

# Q4

DAS KUNDENMAGAZIN DER SCHWENK PUTZTECHNIK



**Ich bin stolz,  
ein Stuckateur  
zu sein.**  
Vier mal Gold für den  
Stuckateurnachwuchs.

**BRENNPUNKT ALGEN UND PILZE AN DER FASSADE** — SEITE 4  
**MIKROBIELLER BEFALL AUF WDVS - WER TRÄGT DIE VERANTWORTUNG?** — SEITE 12  
**WARTUNG UND INSTANDSETZUNG VON WDVS** — SEITE 16  
**NEUE MEDIEN UND SOZIALE NETZWERKE** — SEITE 24  
**SO BRINGEN HANDWERKER IHR MARKETING AUF KURS** — SEITE 30



#### SELBSTBEWUSSTE SIEGER:

Weltmeister Andreas Schenk (r.), Europameister Marc Armbrüster (o.) und Valmir Dobruna (l.) sowie der Deutsche Meister Tizian Tüchert (u.) haben allen Grund zum Jubeln. Die SCHWENK Putztechnik fördert seit 2014 das Nationalteam der Stuckateure. Dieses Engagement geht weit über ein finanzielles Sponsoring hinaus und thematisiert bei Fachhandwerkern, Baustofffachhandel und Architekten die Notwendigkeit einer starken Nachwuchsförderung.

#### IMPRESSUM

##### HERAUSGEBER:

SCHWENK PUTZTECHNIK GMBH & CO. KG  
HINDENBURGRING 15, 89077 ULM

KONTAKT: 044@SCHWENK-PUTZTECHNIK.DE

VERANTWORTLICH: FRANK FRÖSSEL

PROJEKTLEITUNG: IRIS KOPP

KONZEPT, GESTALTUNG UND PRODUKTION:

SCHALLER & PARTNER, MANNHEIM

FOTOS: MICHAEL BÄDER: 36

CONNÉ VAN D'GRACHTEN: TITEL, 2, 3, 12, 13, 14, 35

FRANK FRÖSSEL: 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 17, 25

BODO BUECHER: 16, 17, 18, 19, 20, 21

MATTHIAS SCHULTZE: 25, 28

SCHWENK PUTZTECHNIK: 22

KLEMENS SKIBICKI: 26, 27

PLAINPICTURE, JONATAN FERNSTROM: 31

DANIEL DIRKES: 32, 33; ZDB/ZENSEN: 34

SHUTTERSTOCK: 15, 24, 25, 29, 31, 35

FOTOLIA: 35

AUFLAGE: 18.500

DRUCK: C. MAURER DRUCK

UND VERLAG GMBH & CO. KG

HINWEIS: © SCHWENK PUTZTECHNIK

AUS GRÜNDEN DER BESSEREN

LESBARKEIT VERZICHTEN WIR AUF

GESCHLECHTSSPEZIFISCHE DOPPELNENNUNGEN.

Print  kompensiert  
Id-Nr. 1545617  
www.bvdm-online.de



SOWEIT IN DIESEM WERK DIREKT ODER INDIREKT AUF GESETZE, VORSCHRIFTEN, REGELWERKE ODER RICHTLINIEN (Z. B. DIN) BEZUG GENOMMEN ODER AUS INHNEN ZITIERT WORDEN IST, KANN DIE SCHWENK PUTZTECHNIK KEINE GEWÄHR FÜR RICHTIGKEIT, VOLLSTÄNDIGKEIT ODER AKTUALITÄT ÜBERNEHMEN. DIE BEITRÄGE GEBEN DIE PERSÖNLICHE MEINUNG DES JEWEILIGEN AUTORS WIEDER. INSBESONDERE BEI FREMDAUTOREN KANN NICHT AUSGESCHLOSSEN WERDEN, DASS SICH DIE MEINUNG DES AUTORS MIT DEM STANDPUNKT DER SCHWENK PUTZTECHNIK NICHT ODER NUR TEILWEISE DECKT. MÖGLICHE HAFTUNGSANSPRÜCHE SIND DAHER AUSGESCHLOSSEN. ES GELTEN DIE AGB UND/ODER DIE TECHNISCHE DOKUMENTATION DER SCHWENK PUTZTECHNIK IN IHRER JEWEILS AKTUELLEN VERSION. ULM, MÄRZ 2015

## Inhalt

### 4 BRENNPUNKT ALGEN UND PILZE AN DER FASSADE

Mikrobieller Befall ist ein Reizthema mit vielen Meinungen bei wenig Durchblick. Frank Frösseel über die Ursachen und Lösungen.

### 12 MIKROBIELLER BEFALL AUF WDVS - WER TRÄGT DIE VERANTWORTUNG?

Algen und Pilze lieben kalte Außenwände. Müssen Handwerker dafür geradestehen? Ein Interview mit Dr. Frederik Neyheusel.

### 16 WARTUNG UND INSTANDSETZUNG VON WDVS

Fachliches und Rechtliches über die Wartung und Instandsetzung von Wärmedämm-Verbundsystemen. Von Dr. Bodo Buecher.

### 22 AUS AKTUELLEM ANLASS

Neue Vorgaben für schwer entflammbare Wärmedämm-Verbundsysteme mit EPS-Platten.

### 23 DER TEUFEL STECKT IM DETAIL

Der WDVS-Planungsatlas des IWM bietet online eine Vielzahl von Detailausbildungen.

### 24 NEUE MEDIEN UND SOZIALE NETZWERKE

Soziale Medien haben eine Revolution ausgelöst. Wie bestehen Unternehmen in Zeiten des digitalen Wandels? Prof. Dr. Klemens Skibicki gibt Antwort.

### 29 STUCKATEUR DES JAHRES

Es kann nur einen geben. Ab März wird der Stuckateur des Jahres gesucht.

### 30 SO BRINGEN HANDWERKER IHR MARKETING AUF KURS

Keine Angst vor Werbung! Daniel Dirkes zeigt, worauf es beim Marketing von Handwerksbetrieben ankommt.

### 34 HANDWERK HAT GOLDENEN BODEN

Rainer König, über die politische Dimension des Nationalteams und dessen große Bedeutung für das Stuckateurhandwerk.

### 35 ÜBRIGENS

Rückblick auf die 13. SCHWENK Winterseminare, Bestellmöglichkeit WM-T-Shirt, Q4 als eMagazin, Heftvorschau



## MUT ZUR EHRlichkeit |

Liebe Leserinnen und Leser, werte Geschäftspartner, es ist mir eine besondere Freude, Ihnen die erste Ausgabe unseres neuen Kunden- und Fachmagazins Q4 überreichen zu dürfen. Die Auswahl des Titels war für uns besonders wichtig und symbolträchtig. Steht Q4 doch im Fachhandwerk für höchste Oberflächenqualität und außergewöhnliche Handwerkskunst. Hohe Qualität und außergewöhnliche Beiträge sind auch der Anspruch, an dem wir uns bei dem Kunden- und Fachmagazin messen lassen möchten. Hierbei ist Q4 kein klassisches Kundenmagazin, sondern möchte durch fachlichen Tiefgang und Beiträge mit Mehrwert Ihnen wertvolle Informationen für Ihr Tagesgeschäft und den nachhaltigen Geschäftserfolg liefern.

Viermal im Jahr werden wir unterschiedliche und zum Teil kontroverse Themen aufgreifen und namhafte Experten hierzu Stellung beziehen lassen. Abgerundet werden die Inhalte mit Beiträgen, die ebenfalls für Sie von Interesse sein können. Q4 soll unterhalten, aber auch weiterbilden; sensibilisieren und aufklären. Im aktuellen Heft gehen wir auf ein brisantes Thema ein, für das es - wie es scheint - derzeit keine verlässliche Lösung gibt. Wir haben uns lange gefragt, ob wir diese ungeschminkte Wahrheit veröffentlichen sollen. Allerdings sind Algen und Pilze an der Fassade ein zunehmendes Problem, dessen Ursache und Lösung außerhalb der Produkte liegen. Fachhandwerk und Hersteller

sitzen im selben Boot und haben in den letzten Jahren versäumt, auf dieses Umweltthema stärker hinzuweisen. Somit entstand der Eindruck von Mängeln, obwohl das Problem außerhalb der Regelwerke oder Produktqualität oder qualifizierter Ausführung zu suchen ist. Der Leitartikel geht auf die Komplexität ein und zeigt die Kausalität auf. Schonungslos ehrlich, wie es selbst in Fachzeitschriften kaum noch zu finden ist, haben wir das Thema ganzheitlich aufbereitet. Abgerundet wird der Fachbeitrag durch ein Interview zu den rechtlichen Konsequenzen.

Wir hoffen, dass das Q4 Ihren beruflichen Alltag bereichert und interessante Themen zu bieten hat. Nun wünschen wir Ihnen gute Unterhaltung mit der ersten Ausgabe und würden uns über konstruktive Kritik, Anregungen und Ideen sehr freuen. Gestalten Sie den Inhalt aktiv mit, da wir in erster Linie das Q4 für Sie erstellen! Dementsprechend dürfen und können Sie die Inhalte der nächsten Ausgaben mitgestalten.

Ihr

ERICH SEUFERT - VERTRIEBSLEITER DEUTSCHLAND

IN DEN LETZTEN 20 JAHREN ist eine deutliche Zunahme von Algen und Pilzen auf Fassaden mit einem Wärmedämm-Verbundsystem zu beobachten.

# BRENNPUNKT ALGEN UND PILZE AN FASSADEN

Mikrobieller Befall nimmt zu. Die Meinungen über die Ursachen und Lösungen gehen weit auseinander. Wir schauen genauer hin und klären die wichtigsten Fragen dieses komplexen Themas.

VON FRANK FRÖSSEL

Algen und Pilze an Fassaden sind ein zunehmendes Problem. Während man früher nur selten und vor allem Algen auf Wärmedämm-Verbundsystemen angetroffen hat, umfasst der mikrobielle Befall heute sowohl Algen, Pilze, zunehmend auch Bakterien und immer öfter auch Flechten. Längst sind nicht mehr nur Wärmedämm-Verbundsysteme und hoch wärmegeämmte Mauerwerke betroffen, sondern selbst nicht sanierte Altbauten - und dies über alle Baustoffarten und Oberflächen hinweg. Bedenklich erscheint, dass selbst gegen Algen und Pilze sanierte Fassaden nach relativ kurzer Zeit wieder von mikrobiellem Befall betroffen sind. Bedeutet dies, dass der Kampf gegen Algen und Pilze an der Fassade verloren ist? Bekommt man die verschiedenen Faktoren, die ein Wachstum begünstigen, nicht mehr in den Griff? Nachdem auch die aktuelle Rechtsprechung bei diesem Thema widersprüchlich und die Lösungsansätze zum Teil umstritten sind, versucht der nachfolgende Beitrag eine Antwort zu geben.

## WOMIT HABEN WIR ES ZU TUN?

Bei der mikrobiologischen Fassadendiagnostik werden heute immer öfter Mischexpositionen festgestellt. Während man früher vor allem Algen an hoch wärmegeämmten Fassaden antraf, sind es seit einigen Jahren vor allem die Pilze, die das Wachstum dominieren.

In jüngster Zeit machen Experten auf die Ausbreitung von Bakterien aufmerksam. Und auch Flechten sind immer öfter dabei, wenn mikrobiologische Untersuchungen ausgewertet werden. Hierbei ist zu beachten, dass die quantitative Zunahme der Mikroorganismen nicht nur ein Problem darstellt, sondern auch die Möglichkeiten der Diagnostik und Sanierung stark beeinträchtigt und beeinflusst. Denn der mikrobielle Nachweis, z. B. von Algen, unterscheidet sich von denen der Pilze oder auch Bakterien. Und in der Frage, wie der mikrobielle Befall nachhaltig beseitigt werden kann, ist es elementar zu wissen, um welche Art und Gattung es sich handelt.

Algen, Pilze oder Bakterien sind nur Oberbegriffe für eine jeweils sehr heterogene Gruppe, die sich in den Biotopen zum Teil erheblich unterscheiden. Infolgedessen muss die Diagnostik sehr differenziert betrachtet werden. Hinzu kommt, dass nicht selten unterschiedliche Mikroorganismen an der Fassade eine Symbiose eingehen. Dies macht eine Erkennung ohne mikrobielle Untersuchung fast unmöglich. Während früher ein grünlicher Belag den Algen und eine gräulich-schwärzliche Verfärbung den Pilzen zugeordnet wurde, weiß man heute, dass das Erscheinungsbild der verschiedenen Arten nicht mehr so eindeutig voneinander abgegrenzt werden kann.

Zumal nicht jede Vergrauung der Fassade automatisch einen mikrobiellen Befall darstellen muss. Immer öfter muss man feststellen, dass neben den Mikroorganismen auch anorganische Schmutzpartikel das Erscheinungsbild von Fassaden beeinträchtigen. Durch sogenannte Biofilme, auf die noch separat eingegangen wird, wird das Problem komplex und die Grenzen der Zuordnung sind fließend.

## DIE URSACHEN SIND VIELFÄLTIG

Für das Wachstum von Mikroorganismen ist Feuchtigkeit die alles entscheidende Kenngröße. Ob in Form direkter Durchfeuchtung durch Regen oder Spritzwasser, durch Tauwasser infolge von Kondensation oder durch hygroskopische Feuchte - wenn ausreichend Feuchtigkeit im Substrat vorhanden ist, braucht es relativ wenig weitere Faktoren, damit Mikroorganismen wachsen und sich ausbreiten können. Der sogenannte aw-Wert der meisten Mikroorganismen an der Fassade liegt bei 0,7 bis max. 1,0. Dies bedeutet, dass die relative Luftfeuchte unmittelbar über dem Bauteil bei 70 bis 100 % liegt. Ein Wert, der gerade bei hoch wärmegeämmten Fassaden, ob nun aus Wärmedämm-Verbundsystemen oder Mauerwerk aus Porenbeton oder Leichthochlochziegeln, an der Nord-Ost-Ausrichtung in den späten Nacht- bis frühen Morgenstunden nicht selten erreicht wird. ▶



## MILDE WINTER UND VIEL ZU FEUCHE SOMMERMONATE SIND FÜR DAS WACHSTUM AN DER FASSADE OPTIMAL.

► Die Temperatur kann vernachlässigt werden, da die meisten Mikroorganismen an der Fassade einen Wachstumsbereich von minus 10 bis max. 70 °C aufweisen. Auch dieses Temperaturspektrum ist über das Jahr gesehen an den meisten Fassaden als Standard anzusehen, sodass ein Wachstum unter diesen Gegebenheiten gegeben ist. Im Gegenteil: Der konstante Anstieg der Jahresdurchschnittstemperatur in den letzten Jahren spielt dem Wachstum der Mikroorganismen in die Karten. In den vergangenen 30 Jahren stieg die Jahresmitteltemperatur um knapp 1 °C. Die milden Winter und viel zu feuchten Sommermonate sind für das Wachstum an der Fassade optimal.

Ähnlich verhält es sich mit dem pH-Wert, da Algen, Pilze und Bakterien in der Gesamtbetrachtung ihrer Spezies in einem Spektrum von 2 bis 12 wachsen können. Dies ist einer der Gründe, weshalb gelegentlich selbst auf hochalkalischen Kalkputzen oder Silikatfarben nach relativ kurzer Zeit mikrobieller Befall festzustellen ist. Ein weiterer Grund besteht darin, dass einige Pilze und Bakterien in der Lage sind, Stoffwechselprodukte auszuscheiden, um den pH-Wert ihres Habitats abzusenkten und somit einen für sie erträglichen Lebensraum zu schaffen.

