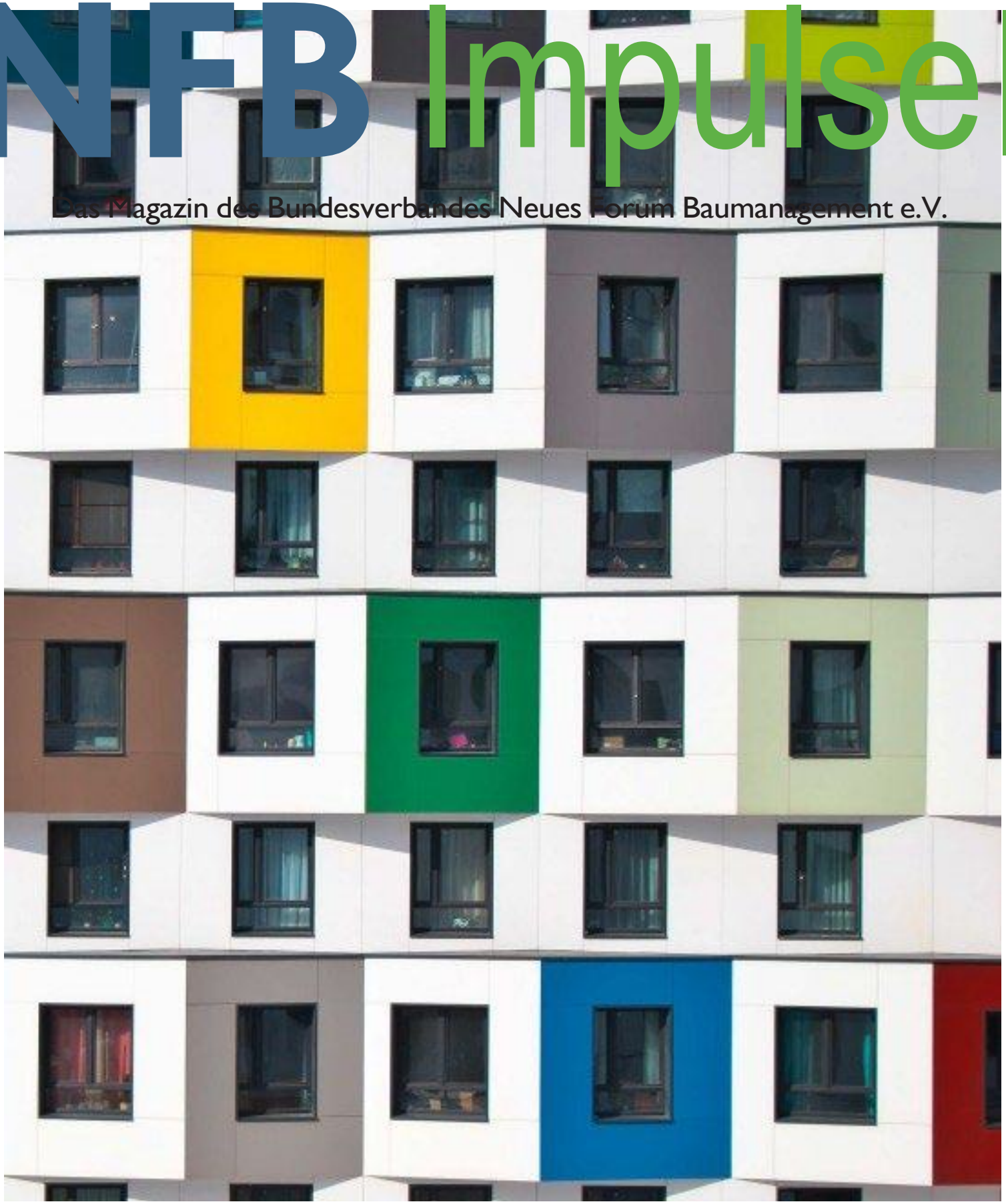
NFB Impulse

01 I 2022

Das Magazin des Bundesverbandes Neues Forum Baumanagement e.V.



09 Der Gamechanger für die Baubranche

15 Cheftage 2022 in Berlin

22 Vorstellung der Firmengruppe Jetter



STORCH®
Den Vorsprung hol' ich mir.



Starke Partner. Erfolgreiche Zukunft.

Gemeinsam, partnerschaftlich, erfolgreich:
Als leistungsstarker Partner für Maler-Werk-Zeug begleitet STORCH das Malerhandwerk – heute und morgen.

www.storch.de

Liebe Mitglieder und Freunde des NFB,



Michael Brendel,
stellvertretender Vorsitzende des NFB

nach 28 Monaten Pause war es endlich wieder soweit: Die NFB Cheftage konnten wieder in Präsenz stattfinden. Und fast alle kamen.

Auf die spannenden Themen und dem großartigen Ausblick vom Berliner Reichstag werden wir in dieser NFB Impulse ausführlich eingehen.

Unterdessen schaukelt das Malerschiff weiter. Nach der Pandemie nun die unfassbare Aggression unweit unserer Grenzen. Aus Lieferengpässen wird *nicht lieferbar*. Aus Fachkräftemangel wird Fachkräftenot. Themen, die wir behandeln und die eng mit Digitalisierung und Automatisierung einher gehen.

Einen Einblick in ihre Unternehmen, der sehr ähnlich und dennoch nicht unterschiedlicher sein könnte, gewähren uns die Mitglieder Eck und Jetter im Interview.

Diese und viele weitere Themen nebst Impulsen aus und von der NFB Familie.

Viel Vergnügen beim Lesen

Herzlichst

Michael Brendel

Michael Brendel

INHALT

9 15 22







AKTUELL

Hilti Bohrroboter Jaibot
Der Gamechanger für die Baubranche

INTERN

NFB Cheftage 2022
in Berlin

INTERVIEW

Vorstellung der
Firmengruppe Jetter

05 **INTERVIEW**
Im Gespräch mit
Sebastian Eck

14 **KOMMENTAR**
„Es wird alles teurer.
Ist das wirklich so?“

20 **KOLUMNE**
Drei Aspekte,
die uns weiterbringen

26 **UNTERSTÜTZUNG**
NETZWERK Unternehmen
integrieren Flüchtlinge

28 **RECHT**
Der neue Sachmangelbegriff
im BGB

32 **MITGLIEDER**
Adressen und Kontakte

INTERVIEW

„Unsere weiblichen Mitarbeiterinnen machen den Unterschied“

Bei typischem Aprilwetter, nasskalt und leichte Schneeschauer, komme ich in Dossenheim, rund zwei Kilometer nördlich von Heidelberg, von der Autobahn A5 und suche den Standort von Maler Eck. In einem Gewerbegebiet, verkehrsgünstig gelegen, aber äußerlich unscheinbar und bescheiden, finde ich das Betriebsgebäude zunächst nicht.

Als ich schließlich vor der Tür anhalte, fallen mir jedoch vier Elektrozapfsäulen sofort ins Auge. Was sich später im Interview bestätigt, offenbart sich schon vor dem Eintreten: Bescheiden, unaufgeregt und modern, diese Beschreibung passt auf Sebastian Eck und sein Unternehmen.

Mir gegenüber sitzt Sebastian Eck, der den elterlichen Betrieb in der vierten Generation mit gut 50 Mitarbeitern in der Saison führt. Mit seinen 39 Jahren ist er unser jüngstes Mitglied im Vorstand des NFB, verantwortlich für Aus- und Weiterbildung in unserem Netzwerk.



