Nr. 3/2015

SCHWENK Putztechnik

Q4

DAS KUNDENMAGAZIN DER SCHWENK PUTZTECHNIK

Eine Zukunft für die Vergangenheit

Bauen im Bestand wird für alle am Bau Beteiligten zum Kerngeschäft im Hochbau

RISSFREI STEIGENDE ANSPRÜCHE AN PUTZFASSADEN — SEITE 4
INTERIEUR DESIGN CHANCENREICHTUM BEIM BAUEN IM BESTAND — SEITE 12
HISTORISCHE PUTZE TRADITIONELLE HANDWERKSKUNST — SEITE 16
DIGITALE (R)EVOLUTION DAS INTERNET VERÄNDERT ALLES — SEITE 24
GENDER MARKETING EINKAUFSVERHALTEN VON FRAUEN UND MÄNNERN — SEITE 28

Inhalt

4 DIE QUADRATUR DER RISSE
Putzfassaden sollen rissfrei sein und bleiben – gleichzeitig steigen die Ansprüche.

8 SOCKELPUTZ – EIN UNTERSCHÄTZTES BAUDETAIL
Wie entsteht ein ramponierter Putz und kann man Schäden durch cleveres Vorbeugen vermeiden?

12 BAUEN IM BESTAND – HERAUSFORDERUNG UND CHANCENREICHTUM
Altbauten und denkmalgeschützte Gebäude stellen höchste Anforderungen an Planung und Realisierung.

16 HISTORISCHE PUTZE – RENAISSANCE ODER DENKMALPFLEGE?
Traditionelle Handwerkskunst und das Wissen um alte Putzarten und -techniken gehen immer mehr verloren.

22 KUNDENORIENTIERUNG IM FOKUS
Die Sievert Baustoffgruppe hat die Aktivitäten der Schwenk Putztechnik erworben. Carsten Beier dazu im Interview.

24 DIGITALE (R)EVOLUTION IN DER UNTERNEHMERWELT
Das Internet verändert unsere Welt. Die Art, wie wir arbeiten. Die Art, wie wir leben. Die Art, wie wir Unternehmen führen müssen.

28 DER KLEINE UNTERSCHIED UND SEINE GROSSE WIRKUNG
Gender Marketing – wie unterscheiden sich Frauen und Männer in ihren Kaufentscheidungen?

34 STUCK, STUCK, HURRA!
Auf der WorldSkills 2015 in São Paulo, Brasilien holt Lukas Prell die Silbermedaille für Deutschland.

35 ÜBRIGENS
Das nächste Q4 dreht sich um den berühmt-berüchtigten Holzweg. Denn mittlerweile wird jeder achte Neubau in Holzbauweise errichtet.

PUTZ – EIN FASZINIERENDER BAUSTOFF
Dieser hat über die Jahrhunderte nichts an Anziehungskraft verloren. In seinem Beitrag geht der Restaurator und Putzexperte Gunnar Bauch auf historische Putztechniken ein und erläutert die Oberflächenveredelung in Abhängigkeit zur jeweiligen Baustilepoche und dem Zeitgeist der Baumeister.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:
QUICK-MIX PUTZTECHNIK GMBH & CO. KG
HINDENBURGRING 15, 89077 ULM
KONTAKT: Q4@SCHWENK-PUTZTECHNIK.DE
WWW.SCHWENK-PUTZTECHNIK.DE
VERANTWORTLICH: FRANK FRÖSSEL
PROJEKTLEITUNG: IRIS KOPP
KONZEPT, GESTALTUNG UND PRODUKTION:
SCHALLER & PARTNER, MANNHEIM
FOTOS: SHUTTERSTOCK: TITEL, 2, 4, 6, 16, 28 - 31
CONNÉ VAN D´GRACHTEN: 3, 36; SYLVIA STÜRMER: 7
SCHWENK PUTZTECHNIK: 5 - 7, 34 - 35
HORST REUL: 8 - 11; LIOBA SCHNEIDER: 12 - 15;
CLAUDIA GROTEGUT: 15; KLAUS-GUNNAR BAUCH: 17 - 21
BETTINA MECKEL: 22; SANJAY SAULDIE: 24 - 27
PLAINPICTURE: 32 - 33; PATRICK PAUL: 33
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 CO_2 kompensiert
Id-Nr. 1548918
www.bvdm-online.de

FSC www.fsc.org
MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C100493

SOWEIT IN DIESEM WERK DIREKT ODER INDIREKT AUF GESETZE, VORSCHRIFTEN, REGELWERKE ODER RICHTLINIEN (Z.B. DIN) BEZUG GENOMMEN ODER AUS IHNEN 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, SEPTEMBER 2015. Q4 IST EINE GESCHÜTZTE MARKE DER SCHWENK PUTZTECHNIK UND UNTER DER NR. 30 2015 035 104 IM DEUTSCHEN PATENT- UND MARKENAMT EINGETRAGEN.

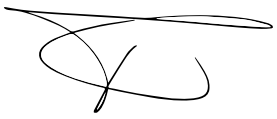
EINE ZUKUNFT FÜR DIE VERGANGENHEIT

Wenn man an Stralsund, Dresden oder Weimar, an Heidelberg, Bamberg, Regensburg oder auch an Goslar, Hildesheim oder Speyer denkt, dann sind es vor allem die historischen Stadtkerne, an die man sich erinnert. Diese geben den Städten einen unverwechselbaren Charakter und ihr eigenes Ich. Der Charme dieser Altstädte besteht darin, dass sie Ausdruck und Zeitzeuge aus der „guten alten Zeit" sind und man sich einfach wohlfühlt. Man ist umgeben von individuellen Baustilen, handwerklicher Kunst und nicht genormten Formen, Baustoffen und Grundrissen. Das Gefühl, dass jedes Gebäude einzigartig ist und den Zeitgeist seiner Entstehung wiedergibt, kann man kaum beschreiben, aber man spürt es bei den Rundgängen durch enge Gassen, Spaziergängen über von Hand verlegtem Kopfsteinpflaster oder auch dem Betreten alter, knarrender Treppen und dergleichen.

Dies zu schützen und zu erhalten, ist die Aufgabe der nächsten Jahr(zehnt)e. Denn, der Anteil am Bestandsbau in Deutschland beträgt bereits knapp 80 Prozent und stellt somit für alle Beteiligten eine echte Herausforderung dar. Bauen im Bestand oder die Altbausanierung, -renovierung und -modernisierung ist kein Trend bzw. eine kurzzeitige „Modeerscheinung", sondern Zukunftsaufgabe für das Fachhandwerk, Architekten und Planer sowie für die Baustoffindustrie und den -fachhandel. Um neue Ansprüche der Bauherren oder gesetzliche Vorgaben zu erfüllen, müssen diese Altbauten den heutigen Anforderungen angepasst werden, was nicht immer widerspruchsfrei möglich ist. Schließlich sollen die Altbauten ihren urtümlichen Charme behalten, auch nach der Bauwerksinstandsetzung noch authentisch wirken und dennoch technisch einem Neubau entsprechen.

Daher gibt es auch keine Standardlösungen oder ein Übertragen der Neubaukompetenz auf den Bestandsbau. Individuelle Problemstellungen erfordern auch individuelle Problemlösungen – oder anders ausgedrückt: Es gibt kein halbes Bekenntnis zum Bauen im Bestand. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen gute Unterhaltung im nachfolgenden Q4, dem wir dieses Thema gewidmet haben.

Ihr



FRANK FRÖSSEL – LEITER MARKETING, PRODUKTMANAGEMENT UND ANWENDUNGSTECHNIK

DIE QUADRATUR DER RISSE

Putzfassaden sollen rissfrei sein und bleiben – gleichzeitig werden die hierfür notwendigen Voraussetzungen immer öfter ignoriert sowie an Material und Ausführung mehr und mehr Ansprüche gestellt.

VON **PROF. DR. SYLVIA STÜRMER**

TYPISCHE STEIN-PUTZ-RISSE an einem Neubau.

Risse in Putzen sind nicht vermeidbar. Das ist keine neue Erkenntnis und wurde erstmals in dieser Deutlichkeit von Prof. Oswald in seinem Fachbuch über „Hinzunehmende Unregelmäßigkeiten" geäußert. In Fachkreisen wird das auch weitgehend akzeptiert. Trotzdem bleiben die große Erwartungshaltung der Bauherren und manchmal auch die Versprechen der Ausführenden, die dann insbesondere bei Massivbauten mit kurzen Bau- und Trocknungszeiten zum „Ärgernis Riss" führen.

Das frühere Auswintern des Rohbaus bleibt aus. Es wird über den Jahreswechsel weitergebaut. Die der Energieeinsparung geschuldeten größeren Wanddicken und veränderten Eigenschaften der Mauersteine tragen zusätzlich zu längeren Trocknungszeiten und dem späteren Einsetzen und Abklingen der nicht vermeidbaren Spannungen bei.

Dabei wird vergessen, dass ein Einfamilienhaus eben nicht mit einem Pkw zu vergleichen ist, der in klimatisierten Werkhallen aus normierten Teilen gefertigt wird. Ein Einfamilienhaus wird von Menschenhand erbaut – mit Baustoffen, die ihre Eigenschaften erst im eingebauten Zustand unter dem Einfluss des Klimas entwickeln und Schicht für Schicht trocknen müssen.

Der nachfolgende Artikel befasst sich vor allem mit technischen Auswirkungen von Rissen in Fassaden- und Sockelputzen bei modernen dämmenden Mauerwerken, Möglichkeiten der Riss-Instandsetzung und den Grenzen der optischen Angleichung gerissener Bereiche.

EINLEITUNG

Risse in Baustoffen sind nicht grundsätzlich ein Problem und können teilweise sogar hilfreich sein z. B. bei der Zustandsbeschreibung von Bausubstanz, da sie Bereiche erhöhter Spannungen anzeigen, die beim Überschreiten der Zugfestigkeit des betroffenen Baustoffs zu Rissen geführt haben. Das können Bereiche vergessener Dehnfugen, Fehl- oder Hohlstellen im Untergrund, Bereiche großer Rohbaufeuchte und/oder nicht fachgerecht gestalteter Materialübergänge etc. sein.

Risse in Putzen – als letzte Schicht auf den Innenoberflächen oder an der Fassade – können auftreten, da die Putze sowohl die Verformungen aus dem Untergrund als auch die trocknungs- und witterungsbedingten Verformungen aufnehmen müssen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Putze – anders als fertige Bauprodukte – ihre technischen und optischen Eigenschaften erst im Laufe mehrwöchiger Erhärtungs- und Trocknungsprozesse entwickeln und eine vergleichsweise geringe Zugfestigkeit aufweisen. Putzrisse können zu Problemen führen, wenn die optischen Eigenschaften des betroffenen Bereichs beeinträchtigt werden und/oder technische Mängel vorliegen, wenn technische Anforderungen wie Witterungsbeständigkeit, Schlagregen- und Winddichtigkeit nicht gegeben sind.

Risse frühzeitig zu erkennen, ihre Ursachen zu erfassen und eine angemessene Bewertung durchzuführen, wurde bereits seit Ende der 1970er-Jahre in verschiedenen Fachkreisen diskutiert und entsprechende Regelwerke erarbeitet. Dazu gehören unter anderem das BFS-Merkblatt Nr. 19 „Risse in Außenputzen und ihre Überbrückung mit Beschichtungssystemen und Armierungen" von 1978, später überarbeitet in der Fassung Nr. 19 „Risse in Außenputzen; Beschichtung und Armierung" von 1997 sowie das WTA-Merkblatt 2-04-94 „Beurteilung und Instandsetzung gerissener Putze an Fassaden" von 1994, mit aktueller Ausgabe von 2008. Auch die neueren Putz-Normen enthalten Hinweise zu Putzrissen.

Viele Fachleute halten sich bei der Beurteilung der Risse in Bezug auf deren Mangelhaftigkeit strikt an bestimmte Rissbreiten, die in den genannten Regelwerken angegeben sind. Dabei ist die absolute Rissbreite viel weniger maßgebend als die Auswirkungen der Risse, die sich unter Umständen für die Bausubstanz und die Nutzung durch die Bewohner ergeben können. So können z. B. Abrisse des Putzes vom Holz am Dachrand bei großem Dachüberstand unproblematisch sein, während in Spritzwasserbereichen auch über zahlreich auftretende Risse, mit nur 0,2 mm Breite, Wasser in die tragende Bausubstanz eindringen kann.

RISSURSACHEN – AM BEISPIEL VON STEIN-PUTZ-RISSEN

Risse in Putzen entstehen, wenn, wie bereits erwähnt, die auftretenden Spannungen die Zugfestigkeit des Putzes übersteigen. Da die Ursachen für die erhöhten Spannungen und die Rissbildung sehr unterschiedlich sein können, wurden die Putzrisse klassifiziert. Dabei wurden Bezeichnungen gewählt, die in der Branche verbreitet, allgemein bekannt und vorstellbar sind: Kerbrisse, Fugenrisse, Stein-Putz-Risse etc.

Auf die Stein-Putz-Risse soll im Folgenden beispielhaft etwas näher eingegangen werden, da deren Auftreten im modernen Wohnbau aufgrund der energetischen Ausrichtung auf hochdämmende Mauerwerke in den letzten Jahren zugenommen hat. Diese Risse zeigen ein regelmäßiges Rissbild, das überwiegend den Fugenverlauf des Putzgrundes (Mauerwerk) nachzeichnet. Sie treten ca. ein halbes Jahr bis 5 Jahre nach Erstellung auf und ihre Breite liegt mit ca. 0,1 – 0,2 mm im Bereich von Haarrissen. Die Ursachen können putzgrundbedingt oder putzbedingt sein. Als putzgrundbedingte Ursachen für diese Risse sind zu nennen: nicht vollfugig vermörtelte Lagerfugen, nicht vollfugig vermörtelte Stoßfugen über 5 mm Breite, unzureichende Überbindemaße sowie „Überzähne" (mit der Folge sprunghaft wechselnder Putzdicke) und/oder besonders feuchtes Mauerwerk. ▸

BEI DER GÜNSTIGEN EINZELRISSSANIERUNG
sieht man nach der Sanierung immer noch die Risse. Auf dieses optische Problem sollte man den Auftraggeber vorher hinweisen.

Während vor dem Belegen eines Nass-Estrichs dessen Materialfeuchte zwingend geprüft werden muss, wird der Einfluss der Untergrundfeuchte auf den Putz häufig unterschätzt und die Feuchte ist nur vor dem Aufbringen von Gips-Deckenputzen auf Beton festgelegt. Für den Handwerker ist jedoch die Feuchteprüfung des Putzgrunds über die Sichtprüfung hinausgehend zu empfehlen, insbesondere wenn ungleichmäßig feuchte Untergründe vorliegen. Dafür können handelsübliche, zerstörungsfreie Feuchtemessgeräte eingesetzt werden, die auch bei der Leckageortung oder zur Messung der Feuchteverteilung bei Schimmelbefall im Innenbereich zum Einsatz kommen.

Die putzbedingten Ursachen für die Stein-Putz-Risse können sein: zu geringe Putzdicke, zu fester Putz (in Bezug auf den Putzgrund), sprunghaft wechselnde Putzdicken und/oder unzureichende Nachbehandlung des Putzes. Verstärkt werden diese Ursachen durch die Wanddicken sowie durch putzgrundbedingte längere Trocknungszeiten mit Schwindspannungen, die vom Putz (vor allem bei nicht vollständigem Haftverbund zum Putzgrund) nicht aufgenommen werden können.

Die Risse treten selten sofort auf, sondern erst bei verzögerter Abgabe der Rohbaufeuchte nach dem Einzug, häufig sogar erst nach mehrjährigem Heizen. Je nach Lage und Breite der Risse kann insbesondere an der Wetterseite und bei nicht vermörtelten Stoßfugen Wasser bzw. Feuchte bis in den Innenbereich vordringen, den Wärmeschutz der Außenwand reduzieren und die Behaglichkeit nachteilig beeinflussen. In Einzelfällen kann die Feuchte durch das Mauerwerk und den gipshaltigen Innenputz bis an die Innenwandoberflächen „durchschlagen" und je nach Klimabedingungen im Raum und an den Innenwandoberflächen lokal zu Schimmelbildung oder Ausblühungen führen.