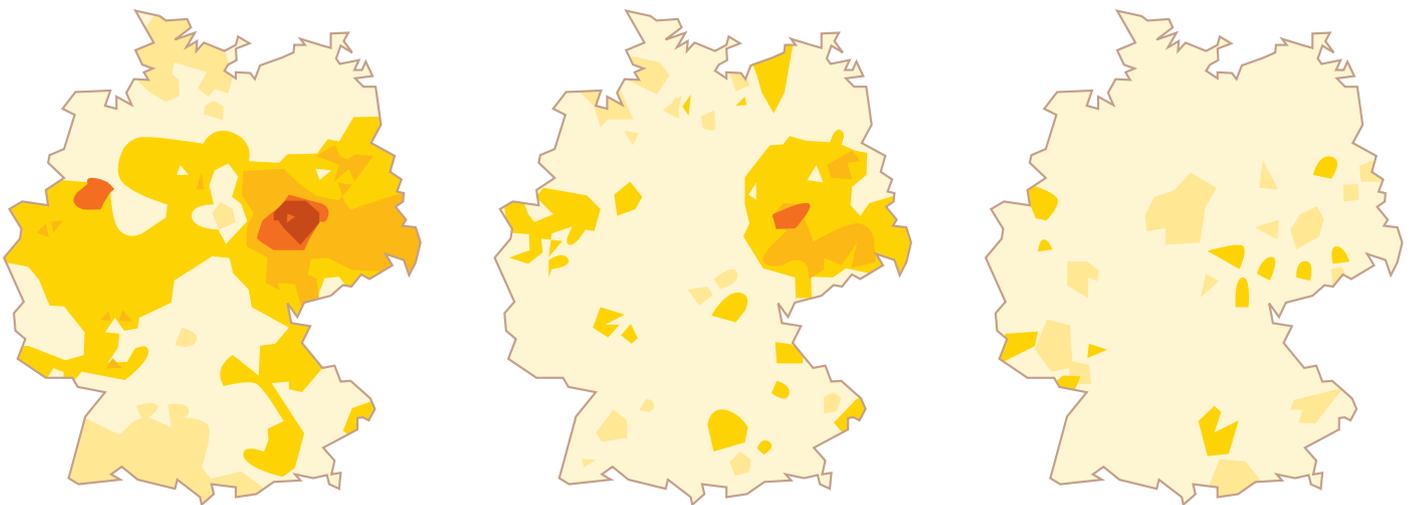
In Bezug auf Nährstoffe sind Algen und vor allem Pilze und Bakterien sehr anspruchslos. Selbst kleinste Verschmutzungen, Staubpartikeln und Aerosole reichen in der Regel schon aus, um die Mikroorganismen zu versorgen. Während Algen vor allem Salze und Spurenelemente aus Nitrat- und Phosphorverbindungen bevorzugen, sind es bei Pilzen vor allem die aus den Stickstoffverbindungen. Beide Mikroorganismen benötigen Kohlendioxid zum Wachstum, womit das nächste Problem angesprochen werden muss: die Umweltbedingungen. Die Kohlensäure der Luft fördert das Wachstum der Mikroorganismen. Unter dem Gesichtspunkt, dass der Kohlendioxidgehalt der Außenluft von Jahr zu Jahr steigt, ist besonders fatal, dass gleichzeitig der Gehalt an Schwefeldioxid sinkt. Denn Schwefelsäure hemmt das Wachstum von Algen und Pilzen. Allein diese entgegengesetzt verlaufende Entwicklung ist ein wesentlicher Grund dafür, dass in den

letzten ca. 20 Jahren das Thema Mikroorganismen an Fassaden stark an Bedeutung gewonnen hat.

Unterstützt wurde diese Entwicklung durch zwei weitere Aspekte, ausgelöst durch die Verschärfung der Biozidrichtlinie. Durch die immer stärkere Eingrenzung von Bioziden in der Landwirtschaft kommt es zum einen zwangsläufig zu einer höheren Sporenkonzentration in den Sommer- und Herbstmonaten. Nicht ohne Grund wird in der zweiten Jahreshälfte vor allem die Gattung Cladosporium an Fassaden nachgewiesen, der sogenannte Getreidepilz. Dieser macht ca. 3/4 der gesamten Sporenkonzentration der Außenluft in den Monaten Juni bis Oktober aus, während er in den Wintermonaten vernachlässigt werden kann.

Zum anderen stehen somit der Baustoffindustrie immer weniger Biozide zur Verfügung, um Putze und Farben, Dichtstoffe und sonstige Baustoffe mit präventiven Wirkstoffen auszustatten. Die Sorge um sogenannte Wirkstofflücken macht sich breit, da einer immer größer werdenden Sporenkonzentration und Artenvielfalt auf der einen Seite eine immer geringer werdende Möglichkeit der

1980 ————— 1995 ————— 2014



STATISTIK Der Schwefeldioxidgehalt in der Außenluft sinkt von Jahr zu Jahr. Damit verschwindet ein mächtiger Gegenspieler der Mikroorganismen.

Prävention auf der anderen Seite gegenübersteht. Erschwerend kommt hinzu, dass einige Mikroorganismen mittlerweile Resistenzen entwickelt haben und gegen die Standardbiozide immun sind. Dass einige der noch vor ca. zehn Jahren erfolgreich eingesetzten Biozide heute nicht mehr wirken, zeigt die bedenkliche Entwicklung auf. Immer neue Kombinationen aus Breitbandbioziden sind notwendig, um auf die Veränderungen in der Welt der Mikroorganismen zu reagieren. Und als wenn dies alles noch nicht reichen würde, werden auch noch jährlich neue Spezies von Algen, Pilzen und Bakterien an Fassaden nachgewiesen. Vergleichbar mit den Viren und Trojanern im Internet, entsteht der Eindruck, dass man den ständig neuen Bedrohungen mehr hinterherläuft als wirkungsvoll entgegentritt.

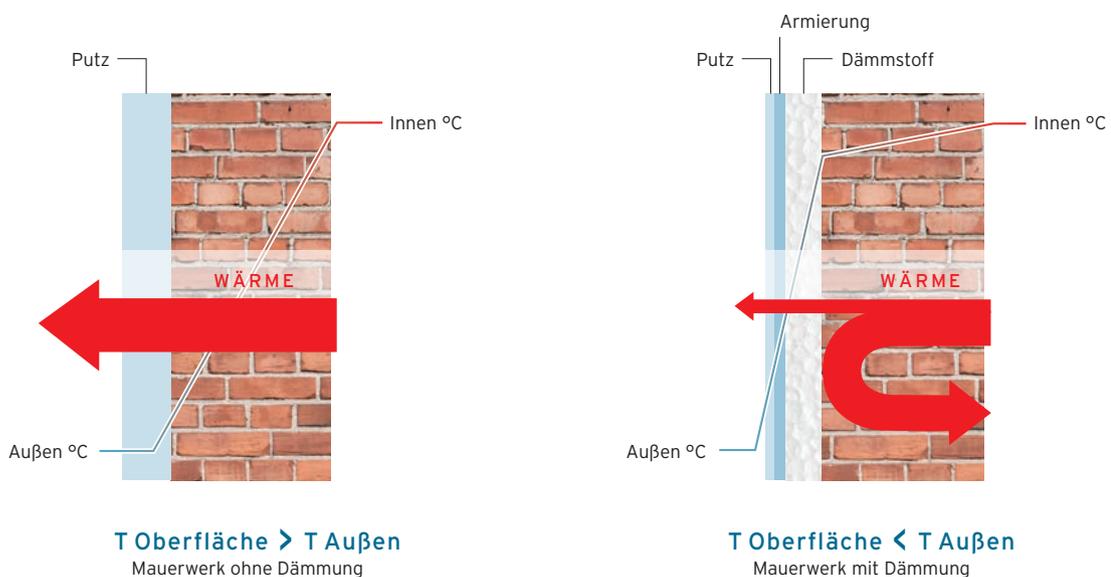
Die genannten Faktoren sind kaum beeinflussbar und stellen Umweltbedingungen dar, denen Gebäude zwangsläufig ausgesetzt sind. Hinzu kommen spezifische Faktoren, die das Wachstum von Mikroorganismen auf Fassaden begünstigen. Zuallererst muss der konstruktive Feuchteschutz genannt werden, da moderne Architektur kaum noch Dachüberstände kennt. Hinzu kommen die Anforderungen der Energie-

einsparverordnung, die hoch wärmedämmte Baukonstruktionen alternativlos machen und somit zu einer kompletten Veränderung der hygrothermischen Verhältnisse auf Fassadenoberflächen führen. Das Mikroklima der Oberfläche auf einem Wärmedämm-Verbundsystem ist ideal für das Wachstum von Algen und Pilzen, da infolge der Entkopplung und Wärmedämmung kalte Oberflächen entstehen, die aufgrund von Oberflächenkondensation zu Tauwasserausfall führen. Hierbei hat sich in den letzten Jahren die Erkenntnis durchgesetzt, dass alle Baustoffe mehr oder weniger gleich von dem Problem betroffen sind. Egal

ob auf organisch gebundenen oder Mineralputzen, alkalischen Beschichtungen oder dem Einsatz von bioziden Wirkstoffen, auf WDVS oder hoch wärmedämmenden Mauerwerken, im Neu- oder Altbau - wenn die Voraussetzungen für Wachstum gegeben sind, werden alle diese Oberflächen früher oder später besiedelt. Algen und Pilze an der Fassade sind deshalb kein ideologisches Thema um Bindemittel oder Bauweisen, sondern ein generelles Umweltthema, dem Fassaden genauso unterliegen wie alle anderen Oberflächen, wie zahlreiche Beispiele aus der Natur belegen (Verkehrsschilder, Parkbänke, Papierkörbe etc.). ▶

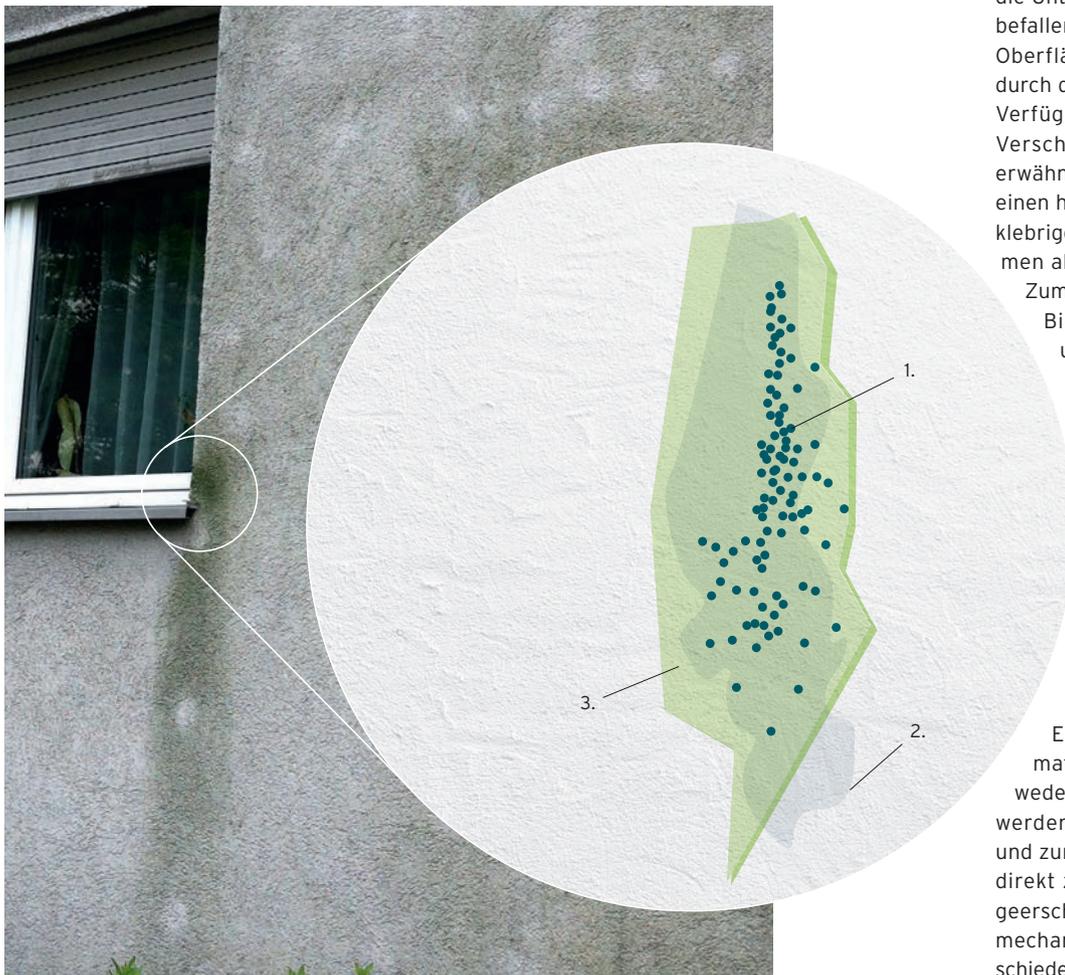
## HINTERGRUND

Da Wärmedämm-Verbundsysteme die Wärme im Gebäude halten, bleiben die Fassadenoberflächen kalt - was die Bildung von Tauwasser fördert und damit indirekt das Wachstum von Algen und Pilzen.



**UNGEDÄMMTE FASSADEN** lassen Wärme entweichen, wodurch die Oberflächentemperatur der Fassaden steigt. Ein WDVS schützt vor Wärmeverlust und sorgt für eine kältere Außenwand.

## MIT IHREM BIOFILM SCHÜTZEN SICH MIKROORGANISMEN VOR WITTERUNGSEINFLÜSSEN UND VERHINDERN DAS EINDRINGEN VON DESINFIZIATIONSMITTELN IN DEN UNTERGRUND.



### DER ABWEHRSCHIRM DER SCHIMMELPILZE

- 1.** Schmutz - bleibt im Biofilm kleben und dient dem Pilz als Nahrung.  
**2.** Schimmelpilz. **3.** Biofilm - liegt über dem Schimmelpilz und schützt diesen vor Umwelteinflüssen wie z. B. UV-Strahlen, Austrocknung und Bioziden.

- Selbstverständlich kommen auch objektspezifische Faktoren zusammen, die sich z. B. in Form von Bewuchs (Nähe zum Objekt) oder Verschattung (durch Bewuchs oder Nachbargebäude) bemerkbar machen können. In Einzelfällen kommen noch Luftströmungen und dadurch verursachte Verschmutzungen hinzu. Letzteres wird auch als Ursache für den sogenannten Sekundärbefall gesehen. Dieser unterscheidet sich vom Primärbefall, bei dem die Untergründe direkt von Mikroorganismen befallen werden, in der Form, dass resistente Oberflächen dennoch befallen werden, da durch die Verschmutzung die Nährstoffe zur Verfügung gestellt werden. Häufig sind diese Verschmutzungen eine Folge der bereits erwähnten Biofilme. Hierbei handelt es sich um einen hauchdünnen, transparenten und leicht klebrigen Überzug, den einige Mikroorganismen absondern, um ihr Habitat zu schützen. Zum einen gegen Austrocknung, da diese Biofilme den Untergrund feucht halten und Schutz gegen Sonne und Wind bieten, zum anderen bleiben Schmutzpartikel und Aerosole an der klebrigen Oberfläche haften, was wiederum als Nahrungsquelle dient. Besonders problematisch ist, dass diese nicht oder kaum sichtbaren Biofilme ursächlich dafür sind, dass Desinfektionsmittel nicht in den Untergrund eindringen, sodass die eine oder andere biozide Untergrundvorbehandlung wirkungslos bleibt.

Es bleibt festzuhalten, dass die Problematik von mikrobiellem Befall an Fassaden weder trivial ist noch eindeutig zugeordnet werden kann. Die Ursachen sind multikausal und zum Teil überlagernd, können teilweise direkt zugeordnet werden oder sind eine Folgeerscheinung aus einem anderen Schadensmechanismus. Aufgrund der regionalen Unterschiede sowie des saisonalen Auftretens sollte keine Verallgemeinerung stattfinden, sondern muss jeder Fall individuell betrachtet werden. Selbst ein Bezug zwischen der zunehmenden mikrobiellen Belastung an Fassaden und dem Innenraum könnte hergestellt werden, würde aber den Rahmen an dieser Stelle sprengen.

### VOR ALLEM EIN OPTISCHES PROBLEM

Im Zusammenhang mit mikrobiellem Befall an Fassaden stellt sich gelegentlich die Frage, ob



---

#### LÄNGST HAT SICH DIE ERKENNTNIS DURCHGESETZT,

dass auch nicht gedämmte Fassaden von Algen und Pilzen befallen werden, wenn optimale Lebensbedingungen (vor allem Feuchtigkeit) vorhanden sind.

es sich um einen Mangel handelt und/oder ob und inwieweit durch Algen, Pilze und Bakterien Schäden verursacht oder Baustoffe zerstört werden können. Auf die rechtliche Bewertung wird an dieser Stelle bewusst verzichtet und auf das anschließende Interview verwiesen.

