



12'000 Besucherinnen und Besucher fanden anlässlich der diesjährigen appli-tech den Weg in die Hallen der Messe Luzern.

Aufbruchstimmung an der Leitmesse der Branche

Text Robert Helmy Bilder Cornelia Sigrist

«Sämtliche wichtigen Firmen der Branche waren an der Messe vertreten», gab die Messe Luzern nach der gelungenen Neuauflage der appli-tech in ihrem Mediencommuniqué bekannt. Das stimmt – fast. applica besuchte die, die vom 28. bis 30. Januar 2009 in Luzern tatsächlich anwesend waren. Nicht alle – aber fast alle.

Der Rundgang der applica beginnt in unmittelbarer Nähe des Standes des Schweizerischen Maler- und Gipserunternehmer-Verbandes SMGV. Dort hat sich auf dem Gemeinschaftsstand des Tapetenforums auch die Schweizer Vertretung von Marburg eingemietet.

Marburg

«Herr Schönholzer, wie läuft es?», fragen wir Hans Schönholzer von Schönholzer Decor. «Es läuft gut», meint er an diesem Donnerstagmorgen, dem Tag, an dem am Nachmittag auch die Architekten und Planer ins ausgebuchte Ar-



Hans Schönholzer,
Schönholzer Decor.

chitektursymposium drängen werden. «Ich hatte bereits gute Gespräche mit Architekten, Innenarchitekten und innovativen Malern.

Die eingefärbten, leicht verarbeitbaren Uni-Vlies-Wandbeläge kommen sehr gut an, dann aber auch unsere neue Ulf-Moritz-Kollektion, die ein gutes Echo findet.» Ob Muster überhaupt gefragt seien, will applica wissen. Uni brauche es viel öfter, weiss Schönholzer, auf grösseren Flächen beispielsweise. Muster tapeziere man oft nur eine Bahn oder eine Wand. Aber die schönen neuen Muster von Ulf Moritz würden mit Sicherheit auch in der Schweiz ihre Abnehmer finden.

Sto

Weiter vorne in Halle 1 finden wir die Marketingfachfrau von Sto, Monika Kälin. «Unser Ziel ist es, den Sto-Stand zum Treffpunkt zu machen. Bei uns wird man herzlich willkommen geheissen. Man erhält etwas zu trinken und zu essen und nicht zuletzt Informationen zu unseren neuen Produkten und Entwicklungen.» Den Treffpunktcharakter versucht Sto durch einen sehr offenen Stand zu realisieren.



Monika Kälin, Sto.

Er ergebe sich aber auch einfach durch den Superstandort direkt am Eingang der Halle. Als einen der Publikumsmagnete zählt Kälin



Eine Art «Hau den Lukas» lockte Besucher an den Sto-Stand.

die Silos auf, mit welchen die sogenannte Stop-and-go-Technologie präsentiert wird. «Wir zeigen auf, wie viel effizienter man mit Silos arbeiten kann, also wie man mit weniger Leuten in der gleichen Zeit das Gleiche erreichen kann.»

Rigips

Effizientes zeigt auch Rigips. Marketingleiter Thomas Breu erklärt den No-coat-Kantenschutz: «Wesentlich ist, dass man gegenüber herkömmlichen Methoden viel höhere Verarbeitungsleistungen erreicht und die Qualität



Thomas Breu, Rigips.

des Kantenschutzes bezüglich Festigkeit und Ästhetik stark verbessert.» Das Produkt überzeugt den Redaktor, zumindest was seine attraktive Präsentation betrifft. Seine Verarbeitung wird in einem interessanten Endlos-Film an einem Bildschirm gezeigt. «So erreichen wir Benutzergruppen, die man mit einem Prospekt oder mit einem Computer nicht an den Stand locken könnte.» Auf die Nachfrage, wem er damit meine, sagt Breu: «Leute halt, die es sich weniger gewohnt sind, Pläne zu lesen.»

Maxit

Für Marketingleiter Franco Luccarini von Maxit stehen nicht die Produkte im Vor-



Wibeag geht mit einem starken deutschen Partner zusammen und heisst neu BRZ Wibeag.



Franco Luccarini,
Maxit.

dergrund. «Die appli-tech ist eine Kontaktmesse. Es ist für uns eine Gelegenheit, den Kunden Danke zu sagen. Das tun wir zum Beispiel, indem wir unsere Leute bewirten.