WINTERSEMINARE

Die SCHWENK Winterseminare im Januar und Februar 2016 werden sich mit dem Thema „Risse in Fassaden" auseinandersetzen und auf Ursachen, Sanierung und Prävention eingehen.

In Spritzwasserbereichen können auch Risse mit geringer Rissbreite zu technischen Problemen führen. Zum Beispiel bei einem nicht fachgerecht gestalteten Sockelbereich, bei dem über Risse im beschichteten Oberputz trotz Wasserabweisung des Putzsystems Feuchte in das Porenbetonmauerwerk eindringt. Auch bei Schnee, der an die Häuserwände geschoben wird und tagsüber antaut, kann die (über das normale Maß des kapillaren Saugens hinausgehende) Feuchteaufnahme bei gerissenen Sockelputzen zu massiven Schäden führen. Wichtige Hinweise zur Reduzierung der Rissgefahr geben die „Leitlinien für das Verputzen von Mauerwerk und Beton" in der 2. Ausgabe vom November 2014 sowie die Sockelrichtlinie in der 2. Ausgabe von 2013.

KRITERIEN FÜR DIE WAHL DER INSTANDSETZUNGSMETHODE

Ein wesentliches Kriterium für die Auswahl der richtigen Instandsetzungsmethode ist nach der Klärung der Rissursachen die Feststellung, ob nach der Maßnahme noch Rissbreitenänderungen bzw. Rissflankenbewegungen auftreten werden oder, ob es sich um „ruhende" Risse handelt. Danach wird entschieden, ob rissfüllende, rissüberbrückende oder entkoppelnde Maßnahmen getroffen werden. Ein wichtiges Kriterium bei Rissen, die auch nur eine optische Beeinträchtigung darstellen, ist der ästhetische Anspruch des Bauherrn in Verbindung mit der Wahrnehmung des Risses und der Bedeutung oder Repräsentanz des Objekts oder des betroffenen Bauteils. Je nach Rissverlauf und -anzahl können örtlich begrenzte Instandsetzungen von Einzelrissen und flächige Instandsetzungsmaßnahmen bei Bauteilabschnitten oder gesamten Fassaden ausgeführt werden.

INSTANDSETZUNG VON EINZELRISSEN

Bei nahezu „ruhenden" Rissen (z. B. nach Erreichen der Ausgleichsfeuchte des Baukörpers mit Abklingen der Schwindvorgänge von Mauerwerk und Putz) kommen für innen und außen rissfüllende Verfahren mit organischen oder mineralischen, zum Teil mit Kunststoff vergüteten Stoffen zum Einsatz. Wie oben erwähnt, können für den Instandsetzungserfolg auch die Erwartungen an die optischen Eigenschaften eine wichtige Rolle spielen. So werden bei den Einzelriss-Instandsetzungen die Ausbesserungsstellen in unterschiedlichem

Ausmaß erkennbar sein, je nach Putzstruktur und handwerklichem Geschick. Deshalb kann es trotzdem erforderlich sein, zusammenhängende Flächen abschließend einheitlich zu beschichten. Es gibt Rissfüllungen, die den technischen Mangel, d. h. das Eindringen von Oberflächenwasser beheben, aber erkennbar sind und je nach Lichtverhältnissen den ästhetischen Gesamteindruck stören können.

Manchmal kommt es vor, dass nach der Instandsetzung von Schwindrissen, bei denen für die Rissfüllung zu viel Mörtel verwendet wurde, der Mörtel nicht bündig mit der Putzoberfläche ist und „vorsteht". Oder aber aufgeweitete und gereinigte Rissflanken werden nicht mit ausreichend Material zugeschlämmt. In der verbleibenden „Vertiefung" kann sich eher Schmutz anlagern, sodass die Rissbereiche langfristig ggf. noch stärker zu sehen sind. Sollen zahlreiche Risse dieser Art instand gesetzt werden und liegen hohe Erwartungen bezüglich des optischen Gesamteindrucks vor, sind flächige Instandsetzungsverfahren zu empfehlen.

BEWÄHRTE FLÄCHIGE INSTANDSETZUNGSVERFAHREN

Für eine vollflächige Rissinstandsetzung tragfähiger, auch kalkreicher Alt- und Neuputze mit geringen Rissbreitenänderungen werden u. a. mineralische Armierungsputze (auch als Gewebespachtelung bezeichnet) mit einem Oberputz in der Struktur des Bestandsputzes eingesetzt. Zwischen zwei Schichten wird frischer Armierungsmörtel (ca. 4 mm dick) in das Gewebe mittig, straff und faltenfrei eingebettet und später der wasserabweisende mineralische Oberputz aufgetragen. Das Glasfasergewebe erhöht maßgeblich die Zugfestigkeit des Putzes und wirkt bei hohen Spannungen beschränkend auf Rissbreiten.

Man kann die Abreißfestigkeit (auch als Abreißtest bezeichnet) an einer gerissenen, gereinigten Fläche mit Gewebespachtelung prüfen. Der Abriss des zugfest eingebetteten Gewebes erfolgt im neuen Putz, so wie es sein sollte. Löst sich dabei der Bestandsputz mit ab, ist die Zugfestigkeit des Bestandsputzes unzureichend und muss vor der Überarbeitung z. B. durch eine festigende Grundierung erhöht werden. Dieses bewährte Verfahren mit Gewebespachtelung wird nicht nur zur Rissinstandsetzung bei Bestandsputzen, sondern auch zur Vermeidung von Rissen im Neubau empfohlen, zum Beispiel bei hoch dämmenden Mauerwerken oder besonderer Exposition.

BUCHTIPP

Frank Frössel:
Risse in Gebäuden. Damit aus einer Fassade kein Ris(s)iko wird.
BAULINO Verlag. 29,95 Euro.
ISBN-Nummer: 978-3-938537-22-0

ZUSAMMENFASSEND ERGIBT SICH

Ein vollkommen rissfreier Neubau ist – insbesondere bei einer Massivbauweise mit großen Wanddicken und dämmenden Baustoffen – nahezu unmöglich, aber auch nicht notwendig. Wichtig ist, dass die freibewitterten Fassadenputze ihre Funktionen dauerhaft erfüllen können. Je nach Art, Bauform, Lage und Exposition des Gebäudes kann es erforderlich sein, rissbreitenbeschränkende Maßnahmen zu treffen. Durch gezielte Planung und fachgerechte Ausführung können technisch dauerhafte Putzoberflächen geschaffen werden. Besonders maßgebend sind trockene Putzuntergründe und die Einhaltung der notwendigen Standzeiten zwischen den Putzlagen sowie die Putzdicke. Wichtige Hinweise dafür liefert u. a. die „Leitlinie für das Verputzen von Mauerwerk und Beton" des Industrieverbands Werkmörtel e. V.

Wichtig ist aber auch das Gespräch mit dem Bauherrn bezüglich dessen Erwartungen an die optischen Eigenschaften. Dabei sind mögliche Einflüsse des Farbtons des Oberputzes aufgrund der thermischen Ausdehnung und Einflüsse aus der Putzweise, d. h. der Oberflächenstrukturierung des Putzes, zu klären. Glatte Putze sind deutlich rissempfindlicher als kornraue Strukturen oder dickschichtige Kratzputze.

Prof. Dr.-Ing. Sylvia Stürmer ist Professorin für Bauphysik, Bauchemie, Baustofftechnologie, Bauerhaltung und Bausanierung. Sie lehrt in Konstanz an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung im Fachbereich Bauingenieurwesen.

DIE FREIGELEGTE STELLE ZEIGT,
dass der Riss bereits im Putzgrund vorhanden ist.

SOCKELPUTZ EIN UNTERSCHÄTZTES BAUDETAIL

Ein ramponierter Putz kann schnell zum Streit führen und vor Gericht landen. Doch wie entstehen solche Schäden und wie kann man es richtig machen?

VON **DR. HORST REUL**

Beispiel 1

Bauen heißt Erfüllen von Verträgen. Wenn die wesentliche Grundlage eines Bauvertrages – die Leistungsbeschreibung – lückenhaft ist oder, wie häufig zu sehen, ohne eindeutigen Bezug auf die Regelwerke formuliert wird, ist der Schadensfall geradezu vorprogrammiert. Die gutachterliche Praxis zeigt, dass die fehlerhafte oder interpretationsfähige Positionsbeschreibung zu meist langwierigen und kostenträchtigen Auseinandersetzungen vor den Zivilkammern führt. Dadurch bleiben zwar Gutachter, Rechtsanwälte und Gerichte „im Brot", so mancher Handwerksbetrieb jedoch wird in die Insolvenz oder in den Ruin getrieben. Auch Planungsbüros mussten im Rahmen der gesamtschuldnerischen Haftung „bluten" und verloren nach Schadensfällen ihren Versicherungsschutz. Die gutachterliche Auswertung vieler Schadensfälle an Außenputzen zeigt, dass der Sockelputz sowohl in den Leistungsbeschreibungen als auch in der Ausführung stiefmütterlich behandelt und als Baudetail unterschätzt wird. Welche Folgen dies für das Bauwerk einerseits und die am Bau Beteiligten andererseits hat, ist Gegenstand des nachfolgenden Beitrages.

Beispiel 2

HÄUFIG ZU BEOBACHTENDE SCHADENSBILDER

Schon nach einem Winter, spätestens zwei bis drei Jahre nach der Fertigstellung, ist der Sockelputz an einer Vielzahl von Gebäuden kaum mehr wiederzuerkennen. Das ursprünglich homogene Aussehen ist einem wolkigen, mürben, oft durch Abplatzungen und Rissen gekennzeichneten Erscheinungsbild gewichen. Nachfolgend werden einige typische Schadensbilder beschrieben und anschließend auf die Gemeinsamkeiten hingewiesen. Man wird schnell feststellen, dass sich geradezu ein Schadensmuster abzeichnet, dessen Ursachen auf einige wenige Merkmale zurückzuführen sind.

BEISPIEL 1

Erscheinungsbild: Zermürbter Oberputz, sowie bereits teilweise angegriffener Unterputz, in einer Höhe von ca. 15 bis 30 cm über Terrain. Zwei Jahre nach der Fertigstellung.

Ort: Südseite der Giebelwand eines Bürogebäudes (Neubau). Pflasterung entkoppelt, jedoch ohne Gefälle verlegt. Man beachte den gegenüberliegenden schadensfreien Sockelputz (Altbau).

Ursache: Verwendung eines nicht frost-taubeständigen Oberputzes. Der Zermürbungseffekt wurde durch das nicht vorhandene Gefälle der Pflasterung verstärkt.

BEISPIEL 2

Erscheinungsbild: Ablösung des Sockelputzanstriches und Teilen des Oberputzes in einer Höhe von ca. 15 bis 30 cm über des Podestplattenniveaus. Abplatzung der sehr dünn aufgebrachten Oberputzschicht über dem Eckputzprofil bis zu einer Höhe von etwa 50 cm über Plattenhöhe. Vier Jahre nach der Fertigstellung.

Ort: Hauseingangstürbereich einer Wohnanlage (Nordseite). Laibung neben Verglasungsprofil des Treppenhauses.

Ursache: Chlorid Einwirkung über den am Eckprofil gerissenen Sockeloberputz, infolge tausalzhaltigen Schnee-und Schmelzwassers sowie Hinterfeuchtung des Oberputzes und Anstriches. Nach häufigen Frost-Tau-Salz-Wechseln versagt das System. Ungeeignetes, zu gering überdecktes Eckprofil. Das fehlende Gefälle der Podestplatten hat die Putzschädigung verstärkt.

BEISPIEL 3

Erscheinungsbild: Durchfeuchteter, zermürbter, teilweise sich ablösender Ober- und Unterputz. Die zermürbte und feucht wirkende (hygroskopische) Zone reicht bis ca. 30 cm über Terrain. Vier Jahre nach Fertigstellung.

Ort: Wohnanlage, Südseite, neben einem hochfrequentierten Gehsteig mit geringem Gefälle zur Fahrbahn. Wenige Meter entfernt befindet sich eine Bushaltestelle, deshalb häufige Streusalzverwendung.

Ursache: Einwirkung von Tausalzlösung aus Schmelzwasser. Häufige Spritzwassereinwirkung. Der Ober- und Unterputz im Sockelbereich war identisch mit dem Putzsystem auf der Fassade und weder frost- noch frost-tau-salz-beständig.

BEISPIEL 4

Erscheinungsbild: Oberputzabplatzung, die Gewebearmierung ist sichtbar, dahinter befinden sich großvolumige Hohlstellen. Etwa ein Jahr nach der Überarbeitung.

Ort: Wenige Meter neben dem Sockelputzabschnitt des Beispiels 3.

Ursache: Der schadhafte Sockelputzabschnitt ist das Ergebnis einer fehlerhaften Überarbeitung. Das Gewebe wurde doppellagig, ohne Putzeinbettung eingelegt. Dadurch wirkte das Gewebe als Trennlage. Weder der ursprüngliche Putz noch der Überarbeitungsputz waren frosttau- bzw. frosttausalzbeständig.

KORROSION, STREUSALZ, FEUCHTIGKEIT UND CHLORIDE ZERMÜRBEN DEN SOCKELPUTZ

BEISPIEL 5

Erscheinungsbild: Abgeplatzte Sockelputzkante. Das ursprünglich vorhandene metallene Eckprofil ist bis zu einer Höhe von ca. 25 cm infolge Korrosion nicht mehr vorhanden. Teile des Eckprofils sind massiv verrostet und dabei, den darüber befindlichen Sockelputz zu spalten.

Ort: Trennwand unter einer äußeren Treppenkonstruktion in einer Wohnanlage.

Ursache: Das verwendete Eckprofil ist für die ortsübliche Sockelputzbelastung ungeeignet. Die in den Wintermonaten auftretende Schmelzwasser- und Tausalzlösung wirkte auf das nicht tausalzbeständige Metalleckprofil ein. Die Folge war die korrosionsbedingte Auflösung und das Abdrücken des darüber befindlichen Sockelputzes, obwohl der Sockelputz normgerecht der Mörtelgruppe P III und der Festigkeitsklasse C IV entsprach. ▸

Beispiel 3

DIE URSACHEN sind meist eine Unterschätzung der Sockelputzbelastungen vor Ort oder die falsche Auswahl von Putzstoffen.

Beispiel 4

Beispiel 5

BEI DIESEM AUFBAU WURDE ZU WENIG AUF DETAILS GEACHTET.
Die vorkragende Blechverwahrung hat kein bzw. ein negatives Gefälle. Die Folge: massive Spritzwasserbelastung.

BEISPIEL 6

Das nun abschließende Beispiel beschreibt einen Fall, bei dem die beteiligten Parteien (der Architekt, die Stuckateur- und die Malerfirma) der Auffassung waren, bei der Planung und Ausführung des WDVS korrekt gehandelt zu haben und dass keine besondere Detaillösung erforderlich gewesen wäre. Das Schadensbild und die objekttypische Putzbelastung belehrten sie dann eines Besseren.

Erscheinungsbild: Ablösung des Anstrichs/Oberputzes über dem Armierungsgewebe. Zermürbter Unterputz oberhalb der Blechverwahrung.

Ort: Mittig angeordneter, mit einem WDVS versehener, Aufbau eines Theatergebäudes. Der Aufbau befindet sich in einer Höhe von 20 bis 30 m und ist durch unregelmäßige Geometrien gekennzeichnet. Das umliegende, schräg abfallende Dach ist mit Kupferblech bedeckt.