Grundsätzlich gilt, dass mikrobieller Befall auf Fassaden „nur“ ein optisches Problem ist und eine direkte Zerstörung von Baustoffen nicht stattfindet. Allerdings zeigt die etwas differenzierte Betrachtung, wie schwierig eine technische Bewertung ist und dass zwischen den Mikroorganismen differenziert werden muss. Algen z. B. benötigen für ihr Wachstum die Photosynthese. Infolgedessen handelt es sich auch nur um einen oberflächlichen Belag. Bei Pilzen und Bakterien dagegen verhält es sich anders, da diese Mikroorganismen auch auf anaerobe Lebensformen umstellen können. Deshalb wachsen Pilze und Bakterien, im Gegensatz zu Algen, auch in den Baustoff oder können in tieferen Schichten überleben. Man erkennt dies z. B. daran, dass das Myzel der Pilze in den Baustoff eindringt und sich in den Poren, Rissen und sonstigen Öffnungen verbreiten kann. Für die Bekämpfung ist dies ein elementarer Unterschied. Während Algen nur entfernt

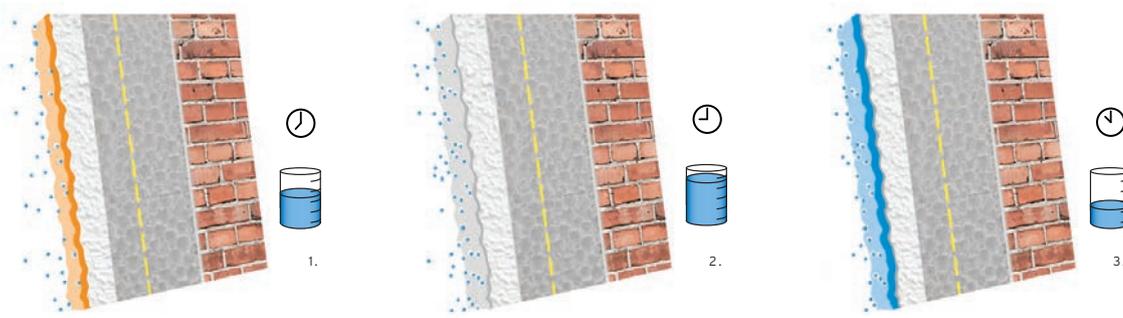
werden müssen, muss bei Pilzen auch das Myzel im Baustoff abgetötet werden. Bei Bakterien kommt noch ein anderer Aspekt hinzu. Bakterien bilden Säuren, mit denen langfristig die Oberfläche von Baustoffen angegriffen und in ihren bauphysikalischen Eigenschaften verändert wird. Dieser Vorgang, besser bekannt unter dem Begriff der Biokorrosion, ist äußerlich kaum sichtbar. Er kann aber z. B. die Wasseraufnahme verändern oder zu Farbtonveränderungen führen. Allerdings sind hierzu Konzentrationen notwendig, die an der Fassade im Regelfall nicht anzutreffen sind.

In der allgemeinen Diskussion wird oft übersehen, dass die bereits erwähnten Biofilme indirekt zu Schäden führen oder einen Schadensmechanismus unterstützen können. Beispielhaft soll erwähnt werden, dass durch das Biofouling der Feuchtegehalt im oberflächennahen Bereich erhöht wird und somit die Gefahr von Frostschäden steigt. Auch die Verschmutzung steigt und kann unter Umständen den Hellbezugswert verändern, sodass ggf. thermische Spannungen zu kleinen Haarrissen führen können, die dann wiederum als Habitat für Mikroorganismen dienen. Nicht zuletzt werden durch Biofilme

die Poren eines Baustoffes verändert, sodass sich neben der Wasseraufnahme auch die hygroskopische Feuchte verändert.

#### WAS SIND DIE LÖSUNGSANSÄTZE?

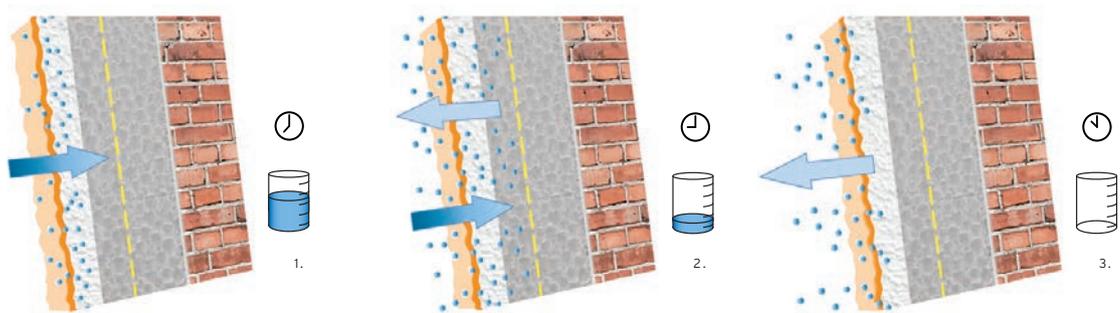
Nachdem nun das Problem und seine Ursachen ausreichend thematisiert wurden, geht es schlussendlich um die Beseitigung von mikrobiellem Befall, um die nachhaltige Sanierung und/oder präventive Maßnahmen, um einem Neu- oder Wiederbefall entgegenzutreten. Hierzu wird unter den Experten seit Kurzem eine Grundsatzdiskussion geführt. Diese dreht sich um die Frage, ob eher ein universeller oder individueller Ansatz gewählt werden sollte. Was versteckt sich dahinter? Organisch gebundene Putze und Farben für die Fassadenbeschichtung sind heute standardmäßig mit Bioziden versehen. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass auch Fassadenbereiche und/oder Konstruktionen, die durch Algen, Pilze und Bakterien unter Umständen gar nicht betroffen wären, mit bioziden Beschichtungen versehen werden. Hier wäre ein individueller Ansatz der „bessere“ Umweltschutz. Allerdings ist dieser Ansatz derzeit bei allen Beteiligten (Bauherr, Planer, Baustofffachhandel, Fachhandwerk) nicht opportun, da grundsätzlich erwartet wird, dass die Produkte „funktionieren“. ▶



#### HERKÖMMLICHER WDVS-AUFBAU:

##### HYDROPHOB - ORGANISCH - DÜNNSCHICHTIG - BIOZIDHALTIG

1. Die dünn-schichtige hydrophob-organische Oberfläche führt bei Betauung zur Ausbildung von Wassertropfen und damit zu idealen Wachstumsvoraussetzungen für Algen und Pilze.
2. Die Wassertropfen vergrößern sich durch weitere Taubelastung. Enthaltene Biozide (wasserlöslich) werden sukzessive ausgewaschen.
3. Das organische Bindemittel des Anstrichs verzögert die Abtrocknung. Die Oberfläche bleibt über lange Zeitperioden nass.



#### ERFAHRUNGEN SEIT 10 JAHREN: DIE WDVS-TECHNOLOGIE **AQUA PURA** Vision® HYDROAKTIV - MINERALISCH - DICKSCHICHTIG - BIOZIDFREI

1. Taufeuchte wird sofort von der hydrophilen Anstrichschicht aufgenommen. Die Oberfläche bleibt weitgehend trocken.
2. Feuchte wird kontinuierlich von den hydroaktiven Putzschichten aufgenommen, zwischengespeichert und wieder abgegeben.
3. Die Kapillaraktivität des Putzes und die silikatische, hoch diffusionsoffene Matrix des Anstrichs sorgen für eine schnelle Rücktrocknung.

- Weiterhin wäre denkbar, dass nur die bauphysikalisch kritischen Fassadenbereiche, z. B. die Nord-Ost-Seite, mit bioziden Beschichtungen versehen werden. Auch diese Idee erscheint momentan eher abstrakt als tatsächlich umsetzbar zu sein. Und dementsprechend werden alle Fassaden gleich behandelt und mit bioziden Beschichtungen versehen.

Welche Alternativen gibt es zu bioziden Wirkstoffen? Grundsätzlich werden vier Ansätze der Sanierung und Prävention unterschieden: Die Standardlösung ist die biozide Ausrüstung

der Bindemittelmatrix (Filmschutz). „Biozide“ ist der Oberbegriff für algizide, fungizide und bakterizide Wirkstoffe. Das Besondere daran ist, dass die sogenannten Breitbandbiozide so weit wasserlöslich sein müssen, dass sie in kleinsten Mengen an der Oberfläche freigesetzt werden, um eine biozide Wirkung zu erzielen. Gleichzeitig dürfen die Biozide nur so weit wasserlöslich sein, dass sie nicht gleich beim ersten Regen ausgewaschen werden. Man setzt seit Kurzem auf sogenannte verkapselte Wirkstoffe, um die Retardzeit noch gezielter steuern zu können. Dennoch

ist unstrittig, dass irgendwann die Wirkstoffe ausgewaschen und der biozide Puffer aufgebraucht sind. Ein dauerhaftes Ausbleiben von Algen-, Pilz- oder Bakterienbefall kann also nicht sichergestellt werden. Über den Zeitpunkt streiten die Experten, da dies von Art und Menge der Wirkstoffe, der Exposition des Objektes bzw. der Oberflächen sowie anderen Faktoren abhängig ist. Alternativ setzt man auf alkalische Oberflächen, um auf den Einsatz von Bioziden verzichten zu können. Die hohe Anfangsalkalität von mineralischen Putzen oder Silikatfarben baut sich im Außenbereich



allerdings innerhalb von sechs bis zwölf Monaten ab, sodass der biozidfreie Schutz auch nur in den Anfangsmonaten gegeben ist. Nachdem sich der pH-Wert neutralisiert hat, sind diese Oberflächen dem mikrobiellen Befall genauso ausgesetzt. Man versucht, durch dickschichtige Aufbauten den alkalischen Puffer zu erhöhen bzw. den Zeitpunkt der Neutralisation hinauszuzögern.

Neuere Ansätze gehen in die Richtung, das hygrothermische Mikroklima der Fassadenoberfläche so weit zu verändern, dass den Mikroorganismen die Wachstumsbedingungen entzogen oder erschwert werden. So wird z. B. der Wasserhaushalt so gesteuert, dass Feuchtigkeit entweder schneller abgeführt oder die Trocknung der Oberfläche beschleunigt wird. Experten streiten über den „richtigen“ Weg - entweder hoch hydrophobe Oberflächen, um die Feuchtigkeit von der Oberfläche fernzuhalten, oder besonders hydrophile Oberflächen, um durch eine hohe Wasseraufnahme und -verteilung in der Putzschicht eine Abtrocknung zu begünstigen. Sogenannte Hybridbeschichtungen versuchen, beide Ansätze miteinander zu verbinden. Durch einen speziellen Spreizeffekt fördert die hydrophile Oberfläche eine schnelle Wasseraufnahme und durch den hydrophoben Unterbau wird der Untergrund vor Feuchtigkeit geschützt. Durch das „Auseinanderziehen“ des Wasserfilms wird die Trocknung beschleunigt. Erfahrungen mit diesen Beschichtungen liegen seit ca. zehn Jahren vor, z. B. mit dem ersten biozidfreien Wärmedämm-Verbundsystem AQUA PURA Vision® von SCHWENK.

Andere Alternativen setzen auf die gezielte Steuerung der Oberflächentemperatur, z. B. durch IR-Farben oder PCM-Beschichtungen. In beiden Fällen soll die Oberflächentemperatur angehoben werden, damit der Taupunkt verschoben und der Zeitraum für Tauwasseranfall reduziert wird. Fotokatalytische Effekte oder Beschichtungen mit Nanosilber oder ätherischen Ölen lesen sich in der Theorie immer ganz innovativ und spannend, haben sich aber in der Praxis bisher nicht bewährt und werden wohl auch in jüngster Zukunft keine Rolle spielen. Im Gegenteil: Bei Beschichtungen mit einem fotokatalytischen Effekt konnte man nachweisen, dass diese eher Nährstoffe für Pilze aufschließen. Und PCM können als Brandbeschleuniger fungieren, sodass ihr Einsatz aufgrund der aktuellen Diskussion um Brandschutz an wärme gedämmten Fassaden überhaupt keine Zukunftsberechtigung hat.

Fazit: Ein dauerhaftes Ausbleiben von Algen, Pilzen und Bakterien auf wärme gedämmten Fassaden ist aufgrund der beschriebenen Aspekte nach derzeitigem Stand nicht möglich. Durch gezielte Planung und Ausführung und den Einsatz individueller Systemlösungen, die auf das jeweilige Bauvorhaben abgestimmt sind, kann man den Anfangsbefall vermeiden bzw. den Zeitpunkt für mikrobiellen Befall hinauszögern.



Frank Frössel ist seit 2014 Leiter Marketing und Produktmanagement bei der Fa. SCHWENK Putztechnik. In der Zeit von 1993 bis 2006 war Herr Frössel Produktmanager bei der Sto AG und anschließend technischer Leiter in der Europa-Zentrale der Fa. SAKRET.

**ES IST BESONDERS GUT ZU ERKENNEN,** dass unterhalb des Dachvorsprunges, wo die Fassade keiner Feuchtigkeit ausgesetzt ist, auch kein mikrobieller Befall vorhanden ist.



**KEIN OBERFLÄCHENPROBLEM** Ob mineralisch oder kunstharzgebunden, ob gedämmt oder ungedämmt, ob Alt- oder Neubau: Algen und Pilze wachsen auf allen Untergründen, wenn die Voraussetzungen gegeben sind.



# MIKROBIELLER BEFALL AUF WDVS — WER TRÄGT DIE VERANTWORTUNG? |

Algen und Pilze sind auf kalten Außenwänden nahezu unvermeidbar. Dennoch sehen Gerichte oft den Handwerker oder Architekten in der Verantwortung. Wie können sich Stuckateure und Maler rechtlich schützen? Anwalt Dr. Frederik Neyheusel gibt Antwort.

Guten Tag, Herr Dr. Neyheusel. Vielen Dank, dass Sie sich für ein kurzes Interview die Zeit genommen und bereit erklärt haben, rechtliche Fragen zu einem brisanten und komplexen Thema zu beantworten. Wie im Leitartikel bereits ausgeführt, sind Algen und Pilze insbesondere bei hoch wärme gedämmten Fassaden, wie z. B. mit einem Wärmedämm-Verbundsystem selbst bei einer erhöhten bioziden Ausrüstung der Farbbeschichtung in vielen Fällen nicht ganz zu vermeiden. Worin besteht in diesen Fällen die juristische Problematik?

Die Problematik liegt darin, dass der Bauherr mit dem Fachunternehmen einen sogenannten Werkvertrag schließt, bei dem der Auftragnehmer eine erfolgreiche Herstellung seiner Leistung und ein dauerhaft funktionsfähiges Werk schuldet. Da der Bauherr keine Algen und keinen Pilz „bestellt“ hat, kommt es zu Streitigkeiten der Beteiligten darüber, ob das Werk trotz dieser optischen Erscheinungen erfolgreich und damit mangelfrei hergestellt wurde. Dabei ist es für den Bauherrn aus seiner Sicht unerheblich, ob eine derartige Algen- und/oder Pilzbildung vermeidbar ist oder nicht. ▶



#### NACHGEFRAGT

Ist der Stuckateur für mikrobiellen Befall verantwortlich?  
Anwalt Dr. Frederik Neyheusel schafft Klarheit.

- **Wenn mikrobieller Befall durch Algen und/oder Pilze aber technisch nicht sicher vermieden werden kann und auch auf anderen Untergründen auftreten, dann dürfte die Situation doch eigentlich keinen Mangel darstellen? Was sagt die Rechtsprechung denn zu diesem Thema?**

Die Rechtsprechung entscheidet leider - wie so oft - uneinheitlich. Die bisher ergangenen gerichtlichen Entscheidungen urteilten aber in der Mehrzahl, dass ein Wärmedämm-Verbundsystem, das innerhalb der fünfjährigen Gewährleistungszeit Algen- und/oder Pilzbefall aufweise, aufgrund der Erfolgsverpflichtung im Werkvertrag mangelhaft sei. Diese - wenn auch oft nur optische - Beeinträchtigung sei vom Bauherrn nicht hinzunehmen, der vollständige „Erfolg“ sei nicht eingetreten. Diese Rechtsfolge tritt auch dann ein, wenn der Fachunternehmer bei seiner Ausführung keinerlei Fehler begangen hat und auch die Materialkomponenten des WDVS an sich mangelfrei sind. Der Auftragnehmer wird dann verurteilt, den mikrobiellen Befall zu beseitigen oder, wenn er Nachbesserungsfristen versäumt hat, den finanziellen Schaden des Bauherrn zu bezahlen. Lediglich wenige Gerichte sind anderer Auffassung und haben entschieden, dass das Wärmedämm-Verbundsystem nicht mangelhaft sei, wenn Algen- und/oder Pilzbefall innerhalb der Gewährleistungszeit auftrete. Eine unvermeidbare technische Gegebenheit könne keinen Mangel darstellen, so die Erklärung.

#### Wie ist Ihre persönliche Auffassung?

Ich halte einen unvermeidbar auftretenden Algen- und/oder Pilzbefall nicht für eine mangelhafte Werkleistung, es sei denn, der Verarbeiter hat die Algen- und/oder Pilzfreiheit der Fassade für die Dauer der Gewährleistung ausdrücklich vertraglich vereinbart. Liegt aber eine solche Vereinbarung nicht vor, bemisst sich die Mangelhaftigkeit danach, ob das Werk der sogenannten „üblichen Beschaffenheit“ entspricht. Diese Beschaffenheit wird erreicht, da die Algen- und/oder Pilzbildung technisch eindeutig nicht immer zu vermeiden ist und die technische Funktionalität nicht beeinträchtigt wird. Mit anderen Worten: Der Befall ist üblich und



wie die Diskussion nun schon seit ca. 20 Jahren zeigt, kommt es auf wärmegeämmten Fassaden vermehrt zu diesem Problem. Wenn aber etwas nicht vermeidbar und aus meiner Sicht „üblich“ ist, kann dies keinen Mangel darstellen.

Mikrobieller Befall hat seine Ursachen außerhalb der Einhaltung von Regelwerken. Im Gegenteil, die Einhaltung der EnEV sowie der Anspruch nach Energieeinsparung führen aufgrund der Bauphysik fast zwangsläufig zu Algen und Pilzen auf hoch wärmegeämmten Fassaden. Kann es sein, dass die Branche ein Umweltthema zu ihrem Problem gemacht hat? Denn wenn eine Terrasse verschmutzt oder Moos und Unkraut wachsen, kommt auch niemand auf die Idee, den Fliesenleger oder GalaBau-Unternehmer dafür verantwortlich zu machen.

