit Protect
Dachuntersicht: Flächenlasur 620 mit Protect
Bauherr: Maler Werkstatt Markus Mayer



www.markus-mayer.de

entstandenen Neubau war das Farbkonzept von Anfang an Teil der Planung. Dessen Grundlage wurde bereits 2006 entwickelt, als Mayer im Zuge seiner Firmenneugründung auch ein neues Logo und Corporate Design in Auftrag gab. Das Farb- und Grafikkonzept, das seither das Erscheinungsbild der Firma von den Visitenkarten bis zu den Firmenwagen prägt, ist jetzt auch an der Fassade auf den ersten Blick wiederzuerkennen.

Auch ein Schuster braucht schicke Schuhe

Während Markus Mayer den neuen Look seines Betriebes in den nächsten zehn Jahren beibehalten möchte, setzt acht Autostunden nördlich der Malermeister Fred Buschmann auf Abwechslung: Alle vier bis fünf Jahre gestaltet er die Fassade seines Firmensitzes neu. Vor 22 Jahren zog er mit der nach seinem Vater benannten Malerwerkstatt Dieter Buschmann GmbH & Co. KG



Gestaltung und Farbkonzept der neuen Fassade sollen dazu beitragen, dass sich Kunden der Firma Buschmann in guten Händen wissen.

in den Gewerbepark Achim-Uesen bei Bremen. Seit einer Zusatzausbildung zum Farb- und Raumdesigner bietet er hier gemeinsam mit seiner Frau Angela auch einen Lifestyle-, Design- und Funktionalitätsservice an, unter dem Label LebensArt by Dieter Buschmann. „Mein Vater hat immer gesagt: Es geht nicht, dass der Schuster die schlechtesten Schuhe hat“, erinnert sich der mittlerweile 53-jährige Junior. „Er muss die



Eine Frage der Firmenehre: Der ausführende Betrieb ihrer neuen Fassade war die Maler Werkstatt Markus Mayer selbst. In vier Wochen war sie fertig.



Dieter Buschmann GmbH & Co. KG

Schon der Großvater von Fred Buschmann, ein Künstler, der eigentlich aus einer Familie von Eisenbahnern stammt, hat seinen Lebensunterhalt als Maler verdient. Dessen Sohn Dieter Buschmann arbeitete als Malermeister ab 1960, zunächst von zuhause aus. Der Betrieb wuchs, zog mehrmals um und fand 1993 im Gewerbepark Achim-Uesen bei Bremen seinen festen Standort. Fred Buschmann hat derzeit 13 Angestellte. Zudem ist er unter dem Label LebensArt by Dieter Buschmann gemeinsam mit seiner Frau Angela auch als Raum- und Farbdesigner tätig.



Foto: www.susannebrueger.de

Gute Nachbarschaft:
Die Agentur bürokontraer
aus Achim entwarf erst
die Visitenkarte für die
Brieftasche ...



... die dann für das Hamburger Brillux Farbstudio als
Vorbild für den Entwurf der Visitenkarte XXL diente.

besten Schuhe anhaben.“ Also sollen nicht nur die
hauseigenen Ausstellungsräume Geschmack und Stil
der Buschmanns repräsentieren, auch auf das äußere
Erscheinungsbild kommt es an.

Neue Zielgruppen angelockt

„Unsere neue Fassade ist mit der Agentur bürokontraer
entworfen worden. Die sitzen hier in Achim und haben
auch schon unsere neuen Visitenkarten und Rech-
nungsbögen gestaltet“, sagt Fred Buschmann. „Aber
die passten dann nicht mehr zu unseren schwarzweißen
Autos und schon gar nicht zu unserer Fassade, die
damals noch Orange und Blau war. Wir haben das alles
fotografiert und ans Brillux Farbstudio in Hamburg ge-

mailt. Mit Farbdesigner Dirk Prilipp wurden schließlich die
Farben festgelegt: Anthrazit als moderne Grundfarbe und
für das dezente, beinahe barocke Blättermuster, das sich
auf den hellen Aussparungen zwischen den Fenstern von
Erd- und Obergeschoss markant abhebt. „Das Muster
wurde ebenfalls mit bürokontraer entwickelt und findet
sich auch auf unseren Firmenwagen“, ergänzt Angela
Buschmann. Elegant hebt sich davon das geschwungene
„Art“ aus dem Label „LebensArt“ in Magenta ab. Ein
Dreivierteljahr ging von den ersten Entwürfen bis zum
ersten Pinselstrich ins Land. Die eigentlichen Arbeiten
haben dann knapp fünf Wochen gedauert. Für das
Blättermuster hat Fred Buschmann einfache Schablonen
angefertigt und diese dann frei Hand auf die Fassade ge-