Am Morgen gibt es Kaffee/Gipfeli, am Mittag ein Mittagessen, am Nachmittag ein Tessinerplättli und einen guten Weissen oder Roten.» Der Redaktor, der so kurz nach dem Mittag noch keine Lust auf eine Tessinerplatte und einen Roten verspürt, drängt Luccarini, dennoch Produkte zu nennen. Und jetzt sprudelt es: «Von der Abriebseite her bringen wir Silcanova, eine total neue Deckputzgeneration, welche den alten Silikatputz ablöst, dann zeigen wir Marmofino, einen Innenputz mit Lasur, dann die weisse Superdämmplatte von 2008, Marmopor Plus, die wir 2009 nochmals verbessern konnten. Dazu Marmoran MW-Robusto, ein Dickschichtwärmedämmsystem, bei dessen Verbesserung wir vom Know-how der Maxit in Schweden profitiert haben.»

ABBF

Beat Ruch vertreibt Bausoftware von ABBF und präsentiert diese am Stand A108 in Halle 1. Redaktor: «Wie ist das Interesse an Software für das Maler- und Gipsergewerbe?» – «Mittlerweile sind es nicht



Beat Ruch, Ruch + Partner GmbH.



Hier lässt es sich nach einem anstrengenden Rundgang an der appli-tech gut ausruhen. Die Räume zum Träumen hat der Schweizerische Maler- und Gipserunternehmer-Verband aufgestellt.

nur grosse und mittelgrosse Unternehmen, die sich mit dem Thema auseinandersetzen, sondern auch Kleinbetriebe.» – «Sind die «Kleinen» mit einem Computer nicht überfordert?» – «Die Menschen sind sich grafische Oberflächen gewohnt, der Kontakt mit dem Computer stellt überhaupt kein Problem dar.» – «Verkaufen Sie auch direkt an der Messe?» – «Ja, das kann ich bestätigen, ja.»

Helbling

Anders klingt es an einem sehr schmalen Stand in Halle 3. Dort berät ein sympathisches älteres Ehepaar, Robert Helbling und seine Frau. Sie geben Auskunft zu ihrem FAAAT-Planungssystem, das mit seinen mit Magneten bestückten farbigen Lego-Steinen den Redaktor an Zeiten erinnert, von denen er glaubte, sie seien lange schon vorbei. «Die Besucher sind überrascht, was man mit dem System machen kann», meint Robert Helbling. «Es gibt für Führungspersonen in einem Maler- oder Gipsergeschäft mit ganz wenig Zeitaufwand viel mehr Übersicht über die Probleme, die sie lösen müssen. Je früher und je besser sie ein Problem lösen können,



Robert Helbling mit Ehefrau Trudy Helbling.



Der von allen Seiten her zugängliche, einladende Stand des Schweizerischen Maler- und Gipserunternehmer-Verbandes erhielt viel Lob.

umso weniger haben sie hernach Verlustzeit und umso zufriedener sind das Personal und die Kundschaft.» Das System sähe im ersten Moment etwas altmodisch aus, sei aber EDV-Lösungen immer noch stark überlegen.

Plancal

Verkaufsleiter Philipp Fisler am benachbarten Plancal-Stand würde Helblings Einschätzung vermutlich widersprechen. Logisch, arbeitet er doch in einem Unternehmen, das seit seiner Gründung 1980 Software-Produkte für das Baunebengewerbe entwickelt. Er meint: «Der Trend zur Informatisierung ist ein stetiger. Es gibt zwar noch den einen oder anderen, der sich mit Excel und Word durchschlängeln kann, aber ich glaube nicht, dass es heute noch einen Betrieb gibt, der ohne Computer wirklich funktioniert.»



Philipp Fisler, Plancal.