Ursache: Am Fußpunkt des WDVS wurde eine vorkragende Blechverwahrung aus Kupfer angebracht. Diese hat kein bzw. ein negatives Gefälle. Die Folge bei Beregnung ist eine massive Spritzwasserbelastung, besonders an der Nord- und Westseite. Der Attikakrone fehlt zudem der Putzüberstand. Die geometrischen Besonderheiten des Gebäudeaufbaus, die Bewitterung in der Bauwerkshöhe und schließlich die durch die Blechverwahrung begünstigte Spritzwasserbelastung führten zur Zermürbung des WDVS-Putzes. Nur durch planerische Vorgaben sowie einer fachgerechten Ausführung wie die Verwendung eines WDVS-Sockelputzsystems, einer zusätzlichen Vertikalabdichtung, einer ausreichenden Attikakronenüberkragung und einer Blechverwahrung, die nicht zu einer zusätzlichen Spritzwasserbelastung beiträgt, hätte der Schaden vermieden werden können.

ZUSAMMENFASSUNG

Aus den beschriebenen Sockelputzschäden lassen sich folgende Erkenntnisse ableiten:

- Die zu erwartenden Sockelputzbelastungen wurden unterschätzt oder planerisch missachtet.

- Weder die örtlichen konstruktiven Gegebenheiten wie zu geringer Dachüberstand, vorspringende Blechverwahrungen, bündig angrenzende, den Oberputz kontaktierende Böden (Pflaster, Platten oder Asphalt) noch die ortsübliche Bewitterungsintensität wurden planerisch und bei der Auswahl der Produkte berücksichtigt.

- In nahezu allen Sockelputzschadensfällen wurden nicht frosttau- bzw. nicht tausalzbeständige Putzsysteme verwendet.

- Weder das Entkopplungsprinzip an den Übergangszonen zum Terrain noch Außenabdichtungen wurden planerisch vorgegeben.

- Obwohl seit vielen Jahren praxisgerechte, den anerkannten Regeln der Technik widerspiegelnde Regelwerke wie die DIN EN 13914-1:2005-06 „Planung, Zubereitung und Ausführung von Innen- und Außenputzen, Teil 1: Außenputz“ und die „Richtlinie Fassadensockelputz/Außenanlage“, (Erstausgabe 2002) zur Verfügung stehen, blieben die darin beschriebenen Details in den Leistungsbeschreibungen unberücksichtigt.

Deshalb stellen sich die Fragen, welche Anforderungen eigentlich ein Sockelputz erfüllen muss und was überhaupt ein Sockelputz ist? Die Antworten befinden sich in den vorge-

Beispiel 6

NORD- UND WESTSEITE sind tendenziell den Witterungsverhältnissen am stärksten ausgesetzt.

nannten Regelwerken und zwar in der DIN EN 13914-1 auf Seite 44, mit drei Beispielen der Sockelputzausführung, sowie in der vorgenannten Richtlinie an mindestens 18 Detailanschlussbeschreibungen mit Planskizzen. Diese Vorschläge reichen von gedämmten und ungedämmten Systemen, sei es mit und ohne Putzkante, über einen Anschluss an Belagsflächen und Walzkanten bis zu Übergängen an Türen, Toren, Fenstern, Terrassenbelägen und Treppen. Bei all diesen Sockelausbildungen sind das Entkopplungsprinzip und der besondere Schutz der Spritzwasserzone vorbildlich gelöst. Ein Sockelputz ist ein Putz der unterhalb der rechtzeitig festzulegenden Sockellinie bis in den Bereich unterhalb des Terrains den Putzgrund vor einwirkender Nässe, im besonderen bei Spritzwasserbelastung, bewahrt und dabei selbst widerstandsfähig genug sein muss, um den örtlich zu erwartenden Belastungen dauerhaft zu widerstehen.

FAZIT

Der Sockelputz bedarf einer sorgfältigen Planung. Planen heißt die zu erwartende Realität am Bau zu erkennen, in den Entwurf einzubringen und in der Leistungsbeschreibung detailliert aufzuführen. Dabei ist es wichtig, im Leistungsverzeichnis die Funktion des Putzes aufzulisten (z. B. Sockelputz wasserabweisend) und dann entweder auf das Regelwerkdetail hinzuweisen und/oder Detailskizzen beizufügen. Planerische Defizite führen nicht nur zu einem Bauschaden, sondern auch häufig zum Rechtsstreit zwischen den Beteiligten.

BUCHTIPP

Dr. Dipl.-Ing. Horst Reul: Handbuch Bautenschutz und Bausanierung. Verlag Rudolf Müller. 39,00 Euro. ISBN-Nummer: 978-3-481-02162-7

Um bei möglichen Konflikten die Stellung des Fachhandwerkers von Anfang an zu stärken, ist es unumgänglich, bei Diskrepanzen zwischen dem Leistungsverzeichnis und den tatsächlichen Gegebenheiten, den Bauherrn bzw. Auftraggeber schriftlich auf Abweichungen hinzuweisen. Dieser Hinweis sollte nicht unter dem Gesichtspunkt des möglichen Verlustes des Auftrages vermieden werden, sondern ist ein Zeichen der Fachkompetenz, die sowohl dem Bauherrn als auch dessen Architekt oder eingeschalteten Planungsbüro hilft, von vornherein Fehler zu vermeiden. Wichtig dabei ist, dass diese Hinweise schriftlich erfolgen und sich dann in einer Änderung des LVs und des Bauvertrages niederschlagen.

In vielen Fällen, sowohl bei der Durchführung von Putzarbeiten an Neubauten als auch bei der Altbausanierung, wird die anwendungstechnische Beratungskompetenz des Putzlieferanten herangezogen. Der Service erstreckt sich oft vom Beurteilen des Untergrundes und der daraus resultierenden Empfehlung für das Putzsystem bis zur gutachterlichen Stellungnahme z. B. im Hinblick auf den Durchfeuchtungs- und Versalzungsgrad eines historischen Mauerwerks.

Dieser Service und die daraus resultierenden Hinweise der Fachberater entbinden jedoch weder den Planer noch die ausführende Bau- oder Handwerksfirma von deren Verantwortung. Eingebunden wird ein Hersteller bzw. Lieferant nur dann, wenn eine vertragliche bzw. vertragsähnliche Beziehung im Sinne eines Beratungsvertragsverhältnisses entstanden ist.

Dr. Horst Reul ist Dozent und Fachautor für Bausanierung, Bauchemie und Bautenschutz. Zudem war er langjähriger Leiter des WTA-Referates Oberflächentechnologie. Von 1986 bis 2014 betrieb er ein Ing.- und Sachverständigenbüro.

BAUEN IM BESTAND HERAUSFORDERUNG UND CHANCENREICHTUM

Altbauten und denkmalgeschützte Gebäude stellen höchste Anforderungen an Planung und Realisierung. Die Immobilien-Optimierung stellt dabei eine wertsteigernde und den Komfort erhöhende Maßnahme dar.

TEXT: **DIPL.-ING. ARCHITEKTIN CLAUDIA GROTEGUT**
FOTOS: **LIOBA SCHNEIDER, WWW.LIOBASCHNEIDER.DE**

Die Herausforderungen beim Bauen im Bestand sind vielfältig. Besitzer oder Halter von Immobilien eines Portfoliobestandes sehen sich im Lebenszyklus einer Immobilie mit unterschiedlichen Problemen konfrontiert, für die Lösungen entwickelt werden müssen: geringe Funktionalität von Bestandsimmobilien, veränderte Nutzeranforderungen an die Struktur und Ästhetik einer Immobilie, rückläufige Mieteinnahmen, auslaufende Mietverträge oder Leerstände, hohe Betriebskosten oder Instandhaltungsstau. Diese Herausforderungen anzunehmen, erfordert Kompetenz und umfassende Erfahrung der am Bau Beteiligten. Die Beurteilung historischer Bausubstanz, die ästhetische und technische Anknüpfung an Baukonstruktionen im Wandel der Zeit und die Entwicklung von individuell auf den Kunden zugeschnittenen, innovativen Architektur-Lösungen für historische Immobilien stellen dabei grundlegende Leistungsschwerpunkte beim Bauen im Bestand dar. Herausforderungen sind auch die Anforderungen, die von verschiedensten Seiten an ein Objekt gestellt werden: von Kundenseite, von Seiten des Baurechts, der Tragkonstruktion, des Brandschutzes, der Denkmalpflege und des Schall- und Wärmeschutzes oder auch der Innenarchitektur. Die frühzeitige Schnittstellenplanung und die Koordinierung verschiedener Fachdisziplinen bieten die Grundlage für eine zielorientierte Immobilienentwicklung. Ein auf die Anforderungen und das Objekt zugeschnittenes, interdisziplinäres Planungsteam ermöglicht es, ganzheitlich die verschiedensten Anforderungen von Beginn an zu berücksichtigen und die Zukunftsfähigkeit, Wirtschaftlichkeit und Ästhetik einer Immobilie neu zu gestalten.

ES GELTEN HÖCHSTE ANFORDERUNGEN
an die Putzoberflächen im Denkmal.

WORIN BESTEHT DER CHANCENREICHTUM?

Beim Bauen im Bestand geht es um individuelle und ortsbezogene Bestandsimmobilien, die Zeugnis für Baugeschichte und bemerkenswerte handwerkliche Fähigkeiten der Vergangenheit ablegen können. Für Privatkunden sind das vielfach Altbau-Immobilien, gewachsene Orte mit Geschichte und parkähnliche Freiflächen mit gewachsenem Baumbestand, die für sie von einzigartiger Bedeutung sind. Der Chancenreichtum für die Architektur liegt darin, Potenziale zu erkennen, zu nutzen – Immobilien zu optimieren und zu revitalisieren – und das sowohl im Privatkunden- als auch im Unternehmenskundenbereich. Im Spannungsbogen von erhaltenswerter Bausubstanz und zukunftsorientierter Architektur können Objekte, die im Laufe der Zeit ihren Glanz und ihre Marktfähigkeit verloren haben, damit erfolgreich zu wirtschaftlichen und zukunftsfähigen Immobilien entwickelt werden.

PROBLEMLÖSUNGEN BEIM BAUEN IM BESTAND – INDIVIDUELL, NACHHALTIG UND ZUKUNFTSFÄHIG

Je nach Anforderungsprofil und Kunde sind individuelle Lösungswege wie strategische Instandhaltung, Revitalisierung, Umnutzung, Umbau und Modernisierung professionell zu erarbeiten. Stehen Werterhaltung und Wertsteigerung im Fokus einer nachhaltigen Lösung, können Maßnahmen im respektvollen Umgang mit historischer Bausubstanz geplant und durchgeführt werden. ▸

FOTO: LIOBA SCHNEIDER

DENKMALGESCHÜTZTE ALTBAUVILLA
mit höchsten Ansprüchen an die Putzoberflächen.

So können selbst im ersten Schritt durch Reparatur-, Instandsetzungs- oder Instandhaltungsmaßnahmen bereits vorhandene Bauqualitäten erhalten werden. Sollten als Lösungswege im zweiten und weiteren Schritt Optimierungsmaßnahmen, Umbauten und Modernisierungen oder auch Bestandsentwicklungen gewählt werden, kann bei werterhaltenden und wertsteigernden Maßnahmen historische Bausubstanz sorgfältig freigelegt, behutsam restauriert und im Kontext neuer Architektur gekonnt in Szene gesetzt werden. Ist der Lösungsweg der Revitalisierung gewählt und ist das Ziel der Erhalt eines historischen Ensembles oder eines Baudenkmals, so sind Anpassungen an moderne Anforderungen und Optimierungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen unerlässlich.

DIE BESONDERE BEDEUTUNG VON BESTANDSAUFNAHMEN UND -ANALYSEN

Im Vergleich zu Neubauprojekten sind der originären Architekturplanung und -realisierung beim Bauen im Bestand die Leistungsbausteine Bestandsaufnahme, Sondierung und Konzeptentwicklung vorgeschaltet. Dabei sind die Bestandsaufnahme und -analyse sowie die bauhistorische Recherche von besonderer Bedeutung. Denn mit der Bestandsaufnahme wird der Grundstein für eine zuverlässige Planung und spätere Ausführung gelegt. Dabei gliedert sich die Bestandsaufnahme in verschiedene Bereiche auf und geht weit über die maßliche Bestandsaufnahme und den Abgleich von aktuellem Genehmigungsstand und örtlichem Bestand hinaus. Bestandsaufnahmen und Bestandsanalysen umfassen die Aufnahme und Auswertung architektonisch-konstruktiver, statisch-konstruktiver, abdichtungstechnischer, energetischer und schalltechnischer Belange. Bei denkmalgeschützten Immobilien werden zudem noch bauhistorische Untersuchungen, verformungsgerechte Aufmaße und Schadenskartierungen durchgeführt.

Wenn zu Beginn die Immobilie sorgfältig und umfassend aufgenommen und analysiert wird, sind mit dieser Datenerhebung und Bauzustandsbewertung die Grundlagen für profunde Planungs- und Kostensicherheit geschaffen. Sind Abweichungen des örtlichen Bestandes vom aktuellen Genehmigungsstand oder im Zuge einer Revitalisierung Nutzungsänderungen geplant, sollten zur frühzeitigen Klärung von planungsrechtlichen Rahmenparametern Sondierungen mit zuständigen Behörden erfolgen. Dabei können neben beteiligten Bauordnungsämtern auch Landschafts- oder Denkmalbehörden involviert sein. Diese Beteiligungen sind im Zuge der Bestandsaufnahme zu prüfen. Auf der Grundlage der Bestandsaufnahme erfolgt dann die Konzeptentwicklung, die sämtliche Anforderungen, die an ein Projekt gestellt werden, berücksichtigt. Von Standortanalysen über Machbarkeitsstudien bis hin zur Entwicklung und Ausarbeitung von standortbezogenen Nutzungs- und Umnutzungskonzepten können Fragestellungen, zum Beispiel zum Erhalt von kulturellem Erbe im denkmalpflegerischen Sinne, zur Wirtschaftlichkeit, zu statischen, brandschutztechnischen, bauphysikalischen Ertüchtigungsmaßnahmen sowie zu möglichen Nutzungen und deren baurechtlichen Anforderungen ausgearbeitet werden.

BESTANDSCHUTZ UND NACHTRÄGLICHE LEGALISIERUNGEN

Häufig ist im Zuge der Bestandsaufnahme festzustellen, dass im Lebenszyklus einer Immobilie baugenehmigungspflichtige Maßnahmen durchgeführt werden, für die aber keine Baugenehmigungen eingeholt wurden. Beispielhaft dafür sind Umbauten mit Eingriff in die Tragkonstruktion, Zusammenlegung von Wohn- oder auch Gewerbe-Einheiten, Dachgeschossausbauten mit einhergehender Nutzungsänderung von z. B. Trockenboden hin zu Wohnraum. Genehmigungspflichtige Nutzungsänderungen liegen aber auch dann vor, wenn zum Beispiel das Warensortiment eines Geschäfts durch einen Mieterwechsel eine Änderung erfährt: Der Wechsel vom Outdoor-Bekleidungsgeschäft hin zum Geschäft für Spielwaren stellt bereits eine solche Umnutzung dar. Solche nicht zur Genehmigung gebrachten, aber genehmigungspflichtigen Maßnahmen können zum Verlust des Bestandsschutzes, zu einer Nutzungsuntersagung oder zu einer Rückbauverfügung führen. Auch durchgeführte Maßnahmen an einem Denkmal ohne Erteilung einer Erlaubnis nach dem Denkmalschutzgesetz können eine Verfügung zur Wiederherstellung des ursprünglichen Zustands bewirken.

