Villeroy & Boch
1748

Einblicke

DAS MAGAZIN

06 Fabrik N°09
NEUES BÜRO- UND KONFERENZZENTRUM

12 #VBclassics
INTERNATIONALE BLOGGERKAMPAGNGE

16 VR Cardboard
VIRTUAL REALITY FÜR ZUHAUSE

20 Artesano Nature
HANDARBEIT MADE IN GERMANY

Fabrik N°09: das neue Büro- und Konferenzzentrum von Villeroy & Boch in Mettlach

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

unsere Arbeitswelt ist im Wandel – die klassische dauerhafte Einzelarbeit am Schreibtisch ist heute eher die Ausnahme. Vielmehr besteht unser Arbeitstag aus einer Vielzahl verschiedener Aktivitäten: wir arbeiten projektbezogen und in interdisziplinären Teams – mit steigender Tendenz. Aus diesem Grund ist es von großer Bedeutung, den Mitarbeitern von heute ein Arbeitsumfeld zu bieten, das für jede Aufgabe die passende Umgebung bietet.

Diesen Schritt sind wir mit der Einweihung unseres neuen Büro- und Konferenzzentrums am Unternehmensstammsitz in Mettlach gegangen. Mit Fabrik N°09 – einem ehemaligen Fabrikgebäude – haben wir für unsere Mitarbeiter eine neue Arbeitswelt geschaffen, die für jede Tätigkeit einen geeigneten Platz bietet: Hier nutzen unsere Mitarbeiter modern ausgestattete Gruppenarbeitsbereiche und Projekträume zur Teamarbeit, Skype-Räume zum Telefonieren, sogenannte Silence-Räume für die konzentrierte Arbeit und zahlreiche Flächen zum Netzwerken und spontanen Austauschen. Letzteres war uns bei der Gestaltung des neuen Gebäudes besonders wichtig, da vor allem zufällige Kommunikation zu neuen Denkanstößen und kreativen Ideen führt.

Ich bin überzeugt: Wer qualifiziertes Personal halten und neue Talente gewinnen will, muss ihnen unter anderem ein hochmodernes Arbeitsumfeld bieten – mit Fabrik N°09 gehen wir einen wichtigen Schritt in diese Richtung.

Ich lade Sie herzlich ein, sich im diesjährigen Einblicke-Magazin ein Bild unserer neuen Arbeitswelt bei Villeroy & Boch zu machen (Seite 6) und wünsche – auch bei den weiteren Beiträgen – viel Freude bei der Lektüre!

Ihr

Frank Göring

INHALT

FABRIK N°09 *06*
Neues Büro- und Konferenzzentrum

#VBCLASSICS *12*
Internationale Bloggerkampagne

VR CARDBOARD *16*
Virtual Reality für zuhause

ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN *18*
Tisch- und Badkulturen weltweit

ARTESANO NATURE *20*
Handarbeit made in Germany

DIE LEHRWERKSTATT IN METTLACH *22*
Zwischen Drehbank, Laptop und Teamwork

DESIGN AWARDS *24*
Design-Auszeichnungen für Villeroy&Boch

DAS JAHR IN ZAHLEN *25*
Das Jahr 2017

REFERENZEN *26*
Highlights aus dem Projektgeschäft

WERK IM PORTRÄT *28*
Villeroy&Boch in Belgien

#VBclassics: Bloggerkampagne *12*

VR Cardboard: Virtual Reality für zuhause *16*

Andere Länder, andere Sitten: Tisch- und Badkulturen *18*

Artesano Nature: Handarbeit made in Germany *20*

MODERNES BÜROKONZEPT IN DER EHEMALIGEN FABRIK

Für jede Tätigkeit den optimalen Arbeitsort: Mit diesem Ziel hat Villeroy & Boch das neue Büro- und Konferenzzentrum Fabrik N°09 in Mettlach eröffnet und damit einen wichtigen Teil des Standortentwicklungsprojekts „Mettlach 2.0“ fertiggestellt. Durch moderne Arbeitsplatzkonzepte wird innovatives und kreatives Denken gefördert und der abteilungsübergreifende Wissenstransfer erleichtert.

Wo sich einst Lager- und Produktionsräume befanden, erinnert heute nur noch der Name der Fabrik N°09 an die Vergangenheit. Das neue Gebäude löst mit einem breiten Arbeitsplatzangebot klassische Bürostrukturen auf: Offene Flächen und vielfältige Arbeitsbereiche fördern die Kommunikation und Zusammenarbeit unter allen Mitarbeitern.

Mehr als 4.000 Quadratmeter auf drei Etagen umfasst das Gebäude, dessen Mittelpunkt eine große Treppe aus Eichenholz im neuen Eingangsbereich ist. Sie verbindet das Erdgeschoss mit den oberen Etagen und lässt den Blick zwischen den Geschossen frei. Die Treppe ist aber nicht nur Blickfang und Treffpunkt; sie steht auch symbolisch für die neu geschaffene Arbeitswelt von Fabrik N°09 bei Villeroy & Boch, die von offener Kommunikation sowie kreativem Austausch geprägt ist. In drei Zonen – „Marktplatz“, „Arbeiten“ und „Netzwerken“ – stehen den mehr als 200 Mitarbeitern aus den verschiedenen Kommunikationsabteilungen rund um Marketing, Online-Unit, PR sowie Produktentwicklung und -management Arbeitsflächen zur Verfügung.

„Ich bin stolz, dass wir mit Fertigstellung von Fabrik N°09 eine moderne Arbeitswelt für unsere Mitarbeiter geschaffen haben. Auf vielfältigen Arbeits- und Projektflächen fördern wir eine vernetzte Zusammenarbeit sowie den Informationsaustausch und die Kommunikation – vor allem über die Grenzen der Abteilungen und Unternehmensbereiche hinweg“, erklärt Frank Göring, Vorstandsvorsitzender der Villeroy & Boch AG. „In Fabrik N°09 gibt es für jede Aufgabe die passende Raum- und Arbeitssituation. Das bedeutet beispielsweise, in den Gruppenarbeitsbereichen und Projekträumen wird im Team gearbeitet, sogenannte Silence-Räume eignen sich für die konzentrierte Arbeit und auf den Netzwerk-Flächen kann zwischen zwei Terminen temporär gearbeitet oder sich ausgetauscht werden“, erklärt er weiter.