Sebastian Eck

Hallo Sebastian, auf den ersten Blick fallen mir als gebürtigem Ruhrgebietler die Gegensätze zwischen der ländlichen Umgebung und dem starken Güterverkehr auf. Wie beurteilst du das wirtschaftliche Umfeld vom Maler Eck?

Ich bezeichne das wirtschaftliche Umfeld als sehr interessant. Im Umfeld liegt der Globalplayer SAP in Walldorf. Auch wenn wir nicht direkt mit der SAP zu tun haben, profitieren wir von den Ansiedlungen des Managements. Gleiches gilt für die wunderschöne Stadt Heidelberg, die uns Jahrzehnte mit der Heidelberger Druck und mit dem Umfeld der Universitätsklinik prägt. Gleiches gilt für den Universitätsstandort Mannheim, der viele Beratungen und Start Ups anzieht. Hervorzuheben sind herausragende Investoren wie z. B. SAP, Manfred Lautenschläger (MLP) und Wolfgang Marguerre (Octopharma), die zu immer bedeutenderen Investoren in dieser Gegend herangewachsen sind und andere nach sich ziehen. Dies sorgt für eine zahlungskräftige private und gewerbliche Klientel, die entsprechend in Ihre Immobilien investiert.

Am Beispiel der Heidelberger Druck kann ich nicht nur den wirtschaftlich erfolgreichen Wandel der Region, sondern auch den des Malerunternehmens Eck beschreiben. Wir haben unser Wachstum von den 50er bis 2000er Jahren unter anderem der Heidelberger Druck zu verdanken. Wir hatten in dieser Zeit eine Werksniederlassung bei dem über viele Jahrzehnte größten Druckmaschinenhersteller der Welt. Dort habe ich in Ferienjobs schnell fest-



Das Angebot „Urlaubsservice“ kommt besonders bei Privatkunden gut an.

stellen müssen, dass die industrielle Malerei eine härtere ist. Dieses Wachstum und die Tatsache hat uns jedoch in eine gewisse Abhängigkeit gebracht. Der Aufstieg des Internets leitete den Wandel im Gewerbe der Druckmaschinenhersteller ein, was wir auch schnell zu spüren bekamen.

Überwiegend gewerblich geprägt, jedoch mit einem gut ausgebildeten Stamm von leistungsfähigen Mitarbeitern leiteten mein Vater und mein Onkel den Wechsel dadurch ein, dass wir bei städtischen Wohnungsbaugesellschaften Fuß fassen konnten und unser Angebotsspektrum darauf ausgerichtet haben. Dort haben wir dann neben den Malerarbeiten auch Bodenbelagsarbeiten angeboten. Gleichzeitig haben wir die Abhängigkeit von einzelnen Kunden reduziert und zunehmend Privatkunden bedient.

Ich nehme den Faden gerne auf. Wie sieht heute Eure Kundenstruktur aus und mit welchen Angeboten bedienst du deine Kunden?

Wir haben, wie gerade beschrieben, heute überwiegend zwei Kundensparten: zum einen die gewerbliche, zum andern die private. Gleichzeitig konnten sich mein Vater und mein Onkel jeweils auf eine Kundensparte konzentrieren. Gewerblich bedienen wir heute Wohnungsbaugesellschaften und zunehmend Fonds, denen wir mit Ausnahme von Gewerken der technischen Gebäudeausrichtung zunehmend alle Ausbaugewerke aus einer Hand anbieten. Die bilden wir überwiegend mit Nachunternehmern ab. Daneben haben wir Privatkunden, die wir umfassend beraten und qualitativ hochwertig bedienen. Übrigens auch hier immer mehr mit dem Leistungsspektrum der Ausbaugewerke aus einer Hand. Das bringt mich sofort auf meine nächste Frage. Was würdest du als Alleinstellungsmerkmal des Malers Eck bezeichnen?

Das beziehe ich auf unsere Privatkunden. Hier haben wir uns in der Kundenwahrnehmung das Prädikat Premiummaler erarbeitet. Wir bieten nicht nur High End Produkte wie beispielsweise das fugenlose Bad an, sondern diverse Nebenleistungen, die das Leben unserer Privatkunden leichter machen. Ich hebe hier den sogenannten Urlaubsservice hervor, bei dem wir vor der Abfahrt des Kunden mit ihm gemeinsam Fotos der zu renovierenden Immobilie mit Inhalt machen. Er fährt weg, wir räumen aus, renovieren und räumen mit Hilfe der Fotos exakt wieder ein. Das sehr positive Feedback hat sich zu einem Empfehlungsmanagement entwickelt. Es geht um, im eigentlichen Sinne, selbstverständliche Dinge wie Sauberkeit und höfliches Auftreten. Dazu gehört es eben auch, einen sauberen und funktionierenden Staubsauger dabei zu haben. Dies, gepaart mit einer hohen Qualität, ist ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal.

„Die Bedienung von Privatkunden erfordert nicht nur Mitarbeiter, die eine qualitativ hochwertige Arbeit beherrschen, sondern sich auch gegenüber Privatkunden zu benehmen und auszudrücken wissen“. Ich habe auf deinem Internetauftritt gelesen, dass eine Auszubildende von dir im letzten Jahr für herausragende Leistungen ausgezeichnet worden ist. Wie sieht dein Ausbildungskonzept aus?

Natürlich bilden wir aus. Minimales Ziel ist es, mindestens einen Mitarbeiter pro Jahr dauerhaft zu gewinnen. Ich schaue mir die Bewerbungen und die Bewerber genau an. Das bedeutet, dass wir auch schon einmal zwei Jahrgänge hintereinander keinen Lehrling übernommen haben. Wir können uns über die Anzahl der Bewerbungen nicht beklagen, obwohl wir keine aktive Nachwuchswerbung betreiben. Wir generieren über unsere bestehenden Auszubildenden und unsere Mitarbeiter, letztendlich auch hier über Empfehlungen, unseren Nachwuchs. Der Vorteil des eigenen Nachwuchses liegt immer in der Weitergabe von Identität in und Identifizierung mit unserem Unternehmen.

Du sagtest gerade, du schaltest dich nicht aktiv in eine Nachwuchssuche ein. Als Vorstand beim NFB hörst du vielfach, wie schlecht es bei anderen Mitgliedsunternehmen aussieht. Auf deiner Internetseite konnte ich über dein Engagement, was den weiblichen Nachwuchs in deinem Unternehmen angeht, Erstaunliches lesen. Das hört sich für mich ungewöhnlich und nach einer neuen Idee an. Wie bist du darauf gekommen?

Wir haben schon lange Erfahrungen mit erstklassigen Fachgesellinnen in unserem Unternehmen. Mein erster Berührungspunkt war schon mit drei Jahren, als unsere erste Gesellin Gundula Eisel 1985 in unserem Unternehmen anfing und übrigens heute noch bei uns tätig ist. Zwei Tatsachen waren für mich seit meiner Kindheit schon selbstverständlich: Einerseits die Tatsache, dass Frauen in unserem Gewerk sehr viel drauf haben und andererseits, dass einzelne Mitarbeiter:innen ihre Tätigkeiten auch in weniger als acht Stunden mit dem Einverständnis der Kunden erbringen können. Gundula Eisel arbeitet mehr oder weniger halbtags. Das ist sowohl bei Kollegen als auch bei Kunden kommuniziert. Ich habe festgestellt, dass unsere weiblichen Mitarbeiterinnen häufig die Aufgaben anders anpacken und sehr teamorientiert sind. Das führte zu der Idee, sich auf Frauen im Nachwuchs zu fokussieren.

