



Das Malerhandwerk und seine Karrierechancen positiv und wertig in der Öffentlichkeit zu präsentieren hilft der gesamten Branche

Das Malerhandwerk aufwerten

→ **BETRIEBSFÜHRUNG** Unternehmen, die gesellschaftliche Werte in ihre Betriebsführung integrieren, kommen bei Mitarbeitern und Kunden gleichermaßen gut an. Auch im Malerhandwerk kann jeder Einzelne einiges für ein gutes Betriebsklima und das Branchenimage tun.

Christine Ax prognostiziert für 2020: »Es wird massenhaft Maßarbeit geben, Werkstätten werden wieder zum Point of Sale, der Wochenmarkt verdrängt den Weltmarkt, die Region produziert nachhaltige Produkte und Arbeitsplätze. Ich halte das alles für technisch, ökologisch und ökonomisch machbar.« Aus den Charaktereigenschaften des Handwerks entwirft die Handwerksforscherin die Vision einer Ökonomie der Nähe.

Weg von der Billigware Die Prognose der Wissenschaftlerin passt gut zu den Werten, die immer mehr Menschen wichtig werden. Ein großer Teil der deutschen Bevölkerung ist gesättigt – mancher gar übersättigt – von übermäßigem Konsum, von Billigangeboten und Schnäppchen. Sie machen sich auf die Suche nach wertigen, nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen: Weg von Industrienahrung hin zu Produkten aus der Region, am besten aus Bioanbau. Weg von Billigkleidung hin zu Kleidung aus hochwertigen Materialien, die zu fairen Löhnen und unter guten Arbeitsbedingungen produziert wird.

Diese Entwicklung entspricht der Bedürfnispyramide des Psychologen Abraham Maslow. Dieser liegt eine Wertehierarchie zugrunde, die vom Lebensnotwendigen bis zur Selbsttranszendierung reicht. Wer gesättigt ist und alles hat, was er zum Leben und Überleben braucht und wer es sich leisten kann oder mag, sucht das Individuelle. Das darf gern handgemacht sein. Früh habe das der Manufactum-Firmengründer Thomas Hof erkannt, weiß Ax. Dementsprechend habe er ein Geschäftsmodell entwickelt, das dem Wunsch der Menschen nach »wahren Werten« entgegenkommt. Diesem zugrunde liege eine Rückbesinnung auf die Geschichte des Handwerks bei gleichzeitiger Neuorientierung.

Handwerk neu geformt »Zukunft des Handwerks – Innovative Konzepte für eine traditionelle Branche«, heißt eine Studie des Zukunftsinstituts. »Im Handwerk hat ein Generationenwechsel stattgefunden, der nicht mehr den Verlust des goldenen Bodens bejammert, sondern in der Erfüllung individueller Kundenwünsche Sinn und Erfolg seiner Arbeit findet«, erklärt Autor Thomas Huber. »Die Gesellschaft verabschiedet sich aus

dem Industriezeitalter. Wissen, Veränderungsbereitschaft und Aufmerksamkeit werden zu den entscheidenden Ressourcen der Zukunft.« Dementsprechend sieht der Trendforscher eine der wesentlichsten Zukunftschancen des Handwerks in Kooperationen. Diese können sowohl untereinander, als auch mit Kunden geschlossen werden. »Trotz – oder gerade wegen – der Vielfalt des Handwerks bestehen jenseits der gängigen Denkmuster eine Reihe von Chancen, die besonders dieser Branche ganz neue Felder eröffnen«, ist Huber sich sicher. Die wichtigsten Stichwörter lauten dabei für ihn: »Erweiterte Angebotsstrukturen, neue Allianzen und lukrative Nischenmärkte.« Für den Trendforscher ist klar: »Es wartet ein neuer Kunde auf den Handwerker – bereit erobert zu werden und für gute Arbeit gutes Geld zu bezahlen. Zukunftsbewusste Handwerker lassen sich den goldenen Boden nicht unter den Füßen wegziehen!« Dazu müssen sie jedoch auf den Wertewandel reagieren.

