

# STÄNDIG AM BALL BLEIBEN

→ **FORTBILDUNGEN** für Handwerker sind seit jeher ein Thema. – In den letzten Jahren vermehrt, denn die Arbeitswelt verändert sich in einer rasanten Geschwindigkeit. Was bedeutet das für die Themen und Formate der Fortbildungen? Sind Online-Formate sinnvoll, wo sind ihre Grenzen und welche Themen sind besonders gefragt? – Die Mappe hat Malerbetriebe und Anbieter von Fortbildungen dazu befragt.

**I**ch lerne immer.« – Diese Aussage von Michelangelo Buonarroti ist aus dem 16. Jahrhundert überliefert. Schon damals, vor über 500 Jahren, war sich der Künstler bewusst, dass er, um eine perfekte Arbeit abzuliefern, stets an sich arbeiten und permanent lernen musste. Auch in unserer Zeit steht das Handwerk für lebenslanges Lernen. Die Berufe und damit auch die Anforderungen an die Beschäftigten verändern sich, es werden immer höhere Ansprüche gestellt, um im Wettbewerb mithalten zu können. Denn das, was gestern noch up to date war, ist morgen vielleicht nicht mehr zeitgemäß.

**Rasante Veränderungen fordern Reaktionen** »Wir leben generell in Zeiten rasanter Veränderungen. Gesellschaftliche und technische Neuentwicklungen überholen sich in unserer vernetzten Welt gefühlt

täglich, die Zusammenhänge sind immer schwerer zu durchschauen. Besonders spürbar wird das in der Arbeitswelt, kaum ein anderer Lebensbereich unterliegt einem derart radikalen Wandel«, erklärt auch Marius Marburger von der Brillux Akademie. Entsprechend ändern sich auch die Rahmenbedingungen des Handwerks ständig, ob durch neue Normen, Gesetze, Produkte oder auch durch die gegenwärtigen Krisen. »Da heißt es: Ständig am Ball bleiben. Keiner kann heute »auf Vorrat« lernen!«, fügt Volker Schubert, Leiter der Caparol Akademie hinzu.

Egal ob Mitarbeiterweiterbildung oder zeitgemäße Betriebsführung – das Thema Weiterbildung und -entwicklung wird immer wichtiger. »Hier den Anschluss nicht zu verlieren, ist sowohl für den individuellen Erfolg als auch für den Erfolg von Unternehmen essenziell«, erklärt Marburger. Und

Richard Rüttermann, Leiter des Anwendungstechnischen Zentrums Akzo Nobel Deco, ergänzt, je eher man sich über diese Entwicklungen informiere beziehungsweise darin weiterbilde, desto früher könne man das Neue im Tagesgeschäft umsetzen – eher vielleicht als der Mitbewerber. Dieser zeitliche Wissensvorsprung sei heute mehr denn je ein Erfolgsfaktor.

**Vorteile für Betrieb, Mitarbeiter und Betriebsklima** Fortbildungen haben aber nicht nur Vorteile für den Betrieb, der damit sein Angebot ausbaut und wettbewerbsfähig bleibt, sondern auch für den Mitarbeiter selbst, der sich fachlich qualifiziert. Gleichzeitig fördern Fortbildungen die Motivation, das Selbstbewusstsein sowie die Zufriedenheit der Mitarbeiter. Angestellte sind eher bereit, sich einzusetzen, wenn sie wahrnehmen, dass ihr Arbeitgeber in sie investiert. Gleichzeitig sorgen Fortbildungen für eine Verbesserung der Unternehmenskultur. Vor allem für Handwerksbetriebe, die auf langjährige Mitarbeiter setzen, kann sich diese Investition als lohnend herausstellen.

