

chere Kompetenzen in der Betriebsführung und der Marktbearbeitung vermittelt würden.

Dozentin Beate Amrehn hat in den vergangenen Jahren bei ihren Studenten eine nachhaltige Veränderung ausmachen können: „Künstlerische Kreativität und Betriebswirtschaftslehre schließen einander nicht länger aus.“ Die jungen Handwerker, die sich heute auf Gut Rosenberg mit dem Handwerksdesign beschäftigen, setzen andere Prioritäten als ihre Vorgänger. Natürlich handele es sich nach wie vor um Tischler, Metallbauer, Gold- und Silberschmiede, Keramiker und Steinmetze. Aber es stünden heute andere Fragen im Vordergrund. Ihre Beobachtung fasst sie so zusammen: „Früher bot das Handwerk eine gewisse Sicherheit. Da wusste man, wie es weitergeht und hat sich irgendwann so etwas wie den „Gestalter im Handwerk“ gegönnt. Heute ist das anders. Die Zukunft erscheint nicht mehr in vorgezeichneten, sicheren Bahnen. Das prägt, und die jungen Leute kommen heute mit ganz klaren Vorstellungen und konkreten Fragen. Wie lange dauert es? Was kostet es? Was bringt es mir?“

#### Studiengang mit Zulauf

Eine Antwort auf diese veränderten Qualifikationsanforderungen des Berufsnachwuchses im Handwerk ist der Studiengang „Two in One“. Und es scheint die richtige Antwort gewesen zu sein. Starteten 2003 bereits 28 Jugendliche ins erste Semester, von denen heute noch 20 dabei sind, so wuchs das Interesse daran geradezu schlagartig. Schon ein Jahr später schrieben sich 48 junge Leute für das erste Semester des neuen Studienganges ein, darunter beispielsweise allein 23 Tischler.

Der Wunsch nach beruflicher Selbstständigkeit jedoch, so Beate Amrehn, sei nicht die ausschlaggebende Triebfeder der jungen Leute, ihren Wissensdurst auf Gut Rosenberg zu stillen. „Viel wichtiger ist es, dass sie ein zusätzliches Angebot und damit die Möglichkeit eröffnet bekommen, den für sie richtigen Weg innerhalb des Handwerks mit einer Weiterbildung auf Fachhochschulniveau wählen zu können und dabei eine weitere Option zu besitzen, eben die Fähigkeiten zum Führen eines eigenen Unternehmens.“ Bisher, so ihre Beobachtung, habe sich jeder dritte bis vierte ehemalige Student selbstständig gemacht. In den vergangenen drei bis vier Jahren nahmen die Existenzgründungen der Ehemaligen stark zu. Neben den klassischen Handwerksbe-

trieben setzten sich auch immer mehr neue Gründungsideen rund ums Design durch. Durch „Two in One“, da ist sich Beate Amrehn sicher, werde es ganz sicher einen weiteren Schub bei den gründungswilligen jungen Handwerkern geben.

Jan Zimmermann bestätigt diese Annahme. Der gelernte Metallgestalter, früher der Kunstschmied, hat bereits die Teile III und IV der Meister-vorbereitung abgeschlossen und

### Mit dem neuen Studiengang „Two in One – Design und Unternehmensführung“ werden Handwerksdesign und Betriebsmanagement eng verknüpft.

steckt jetzt mitten in den Zwischenprüfungen des zweiten Studienjahres. Ihm ist die Kombination von künstlerischer Herausforderung und Aspekten der Wirtschaftlichkeit einer Betriebsführung außerordentlich wichtig. „Die Vertiefung unseres gestalterischen Wissens und Könnens kann nur eine Seite sein, um mich eines Tages auch zu ernähren“, sagt er. „Ich brauche auch einen Markt, und um den zu finden, ist dieser kombinierte Studiengang sehr hilfreich. Die öffentliche Hand ist blank. Dort sind künftig keine Aufträge mehr zu erwarten. Ich muss also losziehen und meinen Markt selbst finden. Das sehen übrigens alle meine Kommilitonen auch so.“

Ob er eines Tages ein Unternehmen gründen wird? Jan Zimmermann weiß es noch nicht. Er schließt es aber in keinem Fall aus. Nicht zuletzt auch deshalb hält er heute in der kostbaren, weil äußerst knappen Freizeit Kontakte zu Handwerkskollegen. Den Netzwerkgedanken pflegt auch die Handwerksakademie, beispielsweise mit einer Absolventenliste auf ihrer Homepage. Kooperation soll helfen, den weitgehenden Mangel der Studenten an praktischen Berufserfahrungen auszugleichen. Dazu gehört beispielsweise auch die seit sieben Jahren angebotene Aachener Sommerakademie, die künstlerisch Interessierten die verschiedensten Kurse anbietet. Den Metallbildhauerkurs übrigens leitet von Anfang an niemand anders als Meisterdesigner Norbert Weber.

#### Rechtzeitig vernetzen

„Einer der entscheidendsten Erfolgsfaktoren besteht darin, sich rechtzeitig zu vernetzen“, weiß der Aachener Meister aus eigener Erfahrung. Da ist zum einen die künstlerische Idee,

mit der er sich am Markt durchgesetzt hat. Frühzeitig hatte er für sich klare Ziele formuliert: Hochwertige Produkte anbieten, individuellen Geschmack entwickeln, einen Nischenplatz finden – kurz, der Beste werden. Dies gelang beispielsweise durch die Verbindung ungewöhnlicher Materialien. Indem Katrin und Norbert Weber beispielsweise Weidenruten und Stahl in einem Produkt verarbeiten, haben sie etwas völlig Neues ge-

schaffen. Gelingen konnte dies nur, weil der Kontakt zu den Kommilitonen von einst nie abbrach und inzwischen zu einer engen Zusammenarbeit mit Korbflechtern, aber auch Schreibern, Steinmetzen oder Glasmalern führte. „Wir sprechen die gleiche Sprache“, sagt Norbert Weber kurz und bündig dazu.

Der Meisterbetrieb reiht mit seinen innovativen Produkten nicht nur einen Verkaufserfolg an den nächsten, sondern setzt gleichzeitig auch noch gestalterische Akzente. Auf der Frankfurter Messe ISH, der Internationalen Fachmesse für Energietechnik, Erlebniswelt Bad, Klima- und Lüftungstechnik, erhielt das Unternehmen im Frühjahr den Preis „Design Plus“ 2005. Unter 250 Exponaten der Aussteller erfüllte der Kaminrost der Linie „Weber Metallmanufaktur“ am besten die Forderungen der Jury nach einer intelligenten Verbindung von Funktionalität und Ästhetik.

Ein weiterer Netzwerk-Vorteil des Aachener Unternehmens liegt in der Marktbearbeitung. Viele Aufträge – darunter sogar der Bau eines Treppengeländers in einem Wohngebäude in Paris – kommen aus dem Kreis der Selbstständigen unter den Ehemaligen und ihrer Kunden. Kein Wunder, weiß Norbert Weber, ist Vertrauen doch die Basis allen Erfolgs. Netzwerkarbeit ist es auch, die den Betrieb alljährlich auf eine Aachener Frühjahrsmesse führt. Weber Metallgestaltung ist mit seinen solide verarbeiteten und künstlerisch anspruchsvollen Produkten gleich neben einem Floristen, einem Möbelhaus und einem Autohaus zu finden. Der Reiz dieser Leistungsschau besteht in der Verschiedenartigkeit der Unternehmen und damit einmal mehr in der Möglichkeit, neue Kundengruppen anzusprechen. *Reinhard Myritz*