Werte leben Besonders gut klappt das in den kleinen und mittleren Unternehmen des Handwerks. »Im Handwerk ist eine starke Identifikation der Beschäftigten mit ihrer Arbeit und dem Produkt gegeben, viel stärker als das beispielsweise mit Fließbandarbeit möglich ist«, erklärt Hans-Ulrich Küpper, Professor für Betriebswirtschaftslehre

Sind die Grundbedürfnisse befriedigt, kommen nach der Bedürfnispyramide von Maslow die individuelle Bedürfnisse dran



an der Ludwig-Maximilians-Universität in München. »Meine These ist, dass Handwerker ihren Beruf wählen, weil sie Freude an der Arbeit haben, etwa wenn sie ein Haus bauen oder eine Wand streichen.« Ähnlich sieht das auch Handwerksforscherin Ax: »Bei Handwerkern handelt es sich um Menschen, denen das Machen und das Gute daran an erster Stelle steht. Menschen, die im guten Tun, Glück, Befriedigung und Sinn finden«, schreibt sie in ihrem Buch »Die Könnensgesellschaft«. »Sie sind an der Qualität ihrer Arbeit interessiert. Das erfüllt sie mit ganzer Leidenschaft.« Für Küpper, der selbst aus einem mittelständischen Unternehmen stammt, geht es »darum, die ökonomischen Notwendigkeiten mit ethischen Ansprüchen in Einklang zu bringen. Das ist im Handwerk und in mittelständischen Betrieben einfacher als in großen Industrieunternehmen oder Behörden, denn in den Kleinbetrieben spielen soziale Beziehungen eine



Handgefertigtes Kinderspielzeug statt knallbuntem Plastik – individuelle Handarbeit ist im Kommen

Liebe Mitarbeiter/innen bei malerdeck: Vielen Dank!



- Sie alle sind
- besonders freundlich,
 - äußerst pünktlich,
 - sehr zuverlässig,
 - penibel sauber,
 - angenehm höflich,
 - und arbeiten erstklassig.

Dafür bedanke ich mich bei Ihnen ganz herzlich. Sie sind ein wunderbar tolles Team!

malerdeck 
www.malerdeck.de • Telefon 0721 - 680340

Malermeister Werner Deck hat sich bei seinen Mitarbeitern mit diesem Plakat öffentlich bedankt

große Rolle. Zwischenmenschliche Kontakte mit dem Chef, den Kunden sind hier enger. Entscheidend sind immer die persönliche Identifikation und die Freude an der Arbeit.« Das erleichtert es, Werte zu leben und im Unternehmen zu manifestieren, denn die Mitarbeiter sehen tagtäglich, welche Werte ihr Vorgesetzter lebt – und eifern ihm im besten Fall nach.

Wertvolle Mitarbeiter Dazu passt die häufig zitierte Aussage »ein Unternehmen ist nur so gut wie seine Mitarbeiter«. Kluge Unternehmer wissen, dass ihre Mitarbeiter das beste Kapital sind. Sie zu motivieren und an den Betrieb zu binden hat daher höchste Priorität. Dazu muss den Mitarbeitern Wertschätzung entgegengebracht werden, denn »die hohe Wertschätzung gegenüber den eigenen Mitarbeitern, transparente und klar definierte Entwicklungsmöglichkeiten und die Anerkennung von Leistung haben den größten Einfluss auf das Mitarbeiter-Engagement«, erklärt der Unternehmensberater Nelson Taapken. »Anerkennung von Leistung im Job ist Mangelware. Hier haben die Unternehmen eindeutig Nachholbedarf. Führungskräfte können diesem Missstand entgegenwirken, indem sie regelmäßig und öffentlich die Leistung ihrer Belegschaft hervorheben. Dazu sollten sie verstärkt geschult werden, um solche Wertschätzungen gegenüber Mitarbeitern erfolgreich kommunizieren zu können«. Eine Studie der Unternehmensberatung Hewitt ergab, dass bei Spitze-

runternehmen zwei Drittel der Belegschaft hoch engagiert und motiviert sind. Im Durchschnitt sind es dagegen nur 52 %. Immer mehr Führungskräfte entscheiden sich deshalb bewusst für eine wertschätzende Einstellung, eine wertschätzende Kommunikation und ein wertschätzendes Handeln. Die Folgen sind ein Wohlfühlklima, gesteigerte Produktivität und weniger Fehlzeiten im Unternehmen, denn zufriedene Mitarbeiter erzielen bessere Ergebnisse und sind seltener krank.

