

MÅLARE

BARA FÖR
PROFFS 



SPECIALNUMMER: KONKURRENS

Utmaningarna för framtiden: följa med i utvecklingen och möta kunders ny krav. På så sätt säkrar vi jobben i måleribranschen.

Kuriren

LEDDAR



Måleribranschen måste fundera över vilka frågor som är våra framtidsfrågor. För att ta reda på det arrangerade Målarmästarna ett seminarium med fokus på framtiden. Vi bjöd in en av branschens största kunder för att ge sin syn på framtiden. Och vi bjöd in en framstående forskare som berättade vilka förväntningar morgondagens målare har på oss som arbetsgivare. Om detta kan du läsa i tidningen. Och för att diskussionen inte ska stanna av ger vi ut den här tidningen – sprid den gärna till fler i branschen!

När jag tittar framåt ser jag fyra tydliga trender: omväxling, privatmarknad, individualism och miljöansvar.

Trend 1: Omväxling. Det kommer att vara brist på skickliga målare. Och yngre målare vill dessutom ha omväxling för att stanna i branschen. De är fullt beredda att ta ansvar, vara delaktiga både i företagets framtid och i projektplaneringen. För att få de bästa målarna måste vi utveckla yrket till att bli mer omväxlande och stimulerande.

Trend 2: Privatmarknaden. Vi ser en snabbt ökad efterfrågan från privatpersoner. Å ena sidan är de intresserade av inredning, form och design. Å andra sidan håller de precis på att lära sig att tid är pengar. På den här nya marknaden har vi alla chanser att profilera vår bransch!

Trend 3: Individualism. Miljonprogrammet ska renoveras och

ombyggnationer är en betydande marknad. Men det är ingen som vill bo i en miljonprogramslägenhet, utan man vill ha ett boende som speglar ens personlighet. Vi har alla möjligheter att bli de i byggbranschen som levererar individuella lösningar och trender.

Trend 4: Miljöansvar. Hela tiden nya klimathot. Och ännu har varken konsumenter eller proffs till fullo insett hur klimatsmart det

FÖRÄNDRAS ELLER DÖ

är att renovera och förändra med färg. Dessutom erbjuder Målarmästarna väl utbyggda system som hjälper medlemsföretag att certifiera sig. Tro mig – efter kravmärkta morötter och klimatkompenserade flygresor står miljövänlig inredning på tur.

Utmaningen för branschen är att hitta regler och attityder som kan möta framtidens krav. För vi måste utveckla oss. Förändras eller dö – så enkelt är det. Därför krävs nya förhållningssätt och nya regler. Och lust och mod. Så håll med om att vi går en mycket spännande framtid till mötes!

Björn Hellman, VD.



MÅLERIBRANSCHENS FRAMTID AVGÖRS INTE OM 10 ÅR, UTAN NU!

Dom kom från hela landet; styrelseledamöter, Framtidsgruppsdeltagare och företagsledare för både stora och små företag. Man diskuterade framtidsfrågor och alla fick tycka till. Hinder och möjligheter granskades, det blev en både bred och framsynt debatt. Här har vi saxat några av inläggen:



Johan Trygg, Sandå Örebro och Mikael Bascuas, Kraft Måleri Örebro.



Lars Karlsson, förändringskonsult men mest stå-upp-komiker.

”En ny yrkesgrupp – multihantverkare”



Tomas Lindbäck, Sjölander Måleri, Sundsvall.



Rickard Delér, Delér Måleri, Stockholm och Kenneth Ekebon, Bruske Måleri, Lidingö.

”Miljötänk – viktigt att vi profilerar oss”



Stefan Olsson, Stoby Måleri, Hässleholm och Jonas Lundin, Sandå, Stockholm.

”Ett stort behov av att STÄNDIGT svara mot förändringar”

”Nya teknik, sociala medier, lyssna på den nya generationen”



Roger Stålbrand, Nybro Måleri och Per Stureson, Målerifirman Sture Persson, Knislinge.

”Se till att våra anställda utbildas i att ta emot kundens förändrade/förväntade krav”



Dan Burman, Sandå Skellefteå och Inger Ingvarson, Målaremästarna, Stockholm.

