



German
Design Award

NOMINEE

TIMING

GUTER INSTINKT

Die Kunst, den richtigen Zeitpunkt zu finden
S. 14

GUTE NACHT

So wichtig ist das Schlafzimmer für unsere Nachtruhe
S. 34

GUTER RIECHER

Wenn Schimmelspürhund Bessy bellt, wird es teuer
S. 46

SEHNSUCHT NACH KLARHEIT.

Plötzlich blau: Das Jahr 2014 trägt ein tiefes Ultramarinblau. Die Renaissance der Farbe von Horizont und Meer kam für manche unerwartet. Für die Trendforschung und die Farbdesigner von Brillux dagegen nicht.

MEHR AUF SEITE 59



CHANCE ERKANNT, CHANCE GENUTZT.

DIE KUNST, DEN RICHTIGEN ZEITPUNKT ZU FINDEN

Maßnahmen, die gestern richtig gewesen wären, könnten heute kontraproduktiv sein. Und wofür heute die Zeit reif ist, dafür war es vor einer Weile womöglich zu früh. Über den Weg zur optimalen Mischung aus „Was“, „Wie“ und „Wann“.

14



LUXUS IST LEERE

Ein schweres Essen im Magen, die üblichen Alltagssorgen oder einfach ein unpassend gestalteter Ruheraum: Für Einschlafschwierigkeiten kann es viele Gründe geben. Schlafforscher raten zu puristischen Lösungen.

34

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,



in vielen Bereichen des Lebens, privat und beruflich, ist die Trennlinie zwischen Erfolg und Niederlage, zwischen Glück und Schlamassel hauchdünn. Nehmen wir ein wichtiges Fußballspiel, 85. Minute, es steht 1 : 1, das Spiel wogt hin und her. Plötzlich ein brillanter Steilpass Richtung Strafraum. Der Mittelstürmer scheint alleine aufs Tor zuzulaufen, doch von der Seite nähert sich ein Verteidiger. Setzt dieser nun zu früh zur Grätsche an, trifft er den Angreifer und es gibt Elfmeter oder die Rote Karte; zögert er zu lange, grätscht er ins Leere und der Stürmer schießt vielleicht das entscheidende Tor ...

In meinen Seminaren zeige ich auf, wie wir alle genau dann, wenn es darauf ankommt, unsere Spitzenleistungen abrufen können, indem wir uns von gedanklichen Blockaden befreien. Aber auch, wie wir uns mit einfachen Kniffen immer wieder für das, was wir tun, neu begeistern können. In der Malerbranche dürfte Ihnen das nicht allzu schwer fallen. Etwa, indem Sie sich vorstellen, welche Freude Sie Ihren Kunden mit der neu gestalteten Hausfassade bereiten werden. Weitere Anregungen, die Sie „punktgenau in Bestform“ bringen, finden Sie ab Seite 20.

Die thematisch verwandte Titelgeschichte ab Seite 14, in der es um „die Kunst, den richtigen Zeitpunkt zu finden“ geht, lege ich Ihnen ebenfalls gerne ans Herz.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre der neuen Marktimpulse – aber bitte nicht unbedingt im Bett. Zumindest, wenn ich den Schlafforschern von der Berliner Charité glauben darf. Diese raten nämlich davon ab, im Bett zu essen, zu lesen oder gar fernzusehen. Erlaubt sind nur zwei Dinge. Schlafen ist eins davon. Das andere finden Sie im Artikel „Leere ist Luxus“ ab Seite 34.

Herzlich, Ihr

Thomas Schlechter, Coach und Eventtrainer für Spitzenmotivation



KNOW-HOW

DAS SCHICKSAL AUSGEPUNKTET

Das Sachverständigenbüro
Wittmann ortet für seine Kunden mit
Schimmelpilz befallene Stellen in
Innenräumen. Genauer gesagt:
Spürhund Bessy. Für Analyse und
Beratung sind Kathrin und Harald
Wittmann zuständig.

46



INHALT

06 BUNTES

Amüsantes und Wissenswertes rund
ums Thema Farbe.

08 PERSÖNLICH

Malermeister verraten ihre Lieblingsberufe
aus der Kindheit.

13 HEFTKRITIK

Leser kommentieren die letzte Marktimpulse.

TITELTHEMA

TIMING

14 DIE KUNST, DEN RICHTIGEN ZEITPUNKT ZU FINDEN

Warum Timing entscheidend ist und was wir
uns aus der Tierwelt abgucken können.

20 PUNKTGENAU IN BESTFORM

Motivationscoach Thomas Schlechter erklärt,
wie Sie im richtigen Moment das Beste aus
sich herausholen.

24 UMFRAGE

Sechs Malerbetriebe über ihre Strategie
für die Wintermonate.

28 MEINE BAUSTELLE

Schön gestreift.

34 TRENDS

Was unser Schlafzimmer braucht,
damit wir gut schlafen können.

40 BRILLUX KUNDENCLUB

Das neue Aktionspaket zur Ansprache
von gut situierten Eigenheimbesitzern.

42 ONLINE

Ohne eigene Website geht es nicht.

46 KNOW-HOW

Wenn Bessy bellt, haben Hausbesitzer
ein Problem.

50 NEWS

Brillux Produktinnovationen.

54 REPORTAGE

Warum man sich im Malerbetrieb von Mirko
Knobloch nicht nur vor dem Kunden siezt.

57 BRILLUX MITARBEITERPORTRÄT

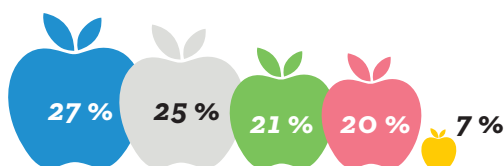
Was machen Sie eigentlich den ganzen Tag,
Frau Przybilla?

58 VORSCHAU

59 TRENDFARBE

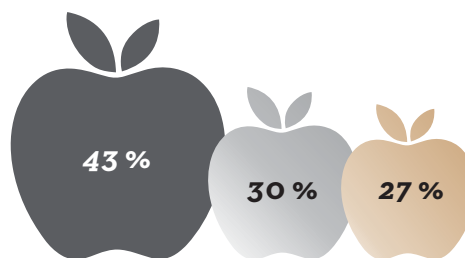
PINK

... polarisiert. Bei der Wahl der Farbe des iPhone 5 herrscht weitgehend Einigkeit zwischen den Geschlechtern. Mit einer Ausnahme.



iPhone-5C-Farben

Käufer des iPhone 5S entscheiden sich weltweit zu 43 Prozent für den Farbton Space Grey, zu 30 Prozent für Silver und zu 27 Prozent für Gold. Das ergab eine Studie des US-Marktforschers Consumer Intelligence Research Partners. Beim preisgünstigeren Modell 5C wählen 27 von 100 Käufern Blau, 25 Weiß, 21 Grün und 20 Pink. Nur 7 Prozent wollen mit einem gelben



iPhone-5S-Farben

5C telefonieren. Die unterschiedlichen Präferenzen von Männern und Frauen springen vor allem bei einer Farbe ins Auge: Nach einem pinken iPhone 5C verlangte es 34 Prozent der Frauen und nur 7 Prozent der Männer. Es gibt offenbar doch noch Bereiche im Leben, in denen die alten Klischees Realität sind.

Quelle: CIRP

Weltmeister mit Handicap

Glaubt man einer Studie der Durham University in England, ist die deutsche Nationalmannschaft bei der WM in Brasilien mit einer schweren Hypothek angetreten.

Die Ausfälle von Marco Reus oder Ilkay Gündogan hatten die Forscher dabei nicht im Blick. Die weißen Trikots der Deutschen dagegen umso mehr. Denn Weiß stehe aus farbpsychologischer Sicht für Passivität und Ängstlichkeit. Aussichtsreicher wären normalerweise Rot und Blau: Rot wirke aggressiv und einschüchternd, blaue Jerseys drückten Zusammenhalt und Teamgeist aus. Das klare 4:0 gegen rotbelebte Portugiesen und der Finalsieg über die in gleich zwei Blautönen angetretenen Argentinier widerlegten die Forscher von der Insel allerdings keineswegs. Schließlich schied ihr eigenes Team in schneeweißen Trikots nach Niederlagen gegen Italiener in Azur und babyblaue Uruguayer bereits in der Vorrunde aus.





Sitzplatz? Ich? Nie im Leben!

So unterschiedlich die Leben des Journalisten Hans Leyendecker, des Hamburger Kneipenwirts Dieter Sawitzki, des Dresdner Museumsdirektors Dirk Burghardt, von „Tatort“-Ermittler Wotan Wilke Möhring oder

der Grundschullehrerin Petra Meschke auch sein mögen: Sie alle verbindet die Liebe zum Dortmunder „Ballspielverein Borussia“. In „Dortmunder Jungs. Unser Leben für den BVB“ erzählen sie von ihrer Leidenschaft zu ihrem Klub, die für Außenstehende mitunter schwer nachvollziehbar sein dürfte. Jede Liebeserklärung sorgsam zusammengetragen von Felix Meininghaus und von Achim Multhaupt mit Gespür für Situation und Charakter in Szene gesetzt (natürlich tragen

Journalist und Fotograf ebenfalls das BVB-Gen in sich). Fazit: „Dortmunder Jungs“ ist für jeden Schwarz-Gelben ein klares Muss. Und für alle Blau-Weißen ein uneingeschränktes „Tut euch das nicht an“. Zumal auch jener Ultra zu Wort kommt, der für manchen Fußballfan 30 Kilometer westlich als Feindbild Nummer eins herhält. Unvergesslich die Antwort des frischgebackenen Weltmeisters Kevin Großkreutz auf die Aufforderung seines früheren Trainers, sich wenigstens auf einen Tribünenplatz zu setzen, wenn er am Tag vor seinem eigenen Zweitligaspiel schon unbedingt zur Borussia gehen müsse.

Dortmunder Jungs

Achim Multhaupt, Felix Meininghaus

Delius Klasing, 2014, 22,90 €

Vierzig Meter Teamwork

In branchenübergreifender Teamarbeit haben Auszubildende der Volksbank Mindener Land und aus dem Maler- und Lackierer-Handwerk Ideen für die Fassadengestaltung des neuen Jobcenters des Kreises Minden-Lübbecke entwickelt.

Der Mindener Malermeister Horst Schumacher steuerte das Know-how und die Grundidee bei, Volksbank-Vorstand Peter Scherf stellte als Eigentümer die Fassade zur Verfügung: das prominent gelegene Jobcenter der Stadt. „Es war mir wichtig, zwei Ziele miteinander zu verknüpfen“, sagt Horst Schumacher. „Zum einen wollten wir mit dem Projekt unterschiedliche jugendliche Azubis zusammenbringen. Beide Seiten – die angehenden Banker und Maler – sollten Vorurteile abbauen. Das klappt nach meiner Überzeugung dann am besten, wenn man sich kennenlernt und ein gemeinsames Projekt verfolgt“, so Schumacher, Geschäftsführer der seit 1959 in Minden ansässigen Paul Gärtner GmbH, die auch für die farbliche Gestaltung und das Wärmedämm-Verbundsystem des Fassadenprojekts verantwortlich zeichnete. „Das zweite Anliegen bestand darin, eine Lanze für das Malerhandwerk zu brechen. Unser Beruf besteht keineswegs nur aus Tapeten und weißer Farbe, wie der ein oder andere vielleicht denken mag.“ Peter Scherf von der Volksbank zeigt sich besonders vom interdisziplinären Gedanken des Projekts angetan: „Hier hatten unsere Auszubildenden branchenübergreifend die Möglichkeit, viel mehr zu lernen, als in ihren Fachbüchern steht.“

Insgesamt 50 Entwürfe und Farbkonzepte entwickelten die jungen Frauen und Männer gemeinsam in einem zweitägigen Workshop. Im April traf die Jury ihre Entscheidung. Das Siegermotiv wird im Okto-



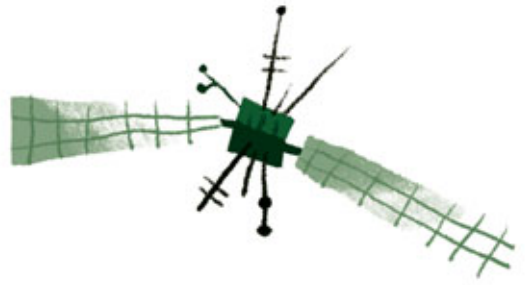
Foto: Jürgen Kalvari

Auf der Fassade darf das Mühlensymbol natürlich nicht fehlen: Im Kreis Minden-Lübbecke finden sich noch viele alte Windmühlen. Nicht umsonst gilt die Region manchen auch als „Mühlenkreis“.

ber feierlich eingeweiht. Doch schon jetzt können die Mindener sich daran erfreuen. Das Motiv an der 40 Meter langen Fassade besteht aus einer Landschafts-Silhouette, die von drei markanten Punkten geprägt ist: einer Windmühle, einer Brücke und dem Kaiser-Wilhelm-Denkmal. Dabei wurde der Siegerentwurf beinahe vollständig übernommen. Nur eine kleine Änderung gab es. Horst Schumacher: „Die Mühle steht jetzt im Norden, das Denkmal im Süden. Dies ist der Süd-Nord-Ausrichtung der Fassade geschuldet. Das war aber auch schon alles.“

Sämtliche Azubis legten bei der Umsetzung mit Hand an, auch die Bank-Lehrlinge tauschten dafür ihre Anzüge gegen Overalls. Gemeinsam mit den Maler-Azubis griffen sie zu Pinsel und Rolle. Das Ergebnis ist nicht nur ein handwerklicher Erfolg, sondern auch ein sozialer. „Die Stimmung unter den Beteiligten war überragend“, so Horst Schumacher. „Es haben sich auch schon einige Freundschaften über die doch so unterschiedlichen Wirtschaftszweige hinaus entwickelt – ehrlich gesagt: Das hätte ich mir so vor Projektbeginn nicht vorstellen können.“





DOCH KEIN PIRAT?

Astronaut? Mittelstürmer? Turmbauer? Wissen Sie eigentlich noch, von welchem Beruf Sie als Kind geträumt haben?

In einer Welt, in der wir uns bereits als Kind auf unseren späteren Beruf festlegen müssten, gäbe es vermutlich ziemlich viele Eisverkäufer, Balletttänzerinnen, Tierpfleger und Autorennfahrer. Und ziemlich wenig Steuerberater und Verwaltungsfachangestellte. Da sich „die verpflichtende Berufswahl mit neun Jahren“ bekanntlich nicht durchgesetzt hat, gibt es bei uns zwar allerorten Eisverkäufer, aber auch eine Menge Verwaltungsangestellte. Und eher wenig Formel-1-Piloten oder Primaballerinen. Wir haben sechs Maler nach ihren Kindheits- oder Jugendpräferenzen gefragt. Dabei wurde deutlich: Der für viele entscheidende Punkt für die Berufsentscheidung ist die familiäre Prägung.





