

Farbe! Wissen wie es geht



50 Jahre Bundesausschuß Farbe und Sachwertschutz (BFS)

„Der Verein hat die Aufgabe, die Öffentlichkeit über die Bedeutung der Farbe und des Sachwertschutzes unter Berücksichtigung des Umweltschutzes in volkswirtschaftlicher, volksgesundheitlicher sowie kultureller Beziehung und im allgemeinen und ideellen Interesse aufzuklären.“ – An diesem Auszug aus der Satzung habe sich bis heute nichts geändert, so BFS-Präsident Karl-August Siepelmeyer im Rahmen der „50 Jahre BFS – Jubiläumsveranstaltung“ Mitte November in Fulda.

„Am 10. November 1953 in Frankfurt am Main nahmen an der Gründungsversammlung 63 Teilnehmer aus Industrie, Handel, Malerhandwerk, Fachwissenschaft und Fachpresse teil. Dabei waren nahezu alle Landesinnungsverbände, zahlreiche Innungen und neun Bundesverbände aus Industrie und Handel bereit, insgesamt 100 000 DM als Einstiegsbeitrag zu leisten.“ – Soweit der Auszug aus der informativen BFS-Festschrift mit dem prägenden Motto: „Farbe! Wissen wie es geht.“

Festschrift, eine transportable Displaywand für den vielfältigen Veranstaltungseinsatz sowie der limitierte Nachdruck einer BFS-Broschüre aus dem Jahre 1965 waren die äußeren Zeichen der gut besuchten BFS-Mitgliederversammlung, die mit Abendprogramm und kurzweiliger Jubiläumsveranstaltung in Fulda stattfand. Daß die Mitgliederversammlung des Hauptverbandes (mit Neuwahlen des Präsidenten) an die BFS-Feierlichkeit angebunden wurde, war eine begrüßenswerte Idee.

Ein Auszug aus dem Geschäftsbericht des Hauptverbandes des deutschen Maler- und Lackiererhandwerks zur vorgesehenen Gründung des BFS („wie das Gebilde heißen soll“), bringt gestern wie heute die Intentionen auf den Punkt: „Der Handwerksmeister, der sich früher in den wohlgepflegten Beziehungen zu seinen Auftraggebern, insbesondere den Privatkunden, gesichert wußte, warb nicht und glaubte, das nicht nötig zu haben, ja, er sah in einer Werbung sogar eine Gefährdung des Rufes seiner Firma, hätte doch daraus geschlossen werden können, daß er nicht hinreichend beschäftigt sei.

Aus dieser früher üblichen und verständlichen Einstellung heraus hat sich der Handwerksmeister immer nur ungern mit Fragen der Werbung befaßt. In kritischen Zeiten wurde sie wiederholt, aber – bei den inneren Vorbehalten – ohne rechten Schwung und ohne ausreichende Mittel und Kenntnis der Bedingungen und Voraussetzungen versucht, und so ist gerade auf diesem Gebiet das Hand-

werk von Industrie und Handel in einem kaum einzuholenden Ausmaß überspielt worden.

Wiederum bemüht sich die Berufsorganisation, einen Weg zu zeigen, die wirtschaftliche und soziale Lage des Berufs zu bessern, und wiederum wird der Erfolg davon abhängen, ob dieser Hinweis verstanden und aufgegriffen wird. Hilf dir selbst, so hilft dir Gott! Dieses alte, wahre Wort sollte sich auch das Handwerk endlich zueigen machen.“ Soweit der Auszug aus dem Geschäftsbericht, wohlbermerkt aus dem Jahre 1952!

Präsident Siepelmeyer: „In den Anfangsjahren sahen alle Beteiligten im BFS eine Institution, die dem Malerhandwerk Werbung nahe bringen wollte. Nur, das Malerhandwerk, voll beschäftigt mit dem Wiederaufbau, wollte wenig von diesen Ansätzen wissen. Eigentlich hat sich die Situation nicht geändert.“

Somit wurde eine Vielzahl von Werbemaßnahmen gestartet, die sowohl den Maler- und Lackierbetrieben,



Die BFS-Präsidentenrunde (v.l.n.r.): Leo Kesari (von 1975 bis 1993), Karl-August Siepelmeyer (seit 2002) und Gustav A. Jost (1993 bis 2002).

als auch dem Handel und der Industrie der Vermarktung von Farben und Lacken dienen.