Um den Anforderungen an ein modernes Bürokonzept gerecht zu werden, arbeitete das Unternehmen nicht nur mit hauseigenen Architekten und Planern zusammen. „Bei der Gestaltung der Arbeitsflächen haben wir uns auch auf die Expertise führender Bürospezialisten verlassen. So entstanden Bereiche, die für die unterschiedlichsten Tätigkeiten Platz bieten“, erklärt Dorothea Ott, die das neue Fabrik N°09-Bürokonzept seitens Villeroy & Boch maßgeblich mitgestaltet hat.

CEO Frank Göring:

„UNSERE MITARBEITER SIND UNSER WICHTIGSTES GUT. WIR MÖCHTEN IHNEN IDEALE ARBEITSBEDINGUNGEN BIETEN, ABER AUCH TALENTE AUS ALLER WELT NACH METTLACH LOCKEN. ICH BIN ÜBERZEUGT, MIT FABRIK N°09 SIND WIR DIESEM ZIEL EINEN BEDEUTENDEN SCHRITT NÄHER GEKOMMEN.“

DIE ARBEITSBEREICHE

Um die flexible und projektbezogene Zusammenarbeit zu fördern, gibt es in Fabrik N°09 in der Regel keine fest zugewiesenen Schreibtische mehr. Die Schreibtische sind elektrisch höhenverstellbar, so dass ebenfalls im Stehen gearbeitet werden kann. Auch für ideale Akustik im Gebäude wurde gesorgt: Kleine Trennwände zwischen den Schreibtischen, Teppichboden, Schallisolierung an den Decken sowie Filzvorhänge an den offenen Projektbereichen regulieren die Lautstärke. Für intensivere Telefonate oder Gespräche stehen Telefonboxen und Skyperäume mit großen Monitoren und Weitwinkelkameras für Video-Konferenzen zur Verfügung. Für Meetings und den kreativen Austausch in Teams wurden Besprechungs- und Projekträume mit beschreibbaren Wänden und großen Flatscreens eingerichtet. Und um z. B. in aller Ruhe an Texten, Konzepten oder Präsentationen zu arbeiten, stehen den Mitarbeitern Silence-Räume zur Verfügung.

DIE NETZWERKFLÄCHEN

Bekanntlich entstehen rund 85 Prozent aller Innovationen durch zufällige Kommunikation und nicht geplanten Austausch, daher kam der Schaffung von Netzwerkflächen eine große Bedeutung zu. Temporäre Arbeitsplätze, Tea & Coffee-Stationen und ein Lounge-Bereich: Die Netzwerkflächen eignen sich als kurzfristiger Arbeitsplatz zwischen zwei Meetings, als informeller Ort für ein Treffen und um sich spontan mit Kollegen bei einem Kaffee auszutauschen. Sie wurden zentral an Laufwegen u. a. am Geländer des Treppenaufgangs in den oberen Geschossen von Fabrik N°09 eingerichtet und sind – beispielsweise zum Laden des Laptops – alle mit Steckdosen und USB-Anschlüssen ausgestattet.

DER MARKTPLATZ

Den Mittelpunkt im Erd- und Zwischengeschoss von Fabrik N°09 bildet der sogenannte „Marktplatz". Die Fläche, die sich um die zentrale Treppe im Erdgeschoss erstreckt, kann von allen Villeroy & Boch-Mitarbeitern genutzt werden. Im Erd- und Zwischengeschoss des sogenannten Marktplatzes können sie sich zwischen Terminen aufhalten und arbeiten oder an Mitarbeiterveranstaltungen teilnehmen, die hier stattfinden. Neben einer sogenannten Arena, in der sich Sitzflächen auf zwei Ebenen und eine beschreibbare Wand befinden, holzeingefassten Besprechungsnischen und Telefonboxen gehören auch vier große Konferenzräume im Erdgeschoss dazu.

FABRIK N°09 – EIN ENERGETISCHES VORZEIGEOBJEKT

Insgesamt wurde das Gebäude mit mehr als 550 Mess- und Steuerelementen ausgestattet, über die sowohl die Temperatur, der Sauerstoffgehalt als auch die Beleuchtung in Fabrik N°09 zentral gesteuert werden. Die Temperaturregulierung im Gebäude funktioniert über rund 25 Kilometer verlegte Fußbodenheizungsrohre. Das Besondere dabei: Das Wasser, mit dem im Winter geheizt und im Sommer gekühlt wird, stammt aus dem unternehmenseigenen Brunnen.

Bei starker Sonneneinstrahlung werden darüber hinaus die Fenster automatisch verschattet. Auch der Sauerstoffgehalt der Luft wird über Sensoren ständig überprüft: Bei einem zu hohen Kohlenstoffdioxid-Gehalt (CO_2) wird über ein Belüftungssystem mehr Sauerstoff beigemischt.

INNOVATIVE IDEEN BRAUCHEN FREIRAUM.

Ein besonderes Highlight in Fabrik N°09 sind die WC-Anlagen: Denn: In Fabrik N°09 gleicht kein Toilettenraum dem anderen. Insgesamt gibt es sieben WC-Anlagen, die natürlich exklusiv mit Villeroy & Boch-Produkten ausgestattet sind – aber darüber hinaus eigens für Fabrik N°09 in verschiedenen Themenwelten und mit dazu passender Musik inszeniert wurden: Energy Boost-Räume mit kräftigen Farben oder im Metallic-Look, ein Zen Garten, ein Amazonia- und ein Dschungel-Bad.

Mettlach 2.0:

ZIEL IST ES, DAS ORTSBILD ZU MODERNISIEREN, METTLACH ALS ZIEL FÜR SHOPPING- UND INDUSTRIEKULTUR-TOURISTEN ATTRAKTIVER ZU MACHEN UND MODERNE ARBEITSWELTEN FÜR DIE VILLEROY & BOCH-MITARBEITER ZU SCHAFFEN.