”Förflytta dialog från byggare till målare när det gäller slutkund”

”Kollektivavtalet bromsar att målare gör annat”



Maria Blomqvist, Lönnbergs Måleri, Eskilstuna och Ola Pålsson, Stoby Måleri, Hässleholm.

”Moderna system för vinstdelning”

”Flexiblare kollektivavtal”

”Kundernas nya krav: flexibla och trendkänsliga målare”



Madeleine Nobs,
Marknadschef, Skanska

Madeleine Nobs, marknadschef på Skanska som är en av branschens största beställare, bjöd på en bred diskussion om framtiden. Allt från inredningstrender till sänkta byggkostnader. Nobs är inte ansvarig för Skanskas produktion, men hon betonade ändå vikten av att framtidens målare behöver nya kompetenser.

» Nästa färg som kommer i år och minst ett år fram är gult, nyansen smörgult. Visste ni inte det? Influensen kommer från Asien och den har redan börjat ge avtryck i reklam, titta

bara i Ikeas senaste katalog med mjuka ljusa färger!

Föreläsningen med Madeleine Nobs pendlade mellan inredningstrender och byggekonomi. Nobs menar att byggandet i framtiden måste bli mer lönsamt. Ett viktigt steg är att byggandet måste kunna upprepas.

Men för att det ska lyckas måste byggbranschen bli duktigare på

att upprepa byggandet. Vi har helt enkelt varit dåliga på färdiga koncept.

Men framtidens slutkonsument vill verkligen inte bo i en kopia. De efterfrågar snarare en bostad med personlig stil. Färgsättning kan till exempel inte upprepas. Det kommer att ställa högre krav på hantverkarna, inte minst på målarna.

- För att ligga i framkant som målare är det naturligtvis viktigt att känna till trender, både vad gäller färg och inredning, säger Madeleine.

En bov i dramat 'höga byggkostnader' är Plan- och bygglagen, PBL. På grund av detaljregleringen i PBL är det svårt att sänka kostnaderna. Till exempel skulle Nobs vilja lämna mer åt slutkunden, och bygga enklare lägenheter utan

Så här kan du möta framtiden:

1. Jobba nära byggbolag och kräv att bli involverad direkt mot kund.
2. Socialt kompetenta målare blir allt viktigare.
3. Var uppdaterad i färg- och inredningstrenderna – du kan vara rådgivare till både kunder och byggbolag.
4. Var lyhörd för kundens personliga stil.

kök. Men hon vill också se mer samarbete i branschen.

- Vi (byggbolagen) borde bli bättre på att involvera hantverkarna direkt mot kund och ge dem mer delaktighet i hela byggprojektet. Vårt sätt att upphandla entreprenörer är förlegat. Det är fortfarande lägsta pris som gäller, istället för att titta på andra aspekter i upphandlingen.

Madeleine är bekymrad över att det har byggts alltför få bostäder, men ser en ljusning. Från och med i år sker en rejäl uppgång av nyproduktionen menar hon. Men

trots den kraftiga nybyggnationen pågår det många ombyggnationer.

- Just nu byggs 10 000-12 000 bostäder varje år, men motsvarande siffra för ombyggnationer är 80 000-90 000 bostäder. Framtiden innebär med andra ord en upprustning av befintliga bostäder, inte minst i miljonprogrammets områden. Det kommer med andra ord att innebära en ännu större efterfrågan på målare.

En otippad trend är förtätning. Dels av städer, där man byggt radhus på hyreshus. Dels av befintliga bostadsområden, där man bygger ihop huskroppar.

Som marknadschef måste man hålla koll på trender, och på framtiden. Nobs konsumerar därför mängder av statistik och analyser. Hon ser en tydlig trend vad gäller harmoni och balans - både i arbetsliv och privatliv. Det handlar om att inte köra för fort genom livet.