Deine Ausführungen bringen mich auf eine weitere Frage. Ich selbst komme aus einem überwiegend industriell geprägten Maler- und Korrosionsschutzbetrieb. Ich will jetzt nicht behaupten, dass die körperliche Leistungsanforderung eine andere ist, aber wie sieht es beispielsweise mit Sanitäreinrichtungen aus? Welche Herausforderungen stellen sich da?

Wir stellen überhaupt keine Herausforderungen fest. Diversity ist auf der Baustelle nicht nur bei den Kollegen, sondern auch bei den Kunden angekommen. Im Gegenteil, es wird heute ausdrücklich begrüßt. Ich kann jedoch nicht sagen, wie es bei uns in der Vergangenheit war. Frau Eisel hatte als Beschrifterin in dieser Zeit ein Alleinstellungsmerkmal. Zudem haben wir heute vielfach Maschinen als Entlastungshilfe. Es geht eher um die Aufgaben und die Kommunikation im Team. Die Aufgaben bestimmen bei uns die Zusammensetzung der Teams und dort hat jeder seine Stärken woanders. Kommunikation bedeutet eben auch zu sagen, wenn jemanden etwas schwerfällt. Dann kann ein Kollege / eine Kollegin helfen.

Wie viele weibliche Mitarbeiter hast du in deinem Unternehmen?

Wir beschäftigen 30 Prozent weibliche Mitarbeiter.

Das ist sehr viel. Chapeau. In meiner aktiven Zeit hatte ich das Glück, eine ganze Reihe Frauen unter meinen gewerblichen Kunden zu haben. Als besonders wohltuend und niveauhebend habe ich die Baubesprechungen mit weiblicher Beteiligung empfunden. Meine Frage dazu an dich: Wirkt sich der hohe Anteil weiblicher Kollegen positiv auf das Betriebsklima aus?

Ein eindeutiges positives Ja. Ich erzähle dazu ein prägendes Beispiel: Ein Mitarbeiter lief eher ungepflegt über die Baustelle, bis er auf einer Baustelle mit zwei weiblichen Mitarbeiterinnen eingesetzt wurde. Am folgenden Tag haben wir ihn beinahe nicht wiedererkannt, so herausgeputzt war er. Es geht einfach um den guten Eindruck und den gemeinsamen Willen, die Aufgaben noch besser im Team zu lösen und nicht

„Diversity ist auf der Baustelle nicht nur bei den Kollegen, sondern auch bei den Kunden angekommen.“

darum, sich gegenüber den weiblichen Kollegen als „Macker“ oder Alphatier zu präsentieren. Der Teamspirit ist in den Vordergrund getreten.

Mit ein wenig Stolz verweise ich auf unseren Instagram account und insbesondere auf den Instagram account unserer Mitarbeiter/-innen, in dem unsere Mitarbeiter/-innen ihren Spaß bei der Ausführung ihrer Arbeiten dokumentieren. Dort siehst du auch reine Frauenteams, aber überwiegend gemischte Teams. Zusammenfassend kann ich nur sagen, dass unsere Frauen unseren Männern guttun. Das zeigt sich an unserem Betriebsklima und spiegelt sich in den Bewerbungen.

Lieber Sebastian, deine Antworten faszinieren so sehr, dass das eine oder andere NFB Mitglied sicherlich Genaueres wissen möchte. Was rätst du anderen NFB Mitgliedern zu ihrer Nachwuchssuche, insbesondere wenn sie weiblichen Nachwuchs ansprechen wollen? Wie unterscheidet sich die Ansprache von jungen Frauen im Gegensatz zu den von jungen Männern?

Bei Frauen muss sie vor allem ehrlich und authentisch sein. Es bringt nichts, einfach nur zu sagen, wir haben Frauen in unserem Unternehmen und die fühlen sich wohl, sondern wir zeigen es auch. Dies kann jeder beispielsweise auf den Videos erkennen und das ist greifbar. Das kann man nicht nachmachen. Sie zeigen nach außen ihren Spaß. Gleichzeitig kommt es auch bei den Kunden sehr gut an und so schließt sich der Kreis der Empfehlung.

Der Spaß kommt aber nicht von alleine, genauso wie ein gutes Betriebsklima erst entsteht. Wenn du schon nach eigener Aussage aktiv nichts für die Nachwuchssuche tust, was tust du für das Betriebsklima?

Das Wichtigste ist die Kommunikation in unserem Unternehmen. Dazu gehört auch, auf Hinweise im Unternehmen zu hören und nachzuhaken. Dies gilt besonders, wenn Mitarbeiter Probleme haben, die sie unter Umständen nicht selbst lösen können. Wir schauen uns jedes Jahr den Leistungsstand unserer Mitarbeiter an und schauen, wo wir weiterbilden können und dürfen. Insbesondere holen wir uns von unseren Privatkunden immer eine Beurteilung der letzten Baustelle bei ihnen. Das gehen wir mit unseren Mitarbeitern durch und justieren bei Bedarf nach.

Der Schwerpunkt deiner Vorstandsarbeit ist die Aus- und Weiterbildung. Was motiviert dich an diesem Ehrenamt.

Ich bin relativ schnell in dieses Amt gekommen. Warum habe ich zugestimmt? Ich fühle mich einfach wohl beim NFB. Ich habe mich mit Jochen Renfort, Willi Knoll und Matthias Haring, der sein Unternehmen in Weinheim in der Nähe hat, sofort gut verstanden. Mit Unternehmerpersönlichkeiten aus allen Landesteilen Deutschlands in einen vertrauensvollen Austausch treten zu können, war Motivation genug, nicht nur Mitglied beim NFB zu werden, sondern auch im Vorstand Dinge zu bewegen. Ich konnte bisher so viel mitnehmen, dass ich auch zurückgeben möchte.