DAS VISIONÄRE STANDORTENTWICKLUNGS-PROJEKT „METTLACH 2.0“

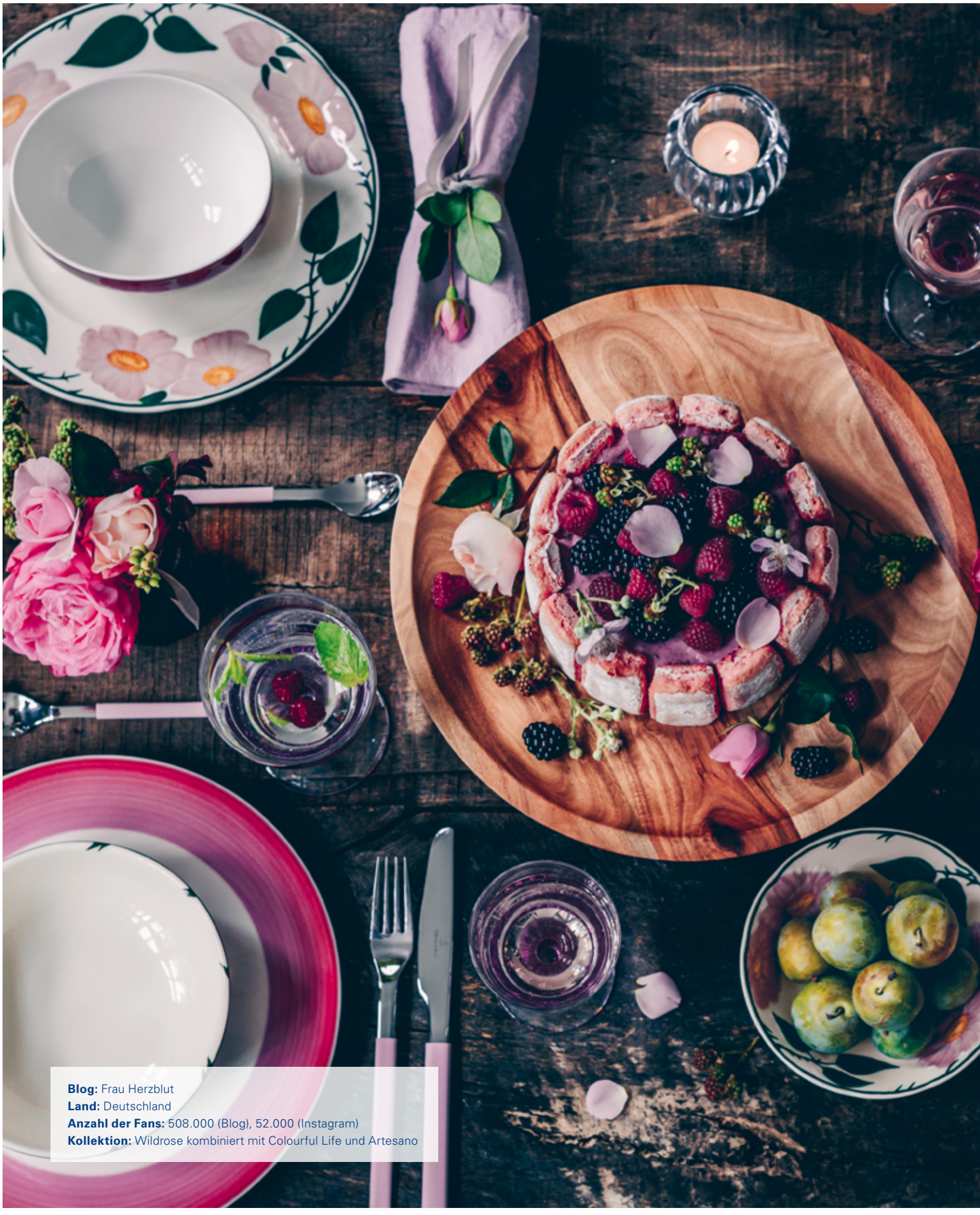
Villeroy & Boch und Mettlach: Seit mehr als 200 Jahren sind das Unternehmen und der Ort untrennbar miteinander verbunden. Jean-François Boch kaufte im Jahr 1809 das alte Benediktinerkloster, in dem sich noch heute die Hauptverwaltung befindet, und setzte das durch den Ersten Koalitionskrieg ab 1792 stark zerstörte Gebäude wieder instand. Mit dem Erfolg des Unternehmens wuchs auch der Bedarf an Fertigungsstätten, was zu einer dichten Bebauung des Abtei-Geländes führte. Die Umgestaltung des Unternehmenshauptsitzes ist ein bedeutsamer Teil von „Mettlach 2.0“, einem visionären Standortentwicklungsprogramm der Gemeinde Mettlach und Villeroy & Boch. Ziel ist es, das Ortsbild zu modernisieren, Mettlach als Ziel für Shopping- und Industriekultur-Touristen attraktiver zu machen und moderne Arbeitswelten für die Villeroy & Boch-Mitarbeiter zu schaffen.

„NEUES ARBEITEN“

Im Zusammenhang mit dem Begriff „Neues Arbeiten“ tauchen immer wieder Begriffe wie Open-Space-Office, Clean Desk oder Desk Sharing auf: Während sich die Arbeitszeit am Schreibtisch reduziert, wird die interdisziplinäre und abteilungsübergreifende Projektarbeit immer bedeutsamer. Neben dem klassischen Schreibtisch gibt es Projekträume, Skype- und Besprechungsräume, Thinktanks für die konzentrierte Arbeit, temporäre Arbeitsflächen und Begegnungsräume für die spontane Kommunikation. Denn: Innovative Ideen brauchen Freiraum. Häufig beflügelt ein Perspektivwechsel die Kreativität und wird durch den Austausch mit Kollegen aus anderen Abteilungen oder Teams unterstützt.

DIE FABRIK IN ZAHLEN

4.500	203	12	444	8	25	60
Quadratmeter Bruttofläche	Mitarbeiter in Fabrik N°09	Fachbereiche	Stühle	Skyperäume	Kilometer Fußboden-heizungsrohre	Besprechungs-orte



Blog: Frau Herzblut
Land: Deutschland
Anzahl der Fans: 508.000 (Blog), 52.000 (Instagram)
Kollektion: Wildrose kombiniert mit Colourful Life und Artesano

#VBCLASSICS: DAS REVIVAL DER TISCHKULTUR-KLASSIKER

Blogger sind aktuell die Meinungsführer im Netz: Die Anzahl ihrer Fans erreicht nicht selten einen sechsstelligen Bereich. Diese trend- und stilbewussten Fans von Villeroy & Boch zu begeistern, ist Ziel von kreativen Kooperationen wie der #VBclassics-Kampagne.