*„Bei der neuen Fassade
kam in meinem Mann wieder
der Künstler durch.“*

Angela Buschmann



Von Links: Lars Buschmann, Angela Buschmann,
Fred Buschmann

Ein letztes Gruppenfoto vor der alten Fassade. Bei
ihrer Neugestaltung packte die ganze Firma mit an.
Nach Feierabend wurde gemeinsam gegrillt.



malt. „Da kommt der Künstler wieder durch“, schmunzelt
Angela Buschmann. Schon der Großvater war ursprüng-
lich Kunstmaler und auch Vater Dieter Buschmann schuf
in seiner Freizeit Ölgemälde. Die neue Fassade kommt
gut an. Während ältere Kunden mit ihr zunächst kleine
Schwierigkeiten hatten und erst einmal an der neuen
Fassade vorbeifahren, fühlen sich nun auch Mitglieder
des benachbarten Tennisvereins zunehmend von der
„Buschmannschen Lebensart“ angezogen. Man darf jetzt
schon gespannt sein, wie das Haus wohl in fünf Jahren
aussehen wird ... ■

BETEILIGTE UND SERVICES

Alle für die Fassaden des Firmensitzes der Dieter
Buschmann GmbH & Co. KG in Achim eingesetzten
Produkte wurden von Brillux geliefert. Der Entwurf
für die Fassade stammt von Dirk Prilipp, Farbstudio
Hamburg.

Fassaden: Haftgrund 3720, Evocryl 200 in den
entsprechenden Farbtönen

Dachholz: Deckfarbe 871

Fenster: Ventilack 82

Bauherr: LebensArt | Dieter Buschmann
GmbH & Co. KG



www.db-buschmann.de

GUTE GRUNDLAGE FÜR NEUE GESCHÄFTE

Sie machen Lust auf Neues, regen an, geben Inspiration: Die neuen Boden- und Tapetenkollektionen von Brillux bieten Ihnen die ideale visuelle Unterstützung beim Beratungsgespräch vor Ort beim Kunden oder bei Ihnen im Musterraum.



DIE NEUEN BODEN- UND TAPETENKOLLEKTIONEN

- Einfache Handhabung
- Hochwertig aufbereitet
- Flexibel und mobil anzuwenden
- Ideal für Kundengespräche vor Ort
- Praktisches Schubersystem (Bodenbelagskollektion MyHome & Business)



Kompakt, handlich und flexibel nutzbar: Die Boden- und Tapetenkollektionen eignen sich auch für die Präsentation beim Kunden vorzüglich.

Deutlich hochwertiger und mit auf 25 Raumbilder erweiterter Auswahl (bisher waren es 13) präsentiert sich die aktuelle Tapetenkollektion „MyHome“ in den Musterbüchern „MyHome harmony“ und „MyHome famous“. Die Bücher enthalten insgesamt 238 Positionen („Harmony“ 145, „Famous“ 93) und viele konkrete Scala-Farbtonempfehlungen. Die Basiskollektion „Harmony“ bietet aktuelle Dessins und Design-Klassiker und ist in fünf handliche und separat präsentierbare Themenwelten gegliedert: „Urban“, „Toskana“, „Classic“, „Young“ und „Basic“. Das Buch „Famous“ ist besonders hochwertig und beinhaltet eine Vielzahl zeitgemäßer Dessins und Uni-Tapeten auf Vliesbasis. Sie eignen sich mit ihren Kompaktvinyl-Oberflächen und Glanzeffekten – aber auch wegen des Rollenformats von 0,7 x 10,05 Meter – besonders gut für die Ausstattung von hochwertigen Objektbereichen, zum Beispiel in Hotellerie, Gastronomie oder im Ladenbau.