Unter vielen anderen Maßnahmen seien hier nur einige genannt:

- Wandertafelschau „Farbe erhält, was sonst zerfällt“;
- Prospekt „Neue Farben – neues Leben“;
- Werbefilme „Meister Pfiffig und „Ballade vom alten Haus“;
- Kundenzeitschrift „i-Punkt Farbe“;
- Werbefilm: „Farbe macht die Welt erst richtig schön“;
- Beteiligung am „Handbuch für Hausbesitzer, Architekten, und Bauunternehmer“;
- BFS-Infoblatt Nr. 1: „Kleiner Leitfaden für den Umgang mit Farbe und Anstrich“;
- Wanderausstellung „i-Punkt Farbe“;
- BFS-Infoblatt Nr. 3: „Anstrich-techniken auf neuen Putzflächen“;
- Werbeschild: „Frisch gestrichen – neu geschützt“;
- „Fabeltier Farbe“ Plakate und Haftplakate und als Klebmarkenbogen;
- Verkaufsförderungsmittel „Farbe am Arbeitsplatz“;
- Sonderdruck: Gipskartonplatten in der Innenraumtechnik – Verarbeitung und Oberflächenbehandlung.

Bald zeigte sich, daß ein großer Aufklärungsbedarf der Farben und Lacke bestand. Im Laufe der Zeit entwickelte sich so die heute für Handwerker, Planer und Architekten, Sachverständige und Hersteller un-



Günter Gruber, Technischer Leiter Akzo Nobel Deco GmbH, zeichnete mit multimedialem Einsatz und launigen Worten ein Porträt der „Technischen Richtlinien für Maler- und Lackiererarbeiten im Wandel der Zeit“, die sog. BFS (Bautenlack + Farben-Story).

verzichtbaren Technischen Richtlinien für Maler- und Lackiererarbeiten, die BFS-Merkblätter.

Die Technischen Richtlinien für Maler- und Lackiererarbeiten umfassen heute 27 Merkblätter. Sie beschreiben den Stand der Technik und geben Hinweise über die Eignung verschiedener Untergründe, Techniken, Werkstoffe und deren Be- und Verarbeitung.

Sie werden im Einvernehmen mit den entsprechenden Fachkreisen aus Handwerk, Industrie und Handel erarbeitet und haben auch in der Rechtsprechung einen hohen Stellenwert. Im Normenanzeiger werden sie geführt und gelten mittlerweile auch in der Schweiz als Regelwerk.

Dringender denn je, sei die Verbreitung und Anwendung der technischen Regelwerke zum Schutz des Kunden angesagt.

So habe sich der Bundesausschuß Farbe und Sachwertschutz u.a. vorgenommen, vermehrt das Regelwerk und somit die fachgerechte Aus-

führung von Leistungen des Maler- und Lackiererhandwerks in den Fach- und Kundenkreisen zu bewerben.

Der BFS stelle Informationsstände zur Verfügung, die Fachkreise, wie auch Auftraggeber für die Ausführung von Malerleistungen nach den anerkannten Regeln der Technik sensibilisieren sollen. Hinsichtlich der regelgerechten Ausführung von Maler- und Lackiererleistungen bietet der BFS zu den Informationsständen auch Kurzvorträge zu merkblattrelevanten Themen von öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen im Maler- und Lackiererhandwerk an.

Die BFS-Merkblätter beschreiben den Stand der Technik für unterschiedliche Leistungsbereiche des Maler- und Lackiererhandwerks und dienen als fachliche Grundlage für Maler- und Lackiererbetriebe, Sachverständige, Planer und Architekten. Sie tragen eine hohe Verantwortung für die Fortentwicklung der gesamten Branche. Sie zeigen auf, was notwendig ist, um mängelfreie Leistungen zu erbringen und setzen damit Qualitätsstandards.

„Allein darin liegt schon eine entscheidende Aufgabenstellung für den Bundesausschuß Farbe und Sachwertschutz, dessen Tätigkeitsspektrum als gemeinsame Plattform aller Marktpartner in der Branche eine stetige Erweiterung finden wird“, so Präsident Siepelmeyer. Und: „Die Arbeit am Bestand der Merkblätter, die Anpassung an die sich wandelnde Technik und der Einbau von neuen Entwicklungen und Kenntnissen, prägen die Arbeit im Jahr 2003. Morgen ist heute schon gestern. Die Entwicklung in der Technik, im Markt, der Politik und der Gesellschaft fordert ständige Anpassungen, auch für den BFS. Wer Strategien und Perspektiven für den BFS entwickelt, muß sich zunächst darüber bewußt sein, daß eine Vereinigung im Wirtschaftsleben niemals einen Selbstzweck hat, sondern sich stetig an der Fortentwicklung am Markt auszurichten hat.“