Klassische Tischkultur-Kollektionen in einem neuen und modernen Ambiente inszenieren – so lautete die Aufgabe bei der internationalen Bloggerkampagne, die Villeroy & Boch im September mit Lifestyle-Bloggerinnen in fünf Fokusmärkten umsetzte: Deutschland, Frankreich, Großbritannien, den USA und Japan. Ob rustikaler Nachmittagskaffee, gemütliches Picknick oder fröhlich-bunte Spätsommer-Fete – der Fantasie der Blogger waren keine Grenzen gesetzt. Alt Luxemburg oder Wildrose erhielten so einen coolen, modernen Look und waren Inspiration für die zahlreichen Fans und Follower der Blogger.

Und zahlreich darf man hier wörtlich nehmen: Allein auf Instagram erreichten die Blogger in Summe etwa 1,2 Millionen Follower und erhielten für ihre Beiträge 27.000 Likes. Mehr als 600.000 Fans und Follower wurden darüber hinaus über die Reposts in den Villeroy & Boch-Kanälen Instagram und Facebook erreicht.

Blog: The Lovely Drawer
Land: Großbritannien
Anzahl der Fans: 109.000 (Blog), 24.000 (Instagram)
Kollektion: Alt Luxemburg kombiniert mit Artesano und einer Vase der Kollektion Verso

Blog: Our Food Stories
Land: Deutschland
Anzahl der Fans: 971.000 (Instagram)
Kollektion: Petite Fleur

Blog: Coco + Kelley
Land: USA
Anzahl der Fans: 53.000 (Instagram)
Kollektion: Audun kombiniert mit Colourful Life, Boston Smoke-Gläsern und Besteck der Serie S+

Blog: The Other Art of Living
Land: Frankreich
Anzahl der Fans: 6.000 (Blog), 54.000 (Instagram)
Kollektion: French Garden kombiniert mit Clever Cooking

Blog: Rainbowholic
Land: Japan
Anzahl der Fans: 27.000 (Instagram)
Kollektion: Alt Luxemburg kombiniert mit Pasta Passion

VIRTUAL REALITY FÜR ZUHAUSE

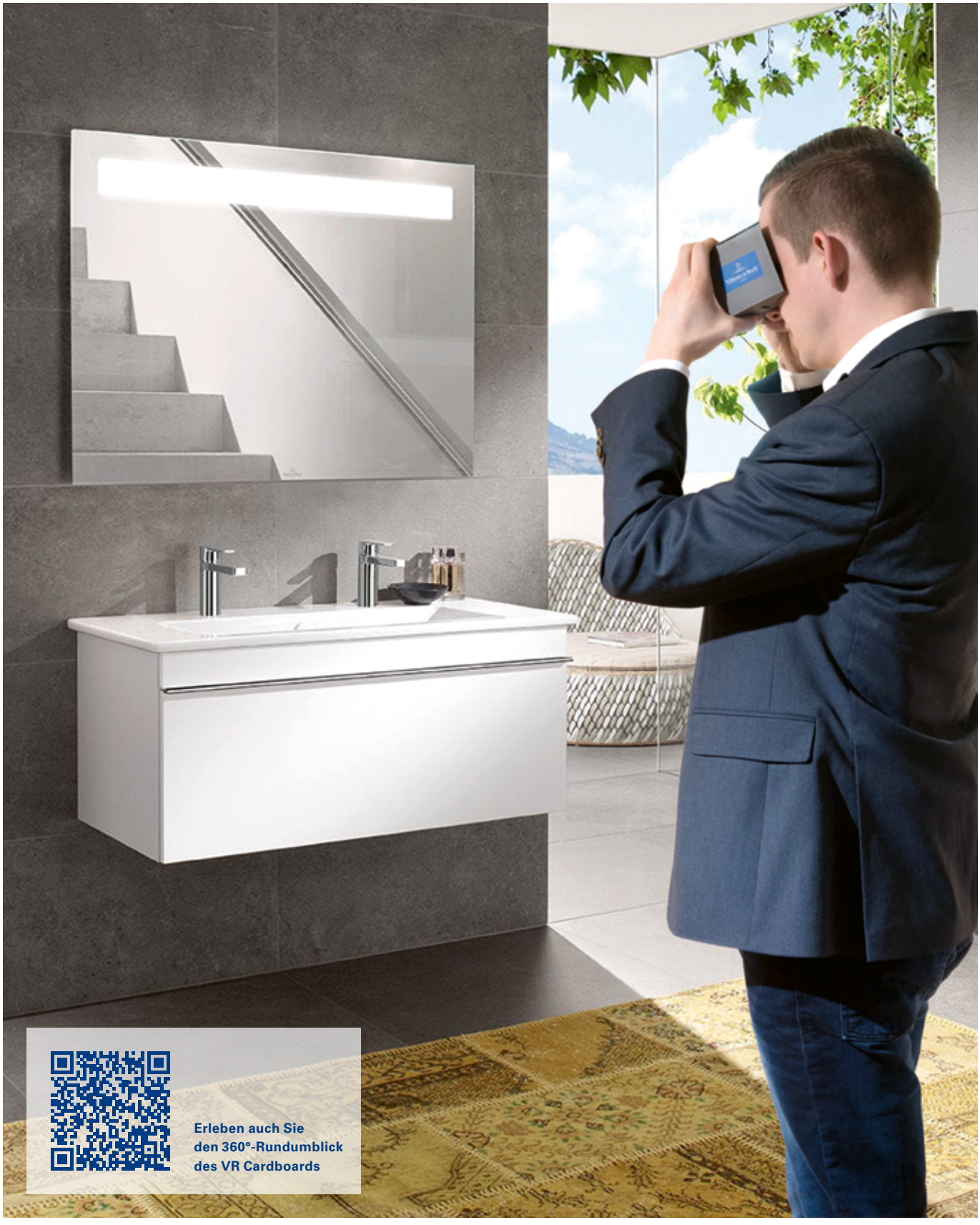
Das neue Bad einfach und komfortabel von zuhause aus planen: Das ermöglicht der Online-Badplaner von Villeroy & Boch. Im Jahr 2017 wurde das beliebte Planungstool erweitert. Dank Virtual Reality können Nutzer ihr geplantes Bad nun auch räumlich erleben.

Wer sein Bad am eigenen Computer oder Tablet planen möchte, ist bei Villeroy & Boch richtig. Mit dem intuitiv nutzbaren Online-Badplaner-Tool wurden bereits unzählige Bäder geplant. „Wir wollen den Endkunden ihr persönliches neues Traumbad so nahebringen wie möglich", erläutert Online Marketing Manager Volker Krumrey. „Nach der Badplanung erhält man einen Grundriss, eine 3D-Ansicht sowie eine Check- und Artikelliste zum Ausdrucken. Damit Nutzer ihr online geplantes Bad auch räumlich erleben können, haben wir den Badplaner weiterentwickelt."