Die Bedeutung der Wertschätzung hat

auch Malermeister Werner Deck, Inhaber des gleichnamigen Malerbetriebs, erkannt. »Wenn er seine Mitarbeiter lobt, dann macht er es gerne öffentlich, beispielsweise mit einem riesigen Plakat, mit dem er seine Mitarbeiter wertschätzt als besonders pünktlich, fleißig, zuverlässig, höflich... und indirekt damit auch die Zielgruppe 55+ anspricht, die Wert auf solche Eigenschaften legen,« schrieb der »Fokus.«

Die Malerausbildung wertiger machen Aber auch um junge Menschen anzusprechen, kann man Werte nutzen. Sie für das Malerhandwerk zu gewinnen – darin liegt die Zukunft des Gewerks. Das funktioniert zum Einen mit guten Betrieben, in denen die Auszubildenden viel lernen können und gefördert werden. Einen solchen hat über lange Jahre Karl Freundlinger, Seniorchef in Der freundliche Maler GmbH, geführt. »Einer unserer wichtigsten Aufgaben im Unternehmen ist die Lehrlingsausbildung. Wir haben deshalb auch noch kein Problem, Jugendliche für die Ausbildung zu bekommen,«, erklärt der Malermeister, der in dessen Betrieb derzeit 30 Azubis beschäftigt sind. Von seinem Vater hat er nicht nur handwerklich eine gute Ausbildung mitbekommen, sondern auch die Einstellung zu den Mitmenschen. »Er ließ keine Gelegenheit aus, Menschen die in Not geraten waren, zu

3 FRAGEN AN...

... Werner Deck

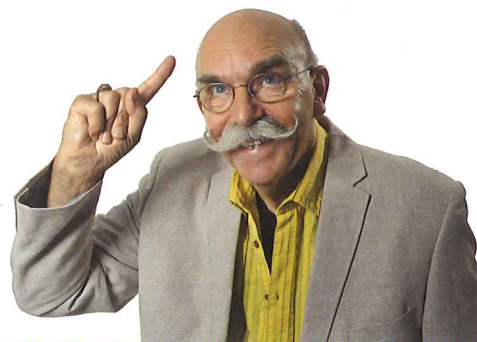
Mappe: Herr Deck, warum haben Sie Ihre Mitarbeiter mit einem großen Plakat gelobt?
Werner Deck: Wer wird denn nicht gern gelobt? Auf meine Mitarbeiter bin ich sehr stolz. Das wollte ich zeigen und mich öffentlich für die gute Zusammenarbeit bedanken. Außerdem hat es meinem Klasse-Team sehr gefallen, vom Chef so öffentlich gelobt zu werden. Sehr häufig wurden die Mitarbeiter darauf angesprochen.

Mappe: Wie motivieren Sie Ihre Mitarbeiter sonst noch?

Werner Deck: Mit meinen Mitarbeitern gehe ich so um, wie ich möchte, dass mit mir umgegangen wird. Wertschätzend, menschlich, freundlich, offen und ehrlich.

Mappe: Wie gehen Sie mit unzufriedenen Mitarbeitern um?

Werner Deck: Man glaubt es nicht, aber ich kenne keine unzufriedenen Mitarbeiter. Eventuelle kleine Unstimmigkeiten, werden im freundschaftlichen Gespräch erörtert und geklärt.



→ Karl Freundlinger, Senior-Chef der »Der Freundliche Maler GmbH«

»Wir müssen uns Gedanken machen, wie wir unseren Mitarbeitern die Arbeit erleichtern können«

<http://www.mappe.de>

Hier finden Sie das ganze Interview mit Karl Freundlinger

helfen. Für mich war deshalb jeder Mitarbeiter eine Persönlichkeit, auf die man individuell einzugehen hatte«, erzählt Freundlinger. Allerdings stieß er dabei auch an seine Grenzen. »Auszubildende, die in einem schwierigen sozialen Umfeld aufwuchsen, konnten sich meist nicht in die Unternehmensstrukturen einordnen.« Vor einigen Jahren wollte

der Malermeister es aber noch einmal wissen und startete das Projekt »Chancenlehre«. Lernschwache Jugendliche aus schwierigen Verhältnissen, ohne Hauptschulabschluss, teilweise langjährig arbeitslos, sollten mit eigenen Ausbildern zumindest den Lehrabschluss erreichen. »Ich wollte selbst in Erfahrung bringen, ob nicht auch aus diesem Kreis Fachkräfte herangebildet werden können, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken«, beschreibt er seine Motivation. »80 %