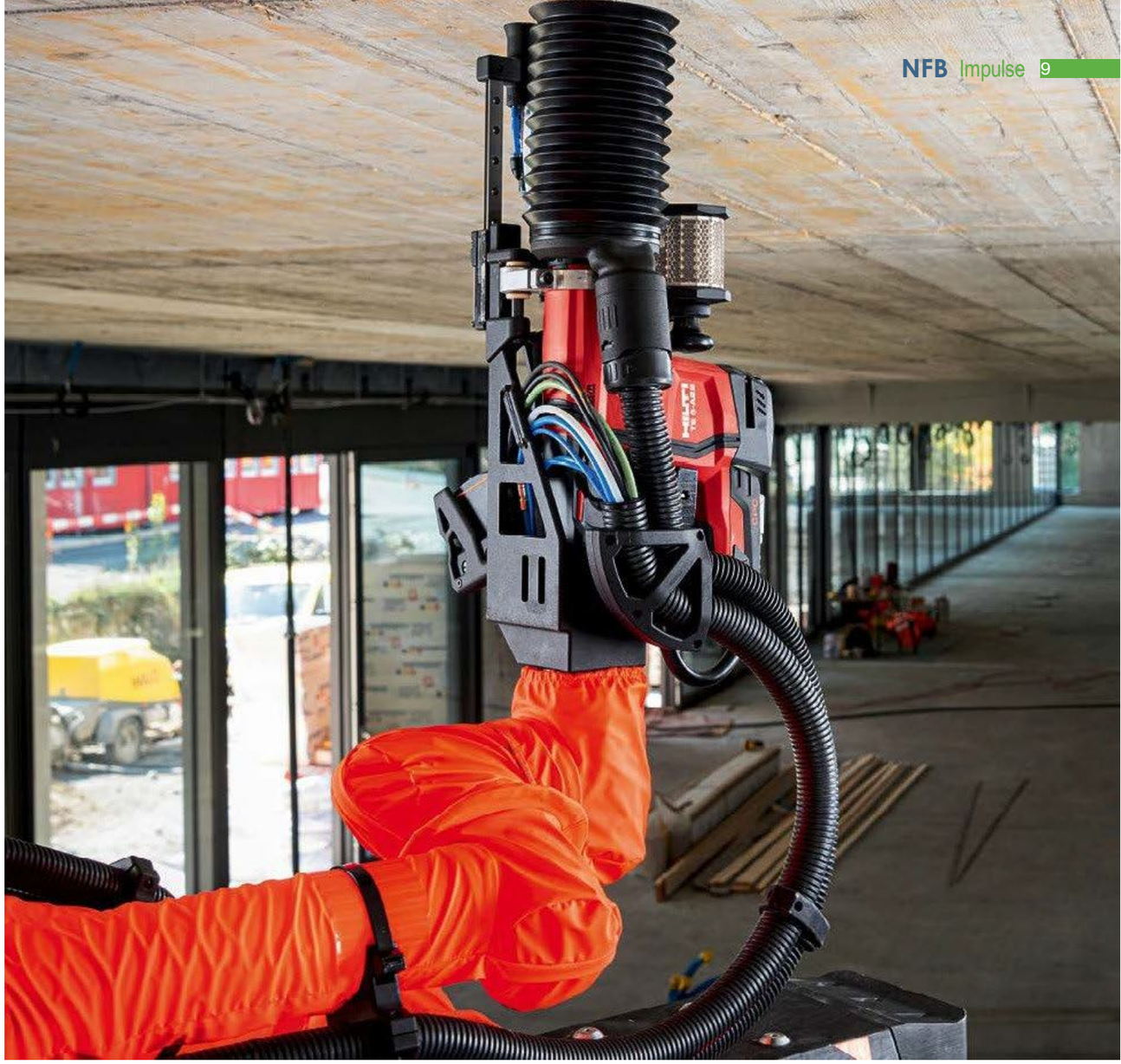
Wo möchtest du deine Schwerpunkte setzen?

Ich bin insbesondere von unserem Projekt Bestenliga fasziniert. Hier entwickelt sich eine Zusammenarbeit zwischen Mitgliedern und Industrie, die für unsere Mitarbeiter wertschätzend und weiterführend zugleich ist. Daraus werden wir weitere Aus- und Weiterbildungsbausteine entwickeln. Ich freue mich darauf, dass es nach Corona hoffentlich bald losgeht, um erste praktische Erfahrungen zu sammeln.

Am Schluss unseres sehr interessanten Interviews versetzt du mich in die Lage, dir eine Bitte im Namen unserer NFB-Mitglieder anzutragen: Strukturiere das, was du heute so interessant in Bezug auf die Gewinnung von weiblichem Nachwuchs erzählt hast und schreibe das in einem Leitfaden für unsere Mitglieder nieder.

Ich bedanke mich herzlich für dieses interessante Interview mit dir und freue mich auf die weitere Zusammenarbeit.

Das Interview führte Rainer Stromberg



AKTUELL

Der Gamechanger für die Baubranche

Hilti Bohrroboter Jaibot

Investitionen in neue Technologien verhelfen Unternehmen am Bau zu einer gesteigerten Produktivität. Sie werden vor allem die Branche in ein besseres Licht rücken und dafür sorgen, dass die Jobprofile an Attraktivität gewinnen. Der Bohrroboter Jaibot bringt die Digitalisierung auf die Baustelle und trägt maßgeblich zur Entwicklung einer vernetzen Projektkommunikation und einer Entlastung von schweren Arbeiten bei, welche langfristig Produktivitätsgewinne durch Automatisierung verschaffen und nebenbei die Zukunft der Baubranche positiv beeinflussen.

Die Grundlage der Anwendung für den Bohrroboter ist ein digitaler Plan. Ein Mitarbeitende richtet die Totalstation PLT 300 auf Grundlage dieses Plans ein und positioniert per Fernsteuerung den Roboter. Während des Einsatzes arbeitet sich der Bohrroboter plangemäß durch den Raum, bohrt und kennzeichnet die Löcher für



Die Herausforderungen in der Gebäudetechnik sind vielfältig.

die unterschiedlichen Gewerke entsprechend dem Datenmodell. Sowohl die gewünschte Tiefe als auch der Durchmesser der Bohrlöcher werden präzise eingehalten. Eine integrierte Staubabsaugung sorgt für eine staubfreie Umgebung. Während der Bohr- und Markierarbeiten synchronisiert sich der Roboter über das mobile Datennetz, so dass der Fortschritt des Installationsprozesses in Echtzeit mitverfolgt werden kann. Der Jaibot ist ein echter Helfer bei schweren und sich wiederholenden Tätigkeiten über Kopf und darüber hinaus eine Chance, das Arbeitsbild im Bau zu verändern und somit auch Profile für Fachkräfte aktiv zu verändern, den Beruf attraktiver zu gestalten sowie dem Branchenimage neuen Glanz zu verleihen.

Vom Helfer zum Gamechanger für die Baubranche

Die Steigerung der Produktivität ist das goldene Vlies der Baubranche. Um es vorzufinden, müssen die Vorgehensweisen geändert werden, die in den letzten 50 Jahren an der Tagesordnung waren. Wer möchte nicht gerne in gleich aufgewendeter Zeit mehr Geld verdienen? Der Schlüssel zum Erfolg hört sich recht simpel an, doch wie genau kann ein Unternehmen effizienter werden bei gleichzeitiger Entlastung der Mitarbeitenden und ohne Risiken einzugehen?

Der Markt entwickelt sich stetig weiter und bietet Lösungen, wobei die Baubranche in der Regel neue Technologien eher zögerlich einführt. Der Produktivitätszuwachs lag in den vergangenen Jahren bei etwa einem Prozent, wie eine McKinsey-Studie zeigt. Es ist allerdings an der Zeit, das Mindset von Unternehmensinhabern und Entscheidern zu verändern und auf diesem Weg Mitarbeiter voll zu integrieren und mitzunehmen sowie neue zu gewinnen. Andere Branchen sind hinsichtlich der Digitalisierung schneller unterwegs, um aber Fachkräfte zu sichern, muss die Baubranche an ihrem Image arbeiten. Neue Technologien, wie der Jaibot, werden die Transformation maßgeblich beschleunigen.