»Fortbildung ist wichtig, um vorhandene Mitarbeiter zu binden und gleichzeitig neue Mitarbeiter zu gewinnen. Stellt man dies geschickt an, sieht und entwickelt die Potenziale der Mitarbeiter, ist sie ein wichtiges Instrument zur Mitarbeiterbindung«, erklärt Ulrich

Foto: Schwabach Maler GmbH



→ **Lucas Schwabach** Juniorchef bei der Schwabach GmbH, Irsch

**»Der Mitarbeiter muss Lust auf die Fortbildung bekommen, sodass er nachher sagt: Das hat mir Spaß gemacht und ich habe etwas dazugelernt!«**



Fortbildungen sind heute wichtiger denn je, denn die Arbeitswelt ändert sich in einem rasenden Tempo

Foto: magale-picture/stock.adobe.com

Temps, geschäftsführender Gesellschafter der Temps GmbH Malereibetriebe aus dem niedersächsischen Neustadt. – Fortbildung ist für jeden einzelnen und fürs große Ganze bedeutend. Gleichzeitig ist sie auch ein mögliches Mittel, um dem Fachkräfte- bzw. Arbeitsmangel entgegenzutreten.

**Fortbildung in der Praxis** Doch wie sieht es heute in der Praxis im Malerbetrieb aus? Welche Rolle spielen dort Fortbildungen generell und welche Bedeutung haben Online-Formate? Diese Fragen stellte die Mappe drei Malerbetrieben: der Schwabach Maler- und Lackierer GmbH aus dem rheinland-pfälzischen Irsch, der Temps GmbH Malereibetriebe aus dem niedersächsischen Neustadt und der Steuernagel und Lampert GmbH aus dem hessischen Groß-Bieberau. Vorab lässt sich festhalten: Alle drei Geschäftsführer sind sich einig: Fortbildung war schon immer wichtig, auch heute führt kein Weg an ihr vorbei.

**Unterschiedlichste Angebote in regelmäßigen Zeitabständen** »Bei uns werden in unterschiedlichen, aber doch regelmäßigen Abständen Fortbil-

← **Jörg Held** Geschäftsführer Steuernagel und Lampert, Groß-Bieberau

**»Materialschulungen müssen in Präsenz stattfinden, denn nur so ist zu erkennen, wie sich das Produkt verhält.«**



Foto: Steuernagel und Lampert

dungen durchgeführt. Mindestens alle zwei Monate rollen wir ein Thema auf, auch on demand, also nach Bedarf«, berichtet Lukas Schwabach, Juniorchef bei der Schwabach GmbH. »Jeder Mitarbeiter hat seinen Fachbereich und wenn es dort etwas Neues gibt, gehen wir auf den Mitarbeiter zu und machen ihn darauf aufmerksam, sei es eine Schulung zu einem Produkt oder zu einem Thema, wie z. B. Schimmel-sanierung.« Kürzlich veranstaltete die Firma Schwabach einen Erste-Hilfe-Kurs für das gesamte Team. Neben der generellen Wichtigkeit dieses Themas diente diese Veranstaltung auch dem Teambuilding.

»Wir bei Steuernagel und Lampert möchten, dass jeder Mitarbeiter das macht, was ihm auch liegt und wenn sich jemand

weiterbilden möchte, darf er das gerne tun«, erklärt Geschäftsführer Jörg Held. Seiner Meinung nach müsse sich der Handwerker in jedem Bereich besonders fortbilden, allerdings sieht er dies im Denkmalbereich als noch nötiger an. Denn hier bestehe die Gefahr, dass möglicherweise Kulturgut unwiederbringlich zerstört werde. Etwa ein Viertel der Arbeit von Steuernagel und Lampert nimmt die Denkmalpflege ein.

Neben den Basics im Gewerbebereich, wie Arbeitsschutz, Ersthelferschulung oder Gerüstaufbau, sind im gewerblichen Bereich der Firma Temps einfache Grundlagen des Baurechts eine wichtige Fortbildung, denn darauf baut alles Andere auf. Hinzu kommt ebenfalls das Thema Compliance. In einem Seminar lernen Mitarbeiter, die Kunden- »



Fotos: Henning Scheffern



Die Teilnehmer sind mit Freude und Spaß bei der Sache

Foto: Henning Scheffern

Die Temps GmbH Malereibetriebe besitzen ein hauseigenes Schulungs- und Ausbildungszentrum

kontakt haben, regel- und gesetzeskonformes Verhalten. »Auch das Thema ›Vom Gesellen zur Führungskraft‹ findet genauso regelmäßig statt, wie der Azubi-Knigge bzw. der Gesellen-Knigge«, erklärt Ulrich Temps und macht auch auf eine Fortbildung zum Thema Videokonferenz aufmerksam, die in diesem Jahr die Mitarbeiter hinsichtlich Mimik, Gestik und Kleidung bei einer Videokonferenz schulte. Viele dieser Fortbildungen hält Temps im hauseigenen Schulungs- und Ausbildungszentrum ab, kauft aber auch Fortbildungen hinzu.