Heinrich Knobloch, 31

Malermeister, Schlegel Malerbetrieb GmbH, Kernen

„Ich glaube, mein beruflicher und schulischer Werdegang verlief jeweils außerhalb der üblichen Planmäßigkeiten. Als Kind habe ich mir eigentlich nie Gedanken darüber gemacht, welchen Beruf ich mal ergreifen würde, da hatte ich anderes zu tun. Später gab es eine Zeit, in der ich politischer Journalist werden wollte. Unnachgiebig nachhaken, wenn was stinkt. Und ehe ich schließlich das Malerhandwerk für mich entdeckte, studierte ich zwei Semester Oberflächentechnik.“



Peter Witzmann, 66

Betriebsleiter, C. Witzmann Malerei, Berlin

„Ich bin sozusagen zwischen Leitern, Lacken und Farbrollen groß geworden. Es gibt Leute, die behaupten, ich hätte als Kind eher die Wörter ‚Farbe‘ und ‚Tapete‘ aussprechen können, als ‚Mama‘ und ‚Papa‘. Den Betrieb für Malerbedarf gibt es eigentlich schon seit 1899. Nach dem Krieg betrieb mein Vater in Teltow und Ost-Berlin die Firma OSWIT - Dachpappen - und Dachanstrichproduktion, die von den Sowjetischen Besatzern enteignet wurde. Im sogenannten Westen gab es schon immer den Malereibetrieb und den Groß- und Einzelhandel mit Farben, Tapeten und Bodenbelägen. Dieser familiären Prägung zum Trotz hatte ich mich als junger Mann in einen anderen Beruf verguckt. Chemotechniker wollte ich mal werden, chemische Prozesse haben mich immer schon brennend interessiert. Das Faible für Naturwissenschaften hatte ich schon während der Schulzeit.“



Ronny Selz, 36

Inhaber, Selz Malermeisterbetrieb GmbH, Zeuthen



„Mit zehn wollte ich Feuerwehrmann werden. An das Malerhandwerk habe ich zunächst nicht gedacht – die Entscheidung für diesen Beruf hatte viel mit Zufall und Pragmatismus zu tun: Als es 1994 Zeit war, mich nach einer Lehrstelle umzusehen, bot mir ein Malerbetrieb eine

Ausbildungsstelle an. Bereut habe ich meine Zusage nie. Was mir an meinem Beruf besonders gefällt? Die Entwicklungsmöglichkeiten! Neben der Meisterprüfung habe ich mich zum Beispiel auch zum staatlich geprüften Farb- und Lacktechniker weiterbilden lassen.“



Erich Leyer, 66

Inhaber, Maler Leyer – Die Malermeister, Bad Aibling

„Schon mein Großvater und mein Vater waren Maler von Beruf. Es war für mich immer klar, dass ich diesen Beruf ebenfalls ausüben würde. Mit bereits 14 Jahren begann ich meine Lehre und mit 22 Jahren legte ich meine Meisterprüfung ab. Was mir besonders daran gefällt, Malermeister zu sein? Das Selbstständigsein und die Freiheit, Ideen umzusetzen. Die Fassadengestaltung liegt mir hier besonders am Herzen. Dass ich inzwischen neun Mal in verschiedenen Kategorien mit dem Deutschen Fassadenpreis ausgezeichnet worden bin, freut mich da natürlich umso mehr.“



Stefan Unger, 43

Inhaber, Stegemann GmbH, Datteln

„Als Kind wollte ich erst Feuerwehrmann werden, dann Fußballspieler. Gary Lineker war damals mein großes Vorbild. Mit 18 habe ich dann zunächst eine Lehre als Elektroanlageninstallateur begonnen. Doch da stellte sich schnell heraus: Das passt nicht. Mehr, um Zeit zu überbrücken, habe ich dann bei einem Malerbetrieb gejobbt - und da habe ich mich wohl nicht so ganz doof angestellt. Jedenfalls bot der

Meister mir an, eine Lehre bei ihm zu machen. Spätestens zu diesem Zeitpunkt hat es bei mir gefunkt. Mit 28 habe ich dann an der Abendsschule meine Meisterprüfung absolviert, sodass seitdem auch meine kaufmännische Neigung zum Tragen kommt. Statistiken, Buchhaltung und der Umgang mit Zahlen überhaupt haben mir schon immer gefallen.“



Björn Stopowski, 30

Inhaber, db-Farbdesign GbR, Neuruppin

„Für mich gab es eigentlich immer nur ein Berufsziel: Malermeister zu werden. Ich liebe es einfach, mit Farben zu arbeiten, zu gestalten - mit Farben Wirkung zu erzielen. Das hat sicher damit zu tun, dass das Malerhandwerk in meiner Familie immer gut vertreten war. Wenn man als kleiner Junge mit dem Duft von Farben aufwächst und immer wieder miterlebt, wie eine gelungene und stimmige Farbgebung Räume richtiggehend verwandeln kann, dann ist das schon sehr prägend. Jedenfalls war es bei mir so. In meiner Jugend machte ich dann einige Praktika in Malerbetrieben, ehe ich mit 17 meine Malerlehre begann. Seit Juli 2013 bin ich nun selbstständiger Malermeister.“





Was sagen Sie zur letzten MarktImpulse, KARSTEN HOLDERBERG?

Herr Holderberg, wir müssen reden.

Karsten Holderberg: (lacht) Sie meinen über den Titel der letzten MarktImpulse? Klar, können wir gerne machen. Also, die Bildidee mit Marlon Brando als Pate war Klasse, genauso wie die Illustrierung des Themas mit den Schauspielern. Und die Überschrift „Wir müssen reden“ trifft's natürlich auch. Unser Beruf besteht nun mal zu einem Gutteil aus Kommunikation. Sowohl was den besonders anspruchsvollen als auch den pflegeleichteren Typ angeht.

Was fiel Ihnen sonst noch auf bei der Lektüre?

Karsten Holderberg: Die Fußballprognosen waren ein witziger, lockerer Einstieg. Hab ich mir gern angeguckt – auch wenn ich ehrlich gesagt überhaupt kein Fußballfan bin. Spannend fand ich die Reportage über den Malerkollegen aus Bayern, der mit seiner Spezialisierung auf diese besondere Form der Innenraumgestaltung ja ein ganz anderes Geschäftsmodell fährt als zum Beispiel ich. Aber gerade das ist interessant zu lesen, zu gucken, was die anderen so alles machen. Gerne mehr davon.

Gab es für Sie ein besonderes Highlight in dieser Ausgabe?

Karsten Holderberg: Ganz klar die Berichte über die 125-Jahre-Feier in Münster. Ich war an zwei Tagen vor Ort, am Sonntag mit meiner ganzen Familie und es war wirklich der helle Wahnsinn, was Brillux sich da alles für uns einfallen ließ. Den Geist dieser Tage haben Sie sehr gut eingefangen, finde ich. Darf ich einmal kurz abschweifen?

Nur zu.

Karsten Holderberg: Das Jubiläum war wirklich für alle eine unfassbar beeindruckende Veranstaltung. Für meine Kinder ist Brillux aber auch abgesehen davon fast schon familiär besetzt. Mein Sohn Kai ist gerade vier, aber er weiß schon, wenn mein Verkaufsberater Herr Peskes vorbeikommt: Das ist der Jens von Brillux. Neulich hat er sich ans Telefon gesetzt und bei Brillux eine Bestellung aufgegeben. Am anderen Ende der Leitung hat der Brillux Mitarbeiter Daniel Vandenberg sofort geschaltet und prima mitgespielt, ich hab mich da gar nicht eingemischt. Am nächsten Tag brachte

Karsten Holderberg

Lob, Kritik und Wünsche für zukünftige Ausgaben: Der Inhaber der Fachwerkstatt Holderberg in Neukirchen-Vluyn über die Sommerausgabe der MarktImpulse 2014.



Foto: Michael Ricks

ein Bote ein an Kai Holderberg adressiertes Päckchen mit kleinen Werbeartikeln von Brillux, Zollstock, Türanhänger, Flyer. Der Junge hat sich gefreut wie ein Schneekönig. Diese entspannte und auch mal augenzwinkernde Haltung finde ich auch in der MarktImpulse wieder. Gefällt mir gut.

Gibt es auch Kritik?

Karsten Holderberg: Die Neuigkeiten aus dem KundenClub könnten vielleicht noch etwas besser mit dem Newsletter verzahnt sein. Nach meinem Eindruck könnte man diese beiden von mir geschätzten Informationskanäle hier und da noch optimaler verknüpfen. Kann aber auch sein, dass ich hier nicht repräsentativ bin, denn ich nutze die Angebote des KundenClubs besonders ausgiebig. Nach meiner Meinung gibt es zwei Möglichkeiten für ein erfolgreiches Marketing: Man schöpft das Baukastenprinzip des KundenClubs aus – oder man nimmt richtig Geld in die Hand.

Herr Holderberg, gibt es ein Thema, das Sie gern in einer der kommenden Ausgaben aufgegriffen sähen?

Karsten Holderberg: Da fällt mir zum Beispiel ein, dass ich gerne mal einen Beitrag über diese sogenannten Hausmeisterservices lesen würde. Die sind zwar oft nach zwei Jahren wieder weg vom Fenster – und zwar, wenn sich das Finanzamt meldet –, aber bis dahin haben die beizeiten schon einiges angerichtet.

Herr Holderberg, wir danken Ihnen für das Gespräch und die Anregungen. ■

Etwa fünf Milliarden Zugvögel machen sich Jahr für Jahr von ihren Brutgebieten in Europa auf den Weg in ihr Winterquartier in Afrika - und wieder zurück.

Damit Zugvögel wie diese Fluggänse auch große Distanzen ohne Nahrungsaufnahme bewältigen können, aktivieren sie zunächst die vor Reiseantritt angelegten Fettvorräte.

Später greifen sie sogar auf die Eiweiße ihrer inneren Organe zurück, um Energie für den Stoffwechsel bereitzustellen. Für die meisten Malerbetriebe dürfte der Umzug in den warmen Süden in den Wintermonaten keine Option sein. Dennoch macht es auch für sie Sinn, Vorkehrungen zu treffen für die gewöhnlich konjunkturschwächeren kalten Monate.



JETZT
MORGEN

GESTERN
ODER GLEICH



DIE KUNST, DEN RICHTIGEN ZEITPUNKT ZU FINDEN

Die einen sind immer zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Die anderen kommen entweder zu früh oder zu spät - und werden vom Leben bestraft. Was muss man tun, um zur ersten Kategorie zu gehören?

Wenn Sie das Gefühl haben, dieser Artikel stiehlt Ihnen die Zeit, dann lesen Sie gar nicht erst weiter. Denn hier geht es um ein kostbares Gut: Ihre Aufmerksamkeit. Opfern Sie keine Lebenszeit für etwas, das sie langweilt. Psychologen, Soziologen und Manager sind sich einig: Nur was wirklich Ihr Interesse weckt, wozu Sie Lust haben, womit Sie Kraft tanken, zahlt am Ende auf Ihr Erfolgskonto ein. Sie lesen immer noch? Gut! Sie ahnen offenbar, dass Sie hier einiges für sich und Ihren Betrieb mitnehmen und mehr über die Kunst des perfekten Timings lernen können. Außerdem wandeln Sie gerade in den Fußspuren eines großen Mannes. Er hatte ein legendäres Gespür für den richtigen Zeitpunkt, um, nun

ja, auszuteilen. Starten wir trotzdem mit einem Merksatz von Bruce Lee, dem legendären Kampfkünstler. Er lautet: „Timing ist die Fähigkeit, eine gebotene Chance zu ergreifen.“ Worauf warten? Greifen Sie zu!

WEITSICHT IST (NICHT) ALLES

Markus Wolf leitet seinen Betrieb in der vierten Generation. Wie sein Vater und seine Vorfahren führt er die Otto Wolf GmbH in Pforzheim erfolgreich durch Höhen und Tiefen. Irgendwas macht er richtig. Aber was? „Man muss gut vorbereitet sein, um zum richtigen Zeitpunkt die richtigen betriebswirtschaftlichen Schritte zu gehen“, sagt der Malermeister. Das trifft den Kern. Denn es geht nicht um Vorsätze à la „man müsste, ▶

man könnte, man sollte“. Sondern ums Handeln. Oder ums Nicht-Handeln – je nachdem. Gutes Timing, so Wolf, umfasst nach seiner Auffassung drei Komponenten.

1. DIE TRENDS

Sie zu erkennen und rechtzeitig zu bedienen, das ist die Kunst. Und das geht so: Erste Anzeichen im Auge behalten. Das Hintergrundrauschen liefern einschlägige Fachzeitschriften. Tauchen deren Trends in Publikumszeitschriften wie „Schöner Wohnen“ auf, kann man sich näher damit befassen. Wann aber aufspringen? „Wenn dominante Kunden danach fragen“, rät Wolf. „Dominant heißt: anspruchsvoll, gut gebildet, gut verdienend.“ In der Sprache der Wirtschaft nennt man diesen Kundenkreis Multiplikatoren. Erst wenn Multiplikatoren interessiert sind, verbreitet sich ein Stil, macht ein Trend Kasse, wird die kritische Masse erreicht. Konzentrieren Sie sich also ruhig auf das, was alle wollen. Es sei denn, Sie sind auf Nischen-Dienstleistungen wie Lehmputz oder Stuckaturen spezialisiert. Wer zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein will, sollte dem Zeitgeist weder zu weit voraus sein, noch sollte er ihm verspätet hinterherlaufen. Er sollte mit seiner Puste haushalten.

So wie es die Wolfs mit ihrem langen Atem machen – den Betrieb gibt es seit 1896. Der Innungsmeister hat sogar noch einen Spezialtipp auf Lager: „Treiberinnen eines Trends sind fast immer die Frauen“, schmunzelt er. Er stelle deshalb das Angebot ganz bewusst auf den Namen der Ehefrau aus. Sind die Gatten irritiert und verweisen darauf, dass sie bezahlen, beruhigt sie Wolf mit einem Augenzwinkern: „Das schon, aber Ihre Frau entscheidet.“

2. DIE MITARBEITER

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für das Malerhandwerk sind nicht immer leicht. Mangel an geeigneten Azubis oder qualifizierten Mitarbeitern ist an der Tagesordnung. Hinzu kommt die innereuropäische Arbeitnehmerfreizügigkeit. Solange noch keine Rechtsnormen vereinheitlicht und Verstöße geahndet werden, können Wettbewerber aus dem Ausland Vorteile auskosten. „Wohin die Reise geht, weiß ich auch nicht“, gesteht Markus Wolf. Er empfiehlt, die Herausforderung mit offenen Armen anzunehmen. Wissenshungrigen, motivierten Berufsschülern, die Probleme mit der deutschen Sprache haben, könne man das Lernen beispielsweise mit Sprachkursen erleichtern. ▶

CIRCA ALLE 30 JAHRE,

so die Beobachtung von Markus Wolf, kehren die Trends wieder.
Hier eine kleine Trendschau der letzten Jahrzehnte:

1970er

Im Dekobereich wird auf Orange, Olive, Brauntöne umgeschwenkt. Farbenfreude auch im Außenbereich. Bis zur Ölkrise herrscht allortens Aufbruchstimmung.

1980er

Megatrend Betonsanierung. Kaum errichtet, musste bereits saniert werden. Grund: Oft lag die Bewehrung zu dicht an der Oberfläche. Ein gutes Geschäft für Maler und Lackierer. Anfangs. Dann kaperten Rohbau- und Spezialfirmen die Arbeit.

1990er

Die Blütezeit der Wärmedämmung. Begünstigt durch KfW-Kredite und andere Konjunkturprogramme konnten auf WDVS spezialisierte Betriebe ihre Auftragsbücher füllen. Anders als in den „Abrissjahren“ der 1970er und 1980er gelten Altbauten wieder als chic und begehrenswert.

2000er

In den Nullerjahren flaut die gute Marktlage der Wendezeit ab. Die Kaufkraft verlagert sich. Wellness und „gesundes Wohnen“ gewinnen an Relevanz. Ebenso behindertengerechtes, barrierefreies Wohnen. Design-Tapeten sind immer mehr im Kommen.

2010er

Schulen und Liegenschaften der öffentlichen Hand: Da geht was. Ebenso bei einkommensstarker privater Klientel im Deko-Bereich. Wasserlösliche Hightech-Lacke, Designböden oder fugenlose mineralische Böden lösen Laminat ab. Weiß, Grau und Mokkatöne dominieren.

Weibliche Meeresschildkröten kehren zum Brüten immer an ihren eigenen Geburtsort zurück (bei der grünen Meeresschildkröte beträgt die Entfernung manchmal über 2000 Kilometer) und legen dort ihre Eier ab. Diese vergraben sie in 30-50 cm tiefen Löchern.

In der Regel finden sich innerhalb weniger Nächte alle Weibchen eines Strandes ein und legen ihre Eier, entsprechend gleichzeitig können dann auch die Jungtiere schlüpfen. Ein Vorteil dieses Timings: Nesträuber sind satt, bevor allzu großer Schaden angerichtet ist.



„Treiberinnen eines Trends sind fast immer die Frauen.“

Markus Woft, Otto Wolf GmbH in Pforzheim

DAS GEHEIMNIS DER ZEIT

Wir nehmen Zeit häufig wie einen Punkt wahr. Beispiele: Zu einem bestimmten Termin muss ein Auftrag erledigt sein, an einem anderen Tag ist Betriebsfeier, an einem anderen endet eine Ausschreibung. Das erzeugt Druck. Ein Trick, mit dem man sich entlasten kann, besteht darin, Zeit als Qualität aufzufassen. Zeit rennt nicht in eine, sondern in tausend Richtungen. Sie ist wie ein riesiger Ozean von Gelegenheiten. Aus diesem Meer gilt es, sich qualitativ hochwertige Momente herauszufischen. Mit ein bisschen Übung spürt man schnell, wann die richtige Zeit für Spaß und Pflicht, Arbeit und Freizeit gekommen ist. Beides sollte gleichwertig behandelt werden – andernfalls entladen sich die Batterien viel zu schnell.

Biologen unterscheiden bei fleischfressenden Pflanzen zwischen fünf Fallentypen. Bei den Klebefallen wird das Opfer durch ein duftendes Sekret angelockt und bleibt daran haften. Durch seine Versuche, sich zu befreien, verschlechtert das Insekt seine Situation entscheidend, denn immer mehr Körperteile kommen mit dem Sekret in Berührung. Aus Sicht der Fliege ist ihr Aktionismus die falsche Option – erst ihre Panik besiegelt ihr Schicksal. Abwarten und Teetrinken ist manchmal das probateste Mittel, um sich aus einer schwierigen Situation zu befreien.

WAS MAN VON BRUCE LEE UND ANDEREN KAMPFKÜNSTLERN ÜBER TIMING LERNEN KANN

Perfektes Timing braucht den Mut, die Chance, die im richtigen Augenblick liegt, beim Schopf zu packen und die Fähigkeit, präzise und zielstrebig zu handeln. In Flora und Fauna lassen sich diese Instinkte überall beobachten. Auch die erfolgreichsten Kampfkünstler sind in der Lage, den „nächsten Schritt der Konkurrenz“ zu antizipieren – und ihn entsprechend beantworten.

1. Wenn der andere sich in Gang setzt, bin ich schon da.
2. Ich finde die Lücke in der Deckung meines Gegners und nutze dies im richtigen Moment aus.
3. Bei Stress setze ich Prioritäten und konzentriere mich auf die in diesem Augenblick wichtigste Aufgabe.
4. Ich kenne und respektiere meine Grenzen in jeder einzelnen Situation.
5. Waffe, Angriffstempo und Energieeinsatz richten sich nach dem Ziel und den besonderen Erfordernissen des jeweiligen Moments.