Der Entfall des Bestandsschutzes kann Konsequenzen haben wie zum Beispiel die Anpassung des Brandschutzkonzeptes, den Nachweis von Abstandflächen nach heutigem Recht, eine eventuell notwendige Neube-

urteilung der nachzuweisenden Stellplätze etc. Der Entfall des Bestandsschutzes kann somit einen äußerst kostenrelevanten Aspekt beim Bauen im Bestand darstellen. In Fällen nicht gesicherter Genehmigungslage oder nicht vorliegender Genehmigungen ist die Bauchronologie detailliert zu prüfen und sind die planungsrechtlichen Rahmenparameter strategisch auszuarbeiten. Mit den zuständigen beteiligten Behörden ist darauf aufbauend frühzeitig zu sondieren, wie nachträgliche Legalisierungen, die bestmögliche Wahrung des Bestandsschutzes, die Abwendung von Nutzungsuntersagungen und die Vermeidung von Rückbauten erfolgreich realisiert werden können.

WERTERHALT UND WERTSTEIGERUNG

Durch die verschiedensten Maßnahmen lassen sich die Probleme, mit denen sich Immobilienbesitzer konfrontiert sehen, lösen und Werterhaltung, Wertsteigerung und Marktfähigkeit erfolgreich erzielen. Die Werterhaltung einer Immobilie wird durch eine konsequente Instandhaltung und durch eine strategische Instandhaltungsplanung gewährleistet. Wertsteigerungen lassen sich durch kreative und kluge Konzepte zur Nachverdichtung, Umnutzung und Bestandsentwicklung erzielen. Immobilien-Optimierungen – auch als Einzelmaßnahmen – stellen eine wertsteigernde und den Komfort erhöhende Maßnahme dar. Beispielhaft dafür sind die Optimierung des Schallschutzes gegenüber fremden Wohneinheiten und die Minimierung von Geräuschbelästigungen in Bestandsimmobilien. Altbauten entsprechen vielfach schalltechnisch nicht dem heutigen Standard und weisen Defizite auf: Kluge und mehrdimensionale Lösungen können Hellhörigkeit oder den Hall in hohen Altbau-Immobilien mindern und dadurch den Komfort erheblich verbessern.

BEI INKORREKTEN SANIERUNGSMASSNAHMEN MUSS DER URSPRÜNGLICHE ZUSTAND WIEDER HERGESTELLT WERDEN.

Durch individuelle und ineinandergreifende Hochbau- und Innenarchitekturplanung können Schallschutzelemente zeitgleich Platz für indirekte Beleuchtung bieten, die zum Beispiel Original-Stuckdecken ausleuchtet und betont. Einbaumöbel wie eine Bibliotheks- oder Präsentationswand können durch integrierte Schallschutzelemente den Hall in hohen Räumen erheblich dämpfen. So schaffen gute Planung, neue Baustoffe und innovative Technik in Kombination mit erhaltenswerter Bausubstanz eine ästhetisch und funktional hochwertige Qualität.

DIE ROLLE VON HANDWERK UND INDUSTRIE

Im Bereich des Bauens im Bestand sind unterschiedlichste Anforderungen zu erfüllen. Immer häufiger erwarten Kunden zum Beispiel makellose, glatte und teilweise matt gestrichene Putzflächen von höchster ästhetischer Qualität. Hier gilt es, für historische Gebäude eine Materialwahl zu treffen, die denkmalpflegerischen Anforderungen gerecht wird, aber bauphysikalische und chemische Eigenschaften aufweist, damit sie höchste Kunden- und Planer-Anforderungen erfüllt. An das Handwerk und seine qualifizierten Mitarbeiter werden damit im Übergang von der Planung zur Realisierung höchste Qualitätskriterien angelegt: erstens exzellente Beratung, Materialkenntnis und handwerkliche Fähigkeiten, zweitens Zuverlässigkeit in Bauablauf und Ausführungsqualität sowie drittens Langlebigkeit des verbauten Materials im Lebenszyklus der Immobilie. Vonseiten der Industrie sind Produktentwicklungen erforderlich, die diese Anforderungen beim Bauen im Bestand, insbesondere im historischen Bestand, erfüllen oder neue Ansätze bieten. Qualität und Langlebigkeit, Materialverträglichkeit und Schadstofffreiheit sind nur einige Aspekte von wünschenswerten Materialeigenschaften.

Langfristig wirkende Megatrends wie zum Beispiel Individualisierung, Silberne Revolution oder New Work werden Auswirkungen haben auf die zukünftige Architektur. Neue Konzepte für Lebens- und Arbeitsräume werden den Markt prägend verändern. Diese Veränderungen und Tendenzen bereits heute zu erkennen und zukunftsorientierte und individuelle Lösungen zu entwickeln, die, mit der Tradition verbunden, innovativ in Richtung Zukunft gehen, ist zugleich Herausforderung und Chance.

FOTOS: LIOBA SCHNEIDER

VEREDELUNG einer Bibliothekswand mit integrierten Schallschutzelementen sowie einer umgebauten Heizkörperverkleidung als ansprechendes Gestaltungselement.

Claudia Grotegut ist Architektin und Inhaberin des Büros CLAUDIA GROTEGUT ARCHITEKTUR + KONZEPT mit Sitz in Essen-Werden. Sie studierte Architektur an der Universität Dortmund. Als Referentin hält sie Seminare mit dem Schwerpunkt Bauen im Bestand.

HISTORISCHE PUTZE RENAISSANCE ODER DENKMALPFLEGE?

Traditionelle Handwerkskunst und das Wissen
um alte Putzarten und -techniken gehen immer mehr verloren.

VON **DIPL.-ING. KLAUS-GUNNAR BAUCH**

SEIT DER ANTIKE BIS HEUTE ist Stuck eine wichtige Technik für die Gestaltung von Innenräumen und Fassaden.

Die Betrachtung heutiger Putzfassaden lässt kaum erahnen, dass die hier zur Anwendung kommenden Gestaltungstechniken immerhin auf eine fast eintausend jährige Geschichte in Mitteleuropa zurück blicken. Im Gegensatz zu den an vielen Baudenkmalen erkennbaren Putztechniken, welche dem interessierten Betrachter zeitliche und regionale Besonderheiten offenbaren, gleichen sich die heutzutage ausgeführten Wärmedämmverbundfassaden fast wie ein Ei dem anderen.

Auch das Überschreiten regionaler oder auch innereuropäischer Grenzen zeigt keine merklichen Unterschiede. Die Entwicklung geht weg von der handwerklich und regional geprägten Ausführung, hin zur Verarbeitung von normierten Industrieprodukten. Beschleunigt wird diese Entwicklung durch Fördermaßnahmen einer Energieeinsparverordnung die keinen Wert auf die Erhaltung untergeordneter und nicht denkmalgeschützter Putzfassaden legt. Diese, offenbar nicht schützenswerten Fassaden, welche über Jahrhunderte unser Stadtbild prägten, fallen nun innerhalb weniger Jahrzehnte dem uniformen Erscheinungsbild der Wärmedämmverbundsysteme mit ihren standardisierten Einheitsputzen zum Opfer.

Deren Systemzulassung ermöglicht zwar auch die Anwendung von Dickputzen, die eine Gestaltung zulassen, jedoch lässt sich bisher in den meisten Fällen kein Gestaltungswille erkennen. Dabei gäbe es Möglichkeiten, die einen Bezug zu früher angewendeten Putztechniken herstellen könnten und somit eine Fassadengestaltung ermöglichen würden, die diesen Namen verdient. Derartige Gestaltungsansätze an heutigen Fassaden setzen jedoch Kenntnisse über die historische Entwicklung der Putze und deren Ausführungstechniken voraus, die leider immer mehr in Vergessenheit geraten. Dabei offenbaren historische Fassaden eine erstaunliche Vielfalt an Applikationstechniken und Materialien. Besonders um die Jahrhundertwende scheinen sich die Bauausführenden in Ihrer Materialauswahl und -kombination, verbunden mit immer neuen handwerklichen Techniken, geradezu übertroffen zu haben. Da wurde mit Kämmen gezogen, mit Ruten und Besen geschlagen, Nagelbretter eingedrückt oder mit Stempeln gearbeitet. Es wurden Lämmerschwänze und Zöpfe imitiert, organische Oberflächenstrukturen nachempfunden oder Figuren und Zeichnungen aus unterschiedlich gefärbten Putzen herausgeschnitten.

Mit dem Bauboom der Gründerzeit konnte der erhöhte Bedarf nach Natursteinoberflächen nicht überall gedeckt werden bzw. war mit hohen Kosten verbunden. Mit dem Einsatz der Zemente gelang es unter anderem, bestimmte Natursteinoberflächen durch Putz zu imitieren. Diese hochfesten Wandputze mit steinmetzmäßiger Bearbeitung bezeichnet man dementsprechend als Steinputze. Die Steinputzoberflächen konnten fast beliebig eingefärbt werden und waren selbst für einen Fachmann nur schwer von einer echten Natursteinoberfläche zu unterscheiden. Die Herstellung dieser Steinputze war schon in der Vergangenheit aufgrund ihrer erhöhten Festigkeit mit Problemen verbunden.

Inwiefern die Steinputze mit ihrer hohen Festigkeit für den Einsatz auf einem weichen Untergrund, wie es ein Dämmsystem darstellt, geeignet sind, sollte im Einzelfall untersucht werden. Auf jeden Fall bietet diese Imitationstechnik, welche auch eine fugenlose „Natursteinoberfläche“ ermöglicht, eine einzigartige Optik. Die Gestaltung der Putzoberflächen lehnte sich an frühere Stilepochen an und war neben den bekannten Stilmerkmalen mitprägend für den Gesamteindruck der Gebäude. Auch haben sich die Putztechniken, von anfangs eher einfachen Applikationstechniken, hin zu handwerklich schwerer ausführbaren Techniken entwickelt. Nachfolgend einige Beispiele für die bekanntesten Putztechniken und ihrer Zuordnung zu den Baustilepochen. Regional lassen sich sicherlich weitere Unterschiede und Besonderheiten ausmachen. Die Auflistung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und der Autor ist für jedwede Anregung offen. ▸

ROMANIK

Romanische Ritzfuge
Die Romanische Ritzfuge, oder auch Rasa Piedra genannt, ist eine der ersten Gestaltungsformen im Putzbereich. Sie ist mehr ein Fugenverstrich als ein wirklich flächendeckender Putz.

Kellenglattstrich
Dieser Putz diente im Mittelalter vor allem als Malgrund zur Ausgestaltung von Innenräumen. Die Oberfläche wurde durch das Bügeln mit dem Kellenrücken verdichtet und geglättet. Der Putz hatte eine glatte aber wandfolgende Oberfläche.

ROMANISCHE RITZFUGE

KELLENGLATTSTRICH

RENAISSANCE

Historischer Glattputz mit Stielbrett oder Leinensack geebnet
Die Oberfläche dieses Putzes ist nicht verrieben, sondern wurde nur geebnet, da das Reibebrett in der heutigen Form noch nicht bekannt war. Die Putzoberfläche verläuft daher auch stark wandfolgend.

Spritzputz
Die Oberfläche dieses Putzes wird durch das aufgespritzte 4 mm Größtkorn geprägt. Dadurch entsteht eine feinstrukturierte Oberfläche. Die Gleichmäßigkeit des Oberputzes wird durch das wandfolgende Abrichten des Unterputzes gebrochen.

Diamanteckquaderung
Die spitz aufeinander zulaufenden Diagonalen, welche an einen Diamanten erinnern, prägen das Erscheinungsbild dieser Quaderung. Auch die Ausführung der Quaderung mit waagerechtem Steg war üblich.

Genutete Rustika
Rustizierungen und Quaderungen dienten zur Gliederung von Baukörpern. Waagerechte Nutungen wurden meist zur Gliederung von Erdgeschossen verwendet. Die Oberfläche der Rustika kann gerieben oder glatt aber auch

ALTDEUTSCHER KELLENZUG

STIPPPUTZ

GOTIK

Gedeckter oder altdeutscher Kellenzug mit freskal aufgesetzten Eckquaderungen
Der stark kiesige Mörtel für diesen Putz wurde wandfolgend verzogen. Die gerüstbedingten Tagwerke des Putzers waren ablesbar. Die dünnlagigen Eckquaderungen wurden freskal auf den Kellenzugputz aufgebügelt. Durch den freskalen Kalkanstrich wurden die Putzoberflächen leicht gebrochen.

Stippputz
Durch das Stippen von Ruten oder Reisigbündeln auf die glatt geebnete Grundfläche des Putzes wird die charakteristische Oberfläche des Putzes erzielt. Die Eindrücke können dabei sowohl regelmäßig als auch unregelmäßig erfolgen.

HISTORISCHER GLATTPUTZ MIT HOLZBRETT GESCHLICHTET

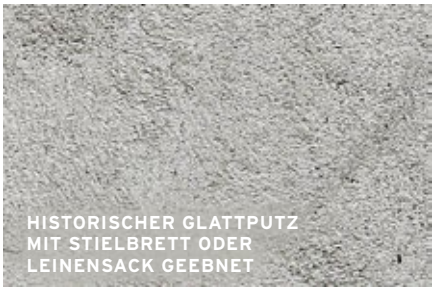
PATSCHOKPUTZ

mit Strukturputzen ausgeführt sein. Die Nutungen gibt es in den Varianten einfach oder stark profiliert. Diese wurden durch das Einputzen entsprechend profilierter Holzleisten oder/und durch Aushobeln mit einem Profilschlitten hergestellt.

Stempelputz
Der Stempelputz diente zur Ornamentierung von Gliederungselementen und wurde im Bereich von Kassetten oder Quaderungen zur Auflockerung des Gesamtbildes genutzt. Es wurden keine Vollflächen gestaltet.

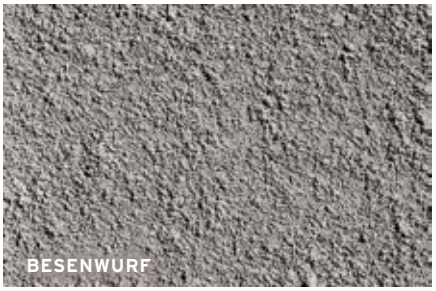
Besenwurf
Durch das Anspritzen eines feinkiesigen Materials mittels Besen entsteht eine ebene, gleichmäßige und durch das Sandkorn strukturierte Oberfläche. Durch die Sprenkelung kommt es zu einer Auflockerung der Putzoberfläche.

DURCH VIELE EPOCHEN
haben sich unterschiedliche Stucktechniken etabliert, welche im Laufe der Zeit maßgebend das Stadtbild deutscher Städte geprägt haben.


HISTORISCHER GLATTPUTZ MIT STIELBRETT ODER LEINENSACK GEEBNET

SPRITZPUTZ

DIAMANTECKQUADERUNG


BESENWURF

GENUTETE RUSTIKA MIT STEMPELPUTZ

BAROCK

Historischer Glattputz mit Holzbrett geschlichtet
Dieser, mit dem heute bekannten Holzbrett durchgeriebene Glattputz, verläuft nur leicht wandfolgend. An der Oberfläche dürfen leichte Kornmitläufer erkennbar sein, da der Mörtel einen kiesigen Oberkornanteil hatte.

Patschokputz
Der Patschokputz ist ein rustikaler, strukturvoller und nasiger, in sich verlaufender Oberputz. Der runde, weiche Putz fügt sich harmonisch in die weichen Formen des Barocks ein.

Kellenwurfputz
Je nach Körnungsart und Körnungsgröße entsteht bei diesem ausschließlich aufgeworfenen Putz eine rustikale, die Oberfläche auflockernde Putzstruktur, welche auch zur Gestaltung größerer Flächen geeignet ist. Man unterscheidet den Einsatz von gebrochenen Splitten mit kantiger Oberfläche und den Einsatz von Flusskiesen mit runder Oberfläche.