**Nicht alltägliche Fortbildung** Eine besondere Fortbildung für die Geschäftsführung und die Führungskräfte ist bei Steuernagel und Lampert eine mit psychologischem Inhalt, in der mit Unterstützung einer Psychologin und mit Hilfe eines Stufenprogramms analysiert wird, wie sich die Mitarbeiter mit ihren Möglichkeiten am besten weiterentwickeln können. »Unserer Meinung nach sollten Gesundheit und Psyche bei den Fortbildungen mehr im Vordergrund stehen«, fasst Jörg Held zusammen. Ulrich Temps schickte kürzlich hochmotivierte Gesellen und Vorarbeiter zur Bestenliga des Neuen Forums Baumanagement (NFB). 2,5 Tage wurden sie zu fachtechnischen Themen, wie z. B. Verarbeitung mit neuen Airlessgeräten, neue Lacktechnologien oder auch zu Konfliktmanagement, geschult und konnten gleichzeitig an einem

Erfahrungsaustausch auf hohem Level teilnehmen. »Zu derartigen Veranstaltungen schicken wir Mitarbeiter, die sich nicht nur fachlich besonders auszeichnen, sondern auch durch eine soziale Kompetenz, denn sie treten als Botschafter des Unternehmens auf«, erklärt Ulrich Temps.

**Nachgefragte Themen** Für alle drei Malerbetriebe sind Fortbildungen ein wichtiges Thema. Wie sieht es bei den Seminaranbietern aus und gibt es besonders häufig gebuchte Seminare? Eine erhöhte Nachfrage nach Fortbildungen vermelden die von der Mappe befragten Akademien von Caparol, Brillux und Sikkens. »Die Nachfrage ist extrem hoch, sodass wir leider nicht alle Wünsche erfüllen können. Das gilt insbesondere für die Seminare mit einem großen Praxisbezug bzw. mit einem großen Praxisteil, die am häufigsten gebucht werden«, erklärt Richard Rüttermann von Sikkens. Auch in

der Brillux Akademie stehen alle Praxis- und Produktthemen immer hoch im Kurs. »Aber wir merken auch, dass der Bedarf an sogenannten Soft Skill-Themen weiterwächst, etwa im Bereich Mitarbeiterführung«, ergänzt Marius Marburger. Die auch in der Caparol Akademie zu verzeichnende erhebliche Nachfrage nach technisch-fachlichen Angeboten begründet Volker Schubert damit, dass so akute Problemstellungen gelöst und sogenannte »Seiteneinsteiger« fachlich nachqualifiziert werden und dem Professionalisierungsdruck Rechnung getragen werde. »Gleichzeitig haben wir in den Phasen der Hochkonjunktur wahrgenommen, dass man sich für sogenannte weiche Themen weniger Zeit genommen hat.« Insgesamt lasse sich festhalten, dass der Wunsch bestehe, schneller, einfacher, fokussierter auf abgegrenzte Inhalte zu lernen. – Wie lässt sich schneller und fokussierter lernen? Eine Möglichkeit ist das Online-Seminar.

Marius Marburger Brillux Akademie



Foto: Brillux

**»In der Brillux Akademie stehen alle Praxis- und Produktthemen hoch im Kurs. Aber auch der Bedarf an sogenannten Soft Skill-Themen wächst weiter.«**



Ulrich Temps Geschäftsführender Gesellschafter der Temps GmbH Malereibetriebe, Neustadt

**»Fortbildung ist wichtig, um neue Mitarbeiter zu gewinnen und gleichzeitig, um bereits vorhandene Mitarbeiter zu binden.«**

boten stellen sie eine zeitgemäße Ergänzung dar«, erläutert Marius Marburger. »Die Dauer einzelner Lerneinheiten variiert von mehrtägig bis hin zu wenigen Minuten. Insbesondere reine Wissensformate wie Praxistipps können sehr gut on demand angeboten und abgerufen werden, sodass diese jederzeit und überall genutzt werden können.«