Virtual Reality macht es möglich. Seit März 2017 können sich Nutzer nach Abschluss der Online-Badplanung kostenlos ein sogenanntes Virtual Reality Cardboard bestellen: ein hochwertiger Karton mit zwei Linsen, der zusammen mit dem eigenen Smartphone zur Virtual Reality-Brille wird. Hiermit können Endkunden das individuell geplante Bad virtuell betreten. Volker Krumrey: „Der Nutzer erhält per E-Mail einen Weblink zur VR-Ansicht, wenig später per Post das VR Cardboard. Hier muss er einfach das Smartphone einlegen, den Link in der E-Mail öffnen und schon steht er in seinem geplanten Badezimmer – ein innovatives Kundenerlebnis von zuhause aus."

Auch die Händler profitieren. „Das VR Cardboard vermittelt einen tollen ersten Eindruck des selbstgeplanten Bades. So gehen Kunden gut vorbereitet in das Beratungsgespräch beim Fachhändler – eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten!"

Im März 2017 wurde das Konzept erstmals auf der ISH in Frankfurt vorgestellt und kam beim internationalen Messepublikum sehr gut an. Im Oktober 2017 erfolgte dann der Roll-Out in die europäischen Fokusmärkte Frankreich, Italien, UK und Niederlande. Das Ergebnis: „Wir haben binnen acht Monaten mehr als 3.000 Cardboards versendet, das übertrifft all unsere Erwartungen", freut sich Krumrey. „Durch die direkte Koppelung des VR Cardboards an ein Online-Planungstool für Endkunden haben wir eine tolle All-in-One-Lösung geschaffen, die in dieser Form in der Branche einmalig ist!"


Erleben auch Sie
den 360°-Rundumblick
des VR Cardboards

ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN

Sei es kulturell bedingt oder „nur“ eine Frage von Gewohnheit oder Geschmack: Tisch- und Badkulturen können sehr unterschiedlich sein. Wir präsentieren Besonderheiten verschiedener Märkte.

FRANKREICH

Franzosen lieben gutes Essen und sind bekannt für ihr Savoir Vivre. Insbesondere weißes Geschirr wie NewWave oder florale Dekore der Kollektionen Amazonia und Mariefleur sind auf den französischen Tischen häufig gesehen.

In französischen Bädern ist ein Bidet meist Pflicht. Eine weitere Besonderheit: Auch die Duschwannen sind oft aus Keramik – andere Länder bevorzugen eher Acryl oder Quaryl®. Damit sind die Franzosen durchaus Trendsetter in Sachen Design: Denn durch das Verfahren von Villeroy & Boch, mit dem keramische Duschwannen großflächig mit Dekoren bedruckt werden können, gibt es hier nun größeren gestalterischen Spielraum.

DEUTSCHLAND

In Deutschland ist, ähnlich wie bei den französischen Nachbarn, weißes Geschirr wie NewWave oder Royal besonders beliebt. Bunter wird es auf vielen deutschen Tischen zur Adventszeit mit nostalgisch dekorierten Kollektionen. Ob Gans oder Würstchen mit Kartoffelsalat: wenn die Familie an Weihnachten zusammenkommt, ist ein gemeinsames Essen in den meisten Fällen Pflicht. Neben der festlich gedeckten Tafel gewinnen aber auch legere Anlässe wie Barbecue oder Brunch mehr und mehr an Bedeutung; hier eignen sich besonders die Food Specials von Villeroy & Boch.

Es sorgt auch heute noch manchmal für Irritation bei Gästen aus anderen Ländern: das Flachspül-WC mit seiner typischen Stufe im Inneren der Schüssel. Es hat in Deutschland eine lange Tradition, ist heute aber meist nur noch im medizinischen Bereich oder älteren Privatbädern zu finden. Angesagt ist in Deutschland heute, was praktisch ist: Tiefspüler, wandhängende und spülrandlose WCs, mit denen Villeroy & Boch einen neuen Standard in Sachen Komfort und Hygiene gesetzt hat.

ASIEN

Eine typisch chinesische Tafel? Ein runder Tisch, eine große Platte mit verschiedenen Speisen und für jeden eine Schüssel Reis. Bowls kommen in Asien daher eine besonders große Bedeutung zu. Das Dekor des Geschirrs ist häufig floral: Beliebt sind neben dem Klassiker Alt Luxemburg auch die Dekore Amazonia oder Althea Nova.

Mit Gold verziertes Porzellan findet man häufig auf Tischen im Nahen Osten, hier die Kollektion Anmut Samarah.

Großzügige Badezimmer im Landhausstil sind in den USA beliebt.

In Asien gefragt: das Dusch-WC; hier das Modell ViClean-IR.

Bei asiatischen Bädern mit gehobener Ausstattung ist das WC häufig Kern der Badplanung, genauer gesagt das Dusch-WC, das selbstverständlicher Teil der täglichen Toilettenhygiene ist. Damit sind Asiaten den Europäern ein großes Stück voraus – und haben auch hohe Anforderungen an Design und Technik: Villeroy & Boch bietet für diesen Markt Modelle an, die innovative Technik in die Keramik integrieren.

NAHER OSTEN

Klassik trifft Moderne. Araber lieben es, an großen, geschmückten Tafeln zu dinieren. Und dabei weiß jeder Gast: Je feiner das Porzellan, desto mehr Prestige. Der Tisch wird zum Statussymbol – ganz gleich, ob mit dem Klassiker Alt Luxemburg oder den Premium-Serien Samarah und Samarkand. Eingedeckt wird einheitlich in einer Kollektion, gerne darf es beim Dinner auch in Platin oder Gold funkeln. Im Kommen sind aber auch moderne knallige Farben.

Edel mögen es die Araber auch in ihren Bädern: Premiumausstattungen sind beliebt. In Hotels im Nahen Osten richtet man sich gern nach westlichen und asiatischen Bedürfnissen, daher spielen dort unter anderem auch Dusch-WCs eine wichtige Rolle.