Buckelquaderung
Buckelquaderungen zeichnen sich durch ihre ovale und allseitig abgerundete Form aus. Die weiche Form fügt sich harmonisch in die Formensprache des Barocks ein. Die Oberflächen können sowohl glatt aber auch mit Strukturputz versehen sein. ▸

KELLENWURFPUTZ

BUCKELQUADERUNG

HISTORISMUS

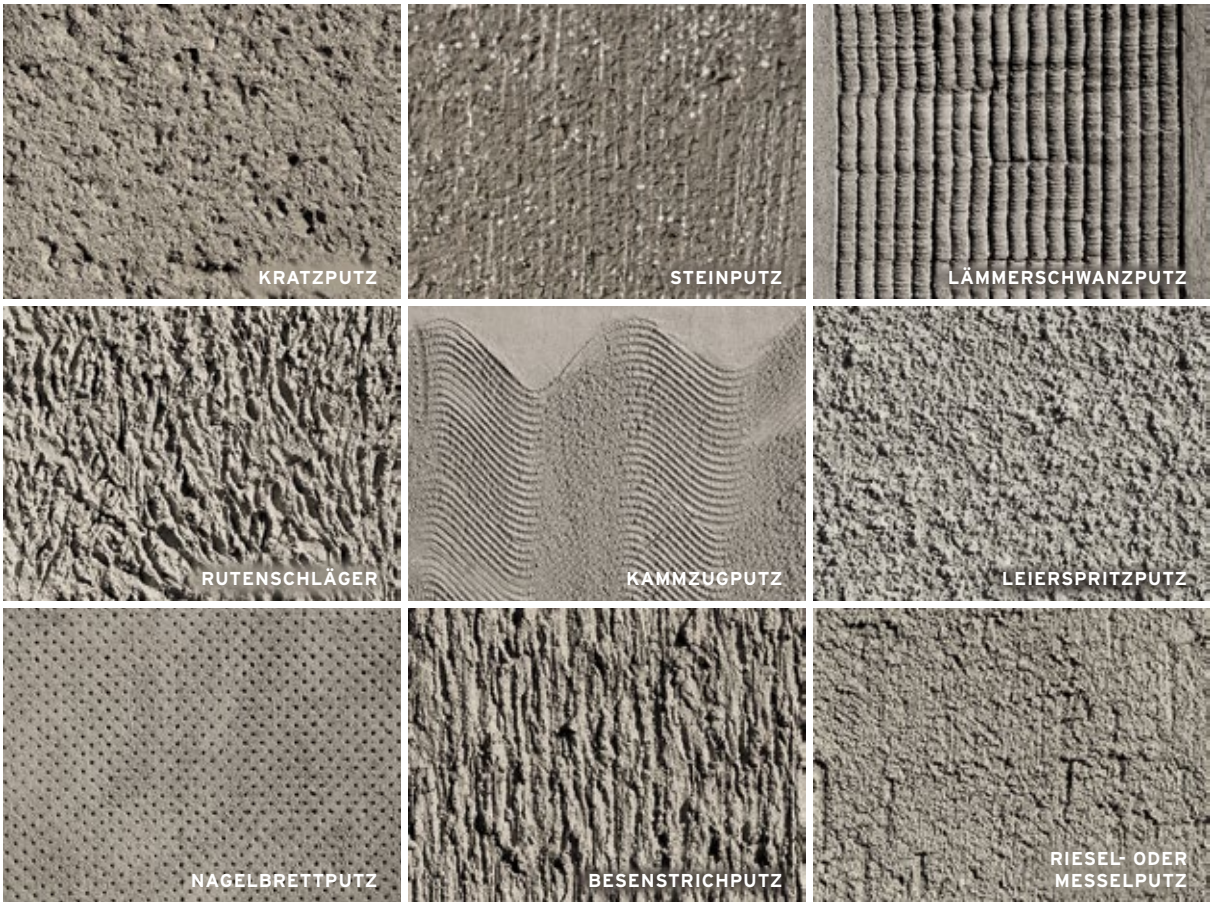
Kratzputz
Die typische Struktur des Kratzputzes entsteht durch das Herausbrechen der im Zuschlag enthaltenen Oberkornanteile. Gleichzeitig wird die Sinterhaut des Putzes durch das Kratzen vollständig entfernt und es entsteht, je nach Körnung, eine grobe oder auch feine Oberfläche. Kratzputze neigen zum Absanden, was ihnen jedoch über viele Jahre ein wertiges Erscheinungsbild garantiert.

Rutenschläger
Durch das Schlagen mit dem Ruten- oder Reisigbesen in die noch frische Putzoberfläche entstehen unregelmäßige, ineinander verlaufende, feingliedrige Vertiefungen, welche die Oberfläche auflockern.

Nagelbrettputz
Durch das gleichmäßige Stippen mit dem Nagelbrett entsteht eine regelmäßige, feingliedrige Putzstruktur. Diese wird zur Gliederung oder Betonung von Putzdetails verwendet. Es wurden keine Vollflächen damit gestaltet.

Steinputz
Die Steinputze kamen mit dem Bauboom der Gründerzeit in Mode und dienten der Imitation von Natursteinoberflächen. Hierzu wurden hochfeste eingefärbte Zementputze hergestellt und nachträglich steinmetzmäßig bearbeitet.

Kammzugputz
Mit Hilfe einer vorgefertigten Schablone wird die gleichmäßige Form des Kammstriches ausgeformt. Die Kammzüge können in Wellen von Hand oder geradlinig exakt auf Schablone geführt werden. Durch die Vertiefungen ergibt sich ein Licht- und Schattenspiel auf der Fassade.



MIT AUFKOMMEN DES INDUSTRIELL HERGESTELLTEN WERKTROCKENMÖRTELS
und dem entsprechenden maschinellen Antrag des Putzes entstanden neue Gestaltungsmöglichkeiten, wobei die regionale Vielfalt und der gestalterische Einfluss des Ausführenden immer mehr zurück ging.

NESTERPUTZ

ERLWEINPUTZ

DIE MODERNE
bezeichnet die Folgezeit nach der industriellen Revolution mit all ihren gesellschaftlichen Konsequenzen wie Urbanisierung, Arbeiterstand, Massenindustrie, Architektur und Bautechniken.

MODERNE

Nesterputz
Durch die Nesterbildung und den Kontrast zwischen rauem tieferliegendem Nest und geebneter glatter Fläche entsteht eine kontrastreiche aufgelockerte Putzoberfläche, die vor allem bei größeren Putzoberflächen zu ihrer Wirkung gelangt.

Erlweinputz
Durch das Mitschleppen, der im Zuschlagstoff enthaltenen gröberen Kornbestandteile, entsteht beim Abrichten der Oberfläche die typische Putzstruktur. Der Putz wurde auf Lehren gezogen und besticht durch seine exakte Geradlinigkeit und Flächigkeit. Im Bereich der Gerüstlagen als auch der Lehren dürfen Übergangsbereiche erkennbar bleiben.

Schleppputzimitation
Die Struktur entsteht durch die Nachahmung der Schlepp- und Erlweinputze. Das Mitschleppen der Zuschlagstoffbestandteile wird durch das gleichmäßige Einarbeiten von rillenartigen Vertiefungen imitiert. Es entsteht eine ebene, aufgelockerte Oberfläche die vor allem für größere Putzoberflächen geeignet ist.

Besenstrichputz
Durch das senkrechte Streichen mittels Reisigbesen entstehen unregelmäßige, ineinander verlaufende, feingliedrige Vertiefungen, welche die Oberfläche auflockern. Die Struktur wirkt der Natur entlehnt und erinnert stark an die organische Struktur einer Baumrinde.

Lämmerschwanz- oder Zopfputz
Der optische Eindruck des Lämmerschwanzputzes entsteht durch die freihändige Führung des Kammstriches, welcher durch die Schuppung zusätzlich aufgelockert wird. Lämmerschwanzputze wurden überwiegend als Putzdetail ausgeführt. Es finden sich jedoch auch komplett gestaltete Fassadensockel in dieser handwerklich anspruchsvollen Technik.

Leierspritzputz
Durch das mehrmalige Anspritzen des feinkiesigen Oberputzmaterials mittels einer Putzleier entsteht eine ebene, durch das Sandkorn strukturierte Oberfläche. Durch den Antrag mittels Putzleier wird eine gleichmäßigere Oberfläche als beim Anspritzen mit der Kelle oder dem Reisigbesen erzielt. Gleichwohl bleibt eine Sprenkelung erkennbar, die zur Belebung der Oberfläche beiträgt.

Riesel- oder Messelputz
Die typische Struktur dieses Schlepppputzes entsteht durch das Aufreißen der Putzstruktur beim Mitschleppen der Zuschlagstoffe. Im Gegensatz zum Erlweinputz zeichnet sich jedoch kein Überkorn in der Putzoberfläche ab. Es entsteht eine ebene, in sich zwar raue dennoch gleichmäßige Oberfläche, die für größere Flächen geeignet ist.

Schlepppputz – nachträglich geebnet
Die Struktur entsteht durch das Mitschleppen der Überkornanteile im Putz, welche eine grobe Rillung hinterlassen. Um die Rauigkeit der Oberfläche zurückzunehmen, wird der Putz nachträglich im noch weichen Zustand mit dem Reibebrett geschlossen, sodass ein Kontrast zwischen glatter Grundfläche und Grobrillung entsteht.

Kellendruckputz
Durch das freihändige Eindrücken des Kellenrückens in den geebneten Oberputz entsteht eine unregelmäßige Putzoberfläche mit einem interessanten Licht- und Schattenspiel.

Die verschiedenen historischen Putzapplikationen stellen typische Beispiele für die Vielfalt der Handwerkstechniken einer vergangenen Zeit dar. Es wäre wünschenswert, wenn einige dieser Techniken nicht nur in der Denkmalpflege zur Anwendung kämen und eine Renaissance erleben würden. Wie die Entwicklung der historischen Putze zeigt, wäre es nicht das erste Mal, dass verloren geglaubte Techniken wiederentdeckt werden. Es wäre gut für das Handwerk, gut für das Stadtbild und gut für die Wirkung einer Fassade in der Uniformität der Fertigputze.

Dipl.-Ing. Klaus-Gunnar Bauch ist Sachverständiger für Putze und Restaurator im Maurerhandwerk. Als öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger fertigt er Voruntersuchungen an Denkmalen an und erstellt Schadens- und Beweissicherungsgutachten.

KUNDENORIENTIERUNG IM FOKUS

Die Sievert Baustoffgruppe hat zum 01.07.2015 die Aktivitäten der Schwenk Putztechnik erworben und ist somit einer der größten Anbieter von Werktrockenmörtel in Deutschland. Carsten Beier, Vorstandsmitglied der Sievert AG und verantwortlich für die Bereiche Marketing und Vertrieb, stellt sich den aktuellen Fragen im Q4.

Herr Beier, schön, dass Sie sich die Zeit für ein kurzes Interview nehmen. Seitdem die Sievert Baustoffgruppe Zuwachs bekommen hat, sind knapp 3 Monate vergangen. Wie würden Sie diese Zeit beschreiben?

In erster Linie als spannend und sehr interessant. Derzeit sind wir dabei, uns gegenseitig kennenzulernen und vom jeweils anderen Unternehmen zu lernen. Dabei ergänzen wir uns hervorragend sowohl regional als auch sortimentsspezifisch und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bringen sich motiviert ein. Dies ist eine riesige Chance, uns gemeinsam für die Zukunft neu auszurichten und unsere Marktposition weiter zu stärken.

Was verspricht sich denn die Sievert Baustoffgruppe von dem Erwerb der Schwenk Putztechnik?

Das ist relativ einfach. Mit dem Erwerb der Schwenk Putztechnik erweitern wir unser Marktgebiet in Deutschland und der Schweiz und sind nun flächendeckend präsent. Von diesem dichten Produktionsnetzwerk profitieren unsere Kunden auch im Bereich Logistik. Weiterhin können wir das Produktsortiment im Segment der Premium-Putze sinnvoll abrunden. Durch die Schwenk Putztechnik sehen wir uns bei Putzsystemen in der Markt-, Technologie- und Qualitätsführerschaft. Unsere Partner im Fachhandel und Fachhandwerk können damit auf ein vergrößertes Produktangebot zugreifen und mit uns als Lieferant ein breites Sortiment abdecken. Nicht zu vergessen, dass wir mit den starken Marken quick-mix, tubag und Schwenk Putz-

technik zum Vollsortimenter im Bereich der Werktrockenmörtel und Bauchemie geworden sind. Dies wird uns auch die Tür bei anderen Zielgruppen öffnen.

Zum Beispiel?

Nehmen wir einmal größere Bauträger. Von der Herstellung über die Abdichtung des Kellers, vom Rohbau über die Außendämmung oder Putzsysteme für innen und außen, dekorative Schlussbeschichtungen oder Sichtmauerwerk, vom Bodenaufbau über die Fliesentechnik bis hin zur Gestaltung der Außenflächen im Garten- und Landschaftsbau – über unser gesamtes Sortiment der Marken quick-mix, tubag und Schwenk Putztechnik werden wir für diese Entscheider zum interessanten Gesprächspartner. Hierbei möchte ich noch erwähnen, dass wir somit auch für unsere Kunden im Baustofffachhandel und im Fachhandwerk zusätzliche Aufträge generieren können.

Damit sind wir bei dem Nutzen, den Baustofffachhandel und Fachhandwerk aus dem Erwerb haben. Welche Vorteile und welchen Mehrwert können beide aus dem Zusammenschluss ziehen?

Der Nutzen liegt in erster Linie darin, dass wir auch zukünftig mittelständisch geprägt bleiben und als Vollsortimenter sowohl dem Baustofffachhandel als auch dem Fachhandwerk die Produkte, Systeme und Dienstleistungen bieten, die für eine erfolgreiche Marktbearbeitung notwendig sind. Wir erkennen Markttrends, verstehen die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden und können mit der gemeinsamen Vertriebsmannschaft noch gezielter darauf eingehen.

Sind das alle Vorteile?

Nein, natürlich nicht. Auch wenn bei derartigen Integrationsprozessen oft zuerst an Prozessoptimierung gedacht wird, so gibt es einen wesentlich interessanteren Punkt, der häufig vergessen oder vernachlässigt wird. Hiermit meine ich die Innovationskraft aus beiden Unternehmen, die ab sofort gebündelt werden kann. Daraus entstehen möglicherweise ganz neue Sichtweisen und interessante Gedankenmodelle, die wir zum Ausbau unserer Marktpositionierung nutzen werden.

Können Sie ein konkretes Beispiel nennen?

Nur so viel: quick-mix ist traditionell stark im Norden und im Mauerwerksbau, die Schwenk Putztechnik eher im Süden und bei Putzsystemen vertreten. Gerade für die monolithische Bauweise ergänzen sich somit beide Marken und Firmenphilosophien hervorragend. Ein anderes Beispiel ist das Thema Wohngesundheit. Mit der Hydrocon-Technologie für biozidfreie Wärmedämm-Verbundsysteme von quick-mix und dem Kalkinnenputz KIP der Schwenk Putztechnik, dem einzigen Innenputz im Markt, der für Allergiker zertifiziert wurde, haben wir zwei Systeme mit Alleinstellungsmerkmal, die aufzeigen, wo die Entwicklung hingeht. Der Markt ist heute deutlich sensibler für Themen wie Nachhaltigkeit, Ökologie und Wohngesundheit.

Herr Beier, ein ganz anderes Thema: Bisher gab es Schwenk Produkte nur über den Baustofffachhandel und für das Fachhandwerk. Wird sich dies zukünftig ändern?

Nein, es gibt keinen Grund, dies zu ändern. Die Markenprodukte der Schwenk Putztechnik waren bisher als Premiumprodukte für Profis positioniert und dies wird auch in Zukunft so bleiben. Hierbei ist uns sehr wichtig, dass die Kunden auch weiterhin die gewohnte Produktqualität und den Beratungsservice bekommen und sich auch unter neuer Konstellation gut aufgehoben fühlen.

Durch den Erwerb der Schwenk Putztechnik haben Sie auch deren Geschäftsanteile in der Schweiz erworben, in der Sie bisher noch nicht tätig waren. Was ändert sich für Geschäftspartner und Kunden in der Schweiz?