**In der Praxis bewährt** Wie kommen die von der Industrie stark ausgebauten Online-Formate in der Praxis bei den Malerbetrieben an? Alle drei Geschäftsführer unserer befragten Betriebe äußern sich positiv, insbesondere weil durch diese Formate Kostenersparnisse durch nicht getätigte Reisen entstehen. Die Firma Schwebach ist von Online-Fortbildungen begeistert. Lukas Schwebach berichtet, die von der Industrie angebotenen

Online-Formate werden von seiner Firma dankbar angenommen. »Besonders eignet sich dieses Format in unserem Betrieb für Produktschulungen und Produktvorstellungen. Aber auch schon vor Corona haben wir technische Merkblätter angeklickt, Erklärvideos angeschaut und diskutiert«, fügt der Juniorchef hinzu.

Im kaufmännischen und organisatorischen Bereich seien Online-Formate unschlagbar, erklärt auch Ulrich Temps. »Überhaupt haben wir im ersten Coronajahr viele Online-Webinare von externen Anbietern besucht und gleichzeitig auch inhouse auf Online-Formate umgestellt. Denn bestimmte Themen kann man online besser beschulen, auch wenn man an verschiedenen Standorten ist. Nutzen wir vor Corona auch Videoformate für den Erfahrungsaustausch, »

**Online – das neue Format** Alle drei Akademien bieten verstärkt, auch bedingt durch die Corona-Pandemie, Online-Formate an. »Bei uns ist die Nachfrage nach Online-Angeboten groß«, weiß Volker Schubert von Caparol. »Hauptsächlich vermitteln wir durch Online-Seminare Wissensthemen zu Produkten und technischen Regeln. Wir setzen dabei auf kurze Wissenshäppchen von maximal 90 Minuten Länge. Insgesamt sehen wir Online-Angebote als Ergänzung und nicht als Ersatz für Präsenzformate. Reine Wissensvermittlung zu eng abgegrenzten Themen und Wissensauffrischung können hervorragend online vermittelt werden. Dies werden wir beibehalten und auch ausbauen.«

Die Sikkens Akademie deckt online nahezu das gesamte Schulungsangebot ab – von der Produktschulung bis zur betriebswirtschaftlichen Schulung. Im Fokus steht dabei die Erstinformation bzw. die Auffrischung und nicht das »Selber-Erleben«. »Wenn es um Wissenstransfer bzw. Produktinformationen geht, ist das eine wirklich gute Sache. Wir werden über unsere Online-Akademie diese Seminare auch zukünftig anbieten. Sie wurden speziell für diese Schulungsform entwickelt«, ergänzt Richard Rüttermann und fährt fort: »Wir bieten zudem auch spezielle zweistufige Schulungen an, bestehend aus Online-Seminaren und Präsenz-Veranstaltungen.«

Auch im Weiterbildungsportfolio der Brillux Akademie sind vor allem digitale Live-Formate hinzugekommen. »Neben unseren Präsenzveranstaltungen und digitalen On-Demand-Ange-



Fortbildungen fördern die Motivation, das Selbstbewusstsein sowie die Zufriedenheit der Mitarbeiter

Foto: ehrenberg-bilder/stock.adobe.com

sind wir heute aufgrund von Corona mit Zoom oder Teams etwa zehn Jahre nach vorn katapultiert worden. Diese Formate behalten wir bei und werden sie weiter ausbauen.«

Auch bei Steuernagel und Lampert liegt seit der Coronazeit ein deutlicher Fokus auf Online-Schulungen. Jörg Held führt dazu aus: »Selbst bei Fortbildungen mit einem praktischen Inhalt hat sich eine Menge getan: Ich nahm kürzlich an einem Tapezierseminar online teil und das klappte wunderbar, denn auch die Seminarhaltenden haben sich weiterentwickelt. Ich vermute, zukünftig wird es vermehrt Seminare mit einer Kombination aus Präsenz und Online geben.«