USA

Auf amerikanischen Tischen ist Casual Lifestyle angesagt: Vielseitigkeit und Komfort sind dabei Pfeiler der Tischkultur. Anstelle eines ausschweifenden Dinners liebt der Amerikaner – ganz nach dem „family style" – lockere Anlässe wie das Barbecue, wofür sich besonders die Villeroy & Boch-Food Specials eignen, die beispielsweise spezielles Grillgeschirr bieten.

Ob opulentes Bad mit historisierendem Landhauscharme oder modernes Designerbad: Das Bad in den USA ist idealerweise ein Wohnraum. Typisch bei der Ausstattung sind Aufsatzwaschtische, in die Wand eingelassene Spiegelschränke sowie bodenstehende WCs mit Vorwandspülkasten. Eine weitere Besonderheit bei amerikanischen WCs: die (recht lautstarke) Saugspülung.

HANDARBEIT MADE IN GERMANY

Wenn man Artesano Nature mit einem Wort beschreiben müsste, wäre „einzigartig“ eine gute Wahl: Die Geschirrkollektion wird komplett von Hand dekoriert, jedes Stück ist ein Unikat.

Um Porzellan zu bemalen, sind eine ruhige Hand und viel Talent gefordert. Am Villeroy & Boch-Standort in Merzig sorgen 10 Mitarbeiterinnen dafür, dass beispielsweise Tassen und Teller der Kollektion Alt Luxemburg ihr handgemaltes Dekor erhalten. Dass eine komplette Geschirrkollektion so dekoriert wird, ist jedoch außergewöhnlich: „Bei den meisten Kollektionen im Markt werden lediglich die Teller handbemalt", erklärt Produktionsleiter Timothy Dodd. Nicht so bei der neuen Villeroy & Boch-Kollektion Artesano Nature. Jedes Teil – vom Henkelbecher bis zur Schüssel – wird von Hand bemalt.

Artesano Nature greift den Trend zur Natürlichkeit auf und symbolisiert mit einem Spiraldekor in warmen Farben das Ursprüngliche. „Die einheitliche Optik, eine angenehme Haptik und ein homogener Farbverlauf müssen bei jedem Teil gewährleistet sein", erklärt Dodd den hohen Anspruch an die Arbeit der Dekormalerinnen.

Dass alle Teile der Kollektion handdekoriert werden, ist jedoch nicht die einzige Besonderheit von Artesano Nature. Handgemalte Spiraldekore sind eher auf Steingut üblich. Villeroy & Boch setzt diese handwerkliche Tradition nun auf Premium Porcelain um, das wesentlich beständiger, spülmaschinenfest und mikrowellensicher ist.

Wie entsteht das Dekor von Artesano Nature? Einblicke hierzu gibt es im Video, das Sie per Scan des QR-Codes abrufen können.

ZWISCHEN DREHBANK, LAPTOP UND TEAMWORK

Das deutsche Ausbildungssystem genießt weltweit einen exzellenten Ruf. Unternehmen wie Villeroy & Boch leisten ihren Beitrag dazu: So zum Beispiel in der Lehrwerkstatt in Mettlach. Hier wird Praxis großgeschrieben – und der Wandel der Berufsbilder greifbar.

Die Arbeit mit Metall erlernen angehende Industriemechaniker in der Lehrwerkstatt von der Pike auf.

Was waren das für Zeiten, als in Sachen Ausbildung – damals „Lehre“ genannt – bei Villeroy & Boch alles anfing? Reiner Schmitt, seit 41 Jahren im Unternehmen, weiß es: „Die praktische Ausbildung begann hier in den 1950er Jahren und fand komplett in der Produktion statt.“ Schmitt, einst selbst Lehrling, ist heute Ausbilder. Gemeinsam mit dem Elektrotechniker Johannes Stass leitet er die Lehrwerkstatt von Villeroy & Boch.

„Elektroniker für Betriebstechnik, Mechatroniker und Industriemechaniker – das sind die drei Hauptberufsgruppen, die bei uns ausgebildet werden“, erläutert Johannes Stass. Dreieinhalb Jahre dauert die Ausbildung. Rund zwei Drittel davon verbringt der Nachwuchs in der Lehrwerkstatt: Nach dieser Grundausbildung und einer ersten Abschlussprüfung geht es für die Azubis dann in die Produktionsbereiche von Bad und Wellness und Tischkultur. „Wenn die jungen Männer und Frauen die Lehrwerkstatt verlassen, haben sie ein sehr breit gefächertes Basiswissen. Das sollen sie dann an den Maschinen umsetzen und ihre Kollegen unterstützen“, berichtet Reiner Schmitt.

Etwa 1.000 Quadratmeter groß ist die gut ausgestattete Lehrwerkstatt. Reiner Schmitt: „Die Fachkräfte von morgen müssen gewisse Grundfertigkeiten beherrschen. Mechanik ist ein Schwerpunkt, und das bedeutet Handarbeit!“ So lernen Industriemechaniker die Arbeit mit Metall von der Pike auf: fräsen, bohren, drehen, schleifen. Darüber hinaus zählen Themen wie Steuerungstechnik, Pneumatik und Hydraulik zu den Ausbildungsinhalten. Die themenübergreifende Kollaboration wird ebenfalls in der Lehrwerkstatt geübt – Teamwork wird großgeschrieben.

„WENN DIE JUNGEN MÄNNER UND FRAUEN DIE LEHRWERKSTATT VERLASSEN, HABEN SIE EIN SEHR BREIT GEFÄCHERTES BASISWISSEN.“

Praktische Übung am Hydraulikstand: Reiner Schmitt im Austausch mit einem der Mettlacher Auszubildenden.

Auch in der Lehrwerkstatt ist die Digitalisierung allgegenwärtig. Der Schulraum ist mit Computerplätzen und Laptops ausgestattet, die auch in der Lehrwerkstatt zum Einsatz kommen. Das Zeichnen von Plänen ist auf EPlan, eine Zeichensoftware, die das Erstellen von umfangreichen technischen Plänen digital ermöglicht, umgestellt, und seit diesem Jahr läuft die Testphase der „e-Cademy", einem e-Learning-Pilotprojekt.

Die Arbeitswelt ist im Wandel – die Lehrwerkstatt muss daher immer auf dem aktuellen Stand sein. „Wir investieren in der Lehrwerkstatt viel in neueste Technik", erläutert Johannes Stass. „Wir wollen die echten Bedingungen realitätsnah abbilden – so, wie es in der Produktion wirklich aussieht." Dieses Jahr haben die Auszubildenden eine Miniaturanlage der Tischkulturproduktion gebaut: originalgetreu bis hin zu den NewWave-Tassen, die die Modelleure speziell angefertigt haben, bildet die automatisierte Anlage Techniken und Prozesse im Betrieb ab.