Zunächst einmal gar nichts. Da wir bisher in der Schweiz im Segment Trockenmörtel nahezu keine Aktivitäten hatten, gibt es auch keinen Grund, kurzfristig irgendetwas zu ändern. Die Kolleginnen und Kollegen haben eine hohe Marktnähe und -kompetenz und eine überaus starke Marktposition. Diese zu halten und zu festigen, ist zunächst primäre Aufgabe. Perspektivisch kann die Gesellschaft dann auf das erweiterte Sortiment aus der Gruppe zurückgreifen, sodass auch für die Schweiz Synergien entstehen und Cross-Selling genutzt werden kann.

Herr Beier, eine abschließende Frage: Wagen Sie einen Ausblick auf 2019? Wo wird die Sievert Baustoffgruppe dann stehen?

Bei der Sievert Baustoffgruppe ist Trockenmörtel Kerngeschäft. Im Jahr 2019 feiert die Sievert Baustoffgruppe den 100. Geburtstag und die Integration der Schwenk Putztechnik ist ein wichtiger Schritt in unserer langfristigen, auf Wachstum ausgerichteten Unternehmensstrategie. Die Entwicklung in den für unsere Unternehmensgruppe relevanten Märkten ist sehr unterschiedlich. So ist im Neubau ein positiver Trend zu verzeichnen, während beispielsweise das Segment WDVS derzeit stark unter Druck steht. Dennoch wird auch zukünftig in Sachwerte investiert und wir werden unseren Beitrag dazu leisten. Entwicklungen auf 5 Jahre und länger vorauszusehen, ist immer schwierig. Wir können daher nur auf uns schauen und daran arbeiten, unsere Marktposition zu festigen und auszubauen, unsere Innovationskraft zu erhöhen, die Prozesse zu professionalisieren und alle unsere Aktivitäten auf den Markt und die Kundenbedürfnisse auszurichten. Auf der Basis einer hohen Kundenorientierung werden wir gemeinsam mit unseren Partnern in Fachhandel, Fachhandwerk und ausschreibenden Stellen die Zukunft erfolgreich gestalten.

Auf diesem Weg wünschen wir Ihnen und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern viel Erfolg. Vielen Dank für das Gespräch.

DIGITALE [R]EVOLUTION IN DER UNTERNEHMERWELT

Das Internet verändert unsere Welt. Die Art, wie wir arbeiten. Die Art, wie wir leben. Die Art, wie wir Unternehmen führen müssen. Es ist die Zeit der kleinen Davids, die mit der passenden Strategie die großen Goliaths der Branche in die Knie zwingen können.

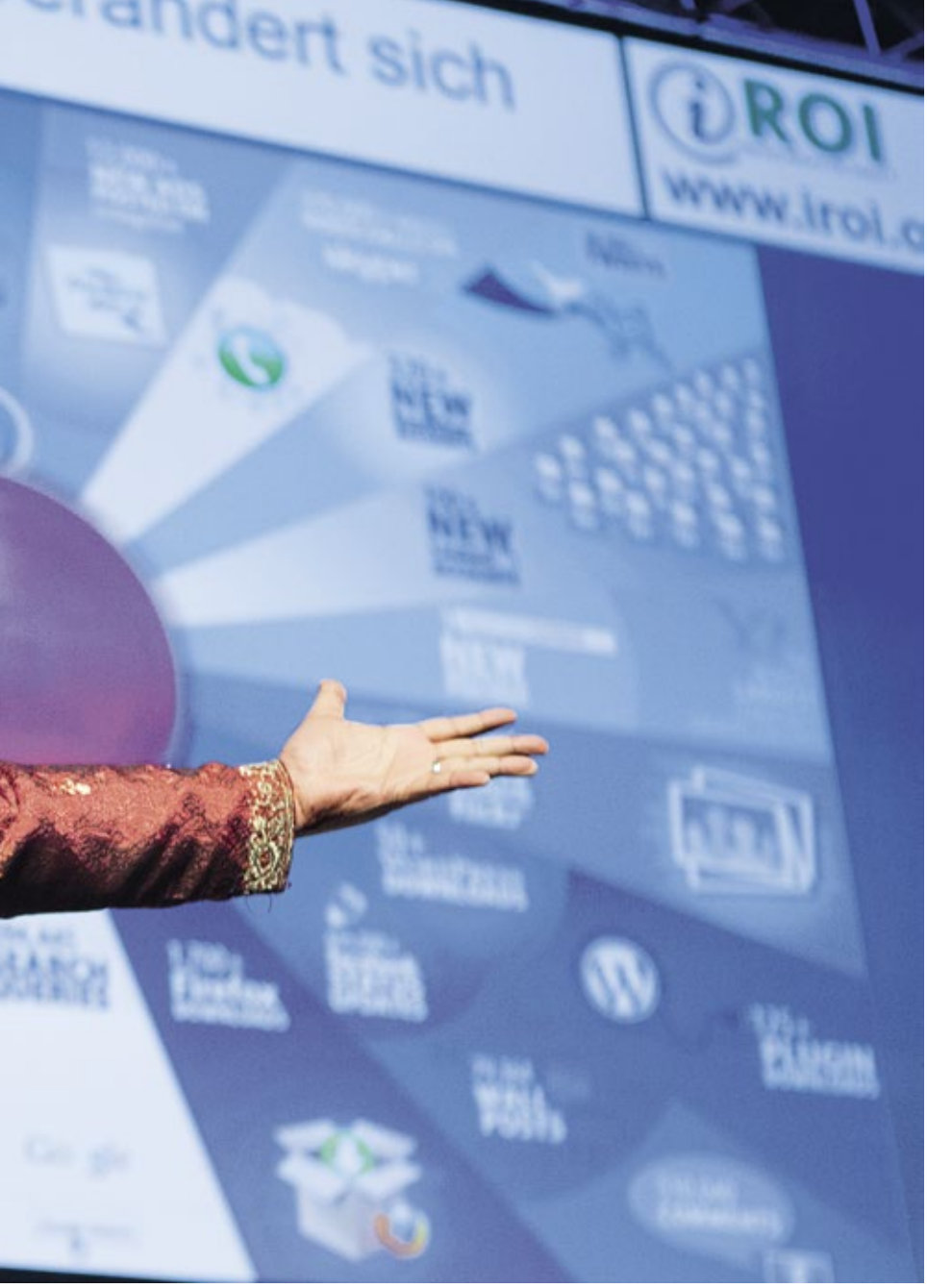
VON **SANJAY SAULDIE**

Die Unternehmerwelt befindet sich mittendrin in gewaltigen Veränderungen. Die traditionellen Wege führen heute kaum zu mehr Kunden. Generell haben die Kunden die traditionellen Marketingwege satt. Wer von uns wirft nicht oft einfach die Werbung im Briefkasten in hohem Bogen in die Ablage P? Was wäre, wenn Entscheider die Veränderungen dieser Evolution als Chance sehen, völlig neue Wege zu gehen, sich von Mitanbietern zu unterscheiden und damit nicht Opfer der Evolution, sondern Teil der Revolution zu werden?

Was würde heute ein junges Unternehmen z. B. ein Handwerker oder ein Baustofffachhändler tun? Würde man sich ein Faxgerät kaufen, oder lieber eine intelligente Website mit Social Media Verknüpfung aufbauen und alle strategischen Mittel der Branche und der Technik nutzen? Nun, so ein junges Unternehmen entsteht gerade irgendwo in Deutschland. Es ist nur noch eine Frage der Zeit, wann dieses Unternehmen Ihre Branche revolutionieren wird und Ihre (Stamm-)Kunden durch zeitgemäßen Service überholen wird. Andere Branchen und sogar ehemalige Marktführer haben das bisher schon direkt zu spüren bekommen (Grundig, Quelle, Neckermann, Weltbild, Merz etc.).

NEUE WEGE MIT IHRER WEBSITE

Das Internet und Social Media sind Möglichkeiten, wie sich Unternehmen in einem sich schnell verändernden Markt positionieren können, wenn sie bereit sind, dazuzulernen. Wer wirklich erfolgreich sein möchte, benötigt eine Strategie. Inzwischen sind es sieben Stufen, die zum Erfolg führen. Hier die Säulen der „Internet Return on Invest"-Strategie (iROI):



Sie glauben, dass Anzeigen sinnvoll sind, dann irren Sie sich: Immer mehr Menschen haben einen Adblocker installiert, der die bezahlte Werbung gar nicht erst anzeigt. Suchen Sie doch einfach mal nach „Architekt" oder „Handwerker" und dann Ihren Ort. Wen findet Google gut und empfiehlt ihn weiter? Wenn Sie nicht in den Top 10 stehen, dann verlieren Sie gerade Tag für Tag Kunden über das Internet!

IHRE WEBSITE MUSS NEUGIERIGE INTERESSENTEN UMWERBEN

STUFE 1: ANALYSE

Im ersten Schritt sollten Sie eine kostenlose Website-Analyse unter http://validator.w3.org durchführen, kommt es dort zu Fehlermeldungen, dann besteht dringender Handlungsbedarf. Denn Suchmaschinen leben davon, eine sehr hohe Qualität von Websites in der Trefferliste zu haben. Wenn Websites Qualitätsstandards nicht einhalten, warum sollte dann die Suchmaschine diese Seite empfehlen?

STUFE 2: ZIELGRUPPE

Zielgruppen müssen sehr genau definiert werden. Wenn ein Unternehmen verschiedene Zielgruppen hat, sollte es über mehrere verschiedene Websites nachdenken! Was begeistert die Zielgruppe auf der Website wirklich, sodass sie sich für das Unternehmen entscheidet? Bietet sie z. B. Gratisdownloads mit einem echten Nutzen an, in Form von E-Books, Checklisten, Whitepaper etc.? Für Handwerker könnte es z. B. eine Checkliste sein: „10 Tipps, bevor Sie einen Handwerker bestellen", für einen Architekten „Wie erkennen Sie den passenden Architekten für Ihr Projekt?", für einen Baustofffachhändler „Was Sie schon immer über Baustoffe wissen wollten, aber nie zu fragen wagten". Haben Sie Inhalte auf Ihrer Website, die sonst kein anderer bieten kann!

STUFE 3: KEYWORDS

Wissen Sie wirklich, mit welchen „echten Suchwörtern" Ihre Interessenten versuchen Sie in Suchmaschinen zu finden oder raten Sie noch? Mit falschen Suchbegriffen wird Ihre Zielgruppe Sie niemals finden und Sie geben vielleicht sogar Geld an der falschen Stelle aus. Wenn

STUFE 4: OPTIMIERUNG

Lassen Sie Ihren Internet-Auftritt anhand der Stufen 1-3 durch Ihren Webdesigner im Design nachbessern und lassen Sie die Website erst nach allen Qualitätschecks online stellen. Konzentrieren Sie sich auf die Optimierung Ihrer Kerninhalte. In unserem persönlichen Workshop bei Ihnen vor Ort zeigen wir Ihnen gerne, was bei Ihnen alles möglich ist.

STUFE 5: MARKETING

Lassen Sie Ihre Website in strategisch wichtigen Portalen eintragen. Geben Sie dazu in Google folgende Sequenz ein: „kostenlos" und dann einen Ihrer Berufs- oder Branchenbezeichnungen (z. B. Fenster, Türen) und dann „eintragen". Sie werden sehr viele Portale, Spezialseiten etc. finden, in denen Sie Ihr Unternehmen kostenlos eintragen können. Diese Links sind sehr wertvoll, um Ihre Website bei Google nach vorne zu bringen!

STUFE 6: CONTROLLING

Durch regelmäßige Analysen Ihrer Website-Statistiken lassen sich konkrete Webdesign-Optimierungen Ihres Auftritts vornehmen: Welche Seite wird sehr selten angeschaut, welches Produkt wird fast immer übersehen, auf welchen Seiten verlassen mich meine Besucher? Wenn Sie das wissen, aber daraus keine Konsequenzen ziehen, dann brauchen Sie auch das gesamte Controlling nicht und Sie verpassen wertvolle Märkte. ▸

SANJAY SAULDIE IST EIN INTERNETEXPERTE
mit dem Schwerpunkt Internetmarketing und strategische Online-Positionierung von Unternehmen. In seinen Vorträgen und Seminaren zündet er ein Feuerwerk von Impulsen aus der Praxis für die Praxis.

STUFE 7: STRATEGIE

Anhand der Stufen 1–6 kann Ihre Website nun in den Marketing-Mix integriert werden. Jetzt spielt das Design mit der Strategie zusammen und sorgt dafür, dass Google & Co. Sie mit guten Positionen belohnen. Regelmäßige Optimierung ist im schnelllebigen Medium „Internet" sehr wichtig. Google & Co. ändern ihre Algorithmen und so passiert es, dass Sie vor Monaten noch einen sehr guten Platz auf den Trefferlisten hatten und heute nur noch auf den hinteren Rängen zu finden sind. Internetmarketing ist zu wichtig, um es nur nebenbei zu betreiben.

DIE FREUNDE UNSERER KUNDEN SIND POTENZIELLE KUNDEN

Stellen Sie sich einmal vor, einer Ihrer Kunden gestaltet sein Haus mit Ihren Türen und zeigt es stolz seinen Freunden. Einer der Freunde fragt: „Hey, wo hast Du denn diese tolle Tür her?" Ihr Kunde antwortet: „Ich nehme Dich mit dorthin!" Ihr Kunde kommt dann mit seinem Freund zu Ihnen und Sie sagen: „Hallo Kunde, schön, dass Sie wieder da sind, aber wen haben Sie da mitgebracht? Den kennen wir nicht, der darf hier nicht rein!" Unvorstellbar, sagen Sie? Nun, genau das passiert gerade bei sehr vielen Handwerksunternehmen, Architekten und Baustofffachhändlern im Social Web bzw. bei Facebook, wenn diese das soziale Netzwerk nicht optimal einsetzen! In Facebook sind Sie in der Lage, eine Seite (ähnlich Ihrer Website) kostenlos zu erstellen und dort mit Ihren Produkten und Dienstleistungen zu werben. Diese Seiten nennt man „Fanpages".

Ein Facebook-Nutzer, der Ihre Facebook-Adresse kennt oder in der Suche findet, kann nun Ihre Fanpage besuchen und dort den „gefällt mir"-Knopf drücken, wenn ihm die Inhalte gefallen. In dieser Sekunde passieren dann wunderbare Dinge für unser Marketing: Sobald ein Nutzer von Facebook auf den „gefällt mir"-Knopf auf Ihrer Fanpage drückt, werden alle Freunde dieses Nutzers darüber informiert, dass Ihr Kunde Sie mag und ein Fan von Ihnen geworden ist. Das ist Mundpropaganda 2.0.

OPTIMIEREN SIE DAS DIGITALE IMAGE IHRES UNTERNEHMENS

KUNDEN SIND FREUNDE – FREUNDE SIND POTENZIELLE KUNDEN

Irgendein Freund Ihres Kunden wird neugierig, schaut auf Ihre Fanpage, findet diese auch interessant und drückt den Knopf – und wieder werden alle seine Freunde darüber informiert. Während die meisten Unternehmen heute noch auf „Werbung mit Unterbrechung" setzen (TV, Radio, Zeitung etc.), nutzen die strategisch aufgestellten Unternehmen bereits „Marketing mit Erlaubnis": Die Menschen gehen freiwillig zu Facebook, sie werden von niemandem dazu genötigt. Wenn Facebook ein Land wäre, dann wäre es das viertgrößte Land der Erde – so viele Menschen tummeln sich in diesem Netzwerk, auch aus Ihrer Zielgruppe sind genügend dabei!

Unser Praxis-Tipp: Bevor Sie sich mit Ihrem eigenen Klarnamen in Facebook anmelden und damit für die gesamte Welt in Facebook sichtbar sind, sollten Sie die ersten Schritte mit einem AVATAR probieren, d. h. einen Kunstnamen verwenden und auch eine E-Mail-Adresse von einem freien Anbieter wie z. B. GMX nutzen. Erst wenn Sie Erfahrung gesammelt haben, empfehlen wir das Erstellen einer offiziellen Profilseite und der daraus folgenden eigenen Fanpage.