### Grenzen des Online-Unterrichts

Jörg Held deutete bereits mögliche Grenzen der Online-Formate bei praxisbezogenen Seminaren an und fügt ergänzend hinzu, dass

insbesondere Materialschulungen in Präsenz stattfinden müssen, denn nur so sei zu erkennen, wie sich das Produkt verhalte. Auch Ulrich Temps berichtet, im gewerblichen Bereich haben Online-Formate ihre Grenzen: »Das Handwerk lebt von der praktischen Ausübung. Sicherlich sind gewisse Handlungen online vermittelbar, aber letztendlich muss vom Auge auf die Hand transformiert werden und dann sind Präsenzformate nötig. Außerdem haben wir auch bei den online abgehaltenen Prüfungsvorbereitungen der gewerblichen Mitarbeiter im ersten Coronajahr festgestellt, dass im Präsenzunterricht bei den Teilnehmern wesentlich mehr Unterrichtsstoff hängen bleibt.« In diesem Zusammenhang fügt auch Volker Schubert von Caparol hinzu, das Aneignen handwerklicher Fähigkeiten und Themen, welche die intensive, aktive Mitarbeit der Teilnehmer erfor-

dern, könne auch zukünftig nur in Präsenz wirkungsvoll vermittelt werden. Außerdem sei Lernen auch immer ein sozialer Prozess, der durch die Gruppe befördert werde – hier seien Präsenzangebote nicht zu ersetzen. Richard Rüttermann von Sikkens bringt es abschließend auf den Punkt: »Keine Online-Schulung kann eine Präsenzschiulung ersetzen – ganz gleich ob ›live‹ oder aus der ›Konserve‹ vorgeführt wird. Der persönliche Kontakt zu den Teilnehmenden und deren direkte Auseinandersetzung mit dem Produkt kann über Online-Schulungen nicht erreicht werden. ›Ein Lernen, wie es geht‹ ist hier nur eingeschränkt möglich.«

### On-Demand-Learning, auch bei einem Kaffee

Eine Reaktion auf eine sich schnell verändernde Arbeitswelt ist das On-Demand-Learning, das heißt, Inhalte dann zu lernen, wenn sie wirklich gebraucht werden. Denn das »Lernen auf Vorrat« ist heute nicht mehr zeitgemäß. Auch unsere drei Malerbetriebe nutzen diese Methode. Lukas Schwabach berichtet: »Sobald technische Blätter geändert werden und für uns interessant sind, widmen wir uns diesen. Je nach Bedarf bei kleineren Aspekten entweder direkt bei einem Kaffee im Stehen oder bei umfangreicheren Themen, die das gesamte Team betreffen, etwas länger. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass Fortbildungen zeitlich

**Volker Schubert** Leiter der Caparol Akademie

»Bei uns ist die Nachfrage nach Online-Angeboten groß. Insgesamt sehen wir Online-Angebote als Ergänzung und nicht als Ersatz für Präsenzformate.«



Für die Temps GmbH Malereibetriebe gehört das Thema Fortbildung zum Alltag

Foto: Henning Scheffern

Bestimmte Inhalte lassen sich über Online-Formate hervorragend vermitteln. Sobald es um die Praxis geht, sind Seminare in Präsenz gefragt

immer im Rahmen bleiben müssen, um den Mitarbeitern nicht zu viel zuzumuten, denn bei längeren Formaten lässt schnell die Konzentration nach.« Auch in der Temps GmbH Malereibetriebe und bei Steuernagel und Lampert gehören kurze Schulungseinheiten bei Bedarf über Arbeitssicherheit, Coronaregeln, Technik, ein neues EDV-Tool oder Baustellenorganisation, in denen man sich abgleicht, zum Alltag. Dies passiert entweder in Präsenz oder auch in Videokonferenzen. Jörg Held berichtet: »Bei uns im Betrieb nutzen die Mitarbeiter, wenn es ihnen sinnvoll erscheint und Bedarf besteht, ebenfalls selbstständig Videofortbildungen.«