Wiederkehr

Markus Wiederkehr von der Wiederkehr AG wollen wir provozieren: «Ihr Stand sieht aus wie ein Basar.» Nach einem tiefen Durchatmen folgt die wohlüberlegte Antwort des Inhabers: «Ich bin der Meinung, an einer Ausstellung soll man etwas zeigen. Wir haben ein grosses

Sortiment und wollen einen guten Einblick in dieses geben.» – «Gibt es eine Absicht hinter der Gestaltung Ihres Standes, der gänzlich aus Gerüstelementen besteht?» – «Selbstverständlich. Wir sind Gerüstproduzenten, übrigens die Einzigen, die in der Schweiz produzieren. Sämtliche Stahlteile werden in der Schweiz hergestellt, und es



Markus Wiederkehr, Wiederkehr.

ist Tradition bei uns, dass wir unsere Stände mit unserem eigenen Material aufbauen.» – «Wie gross ist der Anteil am Umsatz, den Wiederkehr mit Gerüstelementen macht?» – «Rund ein Viertel.»

Würth

An einem etwas kühlen Ort, nämlich im Eingangsbereich zur Halle 3, ist der Stand eines Mitbewerbers von Wiederkehr platziert. Markus Kölliker, Divisionsleiter Bau der Firma Würth, die auf das Kleinteilesortiment spezialisiert ist, stört die Temperatur nicht. Im Gegenteil, die Platzierung sei ideal, weil jeder am Stand vorbeigehen müsse, der in die Halle wolle. Kölliker: «Unser Ziel an der appli-tech ist es, unseren Bekanntheitsgrad zu steigern und für die Leute da zu sein. Die appli-tech ist für uns nicht in erster Linie eine Verkaufsmesse, sondern eher eine Beratungsmesse»



An der appli-tech zufällig über den Weg gelaufen: Léo Stillhard, Schweizer Meister der Gipser, und Selina Derungs, Vize-Schweizer-Meisterin bei den Malern.



Markus Kölliker, Würth.

se.» Gezeigt wird unter anderem das Managementsystem für C-Teile namens Orsy. Das könne man an einer Messe eh nicht verkaufen, da es einer umfangreichen Beratung und vieler Absprachen bedürfe, bis es für beide Seiten – «für den Kunden wie für uns» – ein faires System ist. «Wie spricht das Publikum auf das Managementsystem an?», fragt applica. «Die grossen Unternehmen sprechen sehr gut an, die kleinen sind eher skeptisch, weil sie das Management von Kleinteilen nicht aus der Hand geben wollen und es lieber selbst machen.»

Lascaux

Nicht alle Anbieter waren zum vierten Mal dabei. Für einige, so auch für Lascaux, war es eine Premiere, obwohl das schweizerische Traditionsunternehmen schon Ende der 40er-Jahre gegründet wurde. Adolf Hüppeler, Verkaufsberater, erklärt: «Lascaux ist ein langjähriges Schweizer Unternehmen, das jetzt wieder mit ausgesuchten Produkten in den Bausektor drängt. Bekannt sind wir vor allem durch Kunst am Bau. Weltweit setzen Künstler



Adolf Hüppeler, Lascaux.

Farben von Lascaux wegen der hohen Brillanz und der hohen Deckung ein. Wir haben ein spezielles Farbsortiment im Künstlerbereich, dessen Prinzipien wir jetzt auch bei Baumalerfarben anwenden. Ich stelle allerdings erfreut fest an dieser Messe, dass uns die meisten Baumaler bereits kennen, insbesondere vom dekorativen Bereich her, in welchem unsere Farben sehr geschätzt werden.»

Ruco

Ein alter appli-tech-Hase dafür ist Ruco. Die Rupf & Co. AG setzte mit ihrem Stand einen offensichtlichen Kontrapunkt zu den meisten Auftritten. Fakten statt Emotionen. Das Unternehmen aus Glattbrugg erklärt auf seinen Standplakaten detailreich, was seine Beschichtungssysteme können und wie sie zusammengesetzt sind. Der kaufmännische Direktor Heinz Tobler meint dazu: «Wir wollen zeigen, was wir haben, und nicht nur ein Restaurant betreiben. Deshalb finde ich es gut, dass die Messe nur alle drei Jahre stattfindet. Nach drei Jahren hat man wirklich wieder echte Neuigkeiten zu zeigen.» – «Bewährt sich Ihr Stand- und Werbekonzept mit vielen Produktdetails?» – «Ich finde ja. Es geht aufwärts in den letzten Jahren, und wir gewinnen an dieser Messe auch immer wieder neue Kunden.»



Heinz Tobler, Ruco.