Zufriedene Mitarbeiter leisten gute Arbeit. Wertschätzung ist der erste Schritt dazu

schaftten den Abschluss, aber mehr konnte ich leider nicht erreichen. Obwohl – viele der Teilnehmer an diesem Projekt gehen heute einer Arbeit nach, was vorher nicht so sicher war.« Der Malermeister ist sich sicher: »Ohne verstärkte Ausbildung unserer Mitarbeiter aber auch der Handwerksmeister und Führungskräfte, werden wir die Zukunft nicht mitgestalten können und nicht erfolgreich sein. Stolz Handwerksmeister zu sein, sein Handwerk zu lieben, wird zu wenig sein. Selbstbewussteres Auftreten und für die verlangten Qualitäten auch seinen Preis zu verlangen, muss selbstverständlich werden.«

Die andere Möglichkeit, die Malerausbildung aufzuwerten, besteht darin, die Ausbildung in den Berufsschulen aufzuwerten. Dazu gehört es, bessere Karrierechancen sowie Berufsperspektiven anzubieten. Ein Weg, auf dem dies gelingen kann, ist die BS+-Klasse, die der Bundesverband Farbe Gestaltung Bautenschutz anbietet. Engagierte Malerazubis erhalten hier die Chance, über Zusatzunterricht die Fachhochschulreife zu erreichen. Ein ähnliches Ziel hat ein Pilotprojekt des Landesinnungsverbands des Bayerischen Maler- und Lackiererhandwerks. Dieser bietet in der Münchener Be-

WWW.HANDWERK.DE

Mehr Kunden als Aldi. Trotzdem kennen wir jeden einzelnen davon mit Namen.

WWW.HANDWERK.DE

Qualität kommt nicht aus Dam Ping.

WWW.HANDWERK.DE

Weltverbesserer wird man nicht über Nacht. Man muss es 3 Jahre lernen.

DAS HANDWERK
DIE WIRTSCHAFTSMACHT VON NEHMEN

Die Imagekampagne des Zentralverband des Deutschen Handwerks spricht Endverbraucher und Nachwuchs-Fachkräfte gleichermaßen an

rufsschule eine Klasse an, in der die Azubis ihren Berufschulabschluss zum Maler und Lackierer zusammen mit der Fachhochschulreife erwerben. Im Vergleich zum Weg über Lehre und Berufsoberschule sparen die Jugendlichen dabei ein Jahr.

Auch mit sogenannten Verbundstudien eröffnen sich jungen Menschen, die Studium und Beruf verbinden möchten, Karrierechancen im Malerhandwerk. Innerhalb von 4,5 bis 5 Jahren können sie gleichzeitig den Abschluss »Bachelor of Engineering« im Ingenieurstudium Innenausbau sowie den Gesellenbrief zum Maler und Lackierer erreichen. Der Studiengang ist für die Ausbildung von Führungskräften in klein- und mittelständischen Betrieben der Ausbaubranche maßgeschneidert. Neben ingenieurwissenschaftlich-technischen Inhalten werden deshalb besonders betriebswirtschaftlichen Themen gelehrt. Die Hochschule Rosenheim bietet ein solches duales Studium an. Eine modulare Ausbildung zum Farbdesigner, mit der insbesondere Maler und Farbgestalter angesprochen werden sollen (siehe Mappe 9/2013, S. 23), bietet zudem die HAWK Hildesheim an.