### Benehmen und Umgang unverzichtbar

Auch wenn sich die Rahmenbedingungen und die Themen zum Teil ändern, gibt es Fortbildungen, die sich, abgesehen von verpflichtenden Sicherheitsunterweisungen und Ersthelferausbildungen, in den Malerbetrieben bewährt haben und die in jedem Fall beibehalten werden sollten. Dazu zählen z. B. aus der Praxis laut Ulrich Temps der Azubi- bzw. der Gesellenknigge, in dem Benimmregeln vermittelt und Stresssituationen durchgespielt werden. Auch Jörg Held sieht Fortbildungen dieser Art mit dem Thema Umgang und Auftreten der Mitarbeiter als besonders wichtig an. »Gerade weil wir ein schlechtes Image von früher geerbt haben«, erklärt Held. Darüber hinaus benennt Temps als wichtige Fortbildung den Hebebühnenführerschein, die Aufmaßschulung, das Thema Compliance und Themen wie »Gesellen als Ausbilder« oder »Vom Kollegen zur Führungskraft«. Jörg Held fügt das Thema »Abdecken und Abkleben« als wichtig hinzu, merkt aber auch an, dass Fortbildungen generell abhängig von Situation und Bereich und nicht immer zu pauschalisieren seien.

### Unternehmensnachfolge und Führung

Dieser Meinung ist auch Volker Schubert von der Caparol Akademie: »Wir müssen bei der Wichtigkeit der Fortbildung nach den Funktionen im Betrieb unterscheiden. Bei den Inhabern stellen wir fest, dass sich viel zu wenig Betriebe mit dem Thema Unternehmensnachfolge beschäftigen. Die Suche und der Aufbau der Nachfolgeneration brau-



Song\_about\_summer/stockadobe.com

**Richard Rüttermann** Leiter des Anwendungstechnischen Zentrums Akzo Nobel Deco

»Keine Online-Schulung kann eine Präsenzschiulung ersetzen – ganz gleich ob ›live‹ oder aus der ›Konserve‹ vorgeführt wird.«



Foto: Sikkens

chen mehrere Jahre. Auch beim Übertrag von Werten und Vermögen, braucht es allein aus rechtlicher und steuerlicher Sicht oft Jahre, um alles so abzuwickeln, damit es kein böses Erwachen gibt. Für mich sind Weiterbildungen zu diesen Themen für jeden Betrieb im Wortsinn überlebenswichtig. Daneben müssen wir alle ständig an unseren Führungsfähigkeiten arbeiten. Wenn wir den wenigen Nachwuchs gewinnen, halten und entwickeln wollen, dann müssen wir in der Lage sein, besser mit ihnen zu reden und unseren Entscheidungen Sinn zu verleihen. Marius Marburger von der Brillux Akademie betont: »Wer gezielt guckt, was er oder sie braucht, findet heutzutage in der Regel immer ein passendes Angebot. Wichtig ist, dass man aktiv ist und bleibt.« Es solle der individuelle Bedarf im Fokus stehen.

### Großer Blumenstrauß mit vielen Facetten

Unterm Strich bleibt festzuhalten: Fortbildung war schon immer wichtig, hat in den letzten Jahren aber noch an mehr an Bedeutung gewonnen, auch durch rasant wachsende Veränderungen und neue Formate. Ulrich Temps fasst es wie folgt zusammen: »Das Thema Fortbildung ist ein großer Blumenstrauß und zieht sich durch alle Hie-

rarchieebenen vom Azubi bis zur Geschäftsführung. Nur wenn auch der Chef das Thema mit Emotionen vorlebt, können die Mitarbeiter mitgenommen werden. Bei uns lebt das Thema Fortbildung und gehört zum Alltag. Die Themen werden immer wieder weiterentwickelt und auf den Prüfstand gestellt. Für uns ist die Fortbildung ein entscheidendes Instrument, um eine Mitarbeitermarke bzw. Firmenmarke aufzubauen. Wir schauen schwerpunktmäßig darauf, wie wir Potenziale unserer Mitarbeiter entdecken, freilegen und weiterentwickeln können. Dabei ist es wichtig, in der Firma zu kommunizieren, warum wir uns um Fortbildung bemühen. Nämlich, um zum Beispiel auf den demografischen Wandel zu reagieren, die Arbeitsplätze zu sichern und damit auch die Unternehmenszukunft.« Wichtig bei den Fortbildungen sei laut Lukas Schwabach die »Verpackung« der Veranstaltung und die abwechslungsreiche Art der Fortbildung, im Idealfall mit einer Kombination aus Theorie und Praxis. Der Mitarbeiter könne nicht stundenlang einer Präsentation folgen, er müsse Lust auf die Fortbildung bekommen, sodass er nachher sagt: Das hat mir Spaß gemacht und ich habe etwas dazugelernt!

Dr. Alexandra Nyseth