Betrachten wir die größten Probleme, die in der Branche vorherrschen, so subsummieren sich diese zu einem hohen Risiko für jedes in der Branche tätigen Unternehmens: **Budget- und Zeitüberschreitungen.**

Diese kommen zustande durch:

1. **Fachkräftemangel**,
   [Zum Jahresbeginn 2022 nannten in der Umfrage des DIHK (Deutscher Industrie- und Handelskammertag) 78 % der Bauunternehmen den Fachkräftemangel als Risiko für die eigene wirtschaftliche Entwicklung.]
2. **Fehler in der Planung und Ausführung** durch sich wiederholende Tätigkeiten oder aufgrund von schlecht ausgebildeten Mitarbeitenden,
3. **Gesundheitsprobleme** und somit Ausfälle von Mitarbeitenden,
4. **stagnierende Produktivität**
   [45% der Baufachleute sagen, dass sie zu viel Zeit mit nicht optimalen Aktivitäten verbringen, zeigt eine Studie, die für Autodesk Construction (Baumanagement-Software) durchgeführt wurde.]

Die Lösung im Bereich Fachkräftemangel wird langfristig sein, Arbeitsabläufe von der Planung über das Design bis zur Ausführung im Detail zu betrachten. Welche Bauaufgaben zum Beispiel sind ineffizient und könnten durch Automatismen ersetzt werden. Ein Irrglaube wäre, dass durch eine Teil-Automatisierung der Mensch ersetzt würde – ganz im Gegenteil, er wird dringend benötigt, es ändert sich allerdings das Profil der Arbeitskräfte.

Effizient am Image arbeiten und Fachkräfte gewinnen

Das über die letzten Jahre aufgebaute Image des klassischen Bauarbeiters führt dazu, dass junge Leute diesen Beruf nicht mehr als attraktiv wahrnehmen. Die Angst vor einer kaputten Gesundheit im Alter, einer rauen Arbeitsumgebung mit teilweise widrigen Umständen, gelenkbelastenden täglichen Aufgaben und Unfallrisiken hält junge Menschen davon ab, den Beruf zu erlernen. Dem entgegenwirken können Roboter und Maschinen, die die schweren Arbeiten unterstützen oder sogar vollständig übernehmen.

Health and Safety – ein wichtiger Aspekt zum Paradigmenwechsel in der Baubranche

Automatisierte und halbautomatische Maschinen sind am nützlichsten, wenn alltägliche, sich wiederholende oder gefährliche Aufgaben ausgeführt werden, die Genauigkeit oder Geschwindigkeit erfordern, oder die vernünftigen menschlichen Grenzen überschreiten. Der Einsatz von Robotern zum Graben, Bohren, Schneiden, Schweißen, Bewegen schwerer Lasten und Betonieren kann dazu beitragen, Baustellen effizienter, präziser – vor allem aber sicherer zu machen.



Praktische Aufbewahrungslösungen bieten jederzeit Zugriff auf Hilfsmittel und komplementäre Produkte

Ermüdungserscheinungen, die zu Unvorsichtigkeit führen, werden erkennbar durch Automatisierung vermieden. Dies führt zu einer geringeren Fehlerquote und gleichzeitig zu einer gesteigerten Effizienz. Ebenso verringert die Automatisierung die Unfallquote am Einsatzort, was langfristig einen positiven Einfluss auf die Arbeitsmoral hat, aber auch Versicherungs- und Arbeitsausfallkosten reduziert.



Mensch und Roboter in Kooperation, denn Überkopfarbeiten sind anstrengend, schwierig und zeitaufwändig.

Weitere gesundheitsfördernde Aspekte, wie zum Beispiel das Vermeiden von körperlich schweren und belastenden Arbeiten über Kopf sowie die Verhinderung des Einatmens von Staub, sind durch den semi-autonomen Wand- und Deckenbohrroboter Jaibot, für den Mitarbeiter auf der Baustelle von großem Vorteil. Auch können Roboter in gefährlichen oder widrigen Arbeitsumfeldern eingesetzt werden, die für den Menschen ein erhöhtes Risiko darstellen. Diese Vorteile wird der Arbeitgeber langfristig anhand von weniger Arbeitsausfällen und einer gesteigerten Motivation positiv wahrnehmen. Zudem werden auch ältere Mitarbeiter mit einem großen Erfahrungsschatz länger einsatzbereit sein.

Aufgabenprofile verändern, digitale Arbeitsumfelder schaffen und somit das Image aufwerten

Gering qualifizierte Jobs sind schwer zu besetzen und weisen große Unterbesetzungen auf. Diese Situation und auch das teilweise monotone und körperlich zehrende Aufgabenprofil vieler Stellen auf dem Bau sorgen für ein negatives Image. Das Image der Baubranche kann durch neue, spannendende Jobprofile einen Aufschwung erleben:

1. Eine Kombination auf der Baustelle von Mensch- und Robotertalenten, welche für eine körperliche Entlastung sorgen und neue Qualifikationen im Umgang mit der Maschine sowie ein feines, geschicktes Handling und improvisierte Entscheidungen erfordern. Mühsame Aufgaben, die außergewöhnliche Geschwindigkeit, Kraft und Genauigkeit erfordern, können Robotern überlassen werden. Fachkräfte und Auszubildende können einfacher rekrutiert werden, da die Digitalisierung am Bau das Gewerk wieder attraktiver macht.

2. Neue Jobs werden geschaffen, die zum Beispiel die Ressourcenplanungen der Roboter übernehmen oder deren Programmierung. Diese Neupositionierung von Jobprofilen kann dabei helfen, mit der digitalen Welt vertraute Menschen anzuwerben, die sonst nicht in Betracht ziehen würden, im Bauwesen zu arbeiten.

Der Jaibot ist ein erster Schritt zum Paradigmenwechsel durch neue Technologien und bringt einen durchdachten und angenehmen Transformationsprozess mit sich. Diejenigen Unternehmen, die bereits BIM-basierte Planungen und Ausführungsmodelle von Hilti nutzen, haben bereits eine perfekte Datengrundlage für den semi-autonomen Helfer.

Jaibot Bohrroboter - Vorteile kurz zusammengefasst:

- Effizienz, weil Über-Nachtarbeiten möglich sind (Akkulaufzeit von bis zu 8 Stunden).
- Produktivität durch geringere Fehlerquote und Beschleunigung der Prozesse.
- Ergonomie, weil kabellos und per Fernsteuerung zu bedienen.
- Transparenz durch Baufortschritt, der über eine Cloud übertragen wird.
- Arbeitssicherheit, weil repetierende Arbeiten übernommen werden und somit Ermüdungserscheinungen vorgebeugt wird.
- Gesundheit, weil körperlich schwere und belastende Arbeiten über Kopf durch den Roboter ausgeführt werden sowie Risiken vorgebeugt wird.
- Mitarbeitermotivation, da das Arbeitsumfeld gesundheitsfreundlicher wird.

KOMMENTAR

Von Wilhelm Knoll

„Es wird alles teurer. Ist das wirklich so?“

Ich kann der Industrie nicht mehr glauben. Ich stelle einfach infrage, ob die Dinge, die in den letzten zwei Jahren in der Welt passiert sind und sich nun leider in Form eines Krieges in anderer Weise fortsetzen, solche Auswirkungen haben. Gemeint sind die Materialverknappung und die damit verbundenen, nicht mehr nachvollziehbaren Preiserhöhungen in allen Bereichen.