Das ist ja gerade das Dilemma. Wir erleben mit dem Befall zumeist eine unvermeidbare Erscheinung, die von den Gerichten aber dennoch in den meisten Fällen als Mangel gesehen wird. Ich halte diese Entscheidungen zwar für falsch, muss sie aber zur Kenntnis nehmen und in der Beratung beachten. Ich bin aber davon überzeugt, dass die Gerichte früher oder später den technischen Gegebenheiten folgen und einen Mangel ablehnen. So weit sind wir aber leider noch nicht.



**Welche Rolle spielt der Architekt, wenn es eine Ausschreibung gibt und der Fachhandwerker „nur“ die Leistungen ausführt, die vom Planer als Erfüllungsgehilfen des Bauherrn gefordert werden?**

In diesem Fall steht der Architekt ebenfalls in der Verantwortung gegenüber dem Bauherrn. Ein möglicher Schaden wird dann zwischen den Beteiligten aufgeteilt. Meines Erachtens trägt der Architekt in der Regel den überwiegenden Anteil, weil er das Objekt kannte, selbst auf den möglichen Algen- und Pilzbefall hätte aufmerksam machen können oder sogar müssen und das WDVS dennoch ausschrieb.

Da der Stuckateur oder Maler als Fachmann die Besonderheiten der Problematik durch Algen und Pilze an der Fassade kennt, muss er den Bauherrn darüber dann nicht wenigstens aufklären? Was empfehlen Sie einem Fachunternehmer, der mit einer derartigen Aufgabenstellung auf Sie zukommt?

Aus rechtlicher Sicht besteht in jedem Falle eine Aufklärungspflicht des Fachhandwerkers. Er hat aufgrund seines Fachwissens den Bauherrn - insbesondere, wenn es sich um einen privaten Auftraggeber handelt - darüber zu informieren, dass ein Algen- und/oder Pilzbefall auch während der fünfjährigen Gewährleistungszeit nicht mit Sicherheit ausgeschlossen werden kann, und zwar unabhängig von der bioziden Einstellung des Materials. Diese Aufklärungspflicht wird in der Rechtsprechung insbesondere für Umstände angenommen, die der Bauherr nicht kennt, deren Kenntnis aber für seine Entscheidungsfindung (z. B. bei der Entscheidung für oder gegen ein WDVS) von Bedeutung sind. Eine solche Aufklärung ist aus meiner Sicht auch ein Qualitätsmerkmal des Fachhandwerkers, der damit zu verstehen gibt, dass er sich zum einen mit den Problematiken auskennt und sich zum anderen auch um die Belange des Bauherrn bemüht. Man muss aber eindeutig feststellen, dass selbst bei einer perfekten Aufklärung ein Risiko für den Fachunternehmer besteht, weil die Rechtsprechung derzeit in der überwiegenden Zahl der entschiedenen Fälle von einem Mangel der Fassade bei einem Befall ausgeht, und zwar unabhängig davon, ob eine Aufklärung erfolgt ist oder nicht. Dennoch stellt eine richtige und gut dokumentierte Aufklärung des Bauherrn über die Möglichkeit eines Algen- und/oder Pilzbefalls den besten Schutz gegen Mängelrechte dar.

Gibt es denn aus Ihrer Sicht irgendeine Möglichkeit, Mängelansprüche abzuwehren, indem der Fachunternehmer in seiner Beratung besondere Formulierungen verwendet oder den Bauherrn so umfänglich aufklärt, dass sich dieser in vollem Bewusstsein für eine Fassadendäm-

---

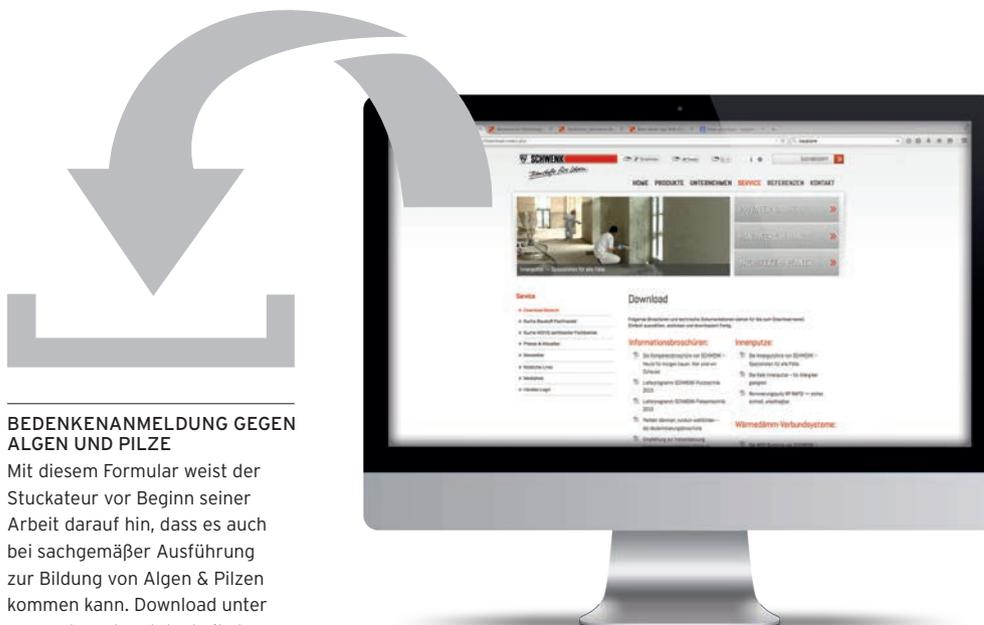
Dr. Frederik Neyheusel, Rechtsanwalt und Senior-Partner der Kanzlei SGP Rechtsanwälte, Ulm, ist seit 15 Jahren im Bau- und Architektenrecht tätig, Autor zahlreicher Veröffentlichungen, Dozent an der Hochschule Neu-Ulm und Vorsitzender des Vereins „Bauen mit Spaß“ e. V. Er hält bundesweit Vorträge zu aktuellen baurechtlichen Themen.

---

**mung entscheidet, getreu dem Motto, dass der Käufer eines Sportwagens auch nicht im Nachhinein kommen und sich über den höheren Benzinverbrauch beschweren kann?**

Der größtmögliche Schutz vor einer Inanspruchnahme besteht in der Tat in einem möglichst klaren, verständlichen und vor der Ausführung erteilten Hinweis für den Bauherrn. Ein solcher könnte z. B. wie folgt lauten: „Liebe Bauherrn, Sie planen an Ihrem Objekt das Anbringen einer WDVS-Fassade. Leider ist es aufgrund der Lage Ihres Hauses [Beschreibung] und der zur Verfügung stehenden Materialien nicht möglich sicherzustellen, dass nicht innerhalb der nächsten zwei bis fünf Jahre ein Algen- und/oder Pilzbefall an Teilen der Fassade auftreten kann. Ein solcher Befall hat in der Regel keine technischen Auswirkungen, sondern erfordert zumeist lediglich eine zusätzliche Wartungsleistung, nämlich das Entfernen des Befalls und [...]. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir eine Haftung ablehnen, wenn ein solcher Befall aufgrund der geschilderten Umstände auftritt.“ Ideal wäre es natürlich, wenn der Bauherr diesen Hinweis mit „Einverstanden“ unterschreibt.

Herr Dr. Neyheusel, vielen Dank für das interessante Gespräch.



**BEDENKENANMELDUNG GEGEN ALGEN UND PILZE**

Mit diesem Formular weist der Stuckateur vor Beginn seiner Arbeit darauf hin, dass es auch bei sachgemäßer Ausführung zur Bildung von Algen & Pilzen kommen kann. Download unter [www.schwenk-putztechnik.de](http://www.schwenk-putztechnik.de)



# WARTUNG UND IN STANDSETZUNG VON WDVS |

Mit den Anforderungen an den Wärmeschutz steigen auch die Ansprüche an Wärmedämm-Verbundsysteme. Wie lässt sich ein bestehendes System erneuern oder instand setzen? Und was ist dabei zu beachten?

VON DR. BODO BUECHER

Wärmedämm-Verbundsysteme werden nunmehr seit ca. 50 Jahren mit Erfolg verwendet und sind in den letzten Jahren für ein wirtschaftliches und energiesparendes Bauen unverzichtbar geworden. Die in den Anfangsjahren verwendeten Dämmstoffdicken von 4 cm oder 6 cm erfüllen aus heutiger Sicht bei Weitem nicht mehr die aktuellen Ansprüche und die jahrelange Bewitterung auch in Verbindung mit Planungs- oder Ausführungsfehlern haben zu Abnutzung und Verschleiß der Putzoberfläche geführt. Um diese Wärmedämm-Verbundsysteme zu warten, instand zu setzen oder den heutigen, gestiegenen energetischen Anforderungen anzupassen, besteht ein zunehmender Bedarf an Überarbeitung von Wärmedämm-Verbundsystemen. Im Nachfolgenden sollen Hinweise gegeben werden, welche Aspekte aus technischer und rechtlicher Sicht hierbei zu beachten sind.

#### DIE HALTBARKEIT VON WDVS

Unabhängig davon, ob bei der Neuinstallation oder bei der Instandsetzung/Verbesserung, stellt ein Wärmedämm-Verbundsystem für den Bauherrn eine erhebliche Investition dar,

die nur dann wirtschaftlich und nachhaltig ist, wenn das System eine ausreichende Haltbarkeit aufweist. Voraussetzung für eine lange Haltbarkeit ist neben einer hohen Produktqualität sowie Planung, insbesondere der Details, auch eine fachgerechte Verarbeitung - am besten durch einen für diese Arbeiten besonders zertifizierten Handwerksbetrieb. Aber auch mit einer ursprünglich hohen Qualität kann eine lange Haltbarkeit nur in Verbindung mit der notwendigen Wartung und Instandhaltung erreicht werden. Es ist daher im Interesse des Bauherrn, dass der Fachhandwerker ihn auf die Notwendigkeit der Wartung und Instandhaltung hinweist.

Fassaden sind - unabhängig von ihrer Konstruktionsart - starken äußeren Belastungen ausgesetzt. So unterliegen die Süd- und Westseiten einer erhöhten UV-Belastung und einem stärkeren und schnelleren Temperaturwechsel als die Nord- und Ostseiten. Diese dagegen sind häufig länger feucht (z. B. durch Kondensation und Tauwasser) und bieten daher günstigere Wachstumsbedingungen für Algen und Pilze (siehe Beitrag auf Seite 4). Ausreichende

## WARTUNG UND INSTANDHALTUNG SIND FÜR DIE LANGE HALTBARKEIT EINES WDVS EBENSO WICHTIG WIE BESTE MATERIALQUALITÄT UND EINWANDFREIE AUSFÜHRUNG.

Überstände, z. B. am Dach und an den Fensterbänken, und zurückgesetzte Fenster schützen kritische Anschlussbereiche. Bei fassadenbündigen oder gar vorstehenden Fenstern werden diese kritischen Zonen durch das gesamte ablaufende Regenwasser enorm belastet. Auch die Sockelbereiche eines Gebäudes unterliegen einer besonderen Beanspruchung durch mechanische Einwirkungen, Spritzwasser, Schnee u. a. Daher empfiehlt der „Instandhaltungsleitfaden: Beschichtungen und Verputze auf Fassaden und Wärmedämm-Verbundsysteme“ [1] in Abhängigkeit von der vorliegenden Beanspruchung eine visuelle Kontrolle der ▶



**PUTZRISSE**  
systembedingte  
Putzrisse über Platten-  
fugen (MW-Lamelle)

**SCHADENSFALL**  
rechts: Klebefläche nach  
Nachverklebung  
unten: Zu dünner Unterputz



► Putzoberfläche jeweils nach ein bis vier Jahren. Diese kurzen Kontrollzyklen stellen sicher, dass eventuell vorhandene kleine Fehler oder Mängel frühzeitig erkannt und beseitigt werden können, bevor Schäden oder hohe Instandsetzungskosten entstehen. Außerdem können somit die Renovierungszyklen verlängert werden.

#### EINE ANALYSE GIBT AUSKUNFT

Ist nicht bekannt, um was für ein Altsystem es sich handelt, muss zunächst eine Bestandsaufnahme von Gebäude und vorhandenem Wärmedämm-Verbundsystem durchgeführt werden. Hierbei sind Checklisten, wie sie beispielsweise in dem als Entwurf vorliegenden WTA-Merkblatt E-2-13 „Wärmedämm-Verbundsysteme: Wartung, Instandsetzung, Verbesserung“ [2] enthalten sind, nützlich. Derartige Checklisten sind naturgemäß sehr umfangreich, helfen jedoch, wesentliche Punkte nicht zu übersehen. Welche Punkte relevant sind, muss im Einzelfall entschieden werden. Besondere Aufmerksamkeit ist dabei auf die folgenden Punkte zu richten:

- \_ Art des Dämmstoffes im Wärmedämm-Verbundsystem (EPS, Mineralwolle, ...),
- \_ Befestigungsart (nur geklebt, geklebt und gedübelt, Schienenbefestigung),
- \_ Art des Unterputzes (mineralisch, organisch),
- \_ Art des Oberputzes (mineralisch, organisch gebunden, Putzstruktur, ...),
- \_ kritische Anschlüsse und ihre Ausführung.

In prinzipiell gleicher Art und Weise können vorhandene Schäden und Mängel mit einer Checkliste erfasst werden. Auch hierbei kann eine Vorlage, wie sie in [2] enthalten ist, helfen. Im Hinblick auf eine Instandsetzung sollte unterschieden werden in Schäden und Mängel:

- \_ der Putzoberfläche,
- \_ am Unterputz,
- \_ an der Dämmschicht,
- \_ der Befestigung,
- \_ am Gesamtsystem.

#### WELCHE MASSNAHMEN SIND SINNVOLL?

Bei der Erstellung eines Instandsetzungskonzeptes sind alle festgestellten Schäden und Mängel zu dokumentieren und mit dem Auftraggeber zu besprechen. Insbesondere wenn aufgrund eines begrenzten Budgets des



Bauherrn nicht alle Mängel beseitigt werden können, ist der Auftraggeber schriftlich auf die verbleibenden Mängel und die daraus resultierenden Risiken hinzuweisen. Selbstverständlich gilt diese Aussage nur für Instandsetzungen nach Ablauf der Gewährleistung. In vielen Fällen sind alte, korrekt verarbeitete Wärmedämm-Verbundsysteme lediglich verschmutzt (organisch und/oder anorganisch), sodass eine Reinigung - erforderlichenfalls mit nachfolgender Desinfizierung - und eine auf das System abgestimmte Fassadenbeschichtung ausreichend sind. Sind Putzsysteme mit hydrophiler Oberfläche (zur Reduzierung des Algen-/Pilzrisikos) verwendet worden, müssen unbedingt die vom Hersteller empfohlenen Produkte zur Instandsetzung verwendet werden.

In allen anderen Fällen sollten die Hinweise im BFS-Merkblatt 21 [3] berücksichtigt werden. In Abhängigkeit vom vorhandenen Putz-/Beschichtungssystem haben sich zur Überarbeitung von WDVS Silikat-/Kieselsolebeschichtungen oder Silikonharzfarbe mit mäßiger Hydrophobierung ( $w \leq 0,1 \text{ kg/m}^2 \text{ h}^{1/2}$ ) besonders bewährt. Einzelne, lokale Schäden am Putzsystem können mit ausreichendem

handwerklichem Geschick auch punktuell ausgebessert werden. Bei großflächigen Schäden ist eine Überarbeitung des Alt-WDVS mit einem für einen WDVS des vorhandenen Typs geeigneten Putzsystem, bestehend aus einem Unterputz mit Gewebe und einem Oberputz, technisch die bessere Lösung.

Haftet jedoch der Unterputz nicht mehr ausreichend auf dem Dämmstoff oder entstehen beim Überputzen zu große Probleme an den Anschlüssen, kann bei Systemen mit Styropor-Dämmplatten das schadhafte Putzsystem vertikal eingeschnitten und abgezogen werden. Nach Ausbesserung bzw. Austausch schadhafter Dämmplatten kann dann ein neues Putzsystem aufgetragen werden. Auch hierzu sollte ein Putzsystem verwendet werden, das für den Typ des Alt-WDVS geeignet und bauaufsichtlich zugelassen ist. Bei dieser Vorgehensweise können gleichzeitig Anschlüsse überprüft und gegebenenfalls ertüchtigt werden. Bei anderen Dämmstoffen als Styropor hat sich diese Methode („Strippen“) nicht oder noch nicht bewährt. Liegen Mängel bei der Befestigung der Dämmplatten am Untergrund vor (ungenügende Kleberhaftung, deutlich zu geringer Klebeflächen-

anteil), so muss in der Regel das Wärmedämm-Verbundsystem komplett entfernt und neu aufgetragen werden.