Im praktischen Schubler mit Koffergriff zeigt sich die neue Bodenbelagskollektion „MyHome & Business“. Sie ist das zentrale Beratungselement für alle Anfragen auf dem Gebiet der Bodenbeläge, sei es im Privat- oder im Objektbereich. Mit dem neuen Look geht auch ein optimiertes Kollektionskonzept einher, das noch stärker

auf die Alltagstauglichkeit für Malerbetriebe ausgerichtet ist. In fünf eigenständig aufgebauten Klappkartenmappen sind sämtliche Inhalte des Bereichs Bodenbeläge stets in Sekundenschnelle griffbereit: „MyHome“ für den Wohnbereich und insgesamt 90 Farbstellungen, „MyBusiness“ mit 78 Farbstellungen und sechs Qualitäten. „Modultex und Sauberlauf“ reagiert auf die Entwicklung, dass Teppiche als Bahnware zunehmend an Boden verlieren. Das unkompliziert zu verlegende, modulare System im Format 25 x 100 Zentimeter mit permanent selbsthaftender Rückenkonstruktion liefert zeitgemäße Antworten. „Nadelvlies“, unter anderem mit dem exklusiv bei Brillux gelisteten Feinwerk, das in sage und schreibe 69 Farbstellungen angeboten wird: Mit seinen filzähnlichen, sehr feinen Oberflächen steht hier der neue puristische Bodengestaltungstrend im Mittelpunkt. Unter „Designböden“ ist das Angebot an Stein- und Holzoptiken zusammengefasst. Den Trend zur „Used-Optik“ aufgreifend, wurde insbesondere das Sortiment an vergrauten Hölzern erweitert. Beide Kollektionen liefern Ihren Kunden eine opulente Auswahl von sinnlich erfahrbaren Beispielen. Sie alle liefern jene Argumente, die den Ausschlag für die Erteilung des Auftrags geben können. ■

Das gesamte Portfolio der Brillux
Bodenbeläge im Überblick: [www.brillux.de/
anwendungen-und-loesungen/
innenraumgestaltung/bodenbelaege](http://www.brillux.de/anwendungen-und-loesungen/innenraumgestaltung/bodenbelaege)



AKTIONSPAKET

RENOVIEREN IM WINTER

Dass der Winter ein idealer Zeitraum ist, um die eigenen vier Wände verschönern zu lassen, ist vielen Eigentümern nicht bewusst. Das will Brillux ändern und gibt KundenClub-Mitgliedern 24 Argumentationshilfen an die Hand, um ihre Kunden zu überzeugen.



Alle Bestandteile des Aktionspakets werden ausführlich erklärt, damit Sie diese optimal nutzen können.



Mit viel Sinn für Atmosphäre wurde die Broschüre aus dem Aktionspaket zusammengestellt.

„Renovieren im Winter“: Das neue Aktionspaket für KundenClub-Mitglieder kann Ihrer Kundschaft den finalen Anstoß liefern, Wohnung oder Haus in der kalten Jahreszeit neu gestalten zu lassen.

Es wurde speziell entwickelt, damit Ihre Auftragsbücher auch in den eher konjunkturschwachen Monaten gut gefüllt sind. So enthält es wichtige und für viele Kunden unbekannte Argumente, um diesen „renovierungsmüden“ Zeitraum zu bewerben.

Es enthält alles, was Sie benötigen, um gegenüber Ihren Mitbewerbern entscheidende Pluspunkte zu sammeln: Broschüre, Briefumschlag, Anschreiben, Vorlagen für Anzeigen sowie einen fertigen PR-Text.

Die Broschüre, das Herzstück des Pakets, ist eine Mischung aus Gestaltungs- und Materialtipps sowie einer übersichtlichen Anordnung all der Argumente, die dafür sprechen, dass gerade jetzt – im Winter – der beste Zeitpunkt ist, das eigene Zuhause mit einem frischen Anstrich zu versehen. Etwa die Möglichkeit, Preisnachlässe zu erzielen und die in aller Regel deutlich schnellere Umsetzung des Auftrags. Haus- und Wohnungseigentümer werden genauso angesprochen wie Mieter. Eigentlich ist jeder, der an einer Verschönerung des eigenen Zuhauses ein Interesse hat, ein idealer Adressat der Broschüre.

Wie gewohnt kümmert sich der Brillux KundenClub auf Wunsch um die komplette Abwicklung: Von der Gestaltung mit Ihrem Logo über die Produktion und den Adresseneinkauf bis zum optionalen Versand werden die Weichen für den Erfolg der Aktion gestellt. Wie immer können Sie dabei Ihr persönliches Maßnahmenpaket individuell nach dem Baukastenprinzip zusammenstellen, sodass Sie nur jene Services zu buchen brauchen, die Sie auch benötigen. ■

Kontakt

Nina Leutermann
Tel. +49 (0)251 7188-759
info@brillux-kundenclub.de
www.brillux.de/kundenclub



Was sagen Sie zur letzten MarktImpulse, HERR KNOBLOCH?