Ist Kritik nicht gefährlich? Viele Unternehmen haben die Sorge, dass es dann Menschen geben wird, die auf der Fanpage negative Beiträge schreiben könnten, z. B. wenn sie mit dem Kundenservice nicht zufrieden sind. Das wird auch definitiv passieren, denn es gibt wohl kaum ein Unternehmen, welches nicht kritisiert werden kann. Doch es ist besser, wenn die Kritik auf einer von Ihnen kontrollierten Seite geäußert wird, als auf einem der

vielen Bewertungsportalen im Internet. Schauen Sie mal unter http://www.kununu.com – einem Arbeitgeber-Bewertungsportal – was denn z. B. Ihre Mitarbeiter über Sie schreiben. Und zukünftige Mitarbeiter und Banken schauen vor Kreditverhandlungen gerne in dieses Portal, um einen „ehrlichen" Blick hinter Ihr Unternehmen zu bekommen. Das bedeutet also, selbst wenn Sie gar kein Facebook & Co. einsetzen, reden und schreiben Menschen über Sie – dann aber unkontrolliert und unauslöschbar im Internet. Das kann sich heute kein Unternehmen mehr leisten!

In der iROI-Strategie spricht man dann vom „Social Media Reputationsmanagement", d. h. jemand in Ihrem Unternehmen wird dafür verantwortlich sein, herauszufinden, wer wo was über Ihr Unternehmen schreibt und dann nach Spielregeln (wir nennen diese „Social Media Policy") darauf zu reagieren. Nutzen Sie die Kritik auf Ihrer eigenen Fanpage, denn hier hat ein Fan Sie kritisiert – er will, dass Sie noch besser werden – und Sie gewiss nicht zerstören. Sagen Sie den Menschen, die Sie kritisieren: Danke!

SIND SIE SCHON IN FACEBOOK, OHNE ES ZU WISSEN?

Melden Sie sich auf Facebook mit einem Avatar an und suchen Sie dort nach Ihrem Unternehmen oder geben Sie direkt www.facebook.com/IhrUnternehmen ein. Sollte dort schon jemand in Ihrem Namen eine Facebook-Fanpage angelegt haben und Sie noch gar nichts davon wissen, dann wird es Zeit für Sie zu reagieren. Wir haben in unserer Beratung gerade einige Fälle, in denen Mitarbeiter ohne Erlaubnis der Geschäftsleitung selbst Fanpages für das Unternehmen angelegt haben. Dort werden dann (unkontrolliert!) im Namen des Unternehmens (jedenfalls ist das das Gefühl, das ein Besucher bekommt!) Informationen gesendet. Ist diese Seite allerdings noch frei, dann melden Sie sich offiziell bei Facebook an und legen dann Ihre erste Werbeseite – Fanpage – in Facebook an.

WERBUNG NACH DEMOGRAFISCHEN ANGABEN

In Facebook haben Sie die einmalige Chance, alle dort angemeldeten Menschen nach demografischen Angaben zu durchsuchen und dann zielgerichtet Werbung auf deren Profilseiten zu platzieren. Sie könnten z. B. alle Familien, die neu in Ihre Heimatstadt gezogen sind, herausfiltern und ihnen Ihre Handwerksdienstleistungen anbieten. Eine Anzeige auf facebook.com/ads, die genau auf den Profilen derjenigen Facebooknutzer erscheint, die in Ihr gewünschtes Profil passen. Wenn die Anzeige intelligent gestaltet ist, werden Sie ziemlich schnell viele neue Fans gewinnen – und auch neue Aufträge an Land ziehen.

BUCHTIPP

Sanjay Sauldie: Die Geheimnisse erfolgreicher Websites.
SSX-Verlag. 24,90 Euro.
ISBN-Nummer: 978-3-8391-4206-6

KONVERSATION IST DIE NEUE WÄHRUNG

Ihre Fans wollen sich nun mit Ihnen unterhalten – Konversation betreiben. Hier werden Fragen gestellt und es wird erwartet, dass jemand aus Ihrem Unternehmen darauf umgehend antwortet. Wenn die Fragen unbeantwortet bleiben, wirft das ein sehr schlechtes Licht auf Ihr Unternehmen. Daher sollte jemand aus dem Unternehmen dazu bestimmt werden, regelmäßig auf die Fanpage zu schauen und dort auf Fragen, Wünsche und Kritik einzugehen.

ERFOLGSMESSUNG: KONVERSATION AUF FACEBOOK

Hüten Sie sich vor Agenturen, die Ihnen den Erfolg der Fanpage über die Anzahl der Fans „verkaufen" möchten. Wenn Sie „nur" auf Fans aus sind, gehen Sie auf www.fanslaves.com und Sie könnten sich direkt 10.000 Fans günstig erkaufen. Das würde dem Ego schmeicheln, bringt aber aus Marketingsicht keinen Vorteil. Es wäre viel besser, Sie hätten „echte" Fans, die auch über das, was Sie auf Ihrer Fanpage schreiben, diskutieren. Die Kennzahl in der iROI-Strategie lautet

$$iROI_{\text{Facebook-Fanpage}} = (\text{Wie viele Fans reden über Sie}) * 100 / (\text{Anzahl aller Fans})$$

Diese Kennzahl sollte bei der Bewertung des Erfolgs einer Fanpage zugrunde gelegt werden, denn hier zeigt sich, wie gut die Konversationen gewesen sind, oder ob Sie nur Informationen ohne Reaktionen gesendet haben.

IHRE FANS SIND IHRE MACHT

Bei jedem Kundenkontakt weisen Sie ab sofort auf Ihre sozialen Netzwerke hin und bitten um regen Austausch. Ideal, wenn Sie alle Ihre Mitarbeiter und Kunden als Fans gewinnen und diese über Sie schreiben. Konversation findet sowieso statt – ob mit Ihnen oder ohne Sie. Denken Sie einfach an das Lied von U2: With or without you. Genauso ist es im Social Web: Entweder Sie machen mit oder sind außen vor, über Sie wird auf jeden Fall gesprochen. Sind Sie bereit hinzuhören?

Die Zukunft spricht digital – und jedes Unternehmen, das jetzt die Zeichen der Zeit nicht erkennt, wird früher oder später Probleme bekommen. Die Kunden sind heute schon sehr verwöhnt und möchten gerne jederzeit, überall und unkompliziert alle Informationen über eine Person oder ein Unternehmen erfahren. Seien Sie bitte ein Vorbild in Ihrer Branche und leiten Sie die Revolution an, anstatt von ihr irgendwann fortgespült zu werden. Dabei ist die Größe Ihres Unternehmens unwichtig, es kommt darauf an, wie schnell Sie sich den Veränderungen anpassen werden. Der digitale Darwinismus ist Realität!

Sanjay Sauldie, geboren in Indien, aufgewachsen in Deutschland, studierte Mathematik und Informatik an der Universität Köln. Er ist Direktor des Europäischen Internet Marketing Institutes und wurde als Gewinner des „Golden Web Award" ausgezeichnet.

KOPFSACHE Beim Gender Marketing werden nicht zwangsläufig traditionelle Geschlechterrollen angesprochen, sondern durchaus neue Entwicklungen und Geschlechterentwürfe berücksichtigt.

DER KLEINE UNTERSCHIED UND SEINE GROSSE WIRKUNG

Das Gender Marketing geht davon aus, dass Frauen und Männer in unterschiedlichen Lebensentwürfen und -strukturen leben und dadurch unterschiedliche Kaufentscheidungen treffen.

VON **PATRICK PAUL**

Männer unterscheiden sich im Kaufverhalten von Frauen. Diese Annahme vertritt die lettische Marketingexpertin Diana Jaffé, die 2003 den Begriff „Gender Marketing" prägte. Jaffé empfiehlt aufgrund großer Eigenheiten von Männern und Frauen beim Shoppen, geschlechtsspezifische Kampagnen zu forcieren, um den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen anzukurbeln. Doch gibt es wirklich große Unterschiede in der Wahrnehmung und im Kaufentscheidungsprozess zwischen den Geschlechtern? Kauft eine Frau wirklich anders ein, als ein Mann? Gender Marketing basiert auf der Erkenntnis, dass bei Konsumenten durchaus geschlechtsspezifische Vorlieben und Verhaltenstendenzen festzustellen sind. Das Konzept Gender Marketing greift typische Rollenmuster auf und unterscheidet Frauen und Männer in eigene Zielgruppen. Der Ansatz ist nicht zu verwechseln mit den soziologischen Gender Studies, die, ausgehend von einem feministischen Ansatz, auf einem verschobenen Geschlechterverhältnis zugunsten einer männlich dominierten Gesellschaft basieren. Die unterschiedlichen Eigenschaften von Männern und Frauen werden von zwei Faktoren geprägt: Der biologische und der sozio-kulturelle, wobei sich beide Faktoren gegenseitig beeinflussen. Werden uns Unterschiede in die Wiege gelegt? ▸

Die deutsche Psychologin Doris Bischof-Köhler spricht in einem Interview mit zeit.de von „geschlechtstypischen Dispositionen des Erlebens und Verhaltens“ als angeborene Charakteristika. Demnach äußern sich biologische Unterschiede zum Beispiel im Aktivitätsniveau von Kindern. So weisen Jungen ein signifikant höheres, in den Jugendjahren kontinuierlich zunehmendes, Aktivitätsniveau auf als Mädchen. Weitere Unterschiede existieren in verbalen und emotionalen Fähigkeiten. So entwickeln Mädchen in jungen Jahren bereits einen leichten Vorsprung im verbalen Ausdrucksvermögen, der sich im Jugendalter in der Regel noch verstärkt. Auch emotional sind Mädchen im Kleinkindalter ausdrucksfähiger als ihr männliches Pendant. Jungs hingegen sind weniger gehorsam, durchschnittlich aggressiver und risikobereiter als Mädchen. Biologisch gibt es demnach kleine Unterschiede zwischen Mann und Frau, die durch den sozio-kulturellen Faktor noch verstärkt werden.

DIE SOZIO-KULTURELLE EBENE UND DIE ANERZOGENE GESCHLECHTERROLLE

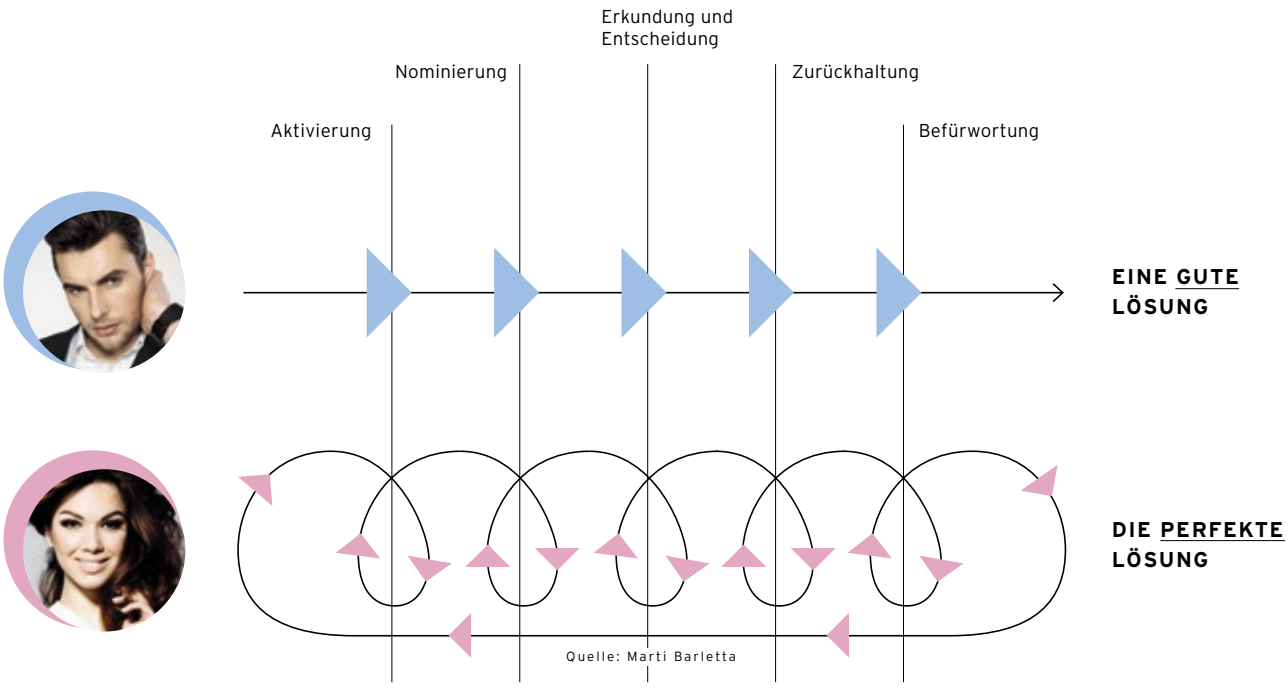
Ein Säugling weiß noch nichts von Geschlechterrollen oder Stereotypen. Erst durch die elterliche Erziehung und Sozialisation wachsen Kinder in eine von der Gesellschaft vorgegebene Rolle hinein. Es beginnt mit Äußerlichkeiten wie unterschiedlicher Kleidung, geschlechtstypischen Frisuren und führt weiter zu differenzierten Gesprächsthemen. Eine Studie aus dem Jahr 2012 belegt, dass Eltern mit Jungs häufiger über mathematische Themen sprechen, z. B. über die Anzahl der Bausteine im Kinderzimmer, als mit Mädchen.

Ein weiterer treibender Aspekt der sozio-kulturellen Rollenerziehung sind geschlechtsspezifische Bilder in den Massenmedien. So ist in Kinderbüchern der Ritter in der Regel stark und tapfer dargestellt und die Prinzessin zierlich und verletzlich. In Zeichentrickserien fährt eher der Junge Skateboard und das Mädchen träumt von Pferden. Bereits im Alter von 2 Jahren sind sich Kinder bewusst, ob sie ein Mädchen oder ein Junge sind – wohl auch deshalb, weil die Welt um sie herum dies stark betont. Unser Gehirn entwickelt sich über all die Jahre in Interaktion mit unserer Umwelt und lässt uns traditionelle Rollenbilder annehmen. Auch durch unsere eigenen Erfahrungen mit beiden Geschlechtern entwickeln wir Idealbilder von Mann und Frau. Diese Idealbilder des typischen Mannes und der typischen Frau greift das Konzept „Gender Marketing“ auf und differenziert beide Geschlechter in verschiedene Zielgruppen.

ERKENNTNISSE DER WERBEFORSCHUNG: UNTERSCHIEDE ZWISCHEN FRAU UND MANN AUS DER MARKETINGSICHT

Frauen unterscheiden sich auch im Kaufentscheidungsprozess von Männern – zu dieser Erkenntnis kommt die amerikanische Marketingexpertin Marti Barletta. Zuallererst lässt

MEN ARE BUYERS, WOMEN SHOPPERS



sich festhalten, dass Frauen dem Erlebnis Einkaufen eine wesentlich größere Gewichtung zuschreiben als Männer dies tun – Barletta umschreibt dies mit der These „Men are buyers, Women shoppers". Der Prozentanteil bei Männern, die angeben „gerne einkaufen zu gehen", ist deutlich geringer als bei Frauen. Frauen sind beim Einkauf sehr viel kritischer und vorsichtiger als Männer, was einen Rückschluss auf den biologischen Faktor der Risikobereitschaft nahebringt.