Ein Beispiel: Vor zwei Jahren kostete eine Holzlatte 0,60 Euro pro laufendem Meter, heute bezahlen wir dafür 3,20 Euro. Es hat den Anschein, als gäbe es plötzlich kein Holz mehr, und es ist weltweit von jetzt auf gleich knapp und nicht mehr verfügbar. Auf der anderen Seite liegt das Holz bei unserem Holzhändler nicht erst seit gestern, sondern gefühlt schon seit zehn Jahren dar.

Ich verstehe das nicht, und bei anderen Rohstoffen, Materialien etc. setzt sich das gleiche Bild fort. Ja, es gibt Verknappungen, ja die Weltlogistik ist aus den Fugen geraten und die Globalisierung fordert ihren Tribut – aber so?

Ich unterstelle der Industrie, hier dankend den Ball aufgenommen zu haben, um nun die Situation auszunutzen. Ich meine hier nicht die uns im Malerhandwerk bekannte Industrie. Ich meine die großen Player, die Rohstofflieferanten und Weltmarktführer, die dann die Preisanpassungen von oben nach unten durchreichen, bis das Material etc. in unserem Lager ankommt.

Es ist auch eine schöne Situation. Der Wettbewerb der Industrie untereinander scheint fast schon Vergangenheit. Der Markt ist extrem in Bewegung, wir als Verbraucher sind zufrieden, wenn wir überhaupt etwas bekommen. Es zählt nur noch, was müssen wir bezahlen und vor allem: Könnt ihr und wann könnt ihr liefern?

Jeder wird hier seine eigenen Erfahrungen gemacht haben und seine Geschichten erzählen können.

Ich stelle einfach die Frage, ob das wirklich so ist oder die Situation schamlos ausgenutzt wird. Machen wir das auch mit unseren Kunden so? Der seit einigen Jahren immer krasser werdende Fachkräftemangel führt ja auch nicht zu solchen Preiserhöhungen.

Es wäre ein Leichtes, „Hurra“ zu brüllen: 20 Prozent Preisanstieg vom Hersteller und wir packen einfach nochmal zehn Prozent drauf.

Wo wird das alles enden? Es wird sich hoffentlich ändern, wenn es die „scheinbaren“ Gründe nicht mehr gibt. Sämtliches Getreide, Holz und LKW-Fahrer kommen plötzlich ausschließlich aus der Ukraine. Wie lange wird es noch dauern, dass Krisen als Ausrede benutzt werden?

Vielleicht bewahrheitet es sich mal wieder, dass wir Handwerker Skrupel haben, die derzeitigen Entwicklungen auch für uns zu verwenden und die Situation für uns auszunutzen.

Oder aber wir Handwerker sind doch einmal mehr das moralische Rückgrat der Wirtschaft.

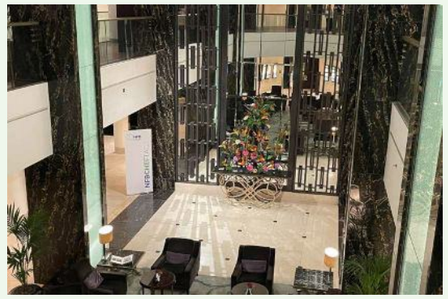
Ich glaube, das wird es sein.

INTERN

Cheftage 2022 in Berlin

NFBCHEFTAGE





Come Together.

Es hat wieder richtig Spaß gemacht. Der NFB lud ein und fast alle kamen. So wie früher. Ganz ungezwungen, zwar mit Hygienekonzept, aber dennoch fast so wie vor der Pandemie. Mit großem Hallo gab es ein Wiedersehen an der Tafel der *12 Apostel* am Savignyplatz.





Die Cheftage

Im großen Ballsaal des Waldorf Astoria konnten dann die Cheftage 2022 beginnen.

Nachhaltige Mobilität war das Thema des Leiters Resort Verkehr beim ADAC e.V.. Fehlende Infrastruktur und erheblicher Nachholbedarf der Politik in Sachen nachhaltige Mobilität waren der Tenor des Vortrages.

Die politischen Weichen wurden vor Jahren auf Elektromobilität gestellt. Andere Energieantriebe wie Wasserstoff sind noch in den Kinderschuhen. Der ADAC wurde vom NFB angehalten, sich hier stärker zu engagieren, da eine reine Elektro-Infrastruktur weder nachhaltig ist, noch den Bedürfnissen des Handwerks gerecht wird.



Als nächster Referent öffnete uns Björn Schön vom Robert Murjahn Institut mit seinem Vortrag die Augen, was unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ auf unser Handwerk zukommen wird.

Nachhaltiges Bauen wird nicht nur ein Trend, sondern ein mit gesetzlichem Charme gespicktes Nachweis- und Formularwesen. Eine Entwicklung, mit der sich unsere Mitglieder frühzeitig auseinander setzen können.

NFBCHEFTAGE



Ein großer Bogen wurde dann über die Digitalisierung im Handwerk gespannt.

Los ging es mit dem Projektentwickler Sven Seehaver, Projektentwickler aus Berlin. Muster müssen gebrochen werden, um eine Digitalisierung überhaupt ansatzweise umsetzen zu können. Digitalisierung beginnt bei den Mitarbeitern im Kopf. Sven Seehaver schilderte an Beispielen aus seinem Unternehmen und Projektentwicklungen sehr anschaulich, wie er in seinem Unternehmen Prozesse und Denkstrukturen geändert hat, um digitale Prozesse erfolgreich implementieren zu können.

Weiter ging es mit Koppla, einem jungen Startup aus Potsdam. Sie präsentierten ihr neues Lean Modul zur Bauablaufplanung und -steuerung. Ein Bauablaufplan, der von den Beteiligten am Bau selbst aktualisiert und dadurch „lebendig“ wird. Eine Resourcenplanung, die im „Live-Modus“ nun ganz andere Maßstäbe setzt. Kaum waren wir aus dem Staunen heraus, ging es mit Künstlicher Intelligenz auf dem Bauhelm weiter. Man kann es kaum glauben. Sehr eindrucksvoll stellte uns Grigory Budnitzkiy sein Startup Buildots aus Tel Aviv vor. Eine Helmkamera, die den aktuellen Bautenstand mit dem geplanten Endprodukt abgleicht. Eine Software, die erkennt, ob eine Wand bereits gespachtelt und gestrichen oder nicht. Der täglich aufgenommene Leistungsstand wird sowohl mit Bauablaufplänen, wie von Koppla, als auch mit den Leistungsständen eingereichter NU-Rechnungen abgeglichen. Schlupflöcher? Fehlanzeige! Effizienzsteigerung für Bauherrn? Erheblich!





Sarah Gitschel, Bauleiterin von Zechbau brachte uns zum Abschluss nochmal nah, wie diese Entwicklungen bereits im Unternehmen fest verankert sind und gelebt werden.

Die großen Baukonzerne haben schon länger erkannt, welches Potential in diesen Entwicklungen steckt und adaptieren dies.



NFB-Festabend auf dem Dach des Reichstags

Unten tagten die Abgeordneten und oben der NFB. Auf dem Dach des Reichstags mit Blick auf und über Berlin in bestem Ambiente des Käfer's, ging es in den gemütlichen Teil der Cheftage über.