SOLL ICH ES MACHEN?

ODER LASSEN?

Offenheit statt Abgrenzung, Kooperationsbereitschaft statt Abschottung: Wer so handelt, schafft neue Chancen. Sie lassen sich vielleicht nicht sofort, sondern erst später oder manchmal auch nie ergreifen. Macht nichts! Menschen, die die Gunst der Stunde nutzen, haben insgeheim damit gerechnet, dass sie irgendwann einmal kommt. Entscheidend ist, die Mitarbeiter mit auf die Reise zu nehmen. „Ich habe vor knapp zwei Jahren alle zusammengetrommelt, ihnen gesagt, dass die Rendite schwächelt und wir alle in einem Boot sitzen“, erzählt Markus Wolf. Hinsichtlich Aufmaß, Rapport, Warenbestellung oder Retouren sind die Mitarbeiter heute für alle Aspekte ihrer Baustelle selbst verantwortlich. Die Folge: Im Wolf'schen Lager gibt's kaum Klebeband oder Restware, Kapital wird nicht unnötig gebunden. Die Mitarbeiter sind zu Mitunternehmern geworden. Je nach Geschäftsergebnis auch finanziell: Bei Erfolg gibt es eine Prämie, bei Verlust geringe Lohnabzüge.

3. DIE AUFTRAGSLAGE

Besondere Wachheit ist Mitte des Jahres geboten. In den warmen Monaten haben Malerbetriebe in der Regel gut zu tun. Nebenbei gilt es, Vorsorge für die absehbar flauere Auftragslage in den kalten Monaten von November bis April zu treffen. „Klappern gehört zum Handwerk“ – im Sommer mehr denn je. Malermeister Wolf schaltet vermehrt Anzeigen und weist die Kunden frühzeitig auf die Beseitigung von Schimmelschäden hin. Obendrein schnürt er Pakete, Komplettangebote aus einer Hand, bei denen alle Gewerke unter seiner Federführung arbeiten, – und wetterunabhängige Arbeiten wie Fliesenlegen oder Heizungsbau auf die kalten Tage gelegt werden können. Bei den Kunden kommt das gut an. Auch Helmut Strecker aus Markranstädt in der Nähe von Leipzig hilft dem Zufall auf die Sprünge. „Fette Fische“ – Großkunden wie zum

Beispiel Wohnungsbaugesellschaften – ködert er, indem er bei Ausschreibungen seine Leistungen zu sehr niedrigen Kosten anbietet und diese Ausnahme auch den Kunden kommuniziert. Weil die Leistung überzeugt, beißen die Kunden an. Bei den Folgeaufträgen ruft Strecker dann reguläre Preise auf. „Mit unserem Arbeitszeitkonto können dann ab Oktober, wenn es allmählich weniger zu tun gibt, Überstunden abgebummelt werden“, berichtet der 61-Jährige. Die Betriebsferien werden in den Dezember verlegt. In dieser Zeit widmet sich der Chef gern Inventur und Archivierung. Penible Ordnung: Nicht umsonst ist sie das Geheimnis all jener, die keine Zeit mit Suchen verplempern möchten.

TIMING SCHLÄGT SCHNELLIGKEIT

Bei der Kunst, den richtigen Zeitpunkt zu finden, geht es nicht um Schnelligkeit. Sondern um eine Haltung, die aus vielen Mosaiksteinen besteht. „Was du perfekt kannst, das mache richtig und ordentlich.“ Hochwertige Leistung spricht sich herum und Mundpropaganda bildet das Fundament für Nachfolgeaufträge. Wer ein gutes Gespür für das richtige Timing hat, weiß mit seinen Kräften zu haushalten. Vor dem Hintergrund einer soliden Dauerleistung ist er trotzdem offen für neue Wege. Wie Markus Wolf auch organisiert er für seine Mitarbeiter zum Beispiel Schulungen in Spritzapplikationen. In Bezug auf Trends, den Wettbewerb und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf alle Eventualitäten vorbereitet zu sein, dazu braucht man die Fähigkeit, am Ball zu bleiben. Keine Experimente? Wer diesem Glaubenssatz anhängt, kann eine ihm dargebotene Chance nicht erkennen und wird niemals ein Begünstigter des Schicksals sein. Fazit: Nicht an allen Stellschrauben des wirtschaftlichen Erfolgs kann man selbst drehen. Aber man kann auf Drehungen bestens vorbereitet sein. ■



*„Was du perfekt kannst,
das mache richtig und
ordentlich.“*

Malermeister Helmut Strecker, Markranstädt

TITELTHEMA

TIMING

PUNKTGENAU IN BESTFORM

*Erfolgsgoach Thomas Schlechter weiß, wie man die Gunst der Stunde nutzt –
immer und überall.*

Foto: inkje – photocase.de



Thomas Schlechter

Bevor Thomas Schlechter ein Podium betritt, legt er einen Schalter um und ruft damit seine Spitzenleistung ab. Wie das funktioniert, stellt der diplomierte Sportlehrer und langjährige Coach in seinem Buch „Punktgenau in Bestform“ vor. Mit einfach zu erlernenden Kurzbefehlen, sogenannten „mental Shortcuts“, zeigt Schlechter, wie man sich für Herausforderungen jeder Art optimal präpariert. Der Motivations-trainer verhilft seit mehr als zwanzig Jahren Sportlern, Unternehmern, Führungskräften und Prominenten zu Spitzenleistungen und bietet auch im Internet verschiedene Video-trainings an. Wer eines zur Probe machen möchte, klickt auf <http://profi-mentaltraining.de>. Alle weiteren Infos unter www.thomasschlechter.com

Kurzbefehle, mit denen man stets seine beste Leistung abrufen – wie soll das gehen, Herr Schlechter?

Thomas Schlechter: Das Konzept der mentalen Shortcuts fußt auf der Annahme, dass wir alle einen freien Willen haben. Über die Wahl von Beruf, Job, Partner und Freunden bestimmen wir selbst. Niemand sonst. Unsere Denkmuster entscheiden über unseren Körper, unseren Geist, unsere Gefühle. Will man neue Wege gehen und jederzeit seine Chancen nutzen, setzt man am besten an diesen Mustern an – und trainiert neue, die besser funktionieren. Nach dem Gesetz von Ursache und Wirkung werden intensive und wiederholte Gedanken Wirklichkeit. Allerdings nur unter einer Bedingung: Neben dem Hirn müssen auch Herz und Körper miteinbezogen werden.

Das hört sich so einfach an ...

Thomas Schlechter: Das größte Problem unserer Zeit ist die Reizüberflutung. Internet, TV, Mails, Handys: Permanent prasseln Neuigkeiten auf uns ein. Das löst gefühlsmäßige Reaktionen und Schwankungen aus. Die Folge: Manche Menschen pendeln wie ferngesteuert zwischen negativen und positiven Gefühlen hin und her. Sie reagieren nur, statt sich selbst zu regulieren. Und genau an dieser Stelle kommen meine Kurzbefehle ins Spiel.

Auf eine Kurzformel gebracht, funktioniert die Übung so: Schreiben Sie jede einzelne Gedankenbremse auf, die Sie vor einer Herausforderung blockiert.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Thomas Schlechter: Einer meiner Lieblings-Shortcuts heißt „Ent-Sorgen“. Damit ist das „Abhaken“ unliebsamer Ereignisse gemeint. Fußballspieler wissen, was ich meine: Wer einen Elfmeter verschießt oder einen Zweikampf verliert, darf das in Gedanken nicht mit in die nächste Spielsituation nehmen, sonst ist er blockiert. Hat man den Shortcut „Ent-Sorgen“ trainiert, ist einem das Gefühl, das mit dem Kurzbefehl verbunden ist, in Fleisch und Blut übergegangen und man hakt einen Fehlpass in Sekundenbruchteilen geistig ab. Und spielt in Bestform weiter.

Und das können auch Handwerker trainieren?

Thomas Schlechter: Auf eine Kurzformel gebracht, funktioniert die Übung so: Schreiben Sie jede einzelne Gedankenbremse auf, die Sie vor einer Herausforderung blockiert. Ängste wie „Das schaff ich nicht“, „Die anderen sind besser“, „Der Kunde ist schwierig“ oder so. Streichen Sie jede einzelne durch und sagen Sie dabei zu jedem einzelnen Satz innerlich: „Dich kann ich jetzt nicht gebrauchen.“ Danach zerknüllen Sie das Papier genüsslich und werfen es in hohem Bogen fort. ►

DER BLITZPLAN

für den Shortcut: **Zielsetzung**

1. Schritt

DAS ZIEL

Formulieren Sie Ihr Ziel klar mit Deadline.

2. Schritt

DIE IST-SITUATION

Worauf baue ich auf?

Was habe ich schon alles erreicht?

Welche Ressourcen habe ich?

Wer kann mich unterstützen?

3. Schritt

HINDERNISSE ERKENNEN

Beachten Sie die Hindernisse, die vor Ihnen liegen.

Was steht mir im Weg?

Welche Mängel, Schwächen, Nachteile will ich beseitigen?

Was hat mich bisher von meinem Ziel abgehalten?

4. Schritt

MENTALE STÄRKE

Warum will ich das Ziel erreichen?

Was brennt in mir?

Wie muss ich ab jetzt denken und fühlen?

5. Schritt

TEILZIELE UND HANDLUNGSPLAN

Maßnahmen und Mittel: Was muss ich tun, was brauche ich dazu?

Beginnen Sie sofort mit dem ersten Teilziel!

Spüren Sie nach, wie sich das in Körper und Herz anfühlt. Wichtig: Anfangs hält ein Shortcut nur eine Weile vor, deshalb können Sie ihn ruhig öfters wiederholen. Sie spüren die Wirkung und wissen, wann Sie optimal auf die Herausforderung vorbereitet sind. Nach und nach verändert der mentale Kurzbefehl Ihr Bewusstsein und negativer Gedankenballast wird automatisch reduziert. 90 Prozent von dem, was wir befürchten, trifft nie ein!

Welche Shortcuts eignen sich außerdem fürs Malerhandwerk?

Thomas Schlechter: „Begeisterung“! Schreiben Sie auf, was Sie an Ihrem Beruf lieben, was ihn einzigartig macht, welche Vorteile Sie damit Ihren Kunden verschaffen. Schönheit, Frische, Sauberkeit, tolle Farben, ein neuer Boden, schimmelfreie Räume: Stellen Sie sich bildlich vor, wie Sie mit Ihrer Leistung anderen dienen. Anderen eine Freude machen führt nach meiner Erfahrung zuverlässig zum Erfolg. Wenn Ihr Ziel gute Bezahlung ist, können Sie sich auch bei jedem Pinselstrich einen Geldschein vorstellen. Aber auch dabei ist es wichtig, an den Kundennutzen zu denken. Wenn man sich nur übers Geld motiviert, ist man arm dran.

Haben Sie auch einen Tipp, wie man Mitarbeiter motiviert?

Thomas Schlechter: Schon das Ansinnen enthält einen Denkfehler. Denn dabei geht man innerlich davon aus, dass die Mitarbeiter keine gute Arbeit machen und deshalb motiviert werden müssen. Falsches Denkmuster! Will ein Chef, dass seine Mitarbeiter immer in Bestform sind, muss er selbst in Bestform sein, er muss das vorleben.

Schönheit, Frische, Sauberkeit, tolle Farben, ein neuer Boden, schimmelfreie Räume: Stellen Sie sich bildlich vor, wie Sie mit Ihrer Leistung anderen eine Freude machen. Wenn man sich nur übers Geld motiviert, ist man arm dran.



*Thomas Schlechters Erfolgsrezept:
Wissen, was man will, den richtigen Moment
abpassen, beherzt und präzise handeln.*

Foto: Alamy – mauritius-images.com

Wie wird ein Chef zum Vorbild?

Thomas Schlechter: Zum Beispiel mit dem Shortcut „Lebensfreude“. Die Vorbereitung dazu geht so: Achten Sie einfach mal einen Tag lang auf Ihre Emotionen bei allem, was Sie tun. Wenn Sie bei einer Tätigkeit feststellen, dass Sie diese nur freudlos ausüben, dann verfahren Sie nicht einfach nach dem Motto „Augen zu und durch!“ Beantworten Sie sich stattdessen diese Frage: Warum tue ich das überhaupt? Sie werden feststellen, dass es immer wieder Dinge im Leben gibt, die man einfach tun muss. Auch wenn es ungeliebte Tätigkeiten sind. Fragen Sie sich: Was kann ich än-

dern? Wie kann ich auch eine Routinearbeit mit mehr Spaß ausführen? Welchen Bewertungsrahmen kann ich ansetzen, sodass es mir und anderen Spaß macht? In meinem Buch „Punktgenau in Bestform“ gebe ich die Praxisanleitung, wie die Übung zum Shortcut funktioniert. Das heißt: wie man seine ganz persönliche Glücksdefinition mit Gedanken, Gefühlen, Bewegung, Musik und einem dazugehörigen Wort oder Laut in jeder Faser seines Seins verankert.

**Thomas Schlechter, vielen Dank für
das Gespräch! ■**

www.thomasschlechter.com



WENN DIE KALTEN TAGE KOMMEN

Sechs Inhaber oder Geschäftsführer von Malerbetrieben geben Auskunft über ihre Strategie für die Wintermonate.



Foto: USBFCO – shutterstock.com, Illustrationen: Ruben A. Fischer – raf-illustrations.com

Urlaubsregelungen und Lagerarbeiten – schön und gut. Doch das allein reicht nicht, um der kalten Jahreszeit zu trotzen. Wer als Komplett-dienstleister breit aufgestellt ist oder für den öffentlichen Sektor arbeitet, kann den sonnen-armen Tagen gelassen entgegensehen.

Malerbetriebe hingegen, die vornehmlich im klassischen Privatkundenbereich tätig sind, versuchen ihre Auftragslage für diese Monate mit kleinen Preisnachlässen oder Bonusleistungen zu steuern. Entscheidend sind nach Aussage mehrerer Geschäftsführer solcher Betriebe frühzeitige Marketing- und Akqui-

semaßnahmen. Etwa über Flyer und Prospekte, die sie mithilfe des Werbemittelshops des Brillux KundenClubs produzieren und die bereits im Frühjahr verteilt werden. Zum Beispiel für Treppenhaussanierungen und Bodenbeschichtungen. In den letzten Jahren kam manchen Betrieben auch das milde Winterwetter zupass, um Mitarbeiterkündigungen im Winter zu vermeiden. Malerbetriebe in Luxemburg erwarten die Wintermonate gemeinhin mit etwas mehr Gelassenheit als ihre deutschen Nachbarn. Sie profitieren im Ernstfall von besonders großzügigen „Schlechtwettergeld“-Zahlungen des Staates. ■

Jörg Phillipps, 51

Inhaber, Peinture Phillipps, Junglinster (Luxemburg)

„In den Wintermonaten wird bei uns verstärkt Urlaub genommen oder es werden Überstunden abgebaut. Auch kleinere Veränderungen im Lagerbereich oder Umbauarbeiten an Regalen im Lager werden in dieser Periode verstärkt vorgenommen. Was den Bereich Marketing anbelangt, wird von uns immer Anfang Herbst ein Mailing in Angriff genommen. Diese Prospekte werden in einer Auflage von 80.000 bis 90.000 Stück gedruckt und der bei uns führenden Tageszeitung, dem Luxemburger Wort, beigelegt.“



Giuseppe Vaglica, 39

Geschäftsführer, Edil Color GmbH, Gau-Algesheim

„Dieses Problem haben wir Gott sei Dank nicht. Zu unseren Schwerpunkten gehörten schon immer Maler- und Lackierarbeiten, der Bereich Innenputz sowie Wärmedämm-Verbundsysteme und Trockenbau. Das verteilt sich sehr gut auf die Jahreszeiten. Spezielle Marketingmaßnahmen für den Winter brauchen wir nicht. Die besten Empfehlungen sind für mich sowieso die von zufriedenen Kunden. Meine 40 festangestellten und ungefähr 60 freien Mitarbeiter haben auf einem unserer etwa 20 Projekte eigentlich immer durchgängig zu tun.“



Sebastian Hunger, 30

Geschäftsführer, Komfortbau Hunger GmbH, Aspach

„Die Wintermonate fallen bei uns nicht allzu schwer ins Gewicht. Für unsere 25 festen Mitarbeiter – darunter drei Malermeister, ein Maurermeister und ein Stuckateur mit Meisterbrief – gibt es durchgängig genug zu tun. Grundsätzlich ist es bei uns aber so, dass wir viel im Objektbereich für den öffentlichen Sektor arbeiten und oft schon ein halbes oder Dreivierteljahr vor Projektbeginn akquirieren und gezielte Marketingmaßnahmen vornehmen. Solche Aufträge basieren dann oft auf längerfristigen Rahmenverträgen, die sich auch über die kalten Monate erstrecken. Da wir als Komplett Dienstleister auftreten, haben viele Gewerke von vornherein nichts mit dem Wetter zu tun. Dennoch ist es auch bei uns mitunter so, dass unsere Preisgestaltung im Winter der, sagen wir mal, bescheidenen Jahreszeit angepasst ist.“