Für Frauen stellt sich der Kaufentscheidungsprozess im Allgemeinen also weitaus komplexer dar. Dies veranschaulicht die Grafik „Entscheidungsprozesse von Männern und Frauen beim Einkaufen" auf der linken Seite. Die Infografik verdeutlicht, dass Männer linear entscheiden und sich rasch mit einer effizienten und guten Lösung zufriedengeben. Sie kaufen meist nach Bedarf und legen großen Wert auf Fakten, um schnell eine Entscheidung treffen zu können. Bei Frauen ist der Prozess weit vielschichtiger. Ihr Entscheidungsprozess ist geprägt von Alternativsuchen und einer ständigen Prüfung der Auswahlkriterien – auch Ratschläge von Freundinnen und Bekannten fließen in die Entscheidungsfindung mit ein. Es ist daher möglich, dass Frauen die einzelnen Phasen dieses Prozesses mehrmals durchlaufen (siehe Grafik). Für Frauen sind Inspiration beim Stöbern sowie eine große Auswahl an unterschiedlichen Produkten wichtig, um anschließend die „perfekte Lösung" (Auswahl aus mehreren guten Lösungen) zu finden.

Männer legen also ein grundsätzlich anderes Kaufverhalten an den Tag als Frauen. Zu ähnlichen Ergebnissen führen Beobachtungen von männlichem Verhalten in Wettbewerbssituationen. Die deutsche Psychologin Doris Bischof-Köhler sagte in einem Interview auf zeit.de, dass Männer, vor allem im Hinblick auf Konkurrenten, sich deutlich mehr in Szene setzen als Frauen. Frei nach dem Motto „Beachtung führt zu Achtung" inszenieren sie sich im Durchschnitt mehr. Dieses „Imponiergehabe" soll vor allem im Wettkampf mit anderen Männern Vorteile mit sich bringen. Dies kann als Fingerzeig auf Präferenzen beim Auto- oder Werkzeugkauf betrachtet werden, bei denen es vielen Männer um Leistung und Performance geht. ▸

Eine Veröffentlichung der ESB Business School Reutlingen listet weitere Unterschiede auf:

- 65 Prozent der Männer kaufen nach einer Anprobe das Produkt, bei Frauen sind es nur 25 Prozent
- Männer konzentrieren sich in Verkaufsgesprächen zu 70 Prozent auf das Produkt, aber nur zu 30 Prozent auf den Verkäufer, bei Frauen ist es umgekehrt
- Männer gehen in den meisten Fällen mit einer konkreten Kaufabsicht in das Geschäft
- Frauen wollen stöbern und vergleichen

DIE BERLINER E-COMMERCE-AGENTUR VOTUM bietet digitale Gesamtkonzepte für Hersteller und Marken. Von der Strategie bis zum Online-Marketing – in interdisziplinären Teams realisiert VOTUM erfolgreiche, individuelle E-Commerce-Lösungen aus einer Hand.

Das inhabergeführte Unternehmen wurde 1997 gegründet, ist netzwerkunabhängig und wird von den drei Geschäftsführern Alexander Janthur, Martin Sperling und Peter Breuer geleitet. Über 65 Mitarbeiter arbeiten in den Fachbereichen Strategie, Design, Online-Marketing und Technologie für Kunden wie die Würth-Gruppe, Universal Music, Axel Springer und die medi GmbH. Mehr Informationen unter: www.votum.de

Im Buch „Gendersell“ von Judith Tingley und Lee Robert wird zudem anhand einer Studie belegt, dass Frauen „weibliche“ Produkte wie Kosmetik lieber von Verkäuferinnen und Männer „männliche“ Produkte wie Werkzeug eher von Verkäufern kaufen. Ein Grund dafür ist zum einen, dass Frauen Verkäuferinnen mehr Fachkompetenz zutrauen und umgekehrt. Zum anderen nehmen Tingley und Robert an, dass aufgrund des gleichen Sprachstils zwischen Frau und Frau oder Mann und Mann der Informationsaustausch reibungsloser verläuft.

BEISPIELE FÜR GESCHLECHTSSPEZIFISCHE MARKETING-KAMPAGNEN

Diese Unterschiede zwischen männlichem und weiblichem Kaufverhalten versuchen sich große Unternehmen seit einigen Jahren verstärkt für Marketing-Maßnahmen zunutze zu machen. So versuchten sich beispielsweise Bosch und Karlsberg in den vergangenen Jahren an Aktionen, um eher „männliche Produkte“ wie Elektrowerkzeuge oder Bier für Frauen interessant zu machen – mit unterschiedlichem Erfolg.

STEREOTYPISCH BETRACHTET BEVORZUGEN FRAUEN ÄSTHETIK UND GESTALTUNG – MÄNNER HINGEGEN TECHNISCHE INNOVATIONEN

Die Ingenieure von Bosch entwickelten daraufhin den Akkuschrauber IXO, der kleiner, leichter und einfacher zu bedienen ist, als ein herkömmlicher Akkuschrauber. Hinzu kommen eine lange Akkulaufzeit und neueste Technik, sodass auch Männer den IXO als leistungsfähiges Werkzeug anerkennen. Resultat: Der IXO gehört heute zu den meistverkauften Elektrowerkzeugen der Welt, da viele sporadische Heimwerker weiblichen Geschlechts sind.

Auch Karlsberg setzte 2010 auf eine geschlechterspezifische Kampagne. Um stagnierenden Umsätzen entgegenzuwirken, produzierte die deutsche Brauerei mit Sitz in Homburg das Bier „Karla“ und bot es als Wellness-Getränk in Apotheken (!) zum Verkauf an. Mit einem geringen Alkoholgehalt von nur 1,0 Prozent sollte „Karla“ eine gesundheitsbewusste, weibliche Zielgruppe ab 40 Jahren erreichen. Allerdings setzte sich dieses Konzept nicht durch, sodass Karlsberg das „Wellness-Bier“ wieder eingestellt hat.

Basierend auf biologischen, soziokulturellen und werberelevanten Unterschieden lassen sich die (stereotypischen) Präferenzen der beiden Geschlechter ableiten (siehe Grafiken).

Im Zuge der digitalen Transformation entwickelt sich E-Commerce auch für Handwerker- und Baufirmen zum essenziellen Vertriebskanal. Durch eine gezielte Kundenansprache lassen sich in Online-Shops mehr Umsätze erzielen. E-Commerce-Plattformen für Frauen sollten auf andere Konzepte und Designs setzen als solche, die sich an Männer richten. Durch die unterschiedlichen Präferenzen von Männern und Frauen ergeben sich folgende Empfehlungen für die zielgruppenrelevante Gestaltung eines Online-Shops:

E-Commerce-Plattformen für Frauen:

- lebendige Farben, Muster, ausgefallene Typografien und runde Formen
- Herausstellung der Ästhetik von Produkten (z. B. virtuelle Kleiderpuppe)
- Beratungsangebote (z. B. Live-Chat)
- Kundenmeinungen, Testimonials und Storys rund ums Produkt
- persönliche Ansprache und ausführliche Beschreibungen
- Scroll-Pages, um Stöbern zu ermöglichen
- Close-ups von Produktfotos (Materialstruktur, Farbkombinationen usw.)

E-Commerce-Plattformen für Männer:

- dunkle Farbtöne wie Marineblau und dynamische Formen (Pfeile usw.)
- nüchterne Darstellung von Produkten
- direkte Beschreibung der Produkteigenschaften
- Animationen und 3D-Darstellungen (ausgeprägtes, räumliches Vorstellungsvermögen bei Männern)
- Angebots- und Produktvergleiche auf Faktenbasis
- Expertenwissen
- Filter und Suchfunktionen

Beispielsweise hat der britische Rasierklingenhersteller Wilkinson Sword bei der deutschen Version der Unternehmenswebsite geschlechterspezifische Zielgruppenansprachen umgesetzt, um Frauen und Männer optimal abzuholen.

FAZIT

Frauen und Männer unterscheiden sich in ihrem Kaufentscheidungsprozess. Wer sich seiner Zielgruppe bewusst ist, kann mit einer konzeptionellen Ausrichtung auf das jeweilige Geschlecht wertvolle Neukunden gewinnen. Eine den Konsumvorlieben entsprechend aufbereitete Produktwelt, unterstützt die Kundenbindung und kann zusätzliche Umsätze generieren. In Zeiten, in denen 80 Prozent der privaten Konsumentscheidungen von Frauen getroffen werden, ist eine zielgruppengerechte Ansprache ein essenzielles Instrument, um Umsätze zu steigern.

Patrick Paul ist seit 2013 Online-Redakteur bei der VOTUM GmbH in Berlin. Auf www.votum.de schreibt er im Corporate Blog „Fokus E-Commerce“ regelmäßig über aktuelle Themen aus der Branche.

STUCK, STUCK, HURRA!

Atemberaubendes Finale auf der WorldSkills 2015 in São Paulo, Brasilien. Lukas Prell holt die Silbermedaille für Deutschland.

GEWINNER LUKAS PRELL (2. v. l.) HAT ES GESCHAFFT!
Gegen starke Konkurrenten hat er sich mit Bravour durchgesetzt und musste sich letztlich nur dem Liechtensteiner Lukas Beck geschlagen geben.

Die deutschen Stuckateure haben wieder Grund zum Feiern. Bei der diesjährigen Weltmeisterschaft in São Paulo (Brasilien) hat der 21-jährige Lukas Prell die Silbermedaille geholt. Der junge Stuckateurmeister aus Aldenhoven in Nordrhein-Westfalen hat sich in einem spannenden Wettbewerb gegen starke Konkurrenz durchgesetzt und musste sich letztendlich nur knapp dem Teilnehmer aus Liechtenstein geschlagen geben. Mit Geschick und Nervenstärke zeigte Lukas Prell sein handwerkliches Können.

Unterstützt und begleitet wurde Lukas Prell während der Weltmeisterschaft der Handwerksberufe von seinem Trainer Jochen Drescher und seiner Familie. Auch die (ehemaligen) Mitglieder des Nationalteams der Stuckateure Andreas Schenk, Valmir Dobruna, Marc Armbrüster und Max Petter waren mit vor Ort – ein unvergessliches Erlebnis für diese jungen Menschen. Außerdem begleitete Erich Seufert (SCHWENK Putztechnik) als Sponsor des Nationalteams den deutschen Teilnehmer.

Die WorldSkills 2015 mit knapp 1.200 Teilnehmern aus 59 Ländern war der größte Berufswettbewerb aller Zeiten. Wir gratulieren Lukas Prell zu seinem tollen Erfolg und wünschen ihm und dem Nationalteam auch weiterhin alles Gute, bei den Wettbewerben sowie im weiteren beruflichen Leben!

BESTER TROCKENMÖRTLER!

Die SCHWENK Putztechnik belegt Platz 5 im Bereich Putze und ist somit bester Trockenmörtler beim APA! Im Mai 2015 wurde in Köln zum sechsten Mal der APA Architects Partner Award 2014 verliehen. Ausgezeichnet wurden je Kategorie die zehn Unternehmen, die 2014 im besten Sinne Partner von Deutschlands Architekten und Innenarchitekten waren. In der Kategorie Putze wurde die SCHWENK Putztechnik GmbH & Co. KG mit dem 5. Platz ausgezeichnet. Ermittelt wurden die Preisträger durch eine repräsentative Marktbefragung, in deren Rahmen deutsche Architekten- und Innenarchitekturbüros angeschrieben wurden, um die technische und architektonische Beratungsleistung von Unternehmen ungestützt zu bewerten.

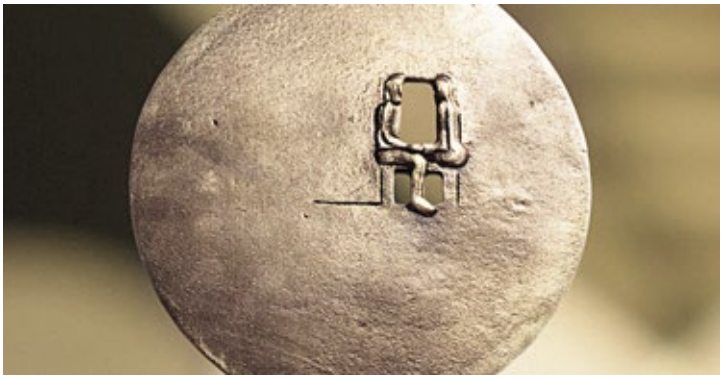
ÜBRIGENS

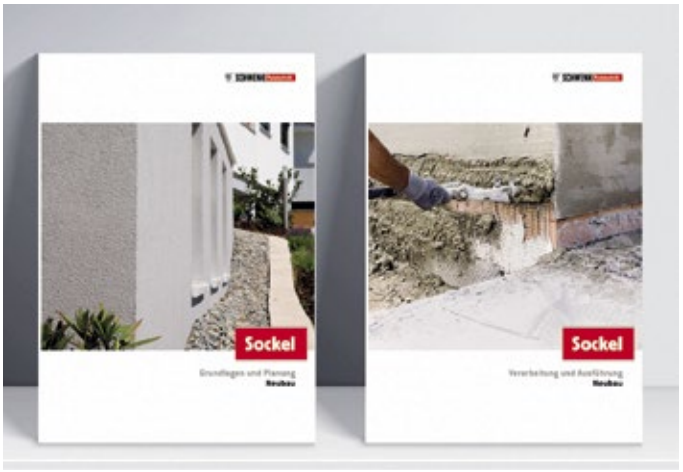
FORUM HOLZBAUKOMPETENZ

Am 12. November feiern wir Premiere: Steico SE und die SCHWENK Putztechnik veranstalten das „1. Forum Holzbaukompetenz“. Wenn sich Kompetenzen ergänzen – dann auf dem „Forum Holzbaukompetenz“, das als gewerkübergreifende Plattform erstmals am 12. November 2015 im Zimmerer-Ausbildungszentrum und Kompetenzzentrum Holzbau & Ausbau in Biberach stattfindet. Ziel der beiden Organisatoren Steico SE und SCHWENK Putztechnik ist es, die starren Grenzen zwischen den Gewerken aufzulösen und Holzbauingenieure sowie Zimmerer mit Stuckateuren und Putzspezialisten gemeinsam weiterzubilden. Im Fokus steht die Synergie von Kalk und Holz im modernen Holzhausbau. Der Seminartag richtet sich an Handwerker, Ingenieure, Architekten und Bauunternehmer. Weitere Informationen und die Anmeldung finden Sie ab dem 1. Oktober unter www.holzbau-kompetenz.de.

SCHWENK PUTZTECHNIK ERHÄLT GUTE NOTEN VOM BAUSTOFFFACHHANDEL

Der Baustoffmarkt vergibt seit über 30 Jahren den Baustoff-Oskar. Bei der diesjährigen Preisverleihung erreicht die SCHWENK Putztechnik einen 19. Platz unter allen Baustoffproduzenten in Deutschland und einen 3. Platz bei den Trockenmörtlern. Die beste Bewertung erhielt SCHWENK in der Kategorie „Wertschätzung des Handels als Partner und stabile Geschäftsentwicklung“.





AUF DEN SOCKEL HEBEN

Der Sockel unterliegt wie kaum ein anderes Bauteil einer Vielzahl an Einflüssen. Alle relevanten Informationen zu den Regelwerken, zur Planung und Ausführung sowie den Gewerkeübergängen finden Sie in den neuen Kompetenzbroschüren zum Thema Sockel bei Außenputzen im Neubau.

HEFTVORSCHAU

Sind Sie auch schon auf dem Holzweg? Dann haben Sie die Zeichen der Zeit erkannt. Mittlerweile wird jeder achte Neubau in Holzbauweise errichtet. Auch deshalb widmen wir dem 4. Heft die volle Aufmerksamkeit auf dieses Thema. Außerdem setzen wir uns mit Mimik, Gestik und deren Wirkung auseinander. Ist Feng Shui messbar? Wir versuchen eine Antwort darauf zu geben und freuen uns außerdem auf einen Beitrag von Deutschlands neuem Ernährungspapst. Freuen Sie sich auf unsere 4. Ausgabe – Erscheinungstermin ist die erste Dezemberwoche.

„ZWISCHEN DEM INNEN- UND AUSSENDIENST IST ES WIE ZWISCHEN DEM KOCH UND DEM KELLNER. OB ES TRINKGELD GIBT, ENTSCHEIDET SICH IN ERSTER LINIE IN DER KÜCHE."

Peter Bräu
Leiter Vertriebsinnendienst