#### TIPPS ZUR AUSFÜHRUNG

In einzeln zu bewertenden Fällen (mit EPS-Dämmplatten), bei denen sonst (fast) keine Mängel vorliegen, kann auch die Befestigung nachträglich und ohne Abriss des vorhandenen Systems ertüchtigt werden. Hierzu wird das Wärmedämm-Verbundsystem in einem Raster von ca. 30 x 30 cm durchbohrt und ein für die Verklebung von Dämmplatten bauaufsichtlich zugelassener PUR-Schaum injiziert. An Systemenden (wie z. B. Dach, Sockel oder Fenster) ist der Klebschaum in engeren Abständen einzubringen, um einen weitgehend geschlossenen Klebewulst zu erzeugen. Voraussetzung für eine derartige Instandsetzung ist das Vorliegen eines klebegeeigneten Untergrundes. Ist dies nicht gegeben, muss im Einzelfall entschieden werden, ob die Standsicherheit des Systems durch eine zusätzliche Verdübelung sichergestellt werden kann.

In jedem Fall ist es erforderlich, ein zusätzliches armiertes Putzsystem aufzutragen und den Erfolg der Maßnahme durch Kontrolle ▶



**PRÜFUNG HAFTFESTIGKEIT**  
nach einer Nachverklebung mit PUR-Schaum



## „UM EIN ÄLTERES WDVS DEM ENERGETISCHEN STANDARD VON HEUTE ANZUPASSEN, KANN ES DURCH EIN ZWEITES ERGÄNZT WERDEN.“

Dr. Bodo Buecher

► der Haftung und des Klebeflächenanteils zu überprüfen und zu dokumentieren. Besteht der Wunsch, ein altes Wärmedämm-Verbundsystem dem heutigen energetischen Standard anzupassen, kann auf ein bestehendes auch ein zusätzliches WDVS aufgetragen werden (Überdämmung, Aufdoppelung). Hierzu muss das Altsystem den heutigen Anforderungen (z. B. hinsichtlich Standsicherheit und Brandschutz) entsprechen und das neue System über eine allgemeine bauaufsichtliche Zulassung der Gruppe Z-33.49-xxx für eine Aufdoppelung verfügen. Bei der Installation des neuen Systems müssen die diesbezüglichen Angaben der bauaufsichtlichen Zulassung eingehalten werden. So ist beispielsweise das neue System mit bauaufsichtlich zugelassenen Dübeln durch das Altsystem in der tragenden Wand zu verankern. Die Wirtschaftlichkeit einer Aufdoppelung sollte im Einzelfall geprüft werden, da die ersten Zentimeter einer Dämmung die größte Effizienz bieten und dadurch der größte Teil der erzielbaren Energieeinsparung in den meisten Fällen bereits durch die vorhandene Dämmung erbracht wird.

Wenn Putze ersetzt oder ein zusätzliches Putzsystem aufgetragen werden soll, sollten nur Produkte verwendet werden, die in dieser Kombination bereits für ein WDVS des gleichen Typs bauaufsichtlich zugelassen sind. Haftung, Verträglichkeit, Steifigkeit und Regenschutz müssen den allgemeinen putz-

technischen Anforderungen entsprechen. Das zulässige Gesamtgewicht des Alt- und Neuputzes darf  $30 \text{ kg/m}^2$  nicht übersteigen, die Anschlüsse müssen funktionstüchtig sein. Zusätzlich ist aus heutiger Sicht sowohl bei der Neuerstellung als auch bei der Überarbeitung oder Aufdoppelung von Wärmedämm-Verbundsystemen der Einbau von drei zusätzlichen gebäudeumlaufenden Brandriegeln an der Unterkante des Wärmedämm-Verbundsystems, auf Höhe der Decke über dem Erdgeschoss und am oberen Abschluss des Wärmedämm-Verbundsystems erforderlich. Diese Maßnahme reduziert das Brandrisiko durch externe Stützfeuer und wird zukünftig in allen allgemeinen bauaufsichtlichen Zulassungen aufgenommen. An diese Brandriegel, an die Putzmörtel und an das Gewebe werden dabei besondere Anforderungen gestellt. Auch wenn zurzeit noch kein Stichtag für die Umsetzung dieser Maßnahme bekannt gegeben ist, wird dies kurzfristig (im Laufe des Jahres 2015) erfolgen, sodass die Beachtung dieser Hinweise bereits heute dringend empfohlen wird.

### WAS IST ZULÄSSIG?

Wärmedämm-Verbundsysteme zählen zu den sogenannten nicht geregelten Bauprodukten, deren Anwendung einer allgemeinen bauaufsichtlichen Zulassung bedarf. Dabei darf das WDVS nur in der in der allgemeinen bauaufsichtlichen Zulassung beschriebenen Art und Weise angewendet werden. Wird ein WDVS

nicht in der dort beschriebenen Art und Weise angewendet, erlischt die Zulassung, die rechtlichen Anwendungsvoraussetzungen liegen nicht mehr vor und Standsicherheit, Brandschutz u. a. sind nicht mehr nachgewiesen. Als Folge hiervon müssen die für eine Zulassung geforderten Nachweise (Standsicherheit, Brandschutz, Funktionstauglichkeit, Dauerhaftigkeit, ...) im Rahmen der Beantragung einer Zustimmung im Einzelfall nachgewiesen oder das System abgerissen werden. Wird ein Wärmedämm-Verbundsystem überarbeitet, indem ein neues System zusätzlich aufgetragen wird, ist dies über allgemeine bauaufsichtliche Zulassungen geregelt (s. o.). Wird bei einem bekannten WDVS das Putzsystem entfernt und durch ein neues, gleichartiges (gleicher Hersteller, aus gleicher bauaufsichtlicher Zulassung) ersetzt, ist dies ebenfalls durch die Zulassung abgedeckt. Alle anderen Fälle sind bauaufsichtlich nicht geregelt und somit nicht zugelassen. Dies betrifft sowohl das Strippen eines unbekanntes Systems in Verbindung mit dem Neuauftrag eines Putzsystems (unabhängig davon, ob dieses Bestandteil einer bauaufsichtlichen Zulassung ist) als auch den Auftrag eines unbekanntes oder auch des gleichen Putzsystems auf ein vorhandenes WDVS.

### WER IST ZUSTÄNDIG?

Für diese Fälle ist nach der derzeitigen Rechtslage entweder eine Zustimmung im Einzelfall erforderlich oder es ist der Nachweis zu führen, dass es sich dabei um eine „nicht wesentliche Abweichung“ von der allgemeinen bauaufsichtlichen Zulassung handelt. Im letzteren Fall liegt dann keine bauaufsichtlich relevante Abweichung von der Zulassung vor und die Vorgehensweise ist von der Zulassung des Wärmedämm-Verbundsystems abgedeckt. Die Entscheidung darüber, ob die Abweichung als „wesentlich“ oder „nicht wesentlich“ anzusehen ist, liegt letztlich bei der obersten Bauaufsichtsbehörde des jeweiligen Bundeslandes. Weder Systemhersteller noch Sachverständige oder Materialprüfanstalten sind autorisiert, diese Einstufung vorzunehmen. Für ihre Entscheidung benötigt die oberste Bauaufsichtsbehörde jedoch häufig eine sachkundige Bewertung. Diese kann von einem Sachkundigen begründet und vorgetragen werden, sodass die „am Bau Beteiligten“ in diese Entscheidung mit eingebunden sind.



#### QUELLEN UND WEITERGEHENDE LITERATUR

[1] Instandhaltungsleitfaden: Beschichtungen und Verputze auf Fassaden und Wärmedämm-Verbundsysteme. Herausgeber: Bundesverband Farbe Gestaltung Bautenschutz und Bundesverband Ausbau und Fassade im ZDB. [2] WTA-Merkblatt E-2-13 „Wärmedämm-Verbundsysteme: Wartung, Instandsetzung, Verbesserung“; Wissenschaftlich-Technische Arbeitsgemeinschaft für Bauwerkserhaltung und Denkmalpflege e.V. [3] BFS-merkblatt Nr.21 „Technische Richtlinien für die Planung und Verarbeitung von Wärmedämm-Verbundsystemen“. Herausgeber: Bundesausschuss Farbe und Sachwertschutz, Frankfurt. [4] Stuck-Info 8-9/2013; „Instandsetzung von durch Hagel beschädigten Außenwärmedämmungen“ [5] Information Werkstoff, Technik, Umwelt 02/2014 „Instandsetzung von Wärmedämm-Verbundsystemen nach Hagelschäden“, Malerverband Niedersachsen. [6] Gutachterliche Stellungnahme zum Aufbringen neuer Putzschichten auf bestehende Wärmedämm-Verbundsysteme, Sahlmann & Partner GbR, Leipzig. [7] Hinweis des Deutschen Instituts für Bautechnik, Referat II 1 vom 16.12.2014

Um aus dem Dilemma ständiger bauaufsichtlicher Zulassungen herauszukommen und weil kein erhöhtes technisches Risiko besteht, haben die Bundesländer Baden-Württemberg und Niedersachsen bereits ihre Zustimmung für das Überputzen von Wärmedämm-Verbundsystemen unter bestimmten Bedingungen gegeben [4, 5]. Außerdem wurde im Auftrag des Industrieverbandes WerkMörtel e. V. vom Ingenieurbüro Sahlmann & Partner eine Stellungnahme zum Überputzen von Wärmedämm-Verbundsystemen erstellt [6]. Auf dieser Basis wurde von einer Expertengruppe eine Bewertung für das DIBt erarbeitet, damit dieses eine allgemeine Stellungnahme zum Überputzen von Wärmedämm-Verbundsystemen veröffentlichen kann, z. B. als Empfehlung für die obersten Bauaufsichtsbehörden der Länder oder in Form einer Veröffentlichung in der Liste der Technischen Baubestimmungen. Bis zu dieser allgemeinen Aussage ist im Zweifelsfall die Vorgehensweise mit der obersten Bauaufsichtsbehörde abzustimmen.



Dr. Bodo Buecher war viele Jahre als Leiter Forschung und Entwicklung in der Industrie tätig. Außerdem: Arbeit als ö.b.u.v. Sachverständiger für Schäden an Putzen und WDVS, Mitarbeit bei UEatc, EOTA, DIN, DIBt, WTA zur Erarbeitung nationaler und europäischer Normen und Zulassungen.



#### WIEDER WIE NEU

Mit einer visuellen Kontrolle der Putzoberfläche nach ca. ein bis vier Jahren lassen sich vorhandene Fehler oder Mängel frühzeitig erkennen und schnell beseitigen.

## HINTERGRUND

Um aus dem Dilemma ständiger bauaufsichtlicher Zulassungen herauszukommen und weil kein erhöhtes technisches Risiko besteht, haben die Bundesländer Baden-Württemberg und Niedersachsen bereits ihre Zustimmung für das Überputzen von Wärmedämm-Verbundsystemen unter bestimmten Bedingungen gegeben.

# AUS AKTUELLEM ANLASS

## NEUE VORGABEN — FÜR SCHWER ENTFLAMMBARE WÄRMEDÄMM-VERBUNDSYSTEME MIT EPS-PLATTEN

Nach einzelnen Brandfällen von WDVS mit EPS-Dämmplatten in den letzten Jahren, die u. a. durch hohen medialen Druck stark in das öffentliche Interesse gerückt sind, hat das Deutsche Institut für Bautechnik (DIBt) im Dezember 2014 neue Maßnahmen angekündigt, die als Schutz vor derartigen Sockelbränden für schwer entflammable WDVS mit EPS-Platten zukünftig vorgeschrieben werden. Nach Angabe des DIBt werden alle betroffenen WDVS-Zulassungen von allen Systemanbietern gleichzeitig zu einem einheitlichen Stichtag um die neuen Brandschutzmaßnahmen ergänzt. Der genaue Termin wurde nicht bekannt gegeben, es wird aber mit Mitte dieses Jahres gerechnet.

Das DIBt hat sich Anfang 2015 mit den betroffenen Verbänden über die genaue Ausgestaltung der neuen konstruktiven Brandschutzmaßnahmen abgestimmt und daraufhin haben die beteiligten Verbände (IWM, Fachverband WDVS und IVH) am 18.02.2015 eine gemeinsame „Vorläufige Empfehlung zur brandschutztechnischen Verbesserung von schwer entflammaren WDVS mit EPS-Dämmstoffen“ veröffentlicht. Darin werden die Maßnahmen ausführlich beschrieben und zusätzlich Hinweise gegeben, wie WDVS-Angebote und -Aufträge in der Zeit bis zur erfolgten Zulassungsänderung vertragsrechtlich am besten ausgeführt werden. Diese Empfehlung sowie weitere ausführliche Informationen zu diesem Thema finden Sie auf unserer Website [www.schwenk-putztechnik.de](http://www.schwenk-putztechnik.de).

Dennoch möchten wir Ihnen nachfolgend einen Überblick über die wichtigsten neuen, zusätzlichen Brandschutzmaßnahmen geben:

- \_ ein 1. Brandriegel (Sockelriegel) umlaufend am unteren Abschluss des WDVS,
- \_ ein 2. Brandriegel (EG-Riegel) im Bereich der Decke des EG zum 1. Obergeschoss,
- \_ ein letzter Brandriegel (Abschlussriegel) ist vorzusehen als oberer Abschluss des WDVS.

Diese zusätzlichen Brandriegel müssen folgende Bedingungen erfüllen:

- \_ Höhe mindestens 20 cm,
- \_ aus nicht brennbaren WDVS-Mineralwolle-Lamellenstreifen (keine MW-Platten O35!),
- \_ vollflächig mit mineralischem Klebemörtel verklebt und
- \_ mit zugelassenen Dübeln (mit Stahl-Spreizelement und Dübelteller 140 mm) verdübelt.

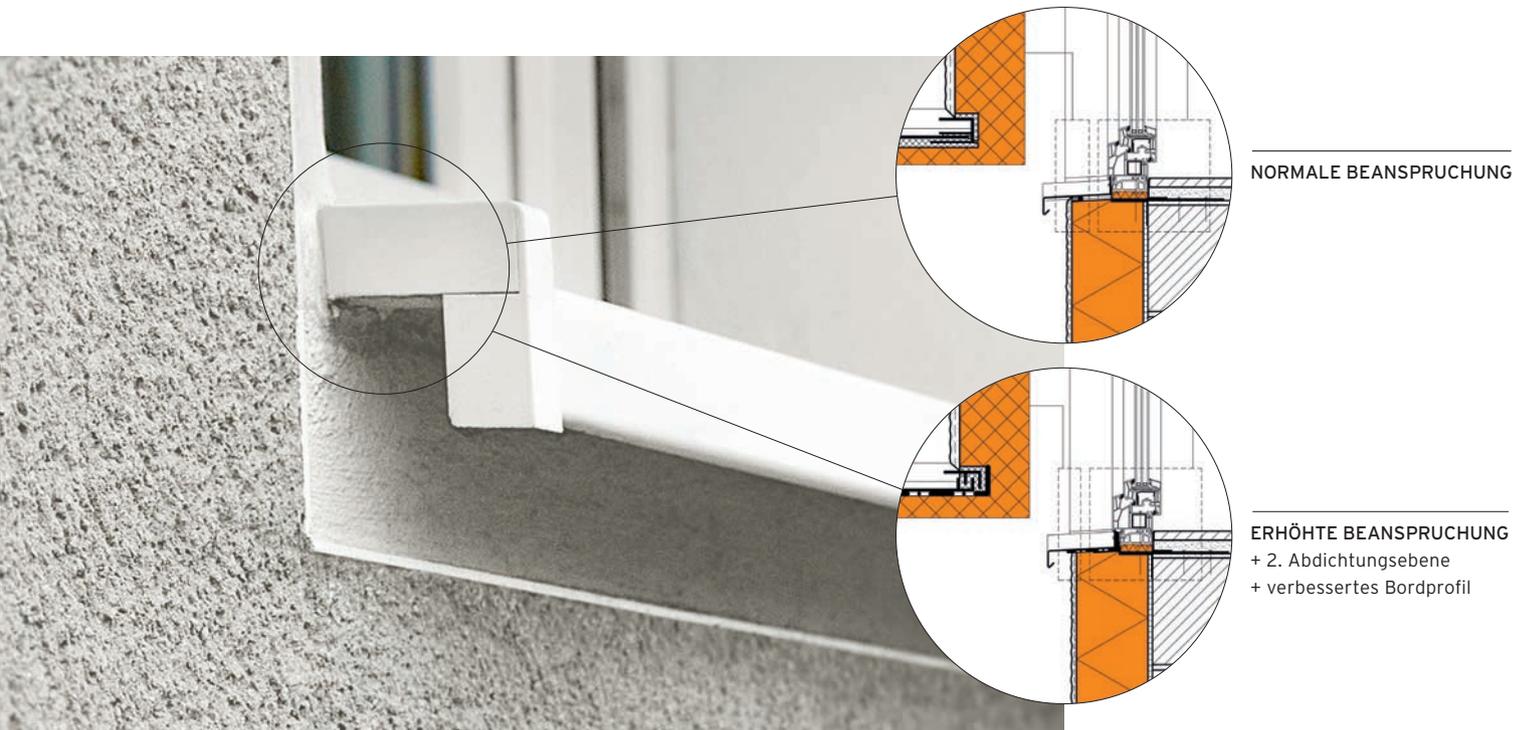
Im Zwischenbereich, also vom 1. OG bis zum obersten Geschoss, bleiben die bisherigen Vorschriften (bei Dämmdicke > 100 mm Brandriegel bzw. Sturzbarrieren) unverändert bestehen.