Markus Trautmann, 46

Inhaber, Malermeister Trautmann, Nürnberg

„Wir machen es ein bisschen wie die Eichhörnchen. Im Sommer und Herbst sammeln wir die passenden Aufträge, von denen wir im Winter leben.“

Wir arbeiten viel für Hausverwaltungen und rühren da schon frühzeitig die Winterwerbetrommel. Etwa für den Bereich Treppenhaussanierung. Behilflich sind uns dabei Flyer und Broschüren, die wir in Zusammenarbeit mit dem Brillux Werbemittelshop produzieren: „Jetzt Preise sichern für den Winter“ zum Beispiel. Gewisse Preisnachlässe im Winter oder kleinere Gratisleistungen bieten wir im Winter zusätzlich an.“



Thoralf Prosetzky, 46

Inhaber, Malermeister Prosetzky, Oranienburg

„Wir arbeiten in erster Linie mit Privatkunden zusammen, die oft nicht langfristig planen, sondern uns am liebsten eine halbe Stunde nach der Erteilung des Auftrags anrücken sähen. Dennoch mussten wir uns angenehmerweise in den letzten drei, vier Jahren diesbezüglich keine Sorgen machen. Die Auftragslage war stets auch im Winter ausreichend gut für mein fünfköpfiges Team, sodass wir vom Instrument der Winterkündigung schon länger keinen Gebrauch machen mussten. Die Aufträge der beiden größeren Betriebe, mit denen wir zusammenarbeiten, können wir langfristiger anlegen. Dort versuchen wir natürlich so zu planen, dass wetterunabhängige Arbeiten wie etwa Bodenbeschichtungen im Winter vorgenommen werden.“



Andreas Gustedt, 42

Geschäftsführer, Firma Bruder, Bad Windsheim

„Bei unserer Kundenstruktur, die sich aus Privat- und Geschäftskunden zusammensetzt, können wir das natürlich nur bedingt steuern. Es ist aber schon so, dass wir im Beratungsgespräch vorschlagen, wetterunabhängige Arbeiten wie Treppenhaussanierungen oder Wohnzimmergestaltungen auf die kalten Monate zu legen und etwa Fassadenarbeiten vorzuziehen. Mit Preisnachlässen für die Wintermonate operiere ich ungern. Warum sollte eine Arbeitsstunde im Januar weniger wert sein als im August? Lieber biete ich gewisse Arbeiten als Gratisleistungen dazu an, die sonst als Bestandteil unseres ‚Sorglos-Services‘ kostenpflichtig sind. Zum Beispiel Fensterputzen oder Reinigungsdienste.“

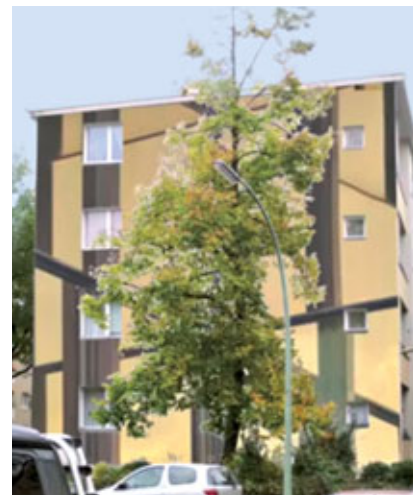


LINIEN MIT WIRKUNG

Zurückhaltende Harmonie oder doch lieber Signalwirkung? Wie mit dem gezielten Einsatz von farbigen Streifen die Wirkung einer Fassade beeinflusst werden kann, zeigen diese beiden Baustellen: In Berlin stehen Streifen in erdigen Farbtönen im Einklang mit der Umgebung. Gelbe Linien setzen auf der Fassade einer Kinderkrippe in Bramsche klare Zeichen.

Die drei Wohnblöcke aus den 1960er-Jahren, die Sandra Lange gestaltet hat, sind umgeben von Grünflächen. Die Streifen sollen Gebäude und Bäume harmonisch miteinander verbinden.

Fotos: <https://www.youtube.com/watch?v=C6BO90EkZig>



Trotz der zurückhaltenden Farben hebt sich die neu gestaltete Fassade deutlich vom vorherigen Zustand ab. Auf knallbunte Töne wurde bei der Farbwahl bewusst verzichtet.

„KUNST AM BAU“ STREIFEN UND BÄUME IN BERLIN

Drei abstrakte Kunstwerke auf sechs Giebelwänden können Spaziergänger in der Lankwitzer Kaiser-Wilhelm-, Bruchwitz- und Scharzhofberger Straße in Berlin seit Herbst 2013 betrachten. Das Besondere: Die Bäume und Sträucher vor den Gebäuden, Sonnenstand und Lichtverhältnisse sind Teil der Kunstwerke. Malermeister Christian Schiller, Mitglied des Arbeitskreises Werkkunst Zitadelle, erzählt von seiner ersten Zusammenarbeit mit einer Künstlerin.

„Wir, der Arbeitskreis Werkkunst Zitadelle, sind zu diesem Auftrag auf Empfehlung der Maler- und Lackiererinnung Berlin gekommen. Die Künstlerin Sandra Lange aus Berlin hat sich an die Innung gewandt, da sie ihre Entwürfe ‚Kunst am Bau‘ auf drei Gebäuden der GeWo Süd in die Praxis umsetzen wollte. Die Genossenschaft möchte, dass ihre Objekte langfristig für junge Leute interessant werden und es nicht wegen einer Überalterung der Mieter zu Leerständen kommt. Die Streifen sollen Gebäude und Bäume harmonisch miteinander verbinden.“

Insgesamt haben wir sechs Wände farblich neu gestaltet, die bereits mit einem Wärmedämm-Verbundsystem isoliert waren. Wir haben vor der Ausführung viel mit dem Bauherrn und der Künstlerin gesprochen, sie hatte ihre persönlichen Farbvorstellungen, die eher theoretisch waren, und wir mussten das Ganze in die Praxis umsetzen. Wir haben uns aus diesem Grund ▶

ALTE MALTECHNIKEN

Der Arbeitskreis Werkkunst Zitadelle aus Berlin ist ein Gemeinschaftsprojekt der Malermeister Cemal Ates, Detlef Remmler und Christian Schiller. Im eigenen Atelier auf der Spandauer Zitadelle im Haus 6 werden alte Maltechniken gepflegt und farbige Akzente gesetzt. Lehrlingen und Gesellen soll die Möglichkeit gegeben werden, alte Techniken zu erlernen und Arbeitsproben zu erstellen, die teilweise schon in Vergessenheit geraten sind. Denn Techniken wie Stupfen, Marmorieren, Schablonieren, Wickeltechnik, Farbwischen, Vergolden oder Patinieren sind nach wie vor gefragt, zum Beispiel bei Restaurierungsarbeiten von Alt-Berliner Treppenhäusern und Fassaden. Auch die individuelle Gestaltung von Wohn- und Geschäftsräumen ist wieder in Mode gekommen.

www.Arbeitskreis-Werkkunst-Zitadelle.de

Horizontale, vertikale und diagonale Streifen in zwölf erdigen Farbtönen wurden an den Hauswänden realisiert.



Fotos: Mitzot/urbanPR



Die Realisierung der Fassade war ein Prozess aus Diskussionen zwischen Künstlerin und Malermeister. So konnte jeder sein Fachwissen einbringen.

in einer Brillux Niederlassung mit einem Fachberater zusammengesetzt und im ersten Schritt diskutiert, welche Fassadenfarbe für den Untergrund geeignet ist. Die ausgewählte 100 %-Reinacrylat-Fassadenfarbe wurde mit Protect – dem Schutz vor Algen- und Pilzbefall – ausgerüstet und sorgt dafür, dass das Kunstwerk möglichst lange schön bleibt. Im zweiten Schritt einigten wir uns mit der Künstlerin auf zwölf erdige Farben, um alles übersichtlich realisieren zu können. Ihre Farbvorstellungen wurden von Brillux mit dem Farbplanungssystem Scala verglichen, es wurden Proben gemischt und man hat sich Schritt für Schritt an die Farben herangetastet, die die Künstlerin sich vorgestellt hatte. Vor der eigentlichen Ausführung erhielten wir dann Bauzeichnungen, auf denen die Höhen und Breiten der individuellen Kunstwerke eingezeichnet waren. Vor Ort wurde die Anordnung der Flächen und Farben mit Frau Lange besprochen und ausgearbeitet. Da die

Dämmung bei diesem Objekt nicht eben war, haben wir auf einen Laser zum Anlegen der Konturen verzichtet und stattdessen mit einer klassischen Schlagschnur gearbeitet. Manchmal wurden auch noch Änderungen vorgenommen, weil die Streifen auf der großen Fläche anders wirkten als auf der Zeichnung. Anschließend wurden die einzelnen Farbfelder nummeriert und mit Farbe ausgelegt. Gegen die Ränder haben wir Flächenspachtel gehalten und die Farbe sauber mit einem Spritzgerät aufgetragen. Dadurch haben wir sehr scharfe Konturen erhalten. Die Mieter sind heute zu 90 Prozent zufrieden, es gibt immer mal einen, der sagt, dass es nicht unbedingt sein Geschmack ist. Für mich ist diese Fassade einfach etwas ganz anderes, sehr modern. Die Arbeit hat mich sehr gereizt und es hat mir viel Spaß gemacht, die Entwürfe einer Künstlerin umzusetzen. Wir würden jederzeit mit Frau Sandra Lange neue Projekte ausführen! Auch dem Bauherrn gefällt die Fassade sehr gut!“ ■

Die Wohnanlage besteht aus drei Baukörpern mit 112 Wohnungen.



Foto: Roland Borgmann



*„Die Arbeit hat mich sehr ge-
reizt und es hat mir viel Spaß
gemacht, die Entwürfe einer
Künstlerin umzusetzen.“*

Christian Schiller, Malermeister

BETEILIGTE UND SERVICES

Die Arbeit am Kunstwerk wurde von einem Technischen Berater von Brillux begleitet. Er sprach Empfehlungen zum richtigen Anstrichsystem aus und unterstützte Künstlerin und Malermeister bei der Farbwahl.

AUSFÜHRENDER BETRIEB
Arbeitskreis Werkkunst Zitadelle, Berlin

ENTWURF
Sandra Lange, Berlin

BAUHERR
GeWo Süd, Berlin

Profi-Tipp

Wir helfen Ihnen, Ihre Baustelle effizient zu planen und dies auch praktisch umzusetzen. Unsere Technischen Berater erarbeiten individuelle Lösungen für Ihr Bauvorhaben, optimieren Arbeitsabläufe und schulen Sie und Ihre Mitarbeiter. www.brillux.de/service/objektservices



Zum Entstehungsfilm auf [youtube.de](https://www.youtube.de)

LEUCHTENDE LINIEN KINDERKRIPPE ST. MARTINUS, BRAMSCH

Fotos: Christoph Petras

Wie Handwerksbetriebe mit Tradition sich auch im Hier und Jetzt erfolgreich am Markt behaupten, zeigt Malermeister, Betriebswirt und Restaurator im Malerhandwerk Peter Bill aus Neuenkirchen bei Bramsche mit der gestreiften Fassade einer Kinderkrippe. Der 30-Jährige führt zusammen mit seinem Vater Malermeister Reinhard Bill die Bill Maler- und Restauratorenwerkstätte, die bereits im Jahr 1890 von seinem Urgroßvater gegründet wurde.

„Diese Fassade war nicht alltäglich für uns. Schon in der Ausschreibung des Architekturbüros Mutert wurde deutlich, dass die Streifen nicht wie üblich durch Struktur- oder Farbunterschiede in Glattputz ausgeführt werden sollten, sondern zurückspringen würden. Beim ersten Ortstermin erläuterte uns der Architekt explizit seine Vorstellungen und stellte uns anschließend Zeichnungen zur Verfügung, aus denen wir Maße, Tiefe und Abstände der Streifen entnehmen konnten.

Anfangs zogen wir in Betracht, das Wärmedämm-Verbundsystem in zwei Dämmstärken auszuführen, um die Höhenunterschiede hinzubekommen. Diese Idee verworfen wir und entschieden uns, auf einer Ebene mit 18 cm durchzudämmen und die Streifen auszufräsen. Mit Richtscheiten und Schlagschnüren markierten wir die Formen und frästen diese anschließend aus der Dämmung heraus. Die Streifen sind ca. 1 bis 2 cm tief und 10 cm breit und verlaufen in unterschiedlichen Winkeln diagonal über die Fassade. Die Kanten der Streifen wurden schließlich mit Eckschutzprofilen ausgestattet, die Flächen armiert und mit Rausan KR Feinputz 3530 Protect zweilagig verputzt. Die restlichen Flächen wurden mit Rausan KR Kratzputz 3517 Protect in 2 mm Körnung versehen. Im letzten Schritt strichen wir die Fassade nach dem Farbkonzept des Architekten mit der Acryl-Fassadenfarbe 100 mit Protect-Ausstattung in verschiedenen Grün- und Gelbtönen.“ ■



Foto: Bill Maler- und Restauratorenwerkstätte, Neuenkirchen



Das satte Grün der Fassade ist durchzogen von gelben Streifen, die aus der Dämmung herausgefräst wurden.



„Die Streifengebung im Glattputz war eine neue Herausforderung. Diese Fassade war nicht alltäglich für uns.“

Peter Bill, Malermeister

BETEILIGTE UND SERVICES

Das Architekturbüro Mutert wird seit vielen Jahren von einem Technischen Berater von Brillux in der Planungs- und Ausführungsphase unterstützt, z. B. durch Bemusterungen, das Erstellen von Leistungsbeschreibungen sowie die Entwicklung von Detaillösungen, insbesondere beim Thema Wärmedämm-Verbundsystem.

AUSFÜHRENDER BETRIEB:

Bill Maler- und Restauratorenwerkstätte, Neuenkirchen

ARCHITEKTUR

Architekturbüro Mutert, Bramsche

BAUHERR

Kath. Kirchengemeinde St. Martinus, Bramsche

Auf dem markanten Torbogen aus Holz thront ein kleiner Grashüpfer als Maskottchen der Kinderkrippe.





LEERE IST LUXUS

*Wie gut wir schlafen, hängt auch von der Gestaltung
des Schlafzimmers ab. Der Trend geht in Richtung Schlichtheit,
gleichzeitig werden die Räume immer größer.*

„Schlafen ist eine überaus individuelle Angelegenheit“, sagt Jürgen Zulley. Dabei kommt es auf jede Kleinigkeit an. Für den durchschnittlich gesunden Schlaf empfiehlt der renommierte Schlaf Forscher daher punktelastische Matratzen, die an den richtigen Stellen nachgeben, normale Kissen in 40 x 80 cm und eine Zimmertemperatur von 16–18 °C.

Aber auch die farbige Gestaltung ist bedeutsam. „Mir ist es wichtig, dass das Schlafzimmer in Rottönen gestrichen ist“, sagte etwa die Schauspielerin Amber Valetta dem US-Magazin „In Style“ und ließ das Schlafgemach ihrer Öko-Chic-Villa im kalifornischen Prominenten-Vorort Santa Monica komplett in kräftigem Rot streichen. ▶

TRENDS

„Einzelne Kissenbezüge in Knallfarben können effektiv voll wirken; aber eine komplett bunte Wand kann ich nicht empfehlen.“

Ursula Geismann, Sprecherin des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie (VDM)



So könnte Ursula Geismann garantiert nicht einschlafen. „Rot im Schlafzimmer geht gar nicht, das regt viel zu sehr auf.“ Schließlich soll man hier vor allem eines: entspannen. Dazu braucht es laut der Sprecherin des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie (VDM) dezente Farben wie Weiß oder ein leichtes Grau. Punktuell lassen sich dann Akzente setzen in Pastellfarben, Grün, Orange oder in beruhigenden Blautönen. „Einzelne Kissenbezüge in Knallfarben können effektiv wirken; aber eine komplette Wand kann ich nicht empfehlen.“ So kann ein punktuell eingesetztes volles Blau beruhigen und entspannen. Ein ganzer Raum im selben Ton kann zu Kraftlosigkeit oder gar emotionalen Verstimmungen führen.