Den unga generationen idag vill förvisso byta jobb ofta, men inte byta boende i någon större utsträckning. De vill tillbaka till den lilla röda stugan i det trygga området. Att skapa trygghet i sitt boende och i dess omgivning är en av kundernas viktigaste önsksningar. En upprustning av folkhemmet är på gång. ■

BRANSCH-PERSPEKTIV

Hur ser du på kunderna?, Lars Sandström, Pitedalens måleri:

Vad är viktigast att förändra när det gäller kundrelationer?

Både säsongsproblematiken och att vi kommer tidigare in i projekten är angelägna frågor. Men jag tror att båda problemen går att lösa om man blir mer partners, d v s att man jobbar in sig hos kunden och får en närmare relation.

Hur ska måleriföretagen bli bättre på sälj- och marknadsföringsaktiviteter?

Med gamla inarbetade kunder kanske det räcker med ett telefonsamtal men jag tycker att man ska vara ute och träffa kunderna. Det är särskilt viktigt när det handlar om nya kundkontakter. Man måste ta sig tid att göra personliga besök, att komma med bra argument och följa upp en påbörjad kontakt. "Syns man inte finns man inte."





Fem tips om hur du får generation Z att trivas på jobbet:

1. Uppmuntra och visa hur duktig han/hon är. Spara inte med berömmet.
2. Erbjud ett flexibelt jobb, men med struktur och tydliga rutiner!
3. Ge frihet under ansvar och basa inte för mycket. Var till exempel öppen för sociala medier på arbetsplatsen.
4. Var öppen med vad som pågår i företaget.
5. Erbjud en bra lön!



Marie Söderqvist,
VD, United Minds



Lär känna generation Z!

Hur skiljer sig 90-talisterna från andra generationer? Och hur behåller vi dem och får dem att må bra på jobbet?



Marie Söderqvist, vd på analysföretaget United Minds, menar att varje generation är en sammanhållen grupp präglad av bland annat barnprogram, politik, medier, invandring, konjunktur och arbetsmarknad. Alla generationer har så kallade generationstrauman.

- För oss födda på 60- och 70-talen var Kalla kriget ett trauma, men för 90-talisterna är det terrorbombningarna, mordet på Anna Lindh, globala epidemier, tsunamin och inte minst chipslarmet. 90-talisterna är uppvuxna med begreppet fredagsmys. Tänk då vad obehagligt det måste vara att inse att det mysigaste som finns också är cancerframkallande! säger Marie.

90-talisterna är fortfarande unga, de allra yngsta går fortfarande i mellanstadiet. Det gör att man inte kan dra så många slutsatser. Men Marie

ser några trender och kallar 90-talisterna för "självpåtagna ordningsmän".

- Det kanske är en reaktion på att unga idag har så många valmöjligheter, att de är vana att söka ordning och reda i sin tillvaro.

- Om någon på din arbetsplats påpekar att shortsens är för korta så är det snarare 90-talisten som säger till dig, än tvärtom.

Generation Z:s största önskan i livet är att a) hitta rätt jobb, b) hitta den rätta, c) skaffa barn med den rätta.

- Det är den första generationen som har så basala önskningar om allt, till skillnad från 80-talisterna som vill resa, ha många relationer, ja uppleva mycket helt enkelt.

Generation Z är duktiga på att använda sociala medier. De är både konsumenter och producenter av internet. Som arbetsgivare vinner man inget

på att inte tillåta Facebook på arbetsplatsen, menar Marie.

- Internet är hela deras blodomlopp, så att förbjuda sociala medier på arbetsplatsen är bara onödigt, de kommer ändå hitta sätt att kommunicera med sina vänner på nätet. ■

BRANSCH-PERSPEKTIV

Hur ser du på 90-talisterna? Rickard Delér, Delérs måleri:

Tror du att generation Z kommer att bli bra målare?

Jag kan inte se någon större skillnad mellan de olika generationerna i mitt företag. En person som verkligen vill bli hantverkare passar oftast också för yrket.

Hur blir du en attraktiv arbetsgivare för de yngre målarna?