NFBCHEFTAGE

Mit zwei Jahren Verspätung, dafür aber umso feierlicher, wurde Dr. Wolfgang Setzler in den, zumindest für den NFB, Ruhestand verabschiedet. Der Vorsitzende Rainer Stromberg ließ in seiner Laudatio die 20 Jahre seines Wirkens als Geschäftsführer des NFB kurzweilig und emotional Revue passieren und dankte ihm für sein außerordentliches Engagement für den NFB und seine Mitglieder. Ebenso sendete der Vorsitzende seinen Dank und Grüße an seine Frau Gabi und das ganze Team.





In seiner, in den Farben des Struktogramms beschriebenen Abschiedsrede dankte Wolfgang Setzler allen Anwesenden für die interessanten und stets schönen Jahre im NFB, in denen so manche Freundschaft entstand. Eine kunstvoll gearbeitete Stehle, von unserem Mitglied Willi Knoll gefertigt, wird sicherlich einen guten Platz bei Wolfgang Setzler finden.

Cheftage, Tag 2

Wenn irgendjemanden volkswirtschaftlich nichts mehr erschüttern kann, dann ist das Stefan Bielmeier, Vorstandsvorsitzender der DZ Privatbank. Mit einem Charme der besonderen Art durchstreiften wir die Krisen der Weltwirtschaft. Vielleicht lag es an dem Vorabend, dass die Lage zwar kritisch, aber doch hoffnungsvoll bewertet wurde.





Den Weg vom Bundestag rüber in das Waldorf Astoria fand der SPD-Bundestagsabgeordnete Dirk Wiese aus Westfalen. Ein guter Abschluss unserer Tagung. So wurden die Themen der Infrastruktur, Bürokratieabbau und Digitalisierung von der politischen Seite beleuchtet und vollendeten somit den spannenden Bogen über unsere Cheftage.

Die nächsten Cheftage kommen bestimmt. Ab dem 11. Mai 2023 in Hamburg.

Autor: Michael Brendel



KOLUMNE

Drei Aspekte, die uns weiterbringen.

Erfolg ist kein Dauerzustand, sondern muss immer wieder erneuert werden. Das hat Sven Seehawer auf den NFB-Cheftagen in Berlin eindrucksvoll geschildert. Alle erfolgreichen Menschen wissen, dass Erfolg nur ein kurzer Moment und vor allem flüchtig ist. Winston Churchills sagte dazu: „Verbessern bedeutet, zu ändern. Perfekt zu sein bedeutet, ständig zu ändern.“ Im Malerinstitut beleuchten wir dazu ständig die aktuellen Entwicklungen. Heute möchte ich Ihnen drei Aspekte vorstellen, die unser Geschäft beeinflussen:

MALER INSTITUT

1. Ein Vuja-de ist etwas Vertrautes ganz neu zu sehen.
Der Wert des Handwerks verändert sich gerade und wird weiter steigen. In einem Interview auf Youtube („Wie wir in Zukunft arbeiten: Philosoph Richard David Precht im Riverboat“) erklärt Richard David Precht, welche Rolle das Handwerk auf dem Arbeitsmarkt spielen wird. Er liefert eine Steilvorlage für etwas Altbekanntes: Positionierung. Im Mai hatten wir dazu zusammen mit der TEMPUS-Akademie ein Seminar zur Arbeitgebermarke veranstaltet. Das alte Thema der Positionierung lebt wieder neu auf. Ging es sonst darum, die richtigen Kunden anzuziehen, so steht heute zunehmend der Aspekt der Arbeitgebermarke im Vordergrund. Unser Positionierungsexperte im Malerinstitut, Oliver Bornemann sagt dazu: „Wer nicht automatisch neue Fachkräfte anzieht, ist falsch positioniert.“

2. Was ändert sich gerade? Welche Trends haben zunehmend Einfluss auf unser Geschäft?
Die Digitalisierung geht wie erwartet weiter. Zunehmend stehen dabei nicht mehr einzelne Tools im Mittelpunkt, sondern die Apps sind miteinander verbunden und endlich wird Zusammenarbeit sichtbar. Das ist auch das Kernanliegen von Kopplas Bauzeitenplantool: Die Bedeutung von Verzögerungen auf die Zusammenarbeit wird sofort erkennbar. Somit wird das alte Lean-Management-Credo Wirklichkeit: Nur was sichtbar ist, kann gemanagt werden.

Durch die neue Welle der Digitalisierung wird die Zusammenarbeit zwischen Menschen, Gewerken und Firmen erleichtert. Apps – klug eingesetzt und miteinander verbunden – vereinfachen die Teamarbeit. Es wird immer klarer: Es gibt nicht die „Eierlegende Wollmilchsau“, sondern verschiedene Spezial-Apps, die miteinander vernetzt werden können. Unser Experte im Malerinstitut, Michael Waldinger, ist an dem Thema weiter dran. Zusammen mit Digitalisierungsexperten hat er passende Apps ausgewählt, mit denen schon heute führende Malerbetriebe in dem immer komplexer werdenden Tagesgeschäft die Arbeit vereinfachen.

3. Fortschrittspause: Was ist jetzt möglich, da wir wissen, was wir jetzt wissen? Wir sollten regelmäßig innehalten, um Zusammenhänge und Wechselwirkungen unserer Handlungen zu erkennen.
Brendon Burchard hat ein Meisterwerk über persönliche Erfolgsstrategien geschrieben: HIGH PERFORMANCE HABITS. Regel Nr. 4 lautet: Steigern Sie die Produktivität. Wir haben in den letzten Monaten intensiv die Betriebsanalyse des Malerinstituts analysiert. Verstehen Sie uns richtig: Wir finden die ermittelten Kennzahlen sehr wichtig. Und das Unternehmergespräch zur Auswertung und Planungsrechnung ist ein wertvolles Werkzeug, um erfolgreich einen Malerbetrieb führen zu können. Genau deshalb verstärken wir diesen Aspekt. Wir steigern den Wert der Betriebsanalyse weiter, indem wir Zeitfresser weglassen, vereinfachen und automatisieren. So entsteht ein monatlich automatisch aktualisiertes Chefcockpit ganz nach Ihren Wünschen.

Autor: Olaf Ringeisen,
Geschäftsführer Malerinstitut GmbH

INTERVIEW

Vom klassischen Maler zum ganzheitlichen Baudienstleister

Zu meinen Vorbereitungen auf ein Interview gehört sowohl die Recherche im Internet als auch die Betrachtung des Standortes und des wirtschaftlichen Umfeldes. Bei der Vorbereitung auf mein Interview mit den Jetters hatte ich bei der Standortbetrachtung mein Klischee als „Großstädter“ im Kopf.

Wie kann ein Unternehmen in einer so ländlichen Gegend wie Rosenfeld im Zollernalbkreis überhaupt bestehen, geschweige denn wachsen. Dieses Klischee in meinem Kopf verstärkte sich noch, als ich von der Autobahn A81 abbog, den Berg hinauffuhr und prompt keinen Empfang mehr hatte. Als ich jedoch kurze Zeit später in das Gewerbegebiet von Rosenfeld einbog, konnte ich meine Überraschung kaum verbergen. Modernste Gebäude und vielfältige Bautätigkeit soweit das Auge reichte. Am Ende des Gewerbegebietes erblickte ich staunend das elegante zweistöckige und lichtdurchflutete Verwaltungsgebäude der Jetters.