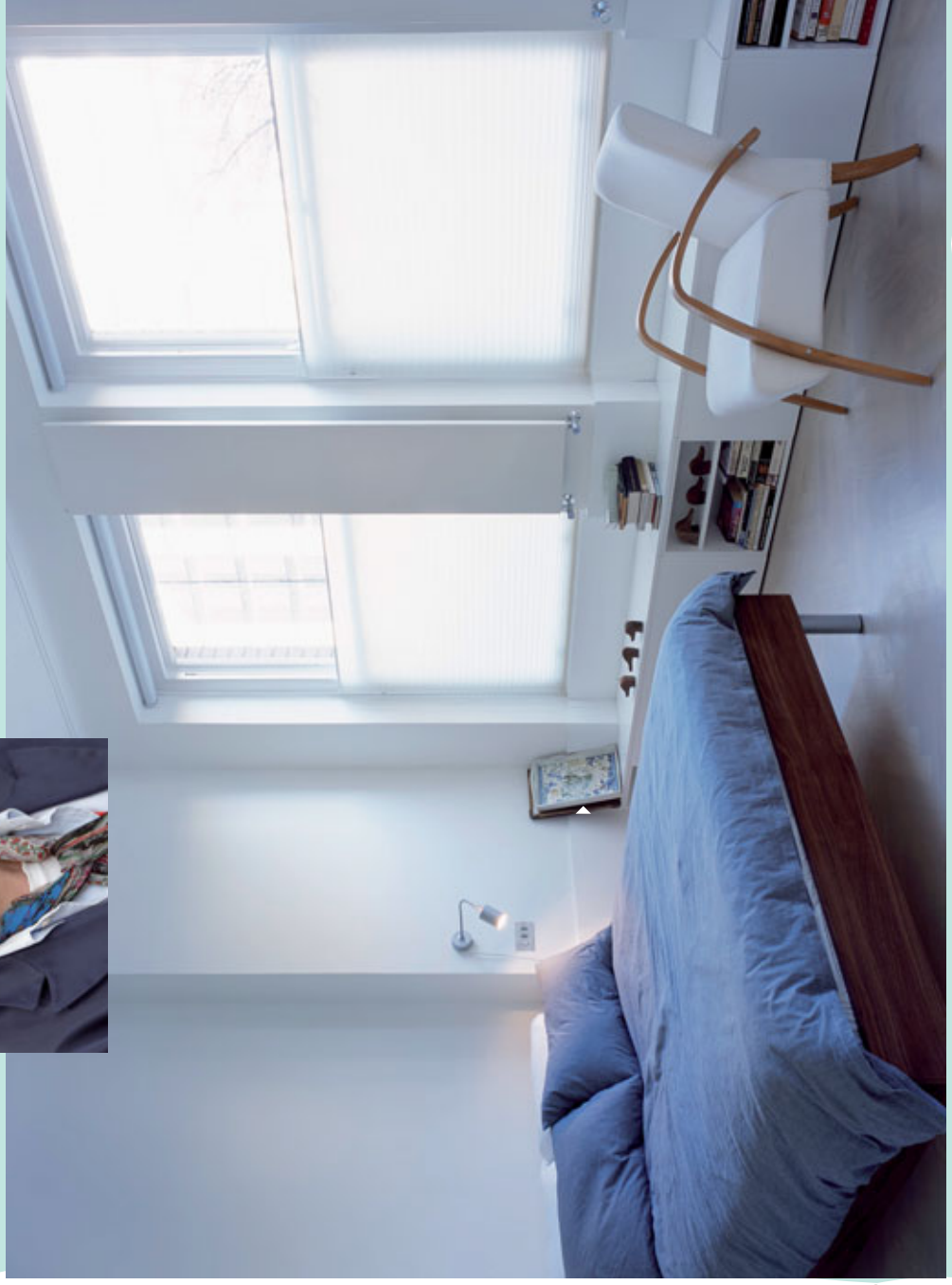


Foto: living4media.de



Fotos: Akos Nagy – shutterstock.com

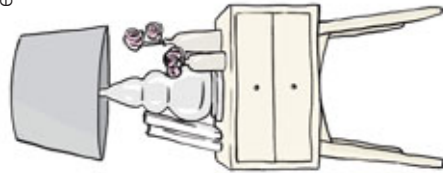
Party, Playstation, Pastaschlacht: Wenn man morgens schlecht in Schwung kommt, kann das viele Ursachen haben. Eine problematische Schlafzimmeregestaltung könnte eine davon sein.

„Ich persönlich fühle mich bei Rottönen sehr wohl. Das erinnert mich immer an Kerzenlicht“, wendet der Schlaf Forscher Jürgen Zulley ein. „Es gibt keine wissenschaftlich gesicherten Untersuchungen, die den Einfluss bestimmter Farben auf das Schlafverhalten belegen. Schlafen ist auch hier eine sehr individuelle Angelegenheit“, sagt der Professor für biologische Chemie an der Universität Regensburg. Mit einer Ausnahme: Blau. Bei blauem Licht schüttet der Körper weniger Melatonin aus – jenes Schlafhormon, das für einen gesunden Schlaf sorgt. Insofern sei diese Farbe „ein natürlicher Wachmacher“.

Studien haben gezeigt, dass das Umfeld nicht zu unterschätzen ist. „Gut schlafen kann ich in einer Umgebung, in der ich mich fallen lassen kann, in einer Wohlfühlatmosphäre. Daher sollte das Schlafzimmer auf den ersten Blick Entspannung und Gemütlichkeit signalisieren“, so der 68-jährige Autor (u. a. „Mein Buch vom guten Schlaf“).

KEIN COMPUTER, KEIN TV, KEIN ESSEN

Einen Grund für viele Schlafprobleme sieht Zulley in dem Modetrend, das Schlafzimmer multifunktional zu nutzen, also nicht nur zum Schlafen, sondern gleichzeitig als Fernseh-Lounge, Entspannungs-Oase oder Ersatz-Arbeitszimmer. Vor allem sollte laut dem renommiertesten deutschen Schlafexperten nichts an Arbeit erinnern, d. h. Schreibtisch, Ordner, Computer und TV-Gerät raus. Ein Schlafzimmer ist aber auch kein Stauraum. Idealerweise stehen hier überhaupt keine Schränke, auf keinen Fall aber hohe Möbel oder massive Kleiderschränke. „Ansonsten hat man doch das Gefühl, in einer Rumpelkammer zu liegen“, so Zulley, dessen Schlafzimmer über einen Wandschrank aus hellem Holz und große Fenster mit Blick auf den Garten verfügt. „Das perfekte Schlafzimmer vermittelt ein Gefühl der Weite.“



Geräumig, schlicht und klar – eine Bettstätte, von der Schlaf Forscher träumen.



„Die Deutschen schlafen im Durchschnitt sieben Stunden, und das scheint auch die gesündeste Schlafdauer zu sein. Studien zeigen, dass das auch die längste Lebenserwartung mit sich bringt. Zu wenig erholsamer Schlaf kann krank, dumm und dick machen.“

Jürgen Zulley, Schlaf Forscher



Fotos: photobank.ch – shutterstock.com
Illustrationen: Christin Arnold

TRENDS

Tatsächlich werden Schlafzimmer immer größer. Das hat neben der Psychologie noch weitere Gründe. Zum einen verstärkt sich der Trend zum begehbaren Kleiderschrank, der dem Grundriss des Schlafzimmers zugerechnet werden muss. Gerade bei Neubauten wird er laut VDM immer häufiger eingeplant – entweder offen oder mit Schiebetür. Zum anderen werden die sogenannten Boxspringbetten seit gut fünf Jahren immer beliebter. Sie bestehen – statt aus einem Lattenrost – aus einer Federbox plus Matratze mit Federkern und Schaumauflage – und sind so deutlich höher als herkömmliche Betten. „So ein Doppelmatratzenkastenbett beansprucht natürlich seinen Platz. Für einen Raum mit bloß 10 Quadratmetern ist es eher nicht geeignet“, sagt Geismann. Daher beansprucht das Schlafzimmer laut VDM ebenso wie die Wohnküche immer mehr Wohnfläche – übrigens auf Kosten des Kinderzimmers.

SCHÖN SCHLICHT

Anders als bei der Wohnküche soll das Schlafzimmer aber abgetrennt bleiben. Der Trend, es zum Bad hin zu öffnen, der vor über 10 Jahren aufkam, hat sich bei uns nicht durchgesetzt. Offenbar sind Waschungen doch etwas Intimes. Einzelne Familienmitglieder wollen nicht beim Duschen oder Zähneputzen beobachtet werden – oder beim Schlafen gestört.

Um unerwünschte Störungen zu vermeiden, sind Schlafzimmer heute möglichst schlicht eingerichtet. Denn Leere bedeutet in einer immer hektischeren Welt Ruhe und Luxus. Diese Idee kommt aus Asien und ist inspiriert von der extremen Reduktion japanischer Räume und vom Feng-Shui, einer taoistischen Harmonielehre aus China, die auch in der Bauge-

staltung Anwendung findet. „Weniger ist mehr“ – das gilt inzwischen auch bei Möbeln. Bei der letzten „imm Cologne“, der internationalen Einrichtungsmesse in Köln, gab es keine überladenen „Bettenmonster“ inklusive eingelassenem Radiowecker wie noch in den 1980er-Jahren. Stattdessen viel Holz. Allein 2013 setzte die Möbelindustrie knapp über 1,3 Milliarden Euro für Holzmöbel im Schlafzimmer um. Besonders Echtholz liegt laut VDM im Trend. „Die Leute wollen gerade im Schlafzimmer etwas Natürliches“, sagt Geismann. Bis vor Kurzem war Buche am beliebtesten, inzwischen ist es Eiche – allerdings hell gebeizt, nicht „rustikal“ wie in den 1960er-Jahren.

INDIVIDUALISIERTE TAPETEN

An den Wänden der Schlafzimmer sind inzwischen immer häufiger Tapeten zu finden. Seit gut fünf Jahren tauchen sie immer häufiger auf, oft nur an einer Stelle oder in einzelnen Streifen. Hier haben sich die Hersteller viel einfällen lassen. Inzwischen lassen sich auch Familienfotos oder Kinderzeichnungen des eigenen Nachwuchses als Tapete aufziehen. „Im Schlafzimmer würde ich allerdings auf zurückhaltende Motive setzen, auf florale Muster, abstrakte Motive oder Wellen“, so Geismann. Und auf keinen Fall zu viel Rot, denn schließlich will man sich ja vor dem Einschlafen nicht noch künstlich aufregen. ■

*Besser auf der Lieblingscouch:
Eis essen und fernsehen sind nach
Meinung von Schlafforschern kein
Fall fürs Schlafzimmer.*



IM BETT NUR SCHLÄFEN ODER KÜSSEN

Zehn Ratschläge der Berliner Charité für einen gesunden Schlaf

EINS

Gehen Sie grundsätzlich erst dann schlafen, wenn Sie sich müde fühlen.

ZWEI

Stehen Sie auf, wenn Sie nicht einschlafen können, und lenken Sie sich mit einer Betschäftigung ab. Schlafen Sie nicht außerhalb des Bettes ein. Gehen Sie erst dann wieder ins Bett, wenn Sie sich schläfrig fühlen.

DREI

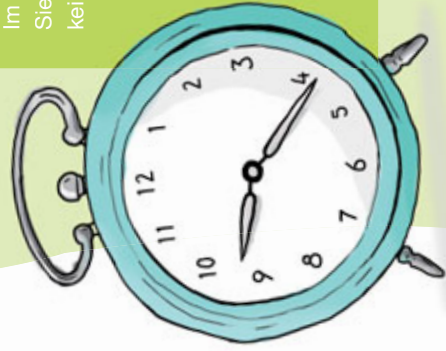
Stehen Sie zu regelmäßigen Zeiten auf, auch am Wochenende und im Urlaub.

VIER

Im Bett sind nur Schlafen und Kuschein erlaubt. Sie sollten im Bett nicht lesen oder essen und keine beruflichen Unterlagen bearbeiten.

FÜNF

Vermeiden Sie das kleine Nickerchen am Tage. Wenn Sie das Müdigkeitsgefühl tagsüber nicht mehr kontrollieren können, schlafen Sie maximal eine Stunde und möglichst nicht nach 15 Uhr.



SECHS

Nehmen Sie vier bis sechs Stunden vor dem Schlafengehen keine koffeinhaltigen oder alkoholischen Getränke und auch keine Medikamente zu sich.

SIEBEN

Rauchen Sie grundsätzlich nicht vor dem Schlafengehen oder während der Nacht.

ACHT

Nehmen Sie vor dem Schlafengehen keine schweren Mahlzeiten ein. Eine leichte Nachtmahlzeit kann hingegen schlaffördernd wirken.

NEUN

Betreiben Sie sechs Stunden vor dem Schlafengehen keinen körperlich anstrengenden Sport.

ZEHN

Beseitigen oder reduzieren Sie lästige Lichtquellen, Lärmgeräusche und extreme Temperaturen im Schlafzimmer.

Fotos: Kimmo Metsaranta – plainpicture.com

Beim Arbeitsverbot hatte man noch keine Einwände. Aber: Kein Essen? Keine Filme? Keine Romane mehr? In der Redaktion lösten die Schlafzimmer-Don't's der Charité Bestürzung aus.

Die Nachttischlampe ist noch erlaubt. Mehr elektronische Geräte sollten nach Empfehlung von Experten nicht im Schlafzimmer zu finden sein.

Fotos: karamysh – shutterstock.com

AKTIONSPAKET

GUT SITUIERT UND OFFEN FÜR NEUES

Der Devise folgend „Akquise ohne Streuverlust“ legt der Brillux KundenClub nun ein Mailing auf, das sich ganz gezielt an Eigenheimbesitzer im gehobenen Mittelstand richtet.



**Anforderungsformular für die Aktion
Gut situierte Eigenheimbesitzer**

BrilluxKundenClub

Was sind die nächsten Schritte?

- 1 ▶ Schauen Sie sich das Aktionspaket ganz genau an und entscheiden Sie, mit welchen Bestandteilen Sie in welcher Auflage starten möchten.
- 2 ▶ Sagen Sie uns, ob Sie noch Adressen aus Ihrem Einzugsgebiet benötigen – wir kümmern uns gerne um die Beschaffung qualitativ hochwertiger kostenpflichtiger Adressbestände.
- 3 ▶ Füllen Sie das beiliegende Anforderungsformular bitte vollständig aus und faxen dieses an uns zurück. Oder Sie bestellen das Paket direkt online unter www.brillux-kundenclub.de.
- 4 ▶ Unsere Empfehlung: Noch werbewirksamer wird das Aktionspaket, wenn es Ihr Unternehmen als erkennbaren, eingedruckten Absender trägt. Senden Sie uns daher zusammen mit dem Anforderungsformular auch die digitalen Druckdaten Ihres Firmenlogos (falls uns diese noch nicht vorliegen sollten).
- 5 ▶ Freuen Sie sich auf zahlreiche neue Aufträge und denken Sie am besten heute schon über den Einsatz weiterer Werbemittel aus dem Brillux KundenClub nach.

Inhalt

- Anschreibenvorlage
- Originalmuster Broschüre
- Originalmuster Versandumschlag
- Anzeigenvorlagen
- PR-Text
- Ihr Anforderungsformular

Bitte beachten Sie auch unsere Antworten auf die 5 wichtigsten Fragen zu dem Aktionspaket. Diese finden Sie auf der Rückseite.

Das Aktionspaket enthält eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für die Durchführung Ihrer eigenen Mailingaktion.

Die Bestandteile des Aktionspakets können Sie mit Ihrem Logo direkt auf www.brillux.de/kundenclub bestellen.

Die drei Bestandteile des Pakets sind ausführlich auf der Mappe beschrieben.

Mit dieser Aktion sollen ganz gezielt Menschen angesprochen werden, die sich auch im Bereich Wohnen ab und an etwas gönnen wollen – und über die finanziellen Mittel verfügen, diese Wünsche auch umzusetzen. Ziel dieses Werbemittels ist es, solche Eigenheimbesitzer davon zu überzeugen, sich umfassend beraten zu lassen.

Mit dieser Mailingaktion können KundenClub-Mitglieder ihre Zielgruppe wirksam von ihren Fähigkeiten überzeugen und das Bedürfnis nach frisch gestrichenen Wänden wecken. Das Aktionspaket „Gut situierte Eigenheimbesitzer“ enthält folgende Bestandteile:

- Ein Mailing, bestehend aus einem Anschreiben, einem gestalteten Briefumschlag und einer Broschüre, die wie ein modernes und hochwertiges Wohnmagazin aufgebaut ist. Alle Bestandteile werden auf Wunsch mit Ihrem Firmen-Logo gedruckt.
- Eine Anzeigenvorlage für eine Tageszeitung nach Wahl in zwei unterschiedlichen Formaten.
- Einen PR-Text, den KundenClub-Mitglieder zusammen mit dem Mailing und den Anzeigen verwenden können.

Erfahrungsgemäß ist die Bereitschaft zur Renovierung des Eigenheims in den Sommer- und Herbstmonaten am größten. Diese Jahreszeiten wecken traditionell den Wunsch, „Angestaubtes“ zu entsorgen und neu durchzustarten. Der Brillux KundenClub kümmert sich dabei um die komplette Abwicklung für die Produktion der Aktionspakete. Von der Gestaltung über die Produktion und den optionalen Adresseneinkauf bis zum ebenfalls optionalen Versand. ■



Die neue 8-seitige Broschüre ist wie ein hochwertiges Wohnmagazin aufgebaut.

Kontakt

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



OHNE EIGENE WEBSITE GEHT ES NICHT

Konrad Krzeminski, Marketing-Multimedia Projektmanager bei Brillux, über Onlinemarketing für Malerbetriebe und den Brillux Website-Baukasten.

Foto: luckyraccoon – shutterstock.com



Herr Krzeminski, welche Fragen sollte sich ein Betrieb stellen, wenn er seine Onlineaktivitäten plant?