Guten Tag, Herr Knobloch, danke, dass Sie Zeit und Lust haben, mit uns über die letzte MarktImpulse zu sprechen. Was ist Ihr Eindruck?

Sehr gern. Mein Fazit ist: Viel Lob und ein kleiner Pinselstrich Kritik. Womit soll ich anfangen?

Draußen regnets. Bitte mit den Komplimenten.

Grundsätzlich kann ich Ihnen sagen, dass ich die MarktImpulse sehr gern in die Hand nehme und ausführlich studiere. Die Sprache ist nah an den Handwerkern und nicht abgehoben oder steif. Zudem ist das Magazin modern gestaltet, informativ, innovativ, unterhaltsam und oft sehr praxisbezogen. Der Themenmix aus handwerksnahen Berichten und auch mal bunten, inspirierenden Beiträgen aus ganz anderen Richtungen wie hier und da einem Künstlerporträt oder den Buchtipps gelingt Ihnen für meine Begriffe in aller Regel außerordentlich gut. Übrigens: Ohne Ihnen Honig um den Bart schmieren zu wollen, um einmal im Bild des Titelmotivs zu bleiben: Ich gebe die MarktImpulse immer auch meinen Mitarbeitern zu lesen, wenn ich durch bin, denn ich denke, dass sie daraus einiges für ihre Arbeit mitnehmen können. Ich bin fest davon überzeugt, dass die Details stimmen müssen, wenn man erfolgreich sein will.

Was blieb noch von der letzten Ausgabe haften?

Drei Berichte möchte ich hier nennen. Zum einen die schon erwähnte Titelgeschichte. Die Umsetzung mit dem „fließenden Honig“ war wunderbar – aber vor allem das Thema „Qualität“ sprach mich an. Es ist ja wirklich so, dass jeder etwas anderes unter dem Begriff versteht – spannend! Hier lese ich natürlich auch immer die dazugehörige Umfrage unter meinen Kollegen gerne. Dann natürlich der Artikel „Deine Zukunft ist bunt“, der sich mit dem Zukunftsthema Nummer eins der Branche auseinandersetzt, dem Werben um gute Auszubildende. Die Balance zu wahren zwischen Angebot und Nachfrage an Fachkräften halte ich für die entscheidende Herausforderung für uns alle. Selbstverständlich bilde auch ich aus – allein schon, um später einen vorzüglich qualifizierten Facharbeiter im Betrieb zu haben. Drittens die Reportage über die Firma aus Hamburg „Die Hanseaten“. Die Firmenporträts stehen für mich sowieso immer ganz oben auf der Liste, wenn ich die MarktImpulse aufschlage. Die Frage „Wie machen es die Kollegen in Bayern, Berlin oder im Norden?“ interessiert mich immer



Mirko Knobloch

2004 gründete der heute 44-Jährige seinen Betrieb. Mit cleverem Marketing, Kreativität, Know-how, Sorgfalt und Zuverlässigkeit bei der Ausführung der Maler-, Tapezier-, Fassaden-, Trockenbau- und Bodenbelagsarbeiten konnte sich „Malermeister Knobloch“ schnell in Dresden etablieren. Ausführliche Beratung ist Mirko Knobloch dabei besonders wichtig. In seinen Geschäftsräumen in der Dresdener Katzsteinstraße können sich potenzielle Kunden von Musterflächen, Ausstellungsstücken und Katalogen zusätzlich inspirieren lassen.

brennend. Was mein Kollege aus Hamburg über die Mitarbeiterführung sagte, trifft es für mich genau: „Die Mitarbeiter sind unser Kapital.“

MarktImpulse: Jetzt fühlen wir uns ausreichend gestärkt für Ihre kritischen Worte.