Derzeit absolvieren mehr als 30 Jugendliche ihre Ausbildung in der Lehrwerkstatt. Johannes Stass kennt das Erfolgsgeheimnis von Lehrwerkstatt und Unternehmen: „Wir sorgen dafür, dass die Jugendlichen sich wohlfühlen und mit einer fundierten Ausbildung optimal auf ihr weiteres Berufsleben vorbereitet werden. Und in den Werken, in denen sie dann später eingesetzt werden, merken sie: Sie werden gebraucht, sie passen ins Team. Und sie haben – wie wir – Spaß an ihrer Arbeit."

Schmitt und Stass sind sich einig: „Junge Menschen sind die Zukunft unseres Unternehmens. Wir bilden die Generation aus, die die Produktion in den nächsten Jahren mitgestalten wird." Beide sind stolz auf das, was sie mit ihren „Jungs und Mädels" leisten. „Wir haben sehr gute Auszubildende und sehr gute Facharbeiter. Und wir hoffen, dass wir den jungen Leuten hier etwas fürs ganze Leben mitgeben."

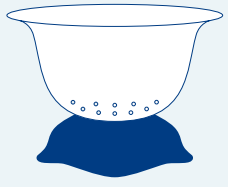
Laptops sind aus der Lehrwerkstatt nicht mehr wegzudenken. Sie werden unter anderem für das Zeichnen von Elektroschaltplänen genutzt.

DESIGN AWARDS 2017

Im Jahr 2017 durfte sich Villeroy & Boch erneut über zahlreiche Design-Auszeichnungen freuen. Einblicke stellt eine Auswahl der prämierten Produkte vor.

CLEVER COOKING-SIEB- UND SERVIERSCHÜSSEL

Ein Handgriff und aus einem Sieb wird eine Schüssel. Dieses Kunststück gelingt mit der Clever Cooking-Sieb- und Servierschüssel von Villeroy&Boch. Sie wurde im Rahmen der Messe Ambiente 2017 von Konsumenten nicht nur zur KüchenInnovation des Jahres® gekürt, sondern erhielt zudem als Produkt mit der höchsten Gesamtwertung in der Kategorie Accessoires den begehrten Golden Award – Best of the Best.



Sieb zum Abgießen von Nudeln, Reis oder Gemüse.

Durch Umstülpen des Silikonmantels wird das Sieb zur Servierschüssel.

FINION

Filigran und puristisch – so lässt sich das Design der Premiumkollektion Finion beschreiben. Bei der Kollektionsentwicklung arbeitete Villeroy & Boch mit dem Designer Patrick Frey zusammen. Das Ergebnis begeisterte die Jurys des iF DESIGN AWARDS und des Red Dot Awards gleichermaßen, die beide den Schrankwaschtisch und den Waschtischunterschrank auszeichneten. Darüber hinaus erhielten die freistehende Badewanne sowie das WC mit passendem Sitz den iF DESIGN AWARD.

NEUFCHÂTEL CARE

Neufchâtel care vereint Ästhetik, Ergonomie und Funktionalität. Das Geschirrkonzept wurde speziell auf die Bedürfnisse älterer und körperlich eingeschränkter Menschen zugeschnitten und in Kooperation mit Experten des Klinikums Niederrhein entwickelt. Bei der Verleihung der Universal Design Awards konnte die Geschirrserie gleich dreifach gewinnen: den Consumer und den Expert Award sowie den Universal Design Award in Gold, der an das Produkt verliehen wird, das Usability und Ästhetik am besten vereint. Darüber hinaus wurde Neufchâtel care mit dem German Design Award ausgezeichnet.

DAS JAHR **2017** IN ZAHLEN

670.000

Facebook-Fans hatte Villeroy & Boch Ende des Jahres 2017 – im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung um rund 170.000 Fans bzw. 34 Prozent.

568.000

Personen haben im Jahr 2017 einen Händler im Bereich Bad und Wellness über die Villeroy & Boch-Website gesucht. Dies entspricht einer Steigerung von 26 Prozent im Vorjahresvergleich. Gleichzeitig stieg die Anzahl der an die Händler weitergeleiteten Badplanungen um 260 Prozent.

50

Außenarbeitsplätze standen Mitarbeitern im Sommer im Mettlacher Abteipark zur Verfügung. Ob Team-Besprechung im Grünen, Arbeiten an Konzepten oder das Entwickeln von Ideen – für viele Arbeitssituationen bieten die Außenarbeitsbereiche mit freischwingenden Korbsesseln, Holztischen und -bänken und einem Lounge-Bereich am Weiher optimale Möglichkeiten.

15

Jahre NewWave wurden 2017 auf der Messe Ambiente gefeiert. Zum Geburtstag wurde mit NewWave Stone eine neue Variante des Geschirrs gelauncht. Im Jahr 2004 wurden das Design der NewWave-Tasse und die dafür benötigte neue Produktionstechnik mit dem Innovationspreis der deutschen Wirtschaft ausgezeichnet. Bis heute zählt NewWave zu einer der beliebtesten Villeroy & Boch-Geschirrkollektionen überhaupt.

4,8

von 5 Sternen – das ist die durchschnittliche Produktbewertung, die Kunden nach dem Kauf im Villeroy & Boch-Online-Shop für Tischkultur-Produkte vergeben. Neben den Bewertungen eines Produktes können sich Kunden auch Kommentare anderer Käufer anschauen.

HIGHLIGHTS AUS DEM PROJEKTGESCHÄFT

Ob Bad und Wellness oder Tischkultur – zahlreiche namhafte Hotels und Restaurants setzen bei der Ausstattung auf Produkte von Villeroy & Boch. Einblicke präsentiert zwei Highlights aus dem Jahr 2017.

HAMBURG, DEUTSCHLAND: ELBPHILHARMONIE

Hamburg hat ein neues Wahrzeichen: die Elbphilharmonie. So einzigartig wie die Fassade und der Konzertsaal sind auch die Bäder im Hotel „The Westin Hamburg", dessen 244 Zimmer sich über die oberen 14 Etagen des Ostteils des Gebäudes erstrecken. Durch die bodentiefen Fenster der Bäder, die mit Loop & Friends-Waschtischen und WCs der Kollektion Architectura ausgestattet wurden, erwartet die Gäste ein atemberaubender Blick über den Hamburger Hafen.