Konrad Krzeminski: Ich glaube, zunächst ist die wichtigste Frage für einen Inhaber: Welchen Bekanntheitsgrad, welche Reichweite brauche ich für meinen Betrieb im Internet? Und was ist verzichtbar? Jeder Geschäftsführer sollte sich im Vorfeld über den Aufwand und den möglichen Ertrag Gedanken machen. Was ist sinnvoll, was ist stemmbar für mich? Schließlich ist Onlinemarketing in vielen Bereichen auch Chefsache und manchmal nur schlecht delegierbar, denn es geht ja um etwas Elementares: die Außendarstellung des eigenen Betriebs.

Welche Onlineaktivitäten sind aus Ihrer Sicht für alle Firmen nötig?

Konrad Krzeminski: Eine eigene Website ist in der Regel die beste Basis. Auf dieser können alle weiteren

Maßnahmen aufbauen. Das mag für viele selbstverständlich klingen – ist es aber nicht: Fast jeder zweite Malerbetrieb ist in dieser Form nicht im Internet präsent – und das ist ein klarer Wettbewerbsnachteil.

Nicht jeder Geschäftsführer eines Malerbetriebs fühlt sich im Internet zu Hause. Womöglich gibt es Schwellenängste oder Respekt vor technischen Herausforderungen oder nicht darstellbaren Kosten.

Konrad Krzeminski: Das sind nachvollziehbare Vorbehalte, denen wir aber, wie ich glaube, ganz gut entgegenwirken können. Mit unserem Website-Baukasten bieten wir unseren Kunden eine Lösung, schnell, kostengünstig und ohne besondere Vorkenntnisse eine eigene Webseite ins Netz zu stellen. Und damit einen ersten, soliden Schritt zu einer professionellen Firmendarstellung im Internet zu unternehmen.



„Der Brillux Website-Baukasten bietet im Hintergrund von uns bereits bei der Ersteinrichtung vorbereitete Basiseinstellungen für eine günstige Platzierung in den Suchmaschinen, die Voraussetzung für die Auffindbarkeit des Betriebs im Netz ist. Auch die gesamte Überführung bestehender Inhalte in das neue Konzept übernehmen wir.“

Konrad Krzeminski, Projektmanager im Marketing bei Brillux

Wie sieht dieses Angebot im Einzelnen aus?

Konrad Krzeminski: Malerbetriebe, die ihre Internetpräsenz verbessern wollen, können über ihren Verkaufsberater eine kostenlose professionelle Analyse ihres Auftritts veranlassen, die wir dann gemeinsam mit unserem Kooperationspartner web4business durchführen. Auf dieser Basis werden Empfehlungen für den jeweiligen Webauftritt erarbeitet, darunter auch für die so wichtige Suchmaschinenoptimierung.

Die wirklich eine Wissenschaft für sich ist.

Konrad Krzeminski: In der Tat. Die Frage, was man tun kann, welche Schlüsselbegriffe man verwenden sollte, um von den Suchmaschinen gefunden und möglichst weit oben gelistet zu werden, ist überaus komplex. An über 200 Stellschrauben kann hier gedreht wer-

den, um das Ergebnis zu optimieren. Einige wenige Schrauben – wie die Pflege der wichtigsten Schlagworte der Website – kann man auch als Laie selbst schnell erlernen; wenn das Thema einen größeren Stellenwert erreicht, sollte man in der Regel einen Experten beauftragen. Der Brillux Website-Baukasten bietet im Hintergrund wichtige Basiseinstellungen für ein gutes Ranking, die bei der Ersteinrichtung durch uns vorbereitet werden. Auch die gesamte Überführung bestehender Inhalte in das neue Konzept übernehmen wir. Das System, auf dem die Website aufgesetzt wird, ist in puncto technischer Weiterentwicklung und in Sicherheitsfragen überaus zukunftsfähig und wächst – vom Nutzer unbemerkt – dynamisch im Hintergrund mit. Der Kunde kann sich also voll und ganz auf die Pflege der Inhalte konzentrieren. ▶

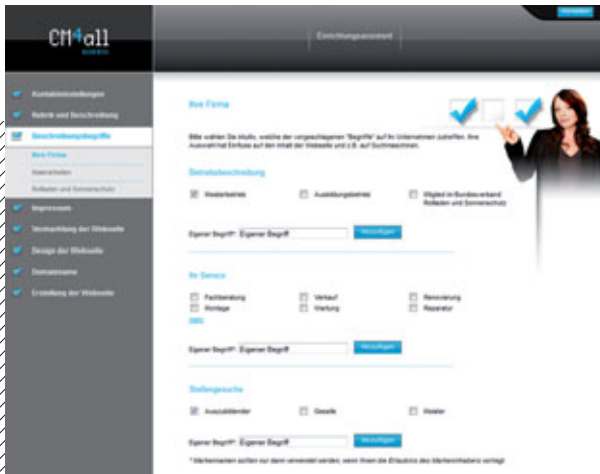


Konrad Krzeminski

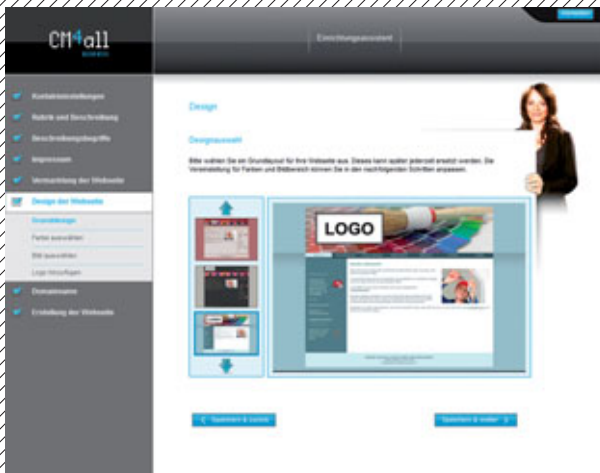
ist als Projektmanager für den Website-Baukasten Ansprechpartner für KundenClub-Mitglieder. Der ausgebildete Kommunikationsdesigner ist seit fünf Jahren bei Brillux im Bereich Marketing und Multimedia tätig. In seiner Freizeit beschäftigt sich Konrad Krzeminski unter anderem mit Fotografie. Besonders gern hält er ‚alte, schöne Autos‘ und ‚stimmungsvolle Landschaften‘ fest.

DER BRILLUX WEBSITE-BAUKASTEN

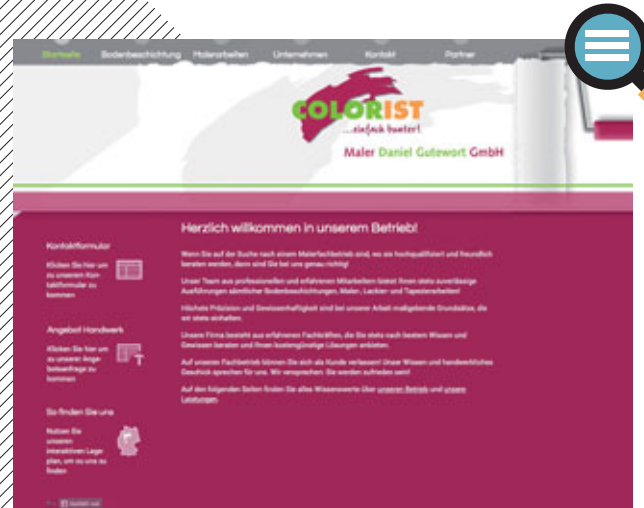
Schritt für Schritt zur eigenen Website



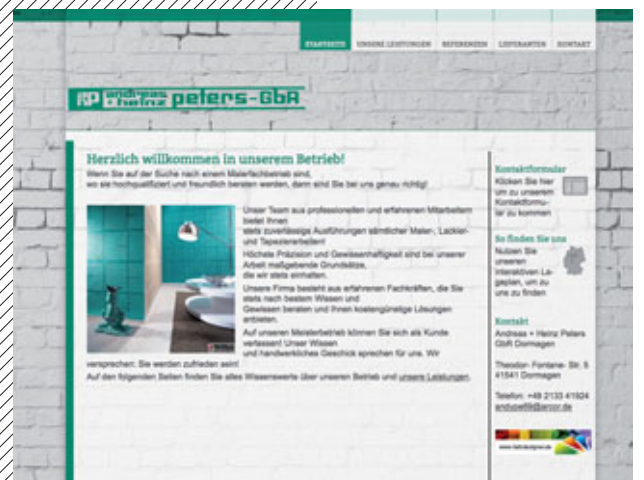
Der Einrichtungsassistent bietet die Möglichkeit, branchenspezifische Hintergrundinfos und -einstellungen vorzunehmen und die Website so für Suchmaschinen zu optimieren.



Am Anfang steht die Auswahl eines Basisdesigns, das anschließend mit den Hausfarbtönen ausgestaltet und mit dem eigenen Firmenlogo versehen wird.

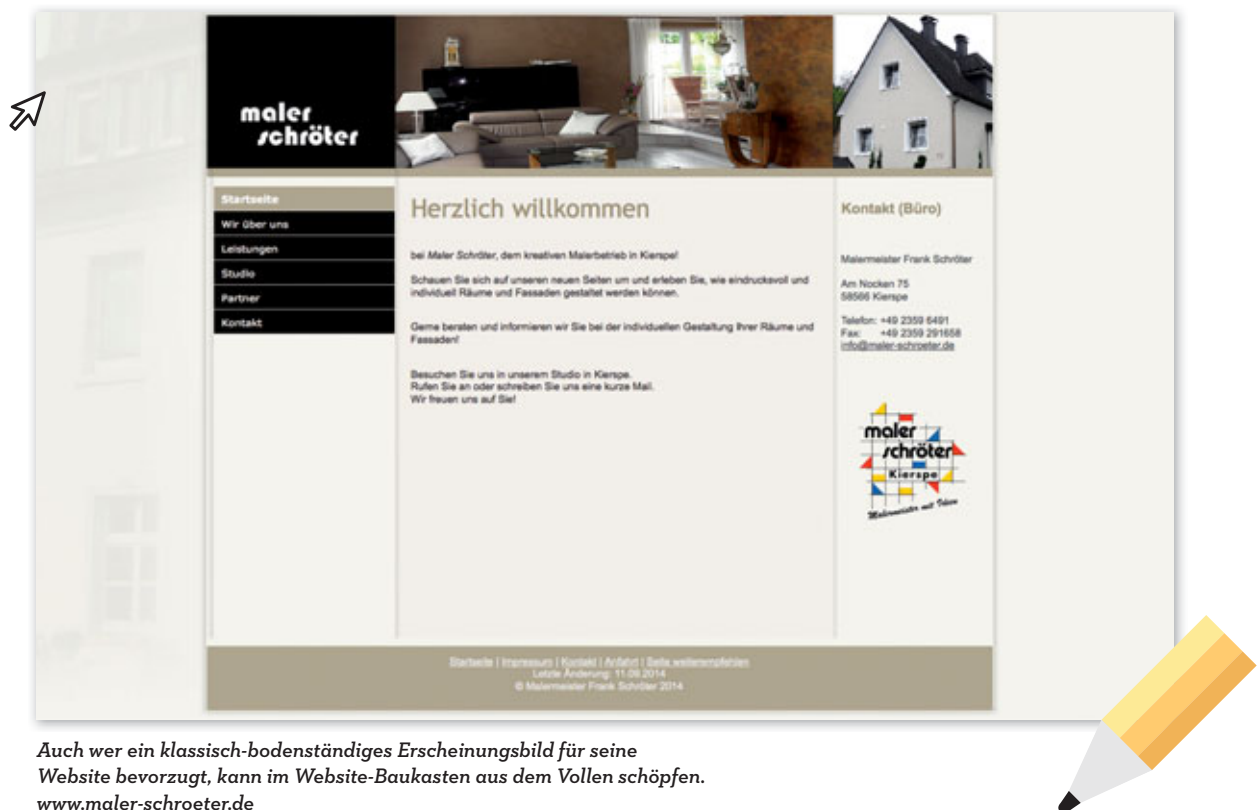


Für Gestaltung und Aufbau der Website stehen vielfältige hochwertige und urheberrechtlich einwandfreie Motive zur Auswahl. www.colorist-gutewort.de



Individuell und auf den Punkt: Der Website-Baukasten bietet unzählige Möglichkeiten zur betrieblichen Darstellung. www.maler-peters-dormagen.de





Auch wer ein klassisch-bodenständiges Erscheinungsbild für seine Website bevorzugt, kann im Website-Baukasten aus dem Vollen schöpfen.
www.maler-schroeter.de

Und welche Kosten entstehen dabei?

Konrad Krzeminski: Die Analyse, die Erstberatung und auch die Überführung der bisherigen Websiteinhalte in eine neue Rohform sind kostenlos. Betrieb und Pflege der Seite in den ersten drei Monaten auch. Danach fallen für diese Services Kosten von monatlich 29,90 Euro an. Der Vertrag ist monatlich kündbar.

Wie sieht es mit weiteren Onlinekanälen im Bereich Social Media aus?

Konrad Krzeminski: Diese Frage hört man in diesem Kontext relativ schnell. Für Facebook oder Twitter gilt in noch stärkerem Maße der Grundsatz: genau prüfen, was ich (vor allem zeitlich) leisten kann und welchen Zweck die Maßnahmen erfüllen sollen. Sinnvoller als die Fokussierung auf die sozialen Kanäle ist in den meisten Fällen zunächst die Fütterung anderer Plattformen wie Branchenverzeichnisse oder Suchmaschinen. Die wichtigsten Maßnahmen hierzu sind übrigens bei Bedarf in unserem Baukasten schon mit drin. Handwerksbetriebe sollten dennoch in jedem Falle ihre Profile bei Google+, Google Places oder Google Maps überprüfen. Oft werden diese Einträ-

ge ohne Wissen der Inhaber automatisch angelegt. Eigene Korrekturen und Optimierungen dieser Daten sind aber in vielen Fällen schnell gemacht und werden von Google – auch und gerade bei Suchanfragen aus der Region – direkt mit besseren Rankings honoriert. Bei spürbar positiven Resonanzen können im nächsten Schritt eventuell Onlineanzeigen über Google AdWords eine gute Möglichkeit bieten, die eigene Reichweite und damit die Besucherzahlen der eigenen Website weiter zu steigern. Auch hierzu ist eine Testkampagne mit einem Budget von 10 Euro bereits im Baukasten enthalten.

Herr Krzeminski, wir danken Ihnen für das Gespräch. ■

Profi-Tipp

Für erste Gehversuche bei der Schaltung von Onlineanzeigen bietet Google Starthilfe in Form von AdWords-Gutscheinen. Bei einem eingesetzten Budget von 25 Euro erhalten Sie einen 75-Euro-Gutschein dazu.
www.adwords-starthilfe.de



DAS SCHICKSAL AUSGEPUKKTET

Wäre das Leben ein Ringkampf und unsere Bestimmung der Gegner, die Wittmanns wären klare Sieger. Seit 2013 bietet das Sachverständigenbüro für Schimmelbefall Wittmann kompetente Beratung rund um das Thema Schimmel in Wohnbereichen. Porträt eines Berufes und einer besonderen Familie.



„Früher hatte ich eine richtige Hundephobie. Das hat sich mit der Ankunft von Bessy quasi über Nacht ins Gegenteil verkehrt. Sie ist aus unserer Familie inzwischen nicht mehr wegzudenken – und zwar nicht nur wegen ihrer Supernase.“

Kathrin Wittmann



Glückliche Familie: Harald, Tabea, Vincent und Kathrin Wittmann.



Neben Harald und Kathrin Wittmann ist Supernase Bessy der wichtigste Mitarbeiter im Sachverständigenbüro für Schimmel.

Immer dann, wenn Border-Collie Bessy zu kratzen oder zu bellen beginnt, haben Immobilienbesitzer traurige Gewissheit. Und Kaufinteressenten gute Gründe, ihre Investition noch einmal zu überdenken.

Bessy ist ein ausgebildeter Schimmelspürhund. „Ihre Trefferquote liegt bei 100 Prozent“, sagt Halterin Kathrin Wittmann, die gemeinsam mit ihrem Mann Harald das „Sachverständigenbüro für Schimmelwesen“ im fränkischen Leinburg-Diepersdorf führt. „Bessy findet sogar immer wieder schimmelige Stellen, von denen die Prüfer noch gar nichts wussten.“ Für viele Eigentümer ist der Schimmelbefall in ihren vier Wänden eine kleine Katastrophe, denn die Sanierung ist aufwendig und kostspielig, zugleich aber alternativlos. Schimmelpilze und ihre Sporen gibt es überall, sie sind ein natürlicher Bestandteil unserer Umwelt. Über 140.000 Arten werden gezählt, 40.000 davon im häuslichen Bereich. Die krankheitserregenden davon verstecken sich gerne hinter Tapeten und Verkleidungen an uneinsehbaren Stellen. Auch bei Menschen ohne Vorbelastungen können sich Symptome einstellen wie Augenbrennen, Atemprobleme, Schleimhautreizungen, Müdigkeit, Kopfweh, Magen-Darm- und Gelenksbeschwerden – bis hin zu Neurodermitis oder irreparablen Lungenschädigungen.