Akzo Nobel

Akzo Nobel, nach eigenem Bekunden das weltgrösste Farben- und Lackunternehmen, lässt sich auch beim Stand



Urs Kneubühl, Akzo Nobel.



Markus Bösiger, Präsident Zuger Maler Gewerbe, im angeregten Gespräch am SMGV-Stand. Im Hintergrund geht es zur Ausstellung Kreativ-Träume.

nicht lumpen. Drei riesige begehbare Boxen, eine rote, eine blaue und eine silberfarbene, repräsentieren die von Akzo Nobel vertriebenen Produkte Herbol, Sikkens und Swisslack. Die einladenden, nach zwei Seiten offenen Boxen sind Teil des noch grösseren Standes von Akzo Nobel, auf welchem das bekannte Akzo-Nobel-Männchen seine Arme visionär in die Höhe hebt. Ob die Messebesucher verstehen, was der Stand aussagen soll, nämlich dass Akzo Nobel der Name der Firma ist, Herbol, Sikkens und Swisslack die Namen der Produkte, die sie vertreibt?

Diese Botschaft müsse gar nicht verstanden werden, meint PR-Fachmann Urs Kneubühl. «Die Leute, die an unseren Stand kommen, kommen wegen der Produkte. Dass es darüber ein Akzo-Nobel-Dach gibt, ist für die Maler und Gipser unwichtig.» Produkte mit der Bezeichnung Akzo Nobel gebe es eh keine, und das mache Sinn, schliesslich sei das Unternehmen weltweit nicht nur im Beschichtungsbereich, sondern auch in der Pharmazie tätig. Um Unsicherheiten auszuschliessen, bezeichne man die Produkte anders als die in ganz unterschiedlichen Branchen tätige Firma. Gerade im Fall der Swisslack-Gruppe, welche am 1. Januar 2006 von der Akzo Nobel Coatings AG übernommen wurde, scheint die Überlegung Sinn zu machen. Verarbeiter in der

Schweiz können sich unter dem Markennamen Swisslack immer noch einiges mehr vorstellen als unter dem Firmennamen Akzo Nobel.

Caparol

Blickfang am Caparol-Stand ist ein Sportwagen, der das Herz jedes Motorenfreaks höher schlagen lässt. Mit dem schwarzen Porsche wolle das Unternehmen die Verbindung herstellen zwischen Caparol-Fassadensystemen und zum Beispiel Sportwagenkarosserien, Velos oder Tennisschlägern. In letzteren Produkten ist die Verwendung von Carbonfasern gemäss Marketingleiter Xaver Wüest bekannt. Weniger verbreitet sei das Wissen, dass Carbonfasern die Eigenschaften von Fassadensystemen in Bezug auf Schlagfestigkeit und thermischer Beständigkeit verbessern. «Stellt der Besucher diese Verknüpfung wirklich her», fragt applica, «oder denkt er eher, dass es am Caparol-Stand einen Sportwagen zu gewinnen gibt?» – «Im ersten Moment schaut er nur den Porsche an, was uns ja recht ist, weil er dann auf unseren Stand kommt. Wenn man ihm den Zusammenhang erklärt, ist er dann doch erstaunt. Wir wollen, dass unser



Hatten so viel Betrieb am Stand, dass man Walter Frey (links) und Christian Nüssli von der Pinselfabrik Peka gerade noch für ein Foto nötigen konnte. Zum applica-Gespräch hats nicht gereicht.



Xaver Wüest, Caparol.



Blick von oben in die Halle 4.



Wiederkehr stellt nicht nur Gerüstelemente her, Wieder Stand baut.



Den Ordner «Erfolgsbausteine» schon gekauft? SMGV-Zentralvorstandsmitglied Jürg Lüthi (links) leistet Überzeugungsarbeit.

Standbesucher am Abend nach Hause gehen und sagen kann: Ich habe etwas dazugelernt.»