PARIS, FRANKREICH: DISNEYLAND

Millionen Gäste besuchen jährlich das Disneyland in Paris. In den Restaurants und Bars des Disneyland-Parks sowie des Walt Disney Studios-Parks werden die Gerichte nun auf Villeroy & Boch-Porzellan serviert. Jeweils an das Disney-Motto des Restaurants oder Cafés angelehnt, wurden exklusive Designs für Teller, Schüsseln und Tassen entwickelt. Das Disneyland in Shanghai hatte Villeroy & Boch bereits ein Jahr zuvor ausgestattet.

GROSSE KLASSE IN EINEM VOLUMENGESCHÄFT: VILLEROY&BOCH IN BELGIEN

Bade- und Duschwannen aus Acryl: Sie sind die Spezialität des Villeroy & Boch-Standorts Roeselare. Wie dieser es schafft, sich in einem Markt mit extrem hohem Wettbewerbsdruck zu profilieren, zeigt ein Besuch vor Ort.

Drei Hektar Gelände, 11.000 Quadratmeter Werksgebäude, gepflegte Außenanlagen: Der Standort Roeselare kann sich sehen lassen. Der erste Eindruck täuscht nicht. Denn Roeselare steht für das konsequente Streben nach Qualität – in jeder Hinsicht. Schwarz-Gold-Rot, das bedeutet hier voller Stolz: „Made in Belgium".

Der Blick in die Produktion bestätigt den hohen Anspruch. Acrylwannen erhalten ihr Design beim Thermoformen; der „Rohstoff" sind drei bis vier Millimeter dicke Polymethylmethacrylat (PMMA)-Platten – allein deren Qualitätskontrolle umfasst 22 Punkte. Pro Wanne wird eine Platte verarbeitet. Sie wird auf eine Aluminiumform gelegt, erhitzt und angesaugt, durch das Vakuum schmiegt sie sich in die Form und kühlt dort ab. Das Ergebnis: eine Wanne mit perfekt-glatter Innenfläche.

Ihre Stabilität erhält sie beim „Reinforcement", der Verstärkung. Dabei werden Glasfaser, Härter, Polyester und Bodenplatten maschinell oder manuell auf die Außenflächen aufgetragen. Diese branchenübliche Arbeitsweise wird in Roeselare mit eigens entwickelten Robotern ausgeführt. Anders als bei anderen Unternehmen, die mit Holzverstärkungen arbeiten, setzt Villeroy&Boch dabei auf stabileres Metall. Es folgen der Zuschnitt auf die vorgesehene Randhöhe und die Löcher für Abfluss und Überlauf – per Roboter: schnell und absolut präzise.

SCHWARZ-GOLD-ROT, DAS BEDEUTET HIER VOLLER STOLZ: „MADE IN BELGIUM"

Die finale Qualitätskontrolle bedeutet einen hohen Aufwand, ist aber unerlässlich.

Werks- und Produktionsleiter Nicolas Elleboudt ist seit 2003 Teil des Unternehmens.

„Unsere Kunden erwarten zu Recht Qualität von uns", erklärt Nicolas Elleboudt, Werks- und Produktionsleiter in Personalunion und seit 2003 im Unternehmen. Acryl ist ein Vo-

Blick in die Produktion: In Roeselare werden jährlich tausende Bade- und Duschwannen produziert.

Für fehlerfreie Oberflächen sorgen modernste Anlagen und große Sorgfalt der Mitarbeiter.

lumengeschäft, der Markt ist groß, die Konkurrenz stark. Der Standort Roeselare zeigt, wie man den Herausforderungen begegnet.

Einen „dynamischen, prozessfokussierten Standort" nennt Elleboudt das Werk in Roeselare. Die rund 100 Mitarbeiter aus elf Nationen haben daran Anteil. Nah am Menschen – so wird Roeselare geführt. Personalerin Tineke Declercq: „Nur wenn die Mitarbeiter sich wohlfühlen, zufrieden und engagiert sind, können sich Produktivität und Qualität verbessern." Weiterbildungen und Trainings wirken motivierend, offene Kommunikation ist ein zentrales Anliegen: „Wir rufen unsere Mitarbeiter dazu auf, Verbesserungspotenziale zu identifizieren, schließlich sind sie die Experten in ihrem Bereich", erklärt Declercq.

„NUR WENN DIE MITARBEITER SICH WOHLFÜHLEN, ZUFRIEDEN UND ENGAGIERT SIND, KÖNNEN SICH PRODUKTIVITÄT UND QUALITÄT VERBESSERN."

Sicherheit am Arbeitsplatz und Nachhaltigkeit sind Alltag: Das Programm BOB („bewust ongeval vrij blijven", bewusst unfallfrei bleiben) hat rund ein Dutzend Mitarbeiter hervorgebracht, die potenzielle Risiken identifizieren und Lösungen für mehr Arbeitssicherheit erarbeiten. Bei der staatlich initiierten Green Mobility Challenge haben sich viele Mitarbeiter zugunsten von E-Bikes und des öffentlichen Nahverkehrs vom eigenen Auto verabschiedet. Alte PCs, Laptops und Handys werden eingesammelt, dafür neue Bäume gepflanzt – rund 50 jedes Jahr. Und auch der Materialverbrauch und das Abfallaufkommen werden laufend optimiert.

Drei Hektar umfasst das Gelände, auf dem sich das Werk in Roeselare befindet.

Die Produktionsstätte in Roeselare ist ein Qualitätsbetrieb, der seinen Weg gefunden hat: Dank einem klaren Fokus, hoher Leistungsfähigkeit und frischen Ideen für die Belegschaft. Die Qualitätsstrategie des Standorts hat viele Gesichter, und sie zahlt sich aus: Villeroy & Boch, made in Belgium.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER/KONTAKT

Villeroy & Boch AG
Ressort Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Saaruferstraße 1–3
66693 Mettlach
www.villeroyboch-group.com
Telefon: +49 6864 81-1365
E-Mail: presse@villeroy-boch.com

REDAKTIONSSCHLUSS

28. Februar 2018

COPYRIGHT

© 2018 bei Villeroy & Boch AG

GESTALTUNG

Statement GmbH, Saarbrücken
www.agentur-statement.de

DRUCK

Häuser KG, Köln

Villeroy & Boch
1748