EINE STARKE FAMILIE

Dass sich kaum ein besserer Überbringer des schlimmen Befunds vom Schimmelbefall der eigenen vier Wände denken lässt als die Wittmanns hat mit zwei Dingen zu tun. Zum einen mit der hohen Fachkompetenz des „TÜV-geprüften“ Sachverständigen-Tandems, das den Betroffenen parallel zur Diagnose „Schimmel“ sofort konstruktive Lösungsvorschläge unterbreitet. ►



Die gleichermaßen freundliche und intelligente Border Collie-Dame Bessy ist die erste ihrer Art in Nordbayern. Die Ausbildung zum Schimmelspürhund dauerte mehrere Monate.

Zum anderem mit dem Optimismus und der Lebenserfahrung von Kathrin und Harald Wittmann. Nicht viele können ähnlich überzeugend vermitteln, dass schlechte Nachrichten wie diese kein Grund sind, den Kopf allzu lange hängen zu lassen.

Denn die Geschichte der Familie Wittmann – zu ihr gehören noch Vincent (14) und Tabea (11) – ist geprägt von kleineren, größeren und monströsen Tiefschlägen. Einerseits. Andererseits ist die eigentliche Geschichte der Familie Wittmann eine andere. Sie handelt von unverwundlichem Lebensmut, unerschütterlichem Familienzusammenhalt – und einer kräftigen Prise fränkischen Humors. Jenes lebensklugen Witzes, der half, widrigste Umstände zu schultern – und dann das Schicksal per Schulterwurf auf die Matte zu zwingen.

Ein betrügerischer Bauträger, der die Familie zu jahrelangem beengten Zwischenwohnen zwang, fällt da noch in die Kategorie kleinere Katastrophen. Um es mit den Worten Kathrin Wittmanns zu formulieren: „Stellen Sie sich einen Kuhfladen auf einem großen Fußballplatz vor – wir hätten umgehend dringestanden, garantiert.“ In die mittlere Kategorie fällt die schwere Darmerkrankung von Harald Wittmann, die ihn abmagern ließ und im Jahr 2011 endgültig zwang, seinen mit Hingabe

und Herzblut ausgeübten Traumberuf aufzugeben: das Malerhandwerk. Und den 1927 gegründeten, von ihm in dritter Generation geführten Malereibetrieb zu schließen. Harald Wittmann bot nicht nur modernste Fassadentechnik und Innenraumgestaltungen an. Auch klassische Handwerkstechniken gehörten zu seinem Repertoire. Für seine kunstvollen Vergoldungen der Figuren von Schaustellern war Wittmann in der ganzen Region bekannt.

VOLLE AUFTRAGSBÜCHER

Heute betreiben die Eheleute Wittmann – Harald Wittmann ist inzwischen gesunder und 25 Kilo schwerer – das Sachverständigenbüro für Schimmel mit der gleichen Leidenschaft und Akribie wie früher das Malerhandwerk. Und ähnlich erfolgreich. Die Auftragslage ist exzellent, sogar aus Österreich und der Schweiz laufen Anfragen ein. Seit einiger Zeit ist Kathrin Wittmann auch „Vorsitzende des Verbands Internationaler Schimmelpilzspürhunde.“ Die Zielsetzung für die Zukunft? Kathrin Wittmann überlegt kurz. Dann sagt sie: „Vielleicht bald einen zweiten Spürhund ausbilden. Und keine Kuhfladen mehr.“ Und lacht. ■



Nachdem Bessy angeschlagen hat, erfolgt an den betreffenden Stellen die Messung.

Die Auftragslage ist exzellent, sogar aus Österreich und der Schweiz laufen Anfragen ein.



Kathrin Wittmann, vom TÜV Süd geprüfte, und Harald Wittmann, vom TÜV Rheinland geprüfter Schimmelsachverständiger, gemeinsam mit Bessy, die immer an den richtigen Stellen bellt.

DER SCHIMMELSPÜRHUND

Geschulte Hunde können nicht nur Drogen, Sprengstoff oder Krebs im Anfangsstadium an Menschen orten. Nach einer mehrmonatigen Ausbildung können Hunde wie Bessy auch Schimmelbefall in Räumen erschnüffeln, selbst unter Tapeten, gerade überstrichenen Flächen oder Decken.

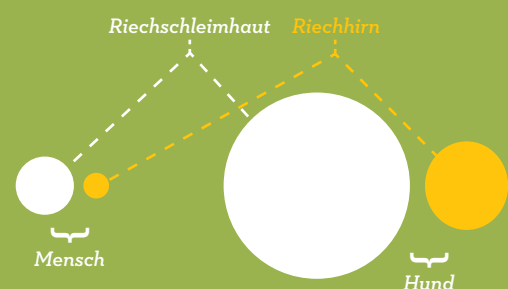
SENSIBLERE HUNDENASE

In Deutschland für viele noch eine exotische Neuheit, sind Schimmelspürhunde in Schweden schon seit längerem im Einsatz. Gute Gründe sprechen für den Hund als Schimmeljäger: Die Nase des Hundes ist deutlich besser entwickelt als die des Menschen. Messungen mit einem Olfaktometer, einem Gerät zur Prüfung des Geruchssinns, wiesen nach, dass eine Hundenasen bis zu eine Million Mal besser riechen kann als eine menschliche. Kein Wunder, das Riechhirn des Menschen ist deutlich kleiner als das von Hunden, bei denen zehn Prozent der Gehirnmasse für die Verarbeitung von Gerüchen zuständig sind.

PUNKTUELLE SANIERUNG MÖGLICH

Durch den Einsatz eines Schimmelpilzspürhundes müssen Verkleidungen, Putz und Wandbeschichtungen oder Fußböden nicht vollflächig freigelegt und damit großflächig zerstört werden. Nach der Ortung kann die befallene Stelle punktuell geöffnet werden.

RIECHORGAN UND RIECHSCHLEIMHAUT BEI MENSCH UND HUND





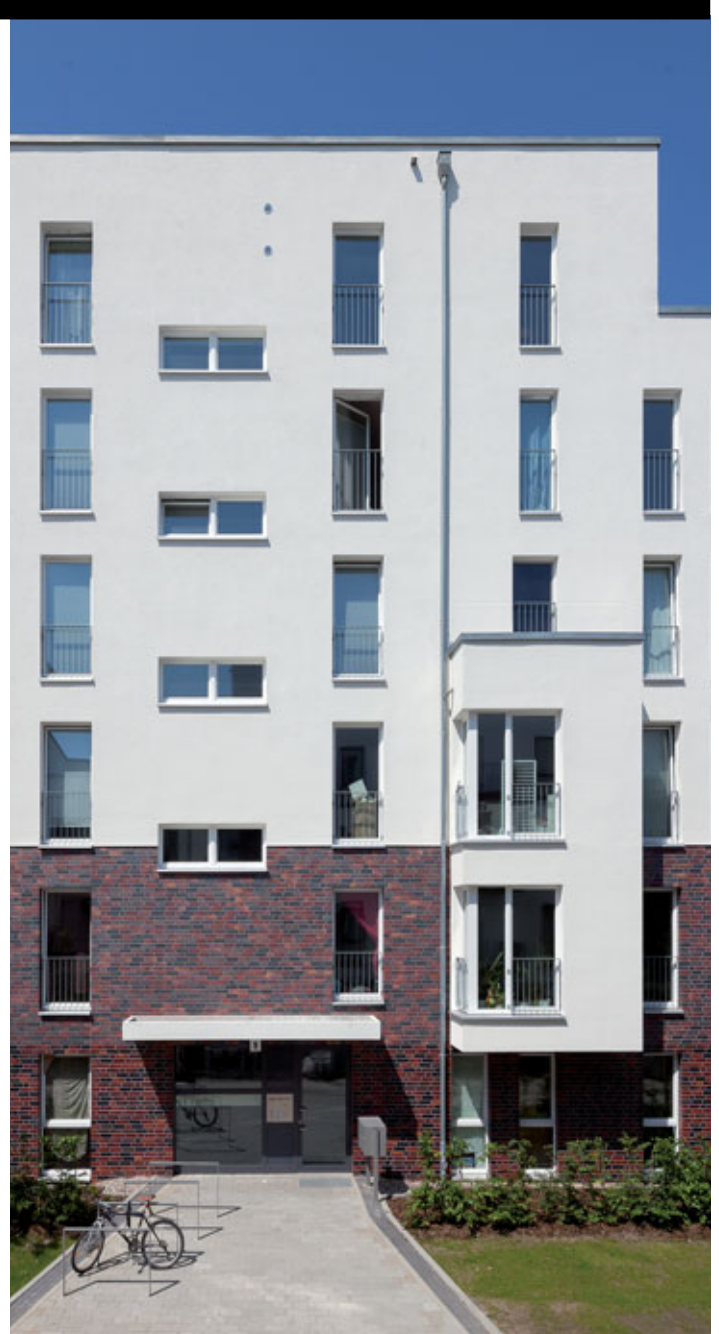
ÖKOLOGISCH DÄMMEN

WDV-System Ecotop

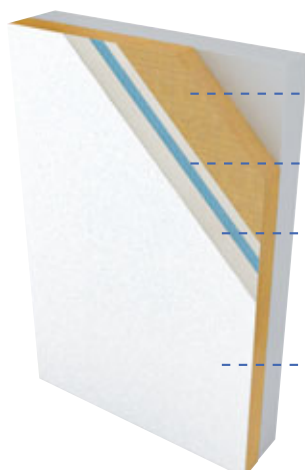
Für Marcel Färber, Produktmanager bei Brillux, liegen die Vorteile des neuen Wärmedämm-Verbundsystems Ecotop auf der Hand: „Ecotop steht für herausragende Energieeffizienz und ist ökologisch ausgereift.“

Nicht umsonst wurde Ecotop mit dem Umweltzeichen Der Blaue Engel für besonders umweltgerechten Wärmeschutz ausgezeichnet.“

Das Brillux Wärmedämm-Verbundsystem vereint bestmögliche ökologische Eigenschaften, schont die Umwelt und leistet damit einen wichtigen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit. Zentraler Bestandteil von Ecotop sind die nichtbrennbaren Mineralwolle- oder Steinlamellen-Dämmplatten. Die Mineralwolle-Dämmplatten werden aus natürlichen Rohstoffen hergestellt. Mineralwolle-Dämmstoffe helfen durch ihre hervorragenden Dämmeigenschaften nicht nur, den Energieverbrauch zu senken und damit den CO₂-Ausstoß. Sie überzeugen auch durch ihre positive Ökobilanz, denn Mineralwolle-Dämmplatten sparen deutlich mehr Energie ein, als für ihre Herstellung benötigt wird. Das System Ecotop zeichnet sich zudem dadurch aus, dass es ohne Zusatz von bioziden Filmschutzmitteln auskommt. Doch Ecotop ist nicht nur besonders klimaschonend: Durch seine verschiedenen Schlussbeschichtungen – Silikat-Putz HP, Mineral-Leichtputz und keramische Beläge – ergeben sich vielfältige kreative Gestaltungsmöglichkeiten.



Mit dem neuen System Ecotop sind Kombinationsfassaden aus Putz und keramischen Belägen kein Problem.



Mineralwolle-Dämmplatte

Armierungsschicht mit Glasseidengewebe

Je nach Aufbau Zwischenbeschichtung erforderlich

Schlussbeschichtung



Floortec 2K-Mineralico SL 470 ist nicht nur der erste mineralische Spachtelboden, den es in beinahe jedem Wunschfarbton gibt – mit der individuellen Spachtelrichtung bekommt jeder Boden einen einzigartigen lebendigen Effekt. Es besteht auch die Möglichkeit, verschiedene Farbtöne miteinander zu verarbeiten, wodurch die schlierenartige Textur als Gestaltungsmittel noch intensiviert werden kann.

PASTÖS STATT PULVER

Floortec 2K-Mineralico SL 470

Mit der neuen selbstnivellierenden kreativen Bodenspachtelmasse Floortec 2K-Mineralico SL 470 hat Brillux ein System entwickelt, um herausragende Lösungen für die Neugestaltung und Renovierung von Bodenflächen in Shops, in der Gastronomie, im Wellnessbereich oder im privaten Wohnbereich entstehen zu lassen. 60 ausgesuchte Farbtöne eröffnen dem Anwender einzigartige gestalterische Möglichkeiten.

„Das System einer pastösen Basis, die mit einer Härterkomponente auf Basis von Spezialzementen angemischt wird, ist im Markt einmalig und ist per Gebrauchsmuster geschützt“, sagt Martin Fächtenhans, Produktmanager für den Bereich Bodenbeschichtungen bei Brillux. Zwar gibt es mineralische Spachtelmassen zur Gestaltung puristischer Böden schon seit einigen Jahren. Doch konnten diese bisher ausschließlich auf Pulver-

Basis angeboten werden und mussten auf der Baustelle mit getöntem Anmachwasser angesetzt werden. Farbtönschwankungen zwischen einzelnen Materialansätzen waren so nicht immer vermeidbar. „Dieser Problematik haben wir uns angenommen und ein pastöses Basismaterial entwickelt, das über die Farbsystem-Anlagen in den Brillux Niederlassungen getönt werden kann“, so Fächtenhans.

Floortec 2K-Mineralico SL 470 braucht nicht nur kein Wasser zum Anmischen – auch ein staubintensives Schleifen der Flächen ist nicht notwendig. Bereits ab einer Schichtstärke von 3 mm wird ein optimaler Verlauf erzielt. Für den abschließenden Oberflächenschutz steht das Versiegelungssystem mit den Produkten Floortec 2K-Epoxi-Primer 473 und Floortec 2K-PU-Siegel 474 parat. Der Farbton wird hierdurch intensiviert und die schlierenartige Textur hervorgehoben.



www.brillux.de/mineralico

IMMER ALLE INFOS DABEI

Brillux App 3.0

Verpackt in ein neues, modernes Design macht die Brillux App 3.0 mit allen Produkten, allen Niederlassungen, allen Farbtönen das komplette aktuelle Angebot von Brillux für Handwerker und Planer jederzeit auch unterwegs verfügbar.

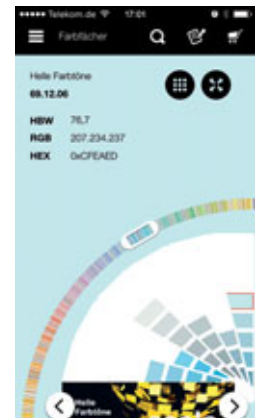
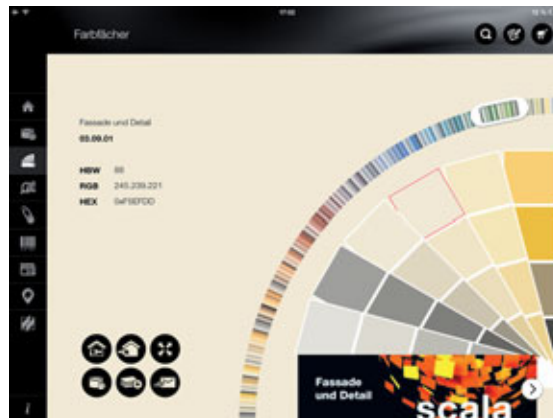
Über verschiedene Such- und Scanfunktionen sind sämtliche Informationen schnell zu finden, Geschäftskunden können über ihre „Mein Brillux“-Zugangsdaten Produkte mit wenigen Klicks bestellen. Der bequeme Bestellvorgang für Geschäftskunden ist für Carsten Leutermann, Projektmanager Marketing Multimedia bei Brillux, nicht die einzige wichtige Neuerung der App. „Hervorzuheben ist insbesondere die Verknüpfung mit dem Farbtöns Scanner Pablo Digital“. (Weitere Informationen unten.)

Nach wie vor beinhaltet die Brillux App bewährte Features wie die Suchfunktion über alle Sortimente, die Datenblätter mit E-Mail-Weiterleitung oder den

Codescanner für EAN- und QR-Codes. Ebenso den digitalen Farbfächer inklusive aller Farbtönenwerte, die Farbtönsuche oder etwa die Option, mit der Kamera Farbtöne zu scannen und Muster zu bestellen.



Tablet-Ansicht



Smart-Phone-Ansicht



PABLO DIGITAL

Die Anbindung an den Farbtöns Scanner Pablo Digital ist eine entscheidende Weiterentwicklung der Brillux App. „Darüber sind wir besonders glücklich“, so Carsten Leutermann. „Mit Pablo Digital lassen sich die gefundenen Farbtöne via Bluetooth problemlos an die Brillux App übertragen, um dann hierin mit den perfekt synchronisierten Daten weiterzuarbeiten.“ Die Brillux App 3.0 beinhaltet bewährte Features wie die Suchfunktion über alle Sortimente, die Datenblätter mit E-Mail-Weiterleitung oder den Codescanner für EAN- und QR-Codes. Ebenso den digitalen Farbfächer inklusive aller Farbtönenwerte, die Farbtönsuche oder etwa die Option, mit der Kamera Farbtöne zu scannen und Muster zu bestellen.



www.brillux.de/app



KLEINE REVOLUTION

FinishControl 3500

Die Lackrevolution geht weiter: Das neue Spritzsystem Wagner FinishControl 3500 ist so etwas wie der „kleine Bruder“ des FinishControl 5000. Für Brillux Produktmanager Dieter Vanheiden ist FinishControl 3500 mit seiner kleinen und leichten Bauweise „prädestiniert für Kleinflächen und rationelle Ausbesserungsarbeiten“ und stellt eine „sinnvolle Systemergänzung zum FinishControl 5000“ dar.