## WICHTIG

Diese neuen, zusätzlichen Maßnahmen sind nur für schwer entflammable WDVS mit EPS-Platten erforderlich. Aber sie sind - anders als bisher - bei allen Plattendicken erforderlich!

Für WDVS, die nur die Brandschutzanforderung „normal entflammbar“ erfüllen müssen, sind wie bisher auch überhaupt keine Brandschutzmaßnahmen notwendig.



## DER TEUFEL STECKT — IM DETAIL |

### DER WDVS-PLANUNGSATLAS DES IWM BIETET ONLINE EINE VIELZAHL VON DETAILAUSBILDUNGEN

Putzabplatzungen, Blasenbildungen oder Risse sind bei Wärmedämm-Verbundsystemen in der Regel auf fehlenden konstruktiven Feuchteschutz zurückzuführen. Werden beispielsweise die Anschlüsse an Fensterbänken nicht ausreichend abgedichtet, kann Niederschlagswasser in die Konstruktion eindringen und unter Umständen größere Schäden anrichten, bevor die Ursachen entdeckt werden. Um diese und andere Details im Vorhinein richtig zu planen, empfiehlt sich der WDVS-Planungsatlas des Industrieverbandes WerkMörtel e. V. (IWM). Das Online-Tool bietet neben Standarddetailösungen auch Aufbauempfehlungen, die bei besonders stark bewitterten Einbausituationen die nötige Planungssicherheit bieten. Hierzu wurde in zwei Bewitterungsklassen bei WDVS-Anschlüssen differenziert, sodass der Planer erstmals die Möglichkeit bekommt, die Schlagregenbeständigkeit von WDVS-Details zu beurteilen.

Die Ausführung für die normale Bewitterung stellt bereits in vielen Fällen einen wirksamen Schlagregenschutz dar. In Einbausituationen, bei denen der konstruktive Witterungsschutz eine entscheidende Rolle spielt, können Planer auf die Variante für die erhöhte Bewitterung zurückgreifen. Dazu zählen beispielsweise Fassaden, die aufgrund geringer

Dachüberstände den Niederschlägen ungeschützt ausgesetzt sind. Hier sorgen zusätzliche Abdichtungsebenen, Gitterrostrinnen oder feuchteresistente Materialien für eine langfristig schadensfreie Ausführung.



Unter [www.wdvs-planungsatlas.de](http://www.wdvs-planungsatlas.de) finden Architekten, Bauphysiker und Fachhandwerker gesicherte und produktneutrale Detaillösungen für alle relevanten Anschlusspunkte von Wärmedämm-Verbundsystemen. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Bereitstellung von thermischen Daten für die Wärmebrückenberechnung. Die Auswahl sämtlicher Details erfolgt schnell und unkompliziert anhand eines Gebäudemodells.



Die Digitalisierung durchdringt immer tiefer jeden Winkel unseres gesellschaftlichen Lebens und verändert damit das Umfeld und die Rahmenbedingungen, in denen Unternehmen ihr Geld verdienen. Einige Branchen sind dabei härter und von anderen Teilaspekten betroffen als andere. Doch früher oder später werden alle Unternehmen erfasst - auch das Handwerk und die gesamte Baubranche. Um Orientierung in die unzähligen Aspekte der Veränderung durch die Digitalisierung zu bringen, ist es wichtig, zunächst diejenigen Megatrends zu verinnerlichen, die wirklich alle Firmen grundlegend und nachhaltig betreffen: die Veränderung der Kommunikation in der Erstellung, Verbreitung und Filterung von Informationen.

#### JEDER SPRICHT MIT JEDEM

Social Media wie Facebook, Twitter, XING oder YouTube haben sich in den letzten Jahren in atemberaubendem Tempo ausgebreitet. Das soziale Netzwerk Facebook zählt elf Jahre nach seiner Gründung rund 1,4 Milliarden Nutzer, der Kurznachrichtenticker Twitter im siebten Jahr seines Bestehens 300 Millionen aktive Nutzer und YouTube als die größte Bewegtbild-Plattform der Welt rund 1 Milliarde Nutzer, obwohl sie noch nicht einmal zehn Jahre alt ist. Wichtiger als die einzelnen Plattformen sind jedoch die grundlegenden Prinzipien und Funktionsweisen, die alle diese „neuen Medien“ im Internet vereinen und grundlegend von TV, Radio und Print als den dominanten Kanälen des Massenkommunikationszeitalters unterscheiden. Zum einen ist dies die Dominanz von „Usergenerated Content“ - also von Inhalten, die von den Nutzern selbst erstellt werden. Während in klassischen Massenmedien bis auf wenige Ausnahmefälle die Redakteure der Medienhäuser die Inhalte erstellten und kontrollierten, konzentrieren sich die Social-Media-Anbieter im Internet vor allem darauf, die Kommunikationsinfrastruktur bereitzustellen. Diejenigen, die früher nur Nutzer, Leser oder Zuschauer waren, können und sollen die Inhalte selbst erstellen, bearbeiten und verbreiten.

Zum anderen ist für Social Media - und über diese mittlerweile für das gesamte Internet - das „Gesprächsprinzip“ zum Normalfall geworden. In der klassischen Kommunikationswelt galt das „Wenige Sender - viele Empfänger“-Prinzip, d. h., Unternehmen und



## „WER FRÜHER NUR NUTZER, LESER ODER ZUSCHAUER WAR, KANN HEUTE INHALTE SELBST ERSTELLEN UND VERBREITEN.“

Matthias Schultze

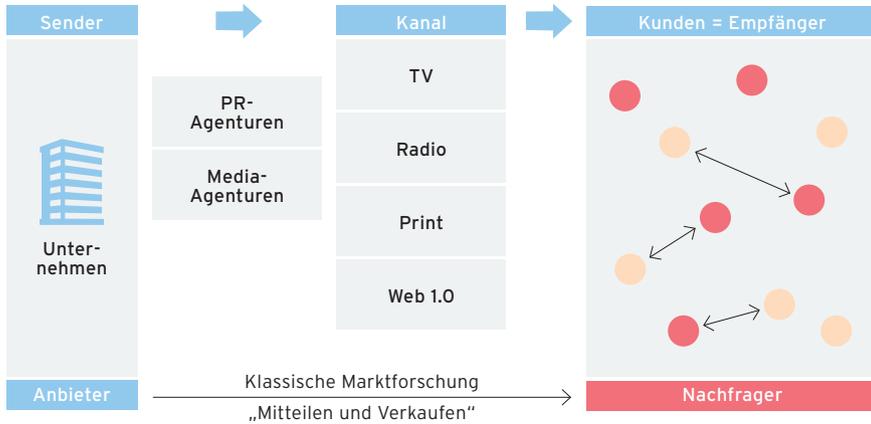
Medienhäuser erstellten die Inhalte, die dann viele konsumieren durften. Kommentare oder Weiterverbreitung, z. B. in Leserbriefen, waren vernachlässigbare Ausnahmen. Im Gegensatz dazu kann im Social Web jeder Nutzer über eine „Statusmeldung“, einen Tweet, einen Bild- oder Video-Upload eigene Botschaften erstellen. Diese landen dann als neue Meldung im Nachrichtenticker bei anderen Nutzern, die der Ersteller als Kontakte hinzugefügt oder denen er die Botschaft freigegeben hat. Diese Empfänger wiederum können diese Meldung kommentieren, an die eigenen Kontakte weiterleiten oder einfach nur durch Klicken des „Gefällt mir“-Feldes bekunden, dass sie etwas gut finden. Hier entsteht also ein „Gespräch“, wie es in der Offline-Welt immer schon auf Schulhöfen, bei Abendessen oder auf Gartenpartys vorkam - jeder kann etwas erzählen und die Gesprächspartner können entweder vorwiegend zuhören oder sich eben am Gespräch beteiligen. Anders als in der Offline-Welt ist der Teilnehmerkreis jedoch nicht mehr auf die wenigen Menschen vor Ort beschränkt, sondern alle im jeweiligen Netzwerk können sich beteiligen. Die Gespräche können durch das Internet und Smartphones gleichzeitig oder zeitversetzt von jedem Ort der Welt mit denen geführt werden, die interessiert sind. Alle anderen lassen die Statusmeldung einfach genauso an sich vorübergehen wie eine für sie langweilige Bemerkung auf einer Gartenparty, bevor wieder ein anderer oder der gleiche Kontakt etwas sagt, was für einen relevant ist.

#### DAS TRIVIALE WIRD WICHTIG

Die Inhalte der Gespräche sind austauschbar und vom jeweiligen zusammengeschlossenen Nutzerkreis abhängig. Deswegen ist es für Unternehmen so wichtig zu begreifen, dass in sozialen Netzwerken zwar unzählige Trivialitäten über Wetter, Haustiere oder die letzte Party ausgetauscht werden, aber das Gleiche mit Meinungen zu Produkten und Unternehmen geschieht - genauso wie auf einer Gartenparty oder über das Telefon. Es geht also nicht um Plattformen wie Facebook, sondern um die Art, wie Informationen heute ausgetauscht werden. So funktioniert etwa das mit sagenhaften 340 Millionen Nutzern weltweit größte soziale Business-Netzwerk (XING) exakt nach diesem gleichen Gesprächsprinzip wie Facebook - nur eben mit dem Unterschied, dass dort nur über berufliche Themen gesprochen wird. Das Gegenbild zur privaten Gartenparty ist hier wahrscheinlich das lockere Gespräch beim Bier am Stand am Abend eines Messetages.

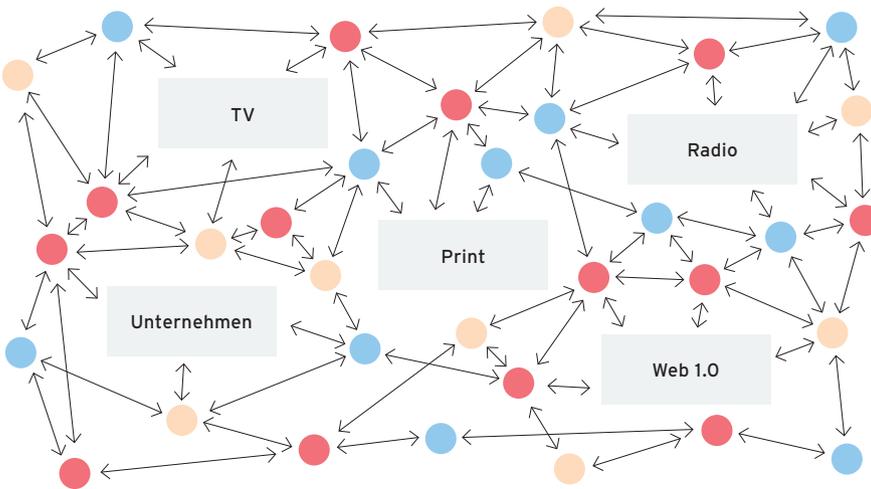
#### GROSSMACHT KUNDE

Für Unternehmen hat dies gravierende Konsequenzen. In so ziemlich allen Umfragen zu diesem Thema geben Menschen an, dass für sie die vertrauenswürdigste Information überhaupt die Empfehlungen von Menschen ist, die sie kennen. Dies ist nicht verwunderlich, denn schließlich vertraut man darauf, dass die eigenen Bekannten einem nur das empfehlen, was sie wirklich gut finden. Würden sie dies nicht tun oder Empfehlungen gegen Geld eines ▶



↑ DAS ALTE KOMMUNIKATIONSMODELL ↓ DAS NEUE MODELL

Früher hieß es: „Wenige senden - viele empfangen.“ Dann kam die Social-Media-Revolution und plötzlich konnte jeder senden. Heute begreifen wir das neue Kommunikationsmodell als ein offenes. „Märkte sind Gespräche“, bei denen - dank Social Media und Mobile Web - jeder überall und jederzeit senden und empfangen kann.



► Unternehmens geben, so würden sie die Freundschaft riskieren. Dieses „soziale Haftungskapital“ lässt Freunde und Bekannte zur Vertrauensquelle Nummer eins werden. Dies ist nicht neu, war immer so und wird auch so bleiben. Da, wo früher aber der Kreis der Nachbarn auf der Gartenparty oder noch ein paar Telefonate mit Bekannten zur Empfehlung, z. B. eines geeigneten Handwerksbetriebs für das eigene Projekt XY, ausreichen

musste, hat man heute immer und überall Zugriff auf Hunderte oder Tausende von Kontakten in sozialen Netzwerken. Gleiches gilt für die Vertrauensquelle Nummer zwei, die Bewertungen anderer Nachfrager im Internet. Erst weit dahinter rangieren in der Gunst der Nachfrager die von Anbietern oder Redaktionen kontrollierten Kanäle. Damit wird klar, dass es sich beim Aufkommen von Social Media als weit verbreitete Kommunikations-

form im Kern um eine gigantische Markt-machtverschiebung hin zum Kunden handelt - im Zweifelsfall haben Nachfrager Zugriff auf Informationen von anderen Menschen, denen sie mehr vertrauen und die für sie relevanter kommunizieren als die Anbieter.

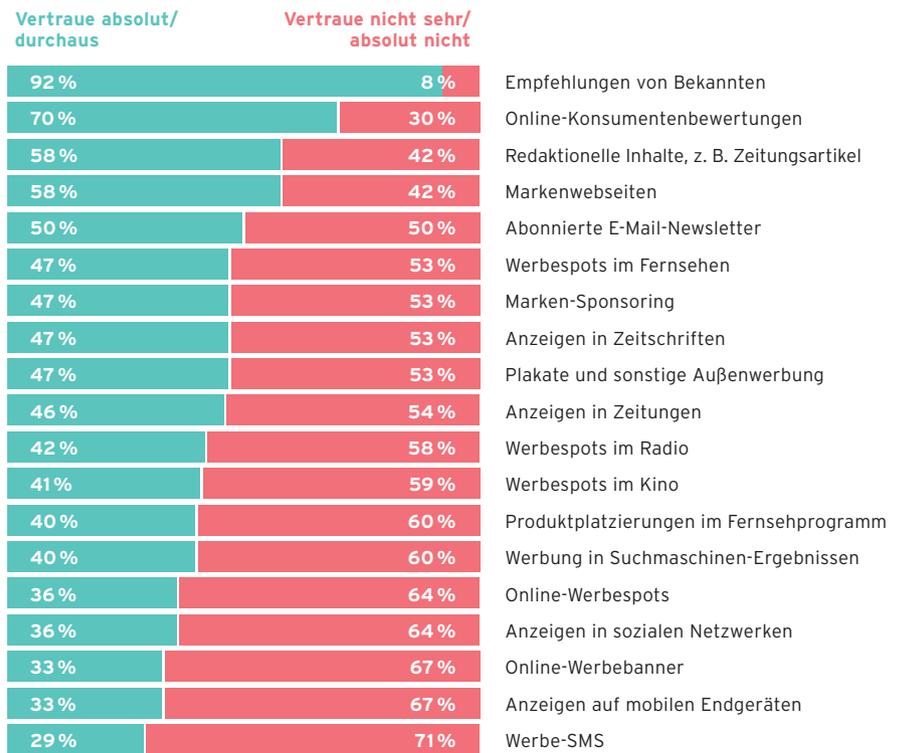
Dies bedeutet nicht, dass klassische Unternehmenskommunikation wertlos ist, sie hat nur ihre Deutungshoheit sehr weit eingebüßt. Mit anderen Worten: Eine Firma kann immer noch ein tolles Marken- und Produktversprechen über Werbebotschaften abgeben. Kunden haben aber jetzt immer die Möglichkeit, die eigenen bevorzugten Vertrauensquellen zu konsultieren, ob dieses Versprechen auch gehalten wird. Wird dies verneint, verpufft jede Werbebotschaft, wird sie vom eigenen Netzwerk der Bekannten bestätigt, ist sie mächtiger denn je. Unternehmen müssen diese neuen Mechanismen des „über Bande der Empfehlungen spielen“ verinnerlichen und nutzen, wenn sie in diesen neuen Markt-machtbedingungen erfolgreich sein wollen. Gerade für die Baubranche und das Handwerk sollte es nichts Neues sein, dass Empfehlungen schon immer das wirksamste Marketinginstrument waren. Neu ist eben, dass daraus der Normalfall geworden ist oder zunehmend wird.