So schlimm wird es gar nicht. Es sind eigentlich eher drei Wünsche und Anregungen. Erstens würde ich es schön finden, mehr Exemplare zu erhalten beziehungsweise die MarktImpulse zusätzlich zur gedruckten Ausgabe in digitaler Form zur Verfügung gestellt zu bekommen, damit meine Mitarbeiter schneller in den Genuss der Lektüre kommen. Zweitens läse ich gern mehr über Weiterbildungsmaßnahmen wie Coachings oder Seminare für Inhaber und Mitarbeiter. Drittens: Nach meinem Eindruck kommt der ehemalige Osten unserer Republik in Ihren Reportagen ein bisschen zu kurz. Das finde ich etwas schade. Natürlich denke ich längst nicht mehr in den alten Grenzen, aber ein bisschen mehr Sachsen, Thüringen und Brandenburg fände ich ganz schön.

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

WEIL DAS LEBEN BUNT IST...

... und farbige Inspiration uns genau das vor Augen führt, gibt es jetzt fünf neue Stilkarten.

Farbe beschreiben ist das eine. Farbe sinnlich erleben, das andere. Die Stilkarten kitzeln die Sinne des Betrachters und machen Mut, die altbekannten weißen Pfade zu verlassen, und wecken neue Lust auf Farbigkeit. Kirstin Neumann, Produktgruppenberaterin Farbsystem bei Brillux: „Jetzt wird das Beratungsgespräch noch fantasievoller, facettenreicher, individueller – und vor allem einfacher! Nach den überwältigenden Reaktionen der Kunden auf unsere bisherigen zehn Stilkarten war für uns klar, fünf neue zu produzieren. Wir wissen ja alle, wie schwer es sein kann, über Farbe zu sprechen. Die Stilkarten sind hier die ideale Brücke für den Kunden. Sie stimulieren auf ganz besondere

Weise und bringen ihn dazu, Gestaltungsideen und -wünsche zu äußern, die er ohne die visualisierten Stilkarten-Beispiele nicht immer hätte formulieren können. Dass alle Farbtöne der Stilkarten aus den Scala Farbwelten stammen, sorgt für den stufenlosen Einstieg in die konkrete Farbgestaltung. Die neu aufgenommenen Kombinationsfarben geben dabei noch mehr Gestaltungssicherheit.“ Beginnend mit dieser Ausgabe präsentieren wir Ihnen in jedem Magazin eine Farbe in drei Ausprägungen. Farbexperten informieren über Herkunft und Wirkung der jeweiligen Farbe. Die beigelegte Originalstilkarte gibt Ihnen konkrete Gestaltungsvorschläge für das Kundengespräch an die Hand. ■

HALLO, SÜSSES LEBEN MIT BISS VOLL ER PLÄNE **SELBSTBEWUSSTES PINK** OFFEN FÜR DIE WELT LUST AUF NEUES MUTIG POSITIV SHOCKING PINK LEBENSFROH UNGEWÖHNLICH



Dirk Prilipp, Farbdesigner bei Brillux, ist sich sicher: „Mit unserer Interpretation eines selbstbewussten Pinktons können wir neue sensuelle Türen bei unseren Kunden öffnen und sie ermutigen, mal etwas Neues, Ungewöhnliches zu wagen.“ Wie man sieht, hat die schwere, kräftige Süße dieser Farbe wenig mit dem pastelligen Babyrosa zu tun, das man im angelsächsischen Raum unter dem Begriff „Pink“ versteht. „Wir beziehen uns hier

auf eine Weiterentwicklung jener Nuance, die man im Englischen als „Hot Pink“ oder „Shocking Pink“ bezeichnet. Die Adjektivierung „Shocking“ stammt übrigens von der Designerin Elsa Schiaparelli, die 1937 die Schachtel ihres Parfüms „Shocking“ in dieser Farbe gestaltete. Übrigens: In einer amerikanischen Redewendung steht Pink für die Attribute frisch und gesund: „Wow! I think, she's well again. It really looks like she's in the pink.“ Zu Deutsch: „Ich glaube, es geht ihr wieder gut. Sie sieht aus wie das blühende Leben.“

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 „Selbstbewusstes Pink“ 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/service/fuer-den-fachhandel/scala-farbwelten/stilkarten
oder direkt von Ihrem Verkaufsberater.