Die Zerstäubungsleistung ist beim FinishControl 3500 mit 220 Watt zwar etwas niedriger als beim FinishControl 5000 mit 300 Watt, doch das hat „keinerlei Auswirkung auf das Endergebnis. Das Oberflächenfinish ist absolut

vergleichbar.“ Allein die Arbeitsgeschwindigkeit reduziert sich um etwa 15 Prozent. „Dafür ist diese Handheld-Variante deutlich leichter und handlicher“, so Vanheiden.

Fazit: Mit seinem eingebauten Gebläse kommt das FinishControl 3500 ohne Schlauch aus und überzeugt durch geringes Gewicht und leichte Handhabung bei optimalen Verarbeitungsergebnissen. Sämtliches für das FinishControl 3500 verfügbare Zubehör (Ausnahme Luftfilter) ist mit dem des FinishControl 5000 identisch. Es lässt sich mit dem passenden Zubehör in dem im Lieferumfang enthaltenen Kunststoff-Koffer sicher aufbewahren und leicht transportieren.



Klein, leicht, handlich: Das neue XVLP-Spritzgerät von Wagner FinishControl 3500 kommt in jeden Winkel. Das Oberflächenfinish steht dem des FinishControl 5000 in nichts nach.



www.lackrevolution.de

DER KUNDE IM MITTELPUNKT

*Der Dresdener Malerbetrieb Mirko Knobloch überzeugt mit Qualität
und Kommunikation. Nicht mit Niedrigpreisen.*





MALERMEISTER KNOBLOCH KOMPAKT

GEGRÜNDET 2004

MITARBEITER 6

KERNKOMPETENZEN Sämtliche Malerarbeiten von der Fassaden- bis zur Innenraumgestaltung, bei Bedarf auch in Zusammenarbeit mit einem Handwerkerpool, der etwa auch Tischler und Fliesenleger umfasst.

ALLEINSTELLUNGSMERKMAL Malermeister Knobloch hat sich einen Namen gemacht für handwerklich hochwertige, kundenorientierte und bei Bedarf kreative Arbeiten.

KONTAKT office@malerknobloch.de www.malerknobloch.de

Wenn der Inspizient des Staatsschauspiels Dresden seine Hochachtung für „Qualität“, „Organisation“ und die „starken Nerven“ bei „unseren teilweise sehr speziellen Wünschen“ bekundet. Wenn eine Familie Patzig von einem „völlig neuen Wohngefühl“ schwärmt. Und wenn Renate Einert und Arnd Kressner ebenso wie Dutzende andere Kunden auch die Kreativität, Flexibilität und Zuverlässigkeit des ausführenden Betriebs in Verbindung mit einem exzellenten Preis-Leistungs-Verhältnis loben – dann müssen Malermeister Mirko Knobloch und sein Team, denen diese Komplimente gelten, so einiges richtig gemacht haben.

Seinen Malereibetrieb eröffnete Mirko Knobloch, dessen Dresdner Wurzeln, auch wenn man kein Dialektologe ist, gut herauszuhören sind, im Jahr 2004. Nach seiner Meisterprüfung im Jahr 2000 arbeitete der gelernte Lackierer und Maler zunächst als Ausbilder in der Sächsischen Bildungsgesellschaft mbH, ehe er den Sprung ins kalte Wasser der Selbstständigkeit wagte. Bereut hat der 43-Jährige diesen Schritt nie. „Ich wusste von Anfang an, was ich will, und ich wusste, worauf ich mich einlasse.“ Zum Beispiel auf lange

Arbeitstage, nicht selten auch am Wochenende, und „natürlich auf oft zu wenig Zeit für die Familie“. Für Frau Nadja und Sohn Moritz, vier Jahre alt. „Dafür übe ich den Beruf aus, den ich liebe. Und wenn ich dann nach Hause komme, dann als zufriedener Mensch“, sagt Knobloch. „Na ja, manchmal auch als zufriedener und ziemlich erschöpfter Mensch“, fügt Knobloch mit einem Lächeln hinzu.

„HANDWERKSARBEIT GEHÖRT NICHT VERRAMSCHT“

An seinem hohen Qualitätsanspruch hat sich nichts geändert, seit Mirko Knobloch vor zehn Jahren mit zwei Angestellten begann. Damals befand sich sein Büro noch auf dem Dachboden seines Wohnhauses, seit 2012 sitzt Malermeister Mirko Knobloch, inzwischen mit fünf Mitarbeitern, in einem repräsentativen Glaspavillon im Dresdener Stadtteil Leubnitz. Längst hat sich der Malerbetrieb in Dresden und Umgebung – sein Wirkungskreis umfasst einen Radius von 100 Kilometern – etabliert als kundenorientierter Dienstleister, der mit Zuverlässigkeit und hohem Qualitätsanspruch punktet. Nicht mit Niedrigpreisen. „Wir kalkulieren unsere Aufträge fair, transparent und nachvollziehbar. Aber auch als ein Anbieter, der weiß, was er kann“, betont Knobloch. „Ich verstehe zum Beispiel nicht, warum viele Mitbewerber ihre Anfahrt nicht berechnen. Ich finde, man muss sich nicht so klein machen. In einen Dumpingwettbewerb werde ich jedenfalls nie einsteigen. Handwerksarbeit gehört nicht verramscht.“

PER SIE VOR DEM KUNDEN

Die Vorteile dieser Strategie liegen für Mirko Knobloch auf der Hand: „Gute Arbeit beginnt bei einer ausführlichen Beratung, bei der man nicht auf die Viertel- ▶

Teamwork

Vor kurzem feierte Malermeister Mirko Knobloch sein zehnjähriges Betriebsjubiläum. Von Beginn an stand für den Firmengründer der Gemeinschaftsgedanke im Vordergrund. Ein respektvoller und höflicher Umgangston untereinander wird auch in Stoßzeiten gepflegt.



„In einen Dumpingwettbewerb werde ich jedenfalls nie einsteigen. Handwerksarbeit gehört nicht verramscht.“

Malermeister Mirko Knobloch



Flexibilität und handwerkliches Können sind die Markenzeichen von Malermeister Mirko Knobloch.

stunde achten muss, sie sieht von Anfang an besser aus, hält länger und es muss nicht kostenaufwendig nachgebessert werden. In meinen Augen sind Niedrigangebote wirklich nur vordergründig attraktiv.“ Mirko Knobloch scheint mit seiner Linie gut zu fahren, das Geschäft floriert. Ein wichtiger Grund dafür könnte in Knoblochs Mitarbeiterführung zu finden sein, die nach seiner Überzeugung auch auf die Kundenkontakte abstrahlt. „Es gibt ein paar eherne Regeln bei uns.“ Dazu gehören neben Höflichkeit, Freundlichkeit und Geduld dem Kunden gegenüber: eine einheitliche Arbeitskleidung, Nichtraucher, auch in den Pausen, und ein unverkrampfter, dabei durchaus gewählter Umgangston untereinander. „Bei uns ist es zum Beispiel so, dass wir uns vor dem Kunden immer siezen“, erzählt Knobloch, der auch intern mit seinen Mitarbeitern per „Sie“ verkehrt. „Das hat sich bei uns einfach bewährt. Ich glaube, dass so eher ein respektvoller Umgangston gewahrt bleibt, auch in Situationen, die vielleicht mal stressiger sind.“ Gleichzeitig hält Mirko Knobloch den Teamgedanken hoch. Regelmäßige gemeinsame Abendessen für Mitarbeiter und deren Lebenspartner sollen ebenso zur Identifikation mit dem Betrieb beitragen wie kontinuierliche Weiterbildungsmaßnahmen und Schulungen, sowie eine übertarifliche Bezahlung. Und humane Arbeitszeiten – „ich will niemanden auspressen und keine Knochenmühle sein“, bemerkt Knobloch.

„DEM KUNDEN ZEIGEN, MAN HAT IHN VERSTANDEN“

Wenn sein Arbeitsethos im Laufe der Jahre sich also nicht gewandelt hat – wo hat sich Malermeister Mirko Knobloch in einer Dekade Selbstständigkeit

am meisten bewegt? Die Antwort kommt prompt. „Im Marketing“, antwortet Knobloch. „Der Begriff gefällt mir eigentlich gar nicht so besonders. Für mich bedeutet er vor allem: Kommunikation mit dem Kunden. Bedeutet, mich in seine Bedürfnisse hineinzuversetzen, um ihn besser zu verstehen – und ihm auch zu vermitteln, dass ich ihn verstanden habe.“

Ein Schlüsselerlebnis war ein entgangener Auftrag, für den Mirko Knobloch vor Jahren einen Kostenvorschlag abgab. Der Job ging an einen Konkurrenten. Als Knobloch den verhinderten Kunden später zufällig traf, fragte er ihn nach dem Grund für die Ablehnung. „Sie haben sich einfach nicht mehr gemeldet“, entgegnete dieser. „Da hat es bei mir Klick gemacht, auf den Gedanken, mal nachzutelefonieren, bin ich damals nicht gekommen. Nach und nach habe ich mein gesamtes Marketingkonzept auf den Prüfstand gestellt“, sagt Knobloch. „Ich muss sagen, dass mir der KundenClub dabei sehr geholfen hat, er hat mir aufgezeigt, was hier alles möglich ist. Auf diesem Weg habe ich gelernt, den Kunden in den Mittelpunkt meines Denkens zu bringen.“ Kurz darauf entwickelte Knobloch, unterstützt vom KundenClub, Werbepost und Imagebroschüre, verteilte Türanhänger und Baustellenflyer in der Nachbarschaft. Eine Kiste mit CDs eines selbst produzierten Werbefilms führt Mirko Knobloch im Firmenwagen immer mit sich, um sie in Häusern, die ein paar frische Farben nötig hätten, zu verteilen.

Und wer im Raum Dresden lebt und im Winter einen sportlichen Mann im Nikolauskostüm zu Gesicht bekommt, der mit Pralinen gefüllte Farbdosen in Vorgärten hinterlegt – auch der könnte Mirko Knobloch begegnet sein. ■

Was machen Sie eigentlich den ganzen Tag, FRAU PRZYBILLA?

Wenn sie für die frühe Schicht eingeteilt ist, an ihrem Arbeitsplatz in der Brillux Niederlassung in Berlin-Schöneberg, beginnt der Tag für Renate Przybilla gegen zwanzig vor vier. „Um sechs Uhr morgens öffnen wir.“ Davor gibt es einiges zu tun. „Zum Beispiel den Kassensstand checken oder Bestelllisten abgleichen. Außerdem frühstücke ich gern in Ruhe.“ Dazu gehört für Renate Przybilla ein herzhaft belegtes Brot oder Brötchen, Musik aus dem Radio, um in Schwung zu kommen, und am besten ein Kreuzworträtsel.

Renate Przybilla

Renate Przybilla ist Sachbearbeiterin in der Brillux Niederlassung in Berlin-Schöneberg. Die gebürtige Niedersächsin, die 1978 aus Braunschweig in den Westteil Berlins zog, unternimmt in ihrer Freizeit gerne kleinere Reisen an die See oder ins Harzvorland und besucht dort in ihrer alten Heimat Freunde und Verwandte. Das tut sie natürlich mit dem Zug. Für sie als „Bahnertochter“, die schon als Kind mit Eltern und vier Schwestern Deutschland und Europa bereiste, „versteht sich das von selbst“.

„Viele meiner Kunden kenne ich schon seit Jahren“, sagt Przybilla, „das geht mitunter schon ins Freundschaftliche. Manche bringen mal ein Stück Kuchen für mich und meine insgesamt sechs Kollegen mit. Im Sommer auch mal ein Eis.“ Das Spiel mit den gestalterischen Möglichkeiten von Farbe und der – mitunter auch ungezwungen-heitere – Kontakt mit den Kunden, das ist es, was Renate Przybilla an ihrer Tätigkeit besonders gefällt. „Hin und wieder gibt ein männlicher Kunde zu, dass Farbberatung vielleicht doch eher in die Hände von uns Frauen gelegt werden sollte“, schmunzelt Renate Przybilla. „Das freut einen dann schon.“

BRILLUX FAMILIE

Wenn die Kunden mal ohne Kuchen oder Buletten kommen, springt Renate Przybilla auch gern selbst ein. „Neulich hab ich Schmorgurken mitgebracht“, sagt Przybilla. „Ich glaube, das hat meinen Kollegen geschmeckt. ‚Kannste öfter machen‘, haben sie gesagt“. Wer mit Renate Przybilla spricht, könnte auf die Idee kommen, ihm stünde eine waschechte Berlinerin



gegenüber. In Wirklichkeit hat sie aber bloß das Idiom ihrer Wahlheimat angenommen. Ihr „Berlinern“ verwundet nicht, wenn man weiß, wie lange Renate Przybilla mittlerweile in Berlin wohnt: Gut zehn Jahre vor der Maueröffnung zog es sie nach Berlin-Schöneberg. Geboren und aufgewachsen ist sie in Braunschweig, in „Westdeutschland“, wie sie, inzwischen ganz Berlinerin, sagt. Seit Ende der 1980er-Jahre ist Renate Przybilla Bestandteil der Brillux Familie, wie sie es selbst ausdrückt. „Ich kann mich auch noch gut an die 100-Jahres-Feier erinnern.“

Die war auch sehr schön, aber ganz anders und gar nicht mit dem Volksfest in der York-Kaserne zu vergleichen“, erinnert sich Renate Przybilla. Hape Kerkeling und Howard Carpendale traten vor einem Vierteljahrhundert in der Münsterlandhalle auf. „Helene Fischer gabs noch nicht.“

„Woanders zu arbeiten – das kann ich mir gar nicht mehr vorstellen“, bekennt sie mit einem Lächeln. „Mir würden so viele Menschen fehlen, die ich über die Jahre kennen und schätzen gelernt habe“, sagt Renate Przybilla. „Und wenn ich wie beim Jubiläum Gelegenheit habe, mit der Familie König anzustoßen, dann weiß ich, wohin ich gehöre.“ ■

UNSERE ERFOLGE

Wie wir die kleinen und großen Triumphe des Alltags dauerhaft
für uns arbeiten lassen können.

VIEL MEHR ALS „NUR FASSADE“

Trends und Gewinner des Deutschen Fassadenpreises 2014

NIKE STORE NEW YORK

Der Londoner Set-Designer Robert Storey mischt mit grellen Farben
die Mode- und Design-Welt auf.

Foto: photocake.de – plainpicture.de

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 Gravermann,
www.brillux-kundenclub.de, info@brillux-kundenclub.de

REDAKTION UND GESTALTUNG

formba – grafikdesign + konzeption,
Bernstorffstraße 99, 22767 Hamburg, www.formba.de
Autoren: Jonas Demel, Annika Frey-Viebrock, Volker
Marquard, Kirstin Ruge

ERSCHEINUNGSWEISE 4 x jährlich

ISSN 1610-6822

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

SEHNSUCHT NACH KLARHEIT.

Egal, wo man hinschaut: Damenmode, Möbel, Accessoires. Blau ist im Kommen – auch in der Wohn- und Fassadengestaltung.

Dirk Dreher, Farbdesigner bei Brillux: „Dass Blau als Farbe an Beliebtheit gewinnt, war schon länger abzusehen. Dieses Jahr hat sich der Trend noch einmal verstärkt und zieht sich durch viele Bereiche unseres alltäglichen Lebens, wie Mode, Autos und Möbel.“ Brillux greift diese Entwicklung auf mit der Komposition eines Ultramarinblaus („das Blau von jenseits des Meers“), in das Nuancen des blauglänzenden Mineralgemisches Lapislazuli spielen, das ursprünglich aus Afghanistan nach Europa importiert wurde. Dieser Blauton (RAL 5023, Brillux Scala: 60.12.24) eignet sich sowohl für Innenräume als auch für Fassaden. „Auch als Farbe für Außenflächen ist Blau nicht länger tabu und man trifft immer häufiger auf blau-graue und blaue Fassaden“, sagt Dirk Dreher. Und warum tritt die Farbe gerade jetzt ihren Siegeszug an? Trendforscher Thomas Wippermann ermittelt regelmäßig, welche sozialen Werte den Deutschen besonders wichtig



Dirk Dreher, Farbdesigner bei Brillux

sind – und registriert Veränderungen seismographisch. In Zeiten schwankender Finanzmärkte und kaum noch zu durchdringender geopolitischer Gemengelagen steigt die Bedeutung von Solidität, Beständigkeit, Sicherheit oder Nachhaltigkeit. „Blau weckt in uns Sehnsucht, Harmonie, Zufriedenheit, Ruhe, aber steht auch für Klarheit und Verlässlichkeit – für diese Attribute steht dieser Blauton“, so Dirk Dreher.



Brillux Floortec 2K-Mineralico SL 470 So werden Böden kreativ

Bodenflächen mit puristischer Optik im Loft-Style werden rationell mit Floortec 2K-Mineralico SL 470 erzielt. 60 fertig getönte Farbtonvarianten bringen Individualität in Ihren Spachtelboden. Glatte Oberflächen mit der typischen, lebendigen Textur erzielen Sie bereits ab 2 mm Schichtstärke – ohne Zwischenschliff und ohne Wasserzugabe.

www.brillux.de/mineralico

 **Brillux**
..mehr als Farbe