ES GIBT AUFHOLBEDARF

Schon das Massenkommunikationszeitalter der klassischen Medien, aber erst recht die Digitalisierung, brachte den Menschen eine Überflutung an Reizen und Informationen, die kaum zu verarbeiten sind. Da diese Informationsmenge immer weiter rasant ansteigen wird, werden die von jedem Einzelnen gesetzten „menschlichen Filter“ der eigenen Bekannten immer wichtiger und eben über Social Media immer leichter erreichbar, und dies immer und überall - auch im Baumarkt und auf der Baustelle! Auch wenn die beschriebenen Veränderungen vielleicht einleuchtend und nachvollziehbar sind, so wird dies in sehr vielen Branchen noch nicht verinnerlicht. Vor allem diejenigen Entscheider, die lange vor dem Aufkommen von Social Media vor rund zehn Jahren geboren wurden, haben andere Mechanismen gelernt - und was man nicht kennt, vermisst man selten, und wenn etwas Neues kommt, wird in der Regel dies hinterfragt und nicht das alte Gelernte, das funktionierte. Folglich schauen viele nach

## INWIEWEIT VERTRAUEN SIE FOLGENDEN WERBEFORMEN?

Weltweiter Durchschnitt



Quelle: Nielsen Global Trust in Advertising Survey, Q3 2011



links und rechts auf ihre Altersgenossen und sehen, dass diese sich noch in großem Maße in klassischen Medien informieren, die leider sehr oft die Risiken der digitalen Welt betonen, statt den Wandel voranzutreiben. Diese Erfahrung ist nachvollziehbar, denn in der Tat haben wir gerade in Deutschland einen sehr geringen Anteil der „Digital Natives“, also der in dieses Social-Media-Zeitalter Hineingeborenen an der Gesamtbevölkerung. Der „Median-Deutsche“, also die Bevölkerung statistisch in 50 %, die jünger, und 50 %, die älter ist als er, ist 46 Jahre alt. Der „Median-Amerikaner“ ist erst 36 und der „Median-Türke“ sogar erst 29 - dies bedeutet: In solchen Ländern mit sehr vielen jungen Menschen fallen die neuen Kommunikationswelten viel mehr im Alltagsbild auf als hierzulande. Dies ist gefährlich, denn wer sich darauf verlässt, dass seine Kunden ja jenseits der 40 sind und deswegen Social Media weniger relevant für ihn sind, geht die Gefahr ein, mit seinen Kunden auszusterben. Es geht also um das Managen des Übergangs dieser digitalen Kluft zwischen den Generationen, denn die Generation Facebook ist längst da - als Mitarbeiter, als Nachfolger, als Partner und als Kunden. Diese werden nicht - sobald sie 40 sind - aufhören, die Meinung ihrer Bekannten von immer und überall zu bevorzugen, und werden nicht allein auf das Verkaufsprospekt, den Handwerker oder den Verkäufer hören!

### ZUHÖREN, POSITIONIEREN, EINBINDEN

Die Chancen, die Empfehlungen anderer Kunden massenhaft über Social Media zu nutzen, sind gewaltig. Um diese zu nutzen, müssen Unternehmen aber ihre Strukturen und ihre Kultur weg von Push-Werbe-Kommunikation hin zu mehr „Zuhören und Dialog“ anpassen. Beim Bild der Gartenparty wird dies am ehesten deutlich: Auf den meisten Gartenpartys sind weder Verkaufsprospekte zu sehen noch kauft dort jemand etwas. Aber Menschen tauschen dort mit denen, die sie sich selbst ausgesucht haben, neben Smalltalk-Themen eben auch Informationen aus, die später extrem kaufrelevant werden können. Jeder hat schon einmal den Bekannten erzählen hören, wie er sich z. B. über die Renovierungsarbeiten am eigenen Haus und die jeweiligen Leistungen der Gewerke geäußert hat. Vielleicht war dies gerade jetzt oder Jahre später für einen selbst oder für einen anderen Freund relevant, sodass man sich

erinnerte, die Erfahrungen des Bekannten noch einmal zu rate zu ziehen. Solche Gespräche wurden immer geführt und werden es eben zunehmend nicht nur in der Offline-Welt, sondern wie beschrieben auch im Social Web.

Für Unternehmen bietet sich die Chance, über entsprechende Technologien diesen Gesprächen zuzuhören und zu lernen, was Kunden oder andere Menschen über die eigenen Produkte oder Leistungen, die Branche oder Mitbewerber sagen, „wenn man nicht im Raum ist“. Solche „Social-Media-Listening-Technologien“ können sehr komplex werden und sind deswegen, wenn überhaupt, erst in Großunternehmen zu finden, die damit Tausende von Schlagwörter in Foren, Twitter, Facebook & Co. auswerten und so lernen können, wie und wer über die Themen des Unternehmens redet. Dies ähnelt dem Gang über eine Gartenparty, bei dem man hören kann, dass gerade hinten links an der Toilette vielleicht über Fußball, vorn rechts an der Theke aber gerade über Erfahrungen mit einer Baumaßnahme gespro-

chen wird und somit der Zuhörer beeinflusst wird. Dieses Zuhören hilft dabei, näher am Kunden und am Markt zu sein, passende Produktangebote oder Dienstleistungen zu entwickeln und schneller auf Beschwerden reagieren und vielleicht durch Beteiligung am Gespräch ausräumen zu können, bevor sich eine negative Meinung im Netz verbreitet. Für kleine Handwerksbetriebe ist das Zuhören in weniger aufwendigem Maße ebenfalls möglich - entweder mit kostenlosen im Web verfügbaren Technologien oder mit direktem Zuhören, indem man z. B. höflich seine Bestandskunden anfragt, ob man sie als Kontakt hinzufügen darf - um ihnen zuzuhören, wenn ein Bedarf besteht, aber keinesfalls, um sie mit Werbebotschaften zu bombardieren!

Nach dem Zuhören wäre der nächste mögliche Schritt, selbst im Social Web sprechen zu lernen. Wie bereits erwähnt, funktioniert dies dort genauso wenig mit Werbebotschaften wie auf einer Gartenparty. Wenn man möchte, dass andere einem zuhören, muss man Inhalte ▶



#### HANDWERKER KÖNNEN SOCIAL MEDIA

Malermeister Matthias Schultze von Heyse in Hannover bei einem Vortrag über digitale Medien.  
<http://blog.maler-heyse.de/2014/12/23/vortrag-digitale-transformation-verstehen-und-neue-wege-gehen>

► kommunizieren, die diese tatsächlich interessieren - welche diese sind, hat man z. B. beim Zuhören gelernt. Erst wenn man sich durch in den Augen des Kunden tatsächlich hilfreiche Informationen auf den eigenen Social-Media-Präsenzen, wie z. B. einer Facebook-Seite, einem Blog oder einem eigenen YouTube-Kanal, Zuhörer erarbeitet hat, werden diese durch „Gefällt mir“ diese in ihren Nachrichtenticker lassen und anderen empfehlen. Wenn dies gelingt, ist die Reichweite einer Empfehlung im Social Web weitaus höher und damit wertvoller als früher.

#### DIE GEBURT IHRER DIGITALEN PRÄSENZ

Bei der Umstellung der Kommunikation sind sicherlich viele Hürden zu überwinden - nach der Erkenntnis der Notwendigkeit aufgrund der Marktmachtverschiebung und des Sehens der Chancen müssen oft erst entsprechende Dialog-Kompetenzen sowie technologische Voraussetzungen geschaffen werden. Um nicht gleich mit Kanonen auf Spatzen zu schießen, kann ein kleiner Handwerksbetrieb mit einem Blog beginnen, der direkt oder später mit verschiedenen Präsenzen auf

Facebook, Google+, XING oder Twitter verbunden werden kann. In den meisten Fällen wird es auch nicht falsch sein, eine Unternehmensseite auf Facebook aufzubauen und die Mitarbeiter und Kunden einzubeziehen. Social Media sollten aber nicht mit Werbung verwechselt werden, es handelt sich um Beziehungsaufbau über für den Kunden interessante Inhalte. Praktische Tipps, Service-Geschichten aus dem Alltag mit Kundengeschäften oder neueste Trends, die den Kundennutzen erhöhen, könnten ein Anfang von Inhalten sein. Ist ein Kunde von der Firmenleistung begeistert, so kann man ihn fragen, ob er „Fan“ der Facebook-Seite werden möchte oder einverstanden wäre, wenn man z. B. „Vorher-nachher-Fotos“ zur Dokumentation in Social Media verwendet, vielleicht bereichert um ein Statement des Kunden. Im Idealfall wird ein zufriedener Kunde diesen Beitrag sogar selbst auf der Unternehmensseite oder seinem Profil tätigen und somit noch größere Glaubwürdigkeit einer Empfehlung erreichen.

Wichtig ist bei jeglicher Kontaktaufnahme zu Kunden in Social Media, dass man darauf hinweist, dass man nicht „aufdringlich“ werden

wird. Je besser der persönliche Kontakt im Gespräch und bei der Leistung ist, desto eher wird auch die Fortsetzung in der digitalen Welt gelingen. Es wird dauern zu lernen, ob und wie die Kunden Lust haben, in Social Media mit dem Unternehmen in Kontakt zu bleiben. Aber es lohnt sich: Erfolgreiche Vorbilder, wie im Handwerk z. B. den Malermeister Heyse aus Hannover, gibt es mittlerweile in vielen Branchen. Heyse-Eigentümer Matthias Schultze, der den kleinen Malerbetrieb in der vierten Generation führt, erklärte Ende 2014 in seinem Firmen-Blog, der das Herzstück seiner Social-Media-Aktivitäten darstellt, dass er über die Empfehlungen über seine Plattformen erstmalig mehr als 600.000 Euro Umsatz innerhalb von elf Monaten generiert hat. Dem voraus ging ein Wandel- und Lernprozess im Unternehmen über drei Jahre, der sich jetzt rentiert. Lassen Sie sich die Chancen nicht entgehen!



Prof. Dr. Klemens Skibicki ist seit 2004 Professor für Economics, Marketing und Marktforschung. 2006 Gründung der Beratungsagentur Brain Injection. Diverse Buchveröffentlichungen zu den Themen digitaler Strukturwandel und Social Media.

# STUCKATEUR — DES JAHRES |

Der Bundesverband der Stuckateure hat im März 2015 den Preis „Stuckateur des Jahres“ ausgelobt. Dieser Preis wird erstmalig auf der FARBE, AUSBAU & FASSADE in München verliehen und ist mit 15.000 Euro dotiert. Eingetragene Stuckateurfirmer aus ganz Deutschland können ihre Arbeiten in bis zu drei Kategorien einreichen. Neben handwerklich außergewöhnlichen Leistungen, technischen Problemlösungen und innovativen Techniken werden auch Aus- und Weiterbildung des Nachwuchses sowie der Mitarbeiter bewertet. Außerdem können die Stuckateure Marketingkonzepte oder besondere Dienstleistungen für Kunden einreichen. Die Bewertung aller Einreichungen findet durch eine unabhängige Jury aus neun Experten statt. Der Preisträger erhält neben dem Sach- und Geldpreis im Wert von 15.000 Euro auch das Recht, den Titel ein Jahr lang zu tragen und für seine gesamte Werbung und Außendarstellung das Logo zu nutzen. Mehr Informationen und Anmeldung unter:

[WWW.STUCKATEUR-DES-JAHRES.DE](http://WWW.STUCKATEUR-DES-JAHRES.DE)



# SO BRINGEN — FACHHAND- WERKER IHR MARKETING AUF KURS |

Traditionell ist Marketing keine große Stärke von Handwerksbetrieben. Dabei bieten sich auch kleinen Unternehmen große Chancen auf diesem Gebiet. Mit ein wenig Überlegung und der Beantwortung grundsätzlicher Fragen lässt sich schon so einiges erreichen.

VON DANIEL DIRKES

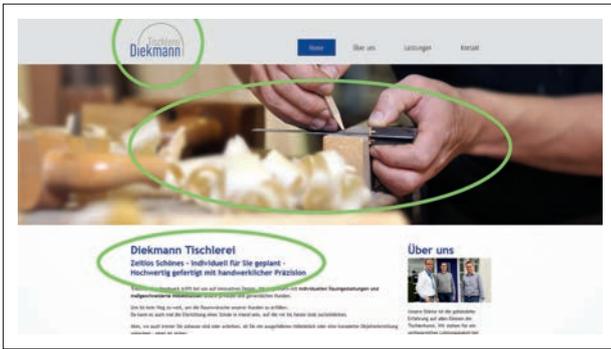
Strategie? Positionierung? Markenaufbau? Für diese Schlagwörter haben Fachhandwerker meist nur ein Gähnen parat. Klar, als Fachhandwerker will man Ergebnisse erzielen. Fakt aber ist: Wer sich die Grundlagen effektiven Marketings einmal erarbeitet hat, ist dauerhaft erfolgreicher und dem Wettbewerb weit voraus. Und es geht alles sogar einfach und schnell. Ein Malermeister in Bonn hat es geschafft: Er investiert jährlich deutlich unter 3.000 Euro in Marketing und hat so viele Anfragen, dass er noch fünf weitere Mitarbeiter beschäftigen könnte. Will er aber nicht. Er ist zufrieden und arbeitet gerne allein. Denn er kennt seine Stärken und weiß, wie er diese seinen potenziellen Kunden kommuniziert: „Ich arbeite sehr gründlich und achte auch auf Kleinigkeiten. Das mögen vor allem meine älteren Kunden. Für mich ist es dann auch selbstverständlich, Möbel auszuräumen und hinterher alles blitzblank zu hinterlassen.“

Ortswechsel: In Bad Neuenahr werkeln Zimmermeister Volker Hanisch und sein Team im Holzbau. Klassische Werbung? Braucht er fast nicht mehr. Er generiert neue Anfragen vorrangig über seine Website und über Empfehlungen. Und die strömen reichlich herein: Der selbsternannte „Qualitätsmeister“ füllt seine Website mit dutzenden Aussagen begeisterter Kunden. Doch wie schafft er das? „Ich weiß, was ich kann“, berichtet Hanisch. „Bei uns wird enormer Wert auf eine umfassende Beratung gelegt. Ich nehme mir oft mehrere Stunden Zeit für einen Kunden – auch wenn es nur um einen kleinen Auftrag geht. Das spricht sich rum.“

## DAS ERFOLGSREZEPT

Deutschlandweit lassen sich Fachhandwerker antreffen, denen es gelungen ist, für eine dauerhaft gute Auslastung bei ordentlichen Margen zu sorgen. Sucht man nun nach Gemeinsamkeiten, stellt man schnell fest: Alle kennen ihre Stärken. Alle kommunizieren sie klar und deutlich. Und alle legen großen Wert auf Zusatzservices. Diese erfolgreichen Betriebe belegen, dass es im Marketing von heute nicht mehr auf die Zahl der geschalteten Anzeigen oder die Größe des Branchenbucheintrages ankommt. Viel bedeutender für nachhaltigen Erfolg sind der Fokus auf die Kundenwünsche, das Entdecken und Kommunizieren der eigenen Stärken und einen klaren Kurs vor Augen ▶

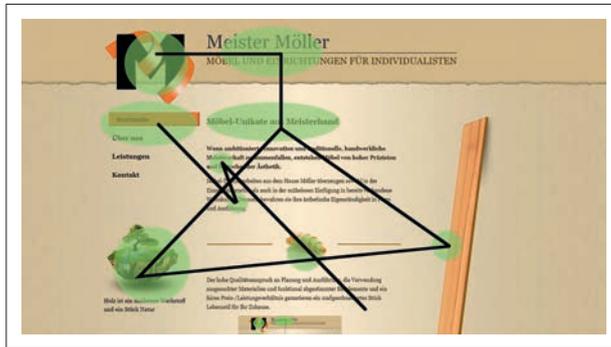




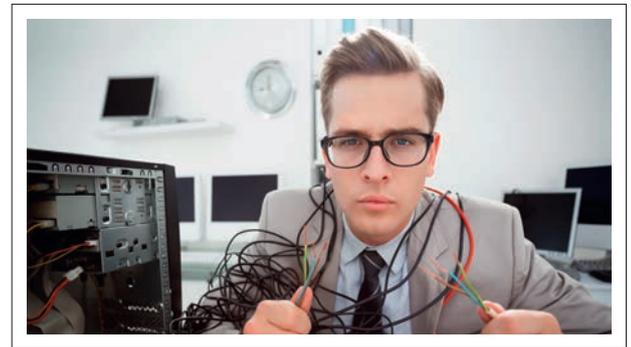
1.



2.



3.



4.

## DAS MACHT HANDWERKER-WEBSITES ERFOLGREICH

**1. Wer? Was? Warum?** Die Startseite ist das entscheidende Element jeder erfolgreichen Website. Hier haben Sie nur wenige Sekunden, um dem Besucher drei Fragen zu beantworten: Wer ist das? Was machen sie? Warum soll ich die beauftragen? **2. Anfragen generieren.** Kennen Sie das? Auf der Kontaktseite suchen Sie eine Telefonnummer, finden aber nur ein Formular. Solche Fehler kosten Sie bares Geld! Was Sie evtl. noch nicht wussten: Mit einem kleinen Trick können Sie Ihre Anfragen steigern: Kundenstimmen unter dem Formular erhöhen nachweislich Ihre Anfragen. **3. Nutzerorientierung.** Eine gute (= gewinnbringende) Website bietet, was Besucher sehen wollen. Und das exakt an der erwarteten Stelle. Darum gestalten wir Websites anhand zahlreicher Parameter aus der Usability-Forschung. **3. Bloß keine Technik** Flash, Intro-Videos, aufwendige Galerien. Webdesigner lieben Technik. Das Problem dabei ist: Website-Besucher hassen Technik. Sie funktioniert oft nicht oder wird fehlerhaft dargestellt. Wer Erfolg will, verzichtet auf Spielereien.