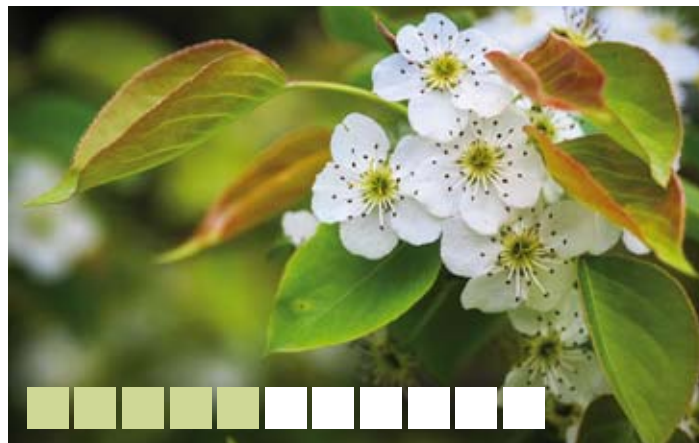
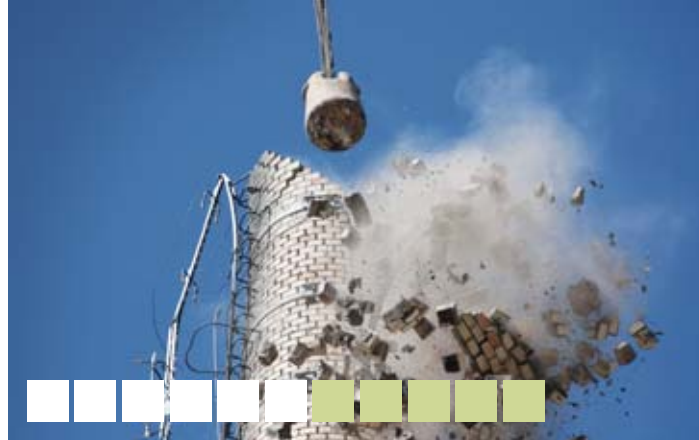
In der nächsten Ausgabe stellen wir Ihnen hier die Stilkarte „Farbiges Weiß“ vor.

WELCHES WORT STECKT IN JEDEM BILD?

Hat Sie unser Themenschwerpunkt „Mut“ auch zu neuen Taten inspiriert?
Dann könnten die hier ausgelobten Gewinne interessant für Sie sein:
Unter den richtigen Einsendungen verlost MarktImpulse 20 Survivalpakete.



Das Lösungswort ist grün hinterlegt und wiederholt sich in jedem Bild.
Ä bleibt Ä, Ü bleibt Ü usw.



Fotos: sutulastock, Peshkova, chungking – shutterstock.com, windbogen – fotolia.com
Produktabbildungen: Piper Verlag, light my fire, Contigo, Victorinox



In der MarktImpulse 2/15 hieß die Lösung „Pinzel“. Über den von Brillux Verkaufsberater Jens Hofmeister überreichten Siegerscheck durfte sich Jan Wilkerling von der Rupert Linder GmbH, Stuckateur-Fachbetrieb aus Albstadt freuen. Herzlichen Glückwunsch!

Teilen Sie uns das Lösungswort bitte bis zum **31. Januar 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.

WERTSCHÄTZUNG: SO HALTEN WIR UNSERE BESTEN

Respektvolles Miteinander

**GUTES
BETRIEBSKLIMA**

FLEXIBILITÄT

Weiterbildungsmöglichkeiten

EIGENE

Ideen verwirklichen

...



German
Design Award

NOMINEE

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Brillux GmbH & Co. KG, Weseler Str. 401, 48163 Münster,
Tel. +49 (0)251 7188-759, Fax +49 (0)251 7188-439,
www.brillux.de

KONTAKTADRESSE

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

REDAKTION UND GESTALTUNG

formba – grafikdesign + konzeption,
Bernstorffstraße 99, 22767 Hamburg, www.formba.de
Autoren: Jonas Demel, Ralf Krämer, Volker Marquardt

ERSCHEINUNGSWEISE 4x jährlich

ISSN 1610-6822

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



4393/526/71/1215 8826.0010.9083

Das Highlight auf der Wand

Vetrolux ELF 3100



Ein echter Hingucker für die Wand

Diese spezielle Innendispersion bewirkt langfristig ein perfektes Oberflächenfinish – auch bei matten, intensivfarbigen Oberflächen. Wo herkömmliche Beschichtungen schon bei geringsten Belastungen weißliche Spuren – genannt Schreibeffekte – hinterlassen, verzeiht Vetrolux ELF 3100 Berührungen durch Hände und Jacken oder sonstige Beanspruchungen.

Der Schreibeffekt ist stark vermindert und lässt sich einfach wieder entfernen – ohne die Oberfläche zu beeinträchtigen.

www.brillux.de/vetrolux

 **Brillux**
..mehr als Farbe