Für den BFS ist damit die Perspektive eng verbunden mit den Zukunftsaussichten der Branche insgesamt. Verlangt der Markt weiterhin nach einer eigens zu definierenden Gruppierung des Profi-Malers, mit Profi-Produkten und einer eigenständig zu definierenden Handelsorganisation? Dies in Frage zu stellen, mag für manch einen, angesichts von knapp 40 000 Betrieben im Maler- und Lackiererhandwerk, einer international



Das Team der technischen Informationen (v.l.n.r.): Bodo Schmidt, Peter Schuchart, Heinrich Bartholemy.

aufgestellten Herstellerstruktur und den vielfältigen Handelswegen, sehr weit weg liegen. Andererseits, bei Fortsetzung der derzeit schwierigen wirtschaftlichen Lage, mit einem dramatischen Beschäftigungsabbau und zum Teil fast zweistelligen Umsatzrückgängen, bedarf es keiner Schwarzmalerei, sondern einer intensiven, realistischen Betrachtung. Dazu gehört auch, daß strikte Gewerkegrenzen am Markt keine Bedeutung mehr haben. Der Kunde verlangt vermehrt Leistungen aus einer Hand, insbesondere im Innenausbau. Die Diskussion zur Handwerksordnung leistet ihr übrigens dazu.



Dr. Klaus Murjahn, lange Jahre für die Hersteller-Seite im BFS-Vorstand, erinnerte am Jubiläumsabend an die Gründungstage („wichtige Gesprächsrunden in meinem Elternhaus“) und skizzierte Werdegang und Perspektiven des BFS.

Überschneidungen bestehen am Markt zu anderen Gewerken. Dies birgt die Gefahr, daß zu bestimmten Themen mit unterschiedlicher Intention nach draußen argumentiert wird. Jüngstes Beispiel hierfür sind die z.T. völlig konträren Stellungnahmen zu Algen und Pilzen. Die Rechtsprechung schiebt alle Schuld auf das verarbeitende Handwerk. Hier liegt sicherlich ein gemeinsamer Handlungsbedarf.

Meine feste Überzeugung ist es, daß die Entwicklung vorrangig eine große Chance bietet, den Maler und Lackierer als den besonderen Ausbauprofi zu profilieren. Als klassischer Finish-Beruf, der in der bisherigen Kette der Leistungsabwicklung am Ende steht und alle Unregelmäßigkeiten der Vorhandwerker ausbügeln muß, bietet sich dies geradezu an: Die Erbringung der Leistung aus einer Hand. Es ist

zunächst lediglich eine Herausforderung zur ordentlichen Baustellorganisation und Koordinierung verschiedener Partner. Dies wird heute bereits vielfach geleistet, praktisch an der Baustelle, ohne großen theoretischen Überbau. Die Notwendigkeit Kernkompetenzen im Produkt und in der Verarbeitung zu besitzen, wird weiterhin im Zentrum stehen.

Wir sollten in Zukunft wieder stärker gemeinsam im Verbund Handwerk – Handel – Hersteller praktizieren. Qualitätsstandards sind heute über das Marketing mit einer profilierten Markenpolitik zu versehen. Dies gilt nicht nur für die Eigenmarke des Herstellers oder des Handels, viel wichtiger erscheint es mir, wenn eine Profilierung zu Marken – Malerarbeiten erfolgt. Die Algenmarkenbildung von Farben- und Lackprodukten mag im (Verdrängungs-) Wettbewerb untereinander ihre Bedeutung haben, aber was hilft dies, wenn insgesamt das Marktvolumen, die Nach-

Präsidenten des BFS (1953 bis 2003)

- 1953** Direktor Bourjeau
Lithopone-Kontor, Köln
- 1965** Dr. Robert Murjahn
Hersteller, Darmstadt
- 1967** Walter Wieser
MLM, Frankfurt
- 1969** Heinz Bonjean
MLM, Köln
- 1975** Leo Keskari
MLM, Offenbach
- 1993** Gustav A. Jost
MLM, Lörrach
- 2002** Karl-August Siepelmeyer
MLM, Melle

frage nach professionellen Malerarbeiten, zurückgeht. Hier können viele einzelne durchaus lobenswerte Aktivitäten gebündelt und zusammengeführt werden.“ □