- zu haben. Wer sich diese Punkte einmal erarbeitet, hat mehr Werbeerfolg bei weniger Kosten, kann mehr Empfehlungen generieren und erhöht seine Abschlussquote.

### WO SOLL'S HINGEHEN?

Machen Sie sich zunächst klar, was überhaupt Ihre kurzfristigen (für ein Jahr) und Ihre langfristigen (für zehn Jahre) Ziele sind. Sie müssen erst das Ziel in der Karte markieren, um dann Wege dorthin einzeichnen zu können. Dazu gehört übrigens auch die Frage, wer eigentlich Ihre Wunschkunden sind. „Die Auftragslage stabil hoch halten“ lautet z. B. die Zielsetzung der Firma malwerk. Man ist mit seiner Auslastung zufrieden, weiteres Wachstum strebt der Zehn-Mann/Frau-Betrieb nicht an. Aber stabil soll es bleiben und natürlich soll die Marge stimmen. Darum wurde ebenso klar die Zielsetzung ausgegeben: „Unsere Wunschkunden sind Menschen, die sich zu Hause wohlfühlen wollen und Veränderungen möchten. Wir wollen nur noch für Kunden arbeiten, die Wert auf Qualität legen und uns dafür entsprechend bezahlen.“ Eine

klare Zielsetzung also, die die Marschrichtung bereits gut vorgibt. Der Betrieb setzt stark auf Werbung bei Google (AdWords) und generiert mit nur 300 Euro monatlich genügend Anfragen, um die Auftragsbücher zu füllen. Anders sähe die Strategie natürlich bei Betrieben aus, die eine echte regionale Marke aufbauen wollen. Hier müsste mehr investiert werden. In die klassischen Massenmedien (Zeitungen & Co.) einerseits und natürlich auch in kreativere Aktionen, die mit niedrigen Kosten hohe Aufmerksamkeit erzielen (virales Marketing).

### WER SIND SIE ÜBERHAUPT?

Vor der Auswahl der Marketingkanäle steht immer die Frage: Was wollen Sie Ihren Wunschkunden überhaupt von sich erzählen? Ob bewusst ausgesprochen oder unterbewusst gedacht: Jeder Kunde fragt sich, warum er gerade Sie und nicht einen der zahlreichen anderen Anbieter beauftragen soll. Bevor Sie also Websites erstellen, Anzeigen schalten oder Flyer drucken, müssen Sie sich zunächst klar machen, was Sie besonders gut können, wie

Sie sich vom Wettbewerb unterscheiden und wofür Ihr Betrieb überhaupt steht. Zugegeben, das ist ein hartes Stück Arbeit. Nutzen Sie Feedback von außen und fragen Sie Mitarbeiter, Bekannte und natürlich Ihre Kunden, was sie besonders gut bei Ihnen finden. Stellen Sie eine Liste zusammen und beurteilen Sie dabei, welche Stärken Sie als besonders wichtig einschätzen und welche weniger. So können Sie Kernargumente sammeln, die für Sie sprechen. Denn erst diese sind der entscheidende Faktor für erfolgreiche Werbung!

Übrigens: Glauben Sie nicht das Gerede mancher Marketingleute: So etwas wie einen USP (Unique Selling Proposition oder Unique Selling Point), also ein herausragendes Leistungsmerkmal oder eine Alleinstellung bzw. einen veritablen Kundenvorteil, gibt es heute im Handwerk nahezu nicht mehr. Außerdem zeigt die Erfahrung, dass für Ihren Erfolg nicht entscheidend ist, ob Sie eine Stärke ganz allein haben. Wichtiger ist, dass Sie Ihre Stärken überhaupt kennen und sie klar, oft

und deutlich kommunizieren. Das zeigt auch das Beispiel unseres Malermeisters aus Bonn gut. Er weiß, was er will und kann. Und vor allem: Er sagt es seinen Wunschkunden auch deutlich. Das fängt auf der Website an, setzt sich im Beratungsgespräch fort und hört auch noch nicht auf, wenn er dem Kunden zwei Wochen nach Abschluss der Arbeiten eine Dankeskarte schickt.

### WIE WERBEN SIE RICHTIG?

Auch heute noch ist die Zeitungsannonce das meistgenutzte Werbemedium vieler Fachhandwerker. Warum eigentlich? Die Wirkung sinkt seit Jahren immer weiter. Die durchschnittliche Betrachtungsdauer einer ganzseitigen (!) Anzeige liegt z. B. bei unter zwei Sekunden! Und oftmals ist nicht bekannt, dass man mehrere (bis zu acht!) Anzeigen schalten muss, bis die Botschaft beim Betrachter überhaupt ankommt oder hängenbleibt. Aber Anzeigen schalten ist natürlich einfach und beruhigt das Gewissen. Man hat ja mal wieder Präsenz gezeigt. Doch hier liegt der Trugschluss: In der heutigen Welt ist der Mensch über 1.000 Werbebotschaften täglich ausgesetzt. Da fällt der Fachhandwerker mit seiner Schwarz-Weiß-Anzeige im Visitenkarten-Format nicht wirklich auf.

Grundsätzlich sind Anzeigen kein schlechtes Medium für Fachhandwerker, aber Sie sollten einigens beachten: Schalten Sie lieber seltener

Anzeigen und dafür größere. Diese fallen mehr auf. Natürlich sollten die Gestaltung und die Aussage Ihrer Anzeige ebenso ins Auge springen. Und ganz wichtig: Die Aussagen und die Werbebotschaft müssen zu Ihnen und Ihrem Unternehmen passen. Authentizität ist der Schlüssel für nachhaltigen Werbeerfolg. Nachhaltiger Marketingerfolg stellt sich heutzutage aber nicht mehr durch das Schalten von ein paar Anzeigen ein. Erfolgreiche Fachbetriebe nutzen unterschiedlichste Kanäle, um ihre Wunschkunden zu erreichen: Dazu gehört z. B. das Suchmaschinenmarketing, das übrigens in der Regel direkt das investierte Kapital wieder einspielt!

Aber auch und gerade der eigene Kundstamm eignet sich für Werbung. Das gern genutzte Wort „Empfehlungsmarketing“ heißt aber nicht, seine Kunden plump darauf anzusprechen oder in den sozialen Netzwerken auf das „Like“ zu drängen. Vielmehr heißt es, Kunden zu begeistern. Bei der Auftragsabwicklung mit kleinen, kostenlosen Services (z. B. frische Blumen hinstellen überrascht und begeistert gleichermaßen). Nach dem Auftrag, indem man in Kontakt bleibt und die vielen Möglichkeiten wie Wartung, kleinere Reparaturen, Ereignisse u. Ä. nutzt. Regionales Engagement gehört ebenfalls für fast alle erfolgreichen Handwerksbetriebe dazu. Der Malermeister, der mit Kindern zusammen die

neue Kita komplett streicht, erhält nicht nur positives Feedback der Erzieher, Eltern und Politik. Er bekommt wahrscheinlich auch einen kostenlosen und aufmerksamkeitsstarken Artikel in der regionalen Tageszeitung.

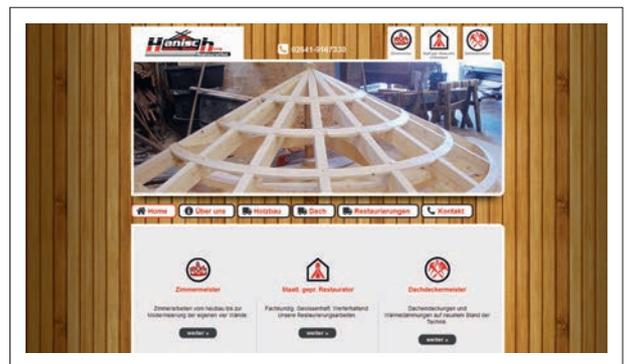
### SIE HABEN ES IN DER HAND

Das Handwerk ist im Wandel: Die jüngere Generation übernimmt in vielen Betrieben das Ruder und setzt sich immer intensiver mit Fragen des Marketings auseinander. So ist in ganz Deutschland zu beobachten, dass auch im Handwerk mehr und mehr die Spreu vom Weizen getrennt wird. Wenn Ihr Betrieb auch in zehn Jahren noch existieren und Ihre Auftragsbücher gefüllt bleiben sollen, müssen Sie etwas tun. Wer heute nicht seine Stärken erkennt, die Wünsche seiner Kunden erfüllt und versucht, seinen Marketinghorizont zu erweitern, der wird morgen schon hinterherfahren. Nutzen Sie Ihre Chancen, der Aufwand ist gar nicht so hoch. Mit einer Stunde pro Woche für Ihr Marketing legen Sie den Grundstein für nachhaltigen Erfolg und die Erfüllung Ihrer Ziele.



### FACHVERBAND SETZT AUF KOMPETENZ

Für seine „Marke Tischler“ setzt der Fachverband der Tischler auf eine von Artland Marketing konzipierte Website, die bereits viel positives Feedback erhalten hat. [www.marke-tischler-schreiner.de](http://www.marke-tischler-schreiner.de)



### AUCH DIE PRESSE BERICHTETE SCHON

Eine weitere Website von Artland Marketing, die für ihre Erfolge in der Fachpresse erwähnt wurde. Das Magazin „mikado“ berichtete und Inhaber Volker Hanisch zeigt sich begeistert: „Tolle Zusammenarbeit!“ [www.hanisch-holzbau.de](http://www.hanisch-holzbau.de)

# HANDWERK HAT GOLDENEN BODEN

„Mission Titelverteidigung“ lautet das Motto für unseren jungen Stuckateur Lukas Prell für die diesjährigen WorldSkills vom 11. bis 16. August in São Paulo, Brasilien. Es geht um nichts Geringeres, als den Weltmeistertitel im Stuckateurhandwerk zu verteidigen.

Für die jungen Leute, die die Chance bekommen, sich mit den Besten aus der ganzen Welt zu messen, kann ein Traum in Erfüllung gehen: So war es jedenfalls für Andreas Schenk, unseren amtierenden Weltmeister, wie auch für Marc Armbrüster und Valmir Dobruna, die bei den Europameisterschaften 2014 in Lille (Frankreich) Gold errangen. Sie sind exzellente Botschafter des Stuckateurhandwerks, sie repräsentieren in hervorragender Weise ein innovatives und modernes Handwerk mit all seinen Facetten in der Öffentlichkeit, sympathisch, motiviert und mit Begeisterung.

Mit der Gründung und Vermarktung des Nationalteams der Stuckateure hat der Bundesverband Ausbau und Fassade einen neuen Weg eingeschlagen, nicht nur, um junge Menschen für das Handwerk zu begeistern, sondern auch, um in der Öffentlichkeit deutlich zu machen, dass Qualität von Qualifikation kommt. Und qualifiziert sind unsere jungen Stuckateure allemal. Sie sind gut ausgebildet - dank unserer dualen Ausbildung. Die Meisterpflicht ist aus gutem Grund essenzieller Bestandteil derselben, zum einen, weil qualifizierte Meister die jungen Leute in den Betrieben ausbilden, zum anderen, weil mit der Meisterprüfung eine hervorragende Grundlage für das eigene Unternehmertum geschaffen wird und damit jungen Leuten Lebensperspektiven eröffnet werden. Der Meisterbrief als Zulas-



## MEISTER BEI DER ARBEIT

Die beiden Europameister Marc Armbrüster und Valmir Dobruna bei den EuroSkills in Lille (Frankreich)

sungsvoraussetzung im Handwerk wird derzeit einmal mehr von Europa in Frage gestellt und als Barriere für einen freien Binnenmarkt gesehen. „Dagegen wenden wir uns mit allen Mitteln, sowohl als Bundesverband Ausbau und Fassade als auch über unseren Dachverband, den Zentralverband Deutsches Baugewerbe“, sagt Rainer König. Mittlerweile ist das Thema auch im Deutschen Bundestag angekommen und Parlamentarier aus allen Fraktionen haben die Bedeutung der dualen Ausbildung für die deutsche Volkswirtschaft erkannt. Denn eine gute Ausbildung gewährleistet einen

optimalen Start in das Berufsleben. Dass Deutschland mit rund 7 % eine der niedrigsten Jugendarbeitslosigkeitsquoten in Europa hat, ist auch unserer beruflichen Bildung geschuldet. Daher ist die Nachwuchssicherung eine der zentralen Aufgaben für die Zukunftssicherung unserer Stuckateurunternehmen.



Rainer König ist seit 2013 der Vorsitzende des Bundesverbandes Ausbau und Fassade im Zentralverband des Deutschen Baugewerbes. Der Stuckateurmeister aus Bad Herrenalb leitet seit vielen Jahren sein eigenes Unternehmen im Fachbereich Ausbau.

# ÜBRIGENS



## 13 ALS GLÜCKSZAHL

Überragend! Hochinteressant! Sehr kurzweilig! Dies waren nur einige der Attribute der Teilnehmer nach den diesjährigen Winterseminaren der SCHWENK Putztechnik. Bereits zum 13. Mal wurde die beliebte Seminarreihe durchgeführt und auch dieses Jahr kamen weit über 900 Teilnehmer an die 13 verschiedenen Orte in Deutschland. „Ich hätte nicht gedacht, dass wir das hohe Niveau nach den Winterseminaren 2014 noch einmal steigern können“, resümierte ein sichtlich zufriedener Moderator Ulrich Steinlechner. Hochaktuell und immer wieder ein interessantes Thema war die fachlich und technisch einwandfreie Überarbeitung von Wärmedämm-Verbundsystemen unter Beachtung der Zulassungen und Regelwerke. Viele der Teilnehmer verabschiedeten sich mit der Aussage, im nächsten Jahr unbedingt wieder an den SCHWENK-Winterseminaren teilnehmen zu wollen. Sicherlich eines der schönsten Komplimente, die ein Veranstalter bekommen kann. Wir werden an dieser Stelle rechtzeitig über Themen und Termine der Veranstaltungen 2016 informieren.



Q4  
GIBT'S  
AUCH  
DIGITAL

Für alle, die uns lieber auf mobilen Endgeräten lesen möchten, gibt es das Q4 auch als E-Magazin für iOS und Android. Die aktuelle Ausgabe finden Sie immer unter:  
[www.schwenk-putztechnik.de/Downloads/Q4](http://www.schwenk-putztechnik.de/Downloads/Q4)

## JETZT ALS FAN FARBE BEKENNEN

São Paulo ist überall! Unterstützen Sie die Mission Titelverteidigung von zu Hause aus - mit dem offiziellen T-Shirt unserer Stuckateur-Mannschaft! Jetzt für nur 5,20 Euro in den Größen S, M, L und XL. Bestellung bitte an: [q4@schwenk-putztechnik.de](mailto:q4@schwenk-putztechnik.de)

## IHR FEEDBACK IST UNS WICHTIG

Unser Anspruch ist es, das Magazin ständig weiter zu entwickeln. Sie möchten Lob oder Kritik loswerden? Schreiben Sie uns! Ihre Meinung und Ihre Anregungen richten Sie bitte an: [q4@schwenk-putztechnik.de](mailto:q4@schwenk-putztechnik.de)



## HEFTVORSCHAU

Wir hoffen, dass wir Ihnen in der ersten Ausgabe des Q4 interessante und informative Beiträge anbieten konnten. Lust auf mehr? Die zweite Ausgabe wird sich schwerpunktmäßig mit dem Innenraum beschäftigen. Hierbei wird die spannende Frage beantwortet, wie die Luftqualität von Innenräumen im Holzbau durch Kalkputze noch einmal gesteigert werden kann. In einem weiteren Beitrag gehen wir der Frage der Psychologie von Farben bei der Innenraumgestaltung nach und zeigen auf, wie Farbgebung und -wechselspiel über Gefallen und Ablehnung entscheiden können. Und ein weiterer Höhepunkt wird der Beitrag über den Tanz um den Kunden, in dem die sogenannten Touchpoints für das Handwerk aufgezeigt werden. Also bitte vormerken: **In der letzten Juniwoche erscheint Ihr neues Q4!**



---

„ALS SCHWENK-  
BAUBERATER ACHE  
ICH DARAUF, OPTIMALE  
TECHNISCHE LÖSUNGEN  
ANZUBIETEN. SIND DIESE  
NICHT MÖGLICH ODER  
WERDEN VOM KUNDEN  
ABGELEHNT, MUSS  
MAN AUCH MAL NEIN  
SAGEN DÜRFEN.“

---

Uwe Urbanek  
Bauberater der SCHWENK Putztechnik  
GmbH & Co. KG