Dem Malerberuf zu besserem Ansehen verhelfen Leider hat das Malerhandwerk in der Bevölkerung nicht das Ansehen, dass diesem vielfältigen, kreativen Beruf eigentlich zusteht. Mit Imagekampagnen und Qualitätsmanagement wie dem Siegel »Qualität im Handwerk« versuchen der Zentralverband des Deutschen Handwerks und der Bundesverband Farbe Gestaltung Bautenschutz, dies zu ändern. Das ist durchaus zu schaffen, denn das Handwerk hat es in der

Diego Wiedemann, Malermeister



»Es ist beachtlich, welches Potenzial in Mitarbeitern steckt«

DAS BEISPIEL

Malerbetrieb Wiedemann sanieren + wohnen

Auf der Website des Malerbetriebs Wiedemann aus Berg bei Ravensburg steht folgendes zu lesen: »In unserer Zeit der zu Recht hohen Ansprüche bieten wir unserem Kunden die bessere Lösung. Durch unsere Arbeit schaffen wir bleibende Werte, die das Leben unserer Kunden schöner machen. Durch unser sauberes und faires Auftreten ist der Kunde bei uns in besten Händen und kann uns voll vertrauen. Dies sichert der Firma Wiedemann sanieren + wohnen mit allen Mitarbeitern eine gute und erfolgreiche Zukunft.« Für den Geschäftsführer Diego Wiedemann sind »Ehrlichkeit, Vertrauen, Miteinander, Leistungsbereitschaft und Freude« die wichtigsten Werte in seinem Unternehmen. Er ist sich sicher: »Patriarchalische Systeme haben ausgedient. Kontrolle sollte mehr und mehr durch Vertrauen ersetzt werden. Es ist beachtlich, welches enormes Potenzial in Mitarbeitern steckt.« Davon konnte er sich in Seminaren überzeugen. »Hier fragten wir unsere Mitarbeiter nach Ihren Vorstellungen über den besten Mitarbeiter, den besten Chef, den besten Unternehmen, usw. In Kleingruppen präsentierten alle Ihre Überlegungen. Was hier vorgestellt wurde, war gewaltig. Und es hat wach und frei gemacht.« Für Wiedemann kann der leistungsorientierte Arbeitsalltag nur im Miteinander gemeistert werden. »Erst wenn die Interaktionen aller gleichwertig, respektvoll und hilfsbereit ist, strahlt ein Unternehmen nach außen und zieht genau so gute und wertvolle Kunden und Mitarbeiter an«, ist er sich sicher.

Geschichte immer wieder geschafft, sich veränderten Bedingungen anzupassen. »So übernahm nach der Industrialisierung die Industrie alles, was sich in Massen herstellen und verkaufen ließ, das Handwerk passte sich an die veränderten Bedingungen an und stand fortan für die hochwertige und individuelle Handarbeit. Ein fruchtbarer Wettbe-

werb entstand. Zudem entwickelten sich neue Bereiche, in denen das Handwerk der Industrie zuarbeitete oder dort in der Wartung und Instandhaltung der teuren Maschinen tätig wurde«, erklärt Thomas Huber vom Zukunftsinstitut. »Durch Strukturwandel kam das Handwerk aus der Krise, indem es sich selbst neu erfand. Dies scheint heute wieder nötig.«

Informationsveranstaltungen, Werbekampagnen und die zahlreichen Wettbewerbe der Innungen, Verbände und Hersteller helfen, das Image unserer Branche in der öffentlichen Wahrnehmung zu stärken. Auch der Wettbewerb der MAPPE zum »Maler des Jahres« bringt nicht nur den Betrieben eine Anerkennung ihrer Leistungen. Durch Berichterstattungen in der Presse werfen solche Höchstleistungen ein glanzvolles Licht auf die gesamte Branche. Denn letztendlich ist es jeder einzelne Betrieb, der mit seinem Unternehmensauftritt für das Malerhandwerk steht und für ein entsprechendes Bild in der Öffentlichkeit sorgt.

Bärbel Daiber

WERTSCHÄTZENDE KOMMUNIKATION

Mitarbeiter für sich gewinnen

Der Begriff »wertschätzenden Kommunikation« bezeichnet keine Kommunikationsmethode, sondern vielmehr eine Haltung. Dabei geht es darum, auf die Bedürfnisse und Gefühle einzugehen, die hinter Handlungen und Konflikten stehen. Wer sich über seine eigenen Bedürfnisse und Gefühle im Klaren ist, kann auch empathischer und wertschätzender mit seinen Mitmenschen umgehen. Wertschätzende Kommunikation in diesem Sinn bedeutet, potenzielle Konflikte in friedliche Gespräche umzuwandeln und einfühlsame Verbindungen zu entwickeln.

<http://www.mappe.de>

Lesen Sie, wie Sie Ihren Mitarbeitern Wertschätzung entgegenbringen können.