Du kan inte be en 20-åring att skriva en tidssedel, idag kommunicerar man via mobil, appar och hemsidor. De yngre vill också ha mer variation i sina arbetsuppgifter, annars lessnar dom. Tyvärr är det privata SMS:andet under arbetstid ett problem. Men det hjälper inte med förbud, däremot information om hur mycket det kostar företaget i form av förlorad arbetstid.

Vi måste hänga med och förnygra vår ledarstil och vara lyhörda för deras behov.

Nya målare viktiga för branschens utveckling

Branschen måste förnya sig. Men hur? 30 framgångsrika måleriföretagare samlades under en dag för att diskutera branschens framtida behov och utveckling – kollektivavtalet upplevs som ett hinder, liksom lönesystemet.



Deltagarna var ense om att utvecklingen av privatmarknaden

fått branschen att tydligare se slutkundens behov. En privatperson vill oftast ha en totalentreprenad, och det gör att man måste ta ett större ansvar. Och det finns definitivt lärdomar att ta från privat- till proffsmarknaden.

Det blev också tydligt att dialogen och samarbetet med beställarna måste bli bättre. Som det är nu har mindre företag ofta svårt att få betalt för sin kompetens, erfarenhet och projektledning. Ett annat problem är att dialogen med slutkunden ofta sker via beställaren, inte mellan målaren och den som faktiskt ska bo.

Kunderna vill ha mångsidighet – hur möter vi det? Ett klassiskt svar är multihantverkare eller ytskiktstreprenör. Samtidigt frågade sig några deltagare vad branschen behöver – hantverkare som är rätt bra på det mesta, eller med spetskompetens? Kanske är det mer en organisatorisk lösning för företagen att antingen jobba i nätverk eller att vidareutbilda skickliga målare? Klart är i alla fall att kollektivavtalet sätter upp hinder för den utvecklingen.

Synen på de yngre generationerna är positiv. Deras öppenhet, krav på omväxling och delaktighet passar bra i vår bransch. Men de kommer att ställa krav på bättre utvecklingsmöjligheter och flexibla anställningsvillkor. Och när framtidens målare

tar större ansvar behöver branschen nya modeller för vinstdelning och lönesystem.

Avslutningsvis rangordnade företagarna de viktigaste förändringarna i branschen. Topp tre är: flexibla kollektivavtal, system för vinstdelning med målarna och effektivare upphandlingar. ■



80-talister – en generation av miljömedvetna karriärister

90-talisterna vill ha trygghet och stabilitet i sina liv och de är just nu på väg in på arbetsmarknaden. Men hur är de som redan etablerat sig där, dvs generation Y – 80-talisterna? Vi har frågat Helene Hasselskog, personaldirektör på bemanningsföretaget Proffice, där man anställer en ny person var 20 minut!



Med den höga rekryteringstakten har hon en bra uppfattning om 80-talisterna – hur de är och vad de förväntar sig av en arbetsgivare.

- De är inte lika lojala mot sin arbetsgivare jämfört med tidigare generationer, är mer benägna att byta yrke och bana. Är man inte nöjd sadlar man helt enkelt om. De har lärt sig

att ifrågasätta och omvärdera allt. 80-talisterna söker upplevelser i alla former. De ser inga problem med att säga upp ett fast jobb för att ge sig ut på en jordenruntresa. Man måste inte streta på som tidigare generationer.

Förmågan att hitta och utnyttja sociala nätverk är en styrka hos generation Y. Deras kontaktnät är gränslöst, man skaffar vän-

ner och kontakter både utom och inom landet.

Vad förväntar de sig av sina arbetsgivare?

- Mycket feedback, ”se mig”. De här är en Idol-generation som snabbt vill göra karriär. Men de är också samhällsengagerade och miljömedvetna. ■



Vill du diskutera måleribranschens utmaningar och framtidsutsikter?

Gå in på vår hemsida: www.maleri.se. Här hittar du vår syn på branschens utveckling och Björn Hellman, vår vd, bloggar om morgondagen. Han kommenterar branschen, politiken, trender och framtiden. Välkommen!

Huvudkontor
Målaremästarna, Besöksadress: Skeppsbron 40
Box 16286, 103 25 Stockholm
Tel 0770-93 90 00, Fax 0770-93 90 01