Hola

Weniger pädagogisch, eher sportlich gibt sich Hola, Anbieter von Werkzeugen für Malprofis. Geschäftsführer Ruedi Schwitter erklärt im sympathischen Glarnerdialekt das Konzept des Standes. «Wir sind eine sportliche Firma. Deshalb haben wir nahtlos ans Konzept von 2006 angehängt. Damals fand die Fussball-WM statt, heuer drängt sich die Eishockey-Weltmeisterschaft in der Schweiz auf. Das Konzept, das wir von der Werbung über Marketingaktionen bis hin zur Standgestaltung durchgezogen haben, kommt bei unseren Kunden sehr gut an.» – «Was kann man bei Ihnen am Stand denn machen?» – «Jeder, der bei uns eine Bestellung aufgibt, hat die Möglichkeit, mit Hockeystock und Puck auf eine Torwand zu schießen.

Mit etwas Glück und Geschick hat er die Chance, Top-Tickets für den Final der Eishockey-Weltmeisterschaft am 10. Mai 2009 in Bern zu gewinnen.» – «Haben Sie das Gefühl, so eine Aktion lockt Besucher an den Stand?» – «Wir haben in den vielen Jahren festgestellt, dass in unserer Kundschaft ein gewisser Spieltrieb steckt. Action bringt Leute an den Stand, was eigentlich das Wichtigste ist.»

Dold

«Herr Steinlin, Sie versprechen mit Ihren appli-tech-Inseneraten blühende Geschäfte. Wie blühen denn Ihre Geschäfte am Stand?», lautet die Frage an den Dold-Geschäftsführer. – «Fantastisch. Ein unerwarteter – nein, ein erwarteter Erfolg, viele Leute, sehr gute Resonanz auf den Stand. Wir sind mehr als glücklich. Eine besondere Attraktion stellt das Farblabor dar, das noch niemand in dieser Form an einer Messe gesehen hat. Bereits über hundert Leute (Stand Donnerstagmittag) haben sich den Puls und den Blutdruck in der Kabine messen lassen und somit auch die Auswirkungen von Farbe direkt am Körper erfahren. Wir haben durch unser



Michael Steinlin, Dold.



Storch entwickelt Werkzeuge für das Maler- und Stuckateurhandwerk und hat ganz offensichtlich auch Ideen für Produkteinnovationen im Agrarsektor.



Ruedi Schwitter, Hola.



kehr weiss auch, wie man daraus einen attraktiven

freundliches Ambiente und die verschiedenen Attraktionen sehr viele potenzielle Neukunden am Stand gehabt, und über Wettbewerbskarten, die auszufüllen waren, werden wir mit Sicherheit zu interessanten Kontaktadressen gelangen.»

Bosshard

Unverwechselbar ist auch der Bosshard-Stand, wo der applica-Rundgang endet. Statt offen und von fast allen Seiten betretbar wie bei vielen Mitbewerbern, stösst der Besucher auf einen riesigen, rundherum geschlossenen Kubus. Nur an zwei Ecken kommt man rein, und dort drängeln die Gäste hinein und hinaus. Diplomingenieur Wolfram Selter sieht die Logik im kompletten Sortiment für die Schweizer Kundschaft, «... das wir am besten in einer



Ein langer appli-tech-Tag neigt sich über dem Caparol-Stand dem Ende zu.

geschlossenen Einheit zeigen können. Wir haben ein attraktives Programm, am Vormittag kleinere technische Vorfürhungen, am Nachmittag Komödie und Theater, der Stand ist brechend voll. Und am Mittag servieren wir ein gutes Mittagessen, heute waren es zum Beispiel zweihundert Mittagessen. Neuigkeiten stellen wir im Bereich der Wohnraumfarben und auch bei der Aus-



Wolfram Selter, Bosshard.

senbeschichtung vor, zum Beispiel bezüglich der Bekämpfung der Mauerspinnne, die vermehrt in der Schweiz auftritt. Wir zeigen Lösungen, wenn es um hohe Deckfähigkeit geht oder um Isoliervermögen. Wir haben im Bereich Bodenbeschichtung Produkte anzubieten, bei der Fensterbeschichtung, beim Holzschutz ... wir sind eigentlich überall kompetent.»

Tja, was lässt sich da noch anfügen? Vielleicht dies: 150 Aussteller präsentierten sich in den vier Hallen der Messe Luzern. 16 hat applica besucht. Unsere Fachzeitschrift hat trotz wirtschaftlicher Krise nur Aufbruchstimmung und gute Laune vorgefunden. Es darf vermutet werden, dass auch die weiteren 134 Aussteller bei einem Besuch keinen andern Eindruck hinterlassen hätten. ■