Die Familie nutzte vor fünf Jahren die Möglichkeit, alle Unternehmen unter dem Dach der Jetter Firmengruppe hier am Standort zusammenzufassen und auf die Zukunft auszurichten. Neben den uns bekannten Unternehmen haben die Jetter Gebäudebau und die Jetter Bauplanung meine Aufmerksamkeit geweckt und mich veranlasst, mich mit dem Geschäftsführenden Gesellschafter Johannes Jetter zum Interview zu treffen.

Als ich das Gebäude betrete, fällt mir sofort die offene und warmherzige Freundlichkeit des jungen Teams auf. 1949 gegründet, leitet Johannes Jetter die Firmengruppe in der dritten Generation. Sowohl die Geschwister von Johannes als auch deren Partner sind fester Bestandteil in der Firmengruppe und haben ihre eigenen Verantwortungsbereiche. Beispielsweise hat Johannes Bruder Matthias als Bauingenieur nicht nur selbst Know how in die Gebäudebau und Bauplanung eingebracht, sondern gleich einen ehemaligen Kommilitonen mit ins Unternehmen integriert. Die Gruppe beschäftigt aktuell über 100 Mitarbeiter und hat zusammen mit ihren Mitarbeitern die Vision 2030 verabschiedet.

Die Aufbruchstimmung, das Engagement und das Tempo von Johannes und seinem Team sind allgegenwärtig. Das scheinbare Gegensätze sich sehr produktiv auf die Entwicklung auswirken können, zeigt sich im Umgang mit der Familie. Beide „Senioren“, Hans-Dieter und Thomas kommen in Arbeitskleidung, Thomas hat noch eben schnell eine Fassade verputzt, und nach den ersten Worten merkt man beiden den Stolz über die Entwicklung ihrer „Junioren“ deutlich an, die sie wohlwollend kritisch begleiten.

Dass Bodenständigkeit und Modernität sich nicht widersprechen, heben die Jetters einerseits mit ihrem Projekt „Dryland“ hervor, einem in 24 Parzellen vorbereiteten Gemeinschaftsacker, der für Mitarbeiter zur Bewirtschaftung von Gemüsegärten zur Verfügung steht, wobei Wasser, Gerätschaften und Setzlinge vom Unternehmen gestellt werden. Und andererseits mit der professionellen Präsentation ihres aktuellen Bauprojektes vor der Grünenfraktion der Stadt Balingen im Konferenzraum, zu der mich Johannes vor dem Interview herzlich einlädt.



Der Jetter-Firmensitz in Rosenfeld

Hallo Johannes, besonders interessant finde ich die Entwicklung vom Malerbetrieb zum ganzheitlichen Baudienstleister. Ist der Ursprung ein Malerbetrieb oder hat Jetter schon immer zusätzliche Baudienstleistungen erbracht?

Das Unternehmen Jetter ist klassisch aus einem Malerbetrieb entstanden und hat wie alle in der Geschichte sowohl Höhen als auch Tiefen erlebt.

Welche Überlegungen haben euch und dich dazu bewogen, die Entwicklung zum ganzheitlichen Baudienstleister zu beschreiten.

Schlichtweg die Tatsache, dass wir denken, dass die Entwicklung auf dem Bau dahin geht, dass man alles aus einer Hand will. Wir sind davon überzeugt, wenn wir nur ein Handwerk „Malerarbeiten“ anbieten, sind wir viel austauschbarer, als wenn wir das Gesamtpaket anbieten. Damit geben wir dem Kunden Sicherheit und uns auch eine gewisse Sicherheit, weil wir einen längeren Planungshorizont haben und weniger austauschbar sind. Die Idee und Strategie dahinter ist die Frage, wohin sich die Gesellschaft entwickelt. Heute wird alles bei einem Anbieter wie „Amazon“ bestellt, weil man bei Amazon alles bekommt. Wir wollen zumindest regional „der Amazon“ im Handwerk werden. In Baufragen kommt der Kunde dann zu Jetter, weil Jetter das ganze Paket bieten kann. Gleichzeitig kann jeder Kunde auch nur einen Teil kaufen.

Bei allen Entscheidungen gibt es bekanntlich ein Risiko. Wieso gerade in die Richtung des ganzheitlichen Baudienstleisters und nicht in eine andere Richtung? Gab es zu eurer Strategieentscheidung ein Schlüsselerlebnis, eine „Initialzündung“?

Nein, eine Initialzündung hat es nicht gegeben. Die Erkenntnis kam aus den vielen Abstimmungen mit Auftraggebern und der Bauleitung auf Baustellen. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass wir zunehmend für „schwächere“ Handwerker mitorganisieren mussten. Die Organisation ist letztendlich das Entscheidende, ob wir Geld verdienen oder nicht. Daraus haben wir die logische Schlussfolgerung gezogen, dann können wir es auch selbst organisieren und uns die Koordination bezahlen lassen.

„Die Organisation ist letztendlich das Entscheidende, ob wir Geld verdienen oder nicht.“

Zunächst haben wir fremde Baustellen koordiniert und haben dann mit der Erfahrung angefangen, unsere eigenen Baustellen zu koordinieren. Der Schritt, dann ein eigenes Grundstück zu kaufen, es selbst zu beplanen, zu bebauen und anschließend zu verkaufen, war dann nicht mehr groß. Wir haben die Kette immer sowohl nach vorne wie nach hinten einen Schritt weitergedacht. Das halten wir auch weiter so. Zur Zeit denken wir über die Orga-



Präsentation des Immobilienprojektes

nisation, den Vertrieb und die Betreuung von Immobilien nach. Grundvoraussetzung ist es jedoch, dass es wirtschaftlich sein muss.

Auf der Homepage sind nicht nur zwei Generationen Jetter in der Führung zu sehen, sondern auch zwei „Familienfremde“ Führungskräfte zu sehen. Das ist auf den ersten Blick für ein schwäbisches Familienunternehmen ein ungewöhnliches, will fast sagen, sehr modernes Verständnis. Auf welcher Basis trefft ihr strategische Entscheidungen?

Wir treffen strategische Entscheidungen immer auf Basis unserer Werte: Partnerschaftlich, permanente Innovation und hohe Wirtschaftlichkeit. Vor jeder Investition stellen wir uns die Frage, passt das zu unseren Werten. Davon ist unser zukünftiger Erfolg abhängig. Letztendlich ist Strategie Chefsache und damit meine Aufgabe, zu erkennen, wohin das „Schiff“ gesteuert wird. Ich beeinflusse damit auch viel im Unternehmen, aber mir ist es außerordentlich wichtig, dass unsere Strategie von allen Führungskräften verstanden und mitgetragen wird.

Ich komme nochmals auf die „familienfremden“ Führungskräfte zurück.

Das ist bei uns historisch bedingt. Wir sind als Familienbetrieb gestartet und noch mein Onkel hat den Betrieb als Ein-Mann-Betrieb von seinem Vater übernommen. Mein Vater ist als jüngerer Bruder erst später dazugekommen. Den Gerüstbau haben die beiden selbst gegründet und den Geschäftsführer zum Mitgesellschafter gemacht. Das Gleiche trifft auf unseren Stuckateurbetrieb Schneider zu. Das ist eine Frage des Respektes und der Wertschätzung und auch der Verantwortung, die beide in unserer Unternehmensgruppe wahrnehmen. Ich selbst bin der Auffassung, dass das Stammkapital gerade im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung unserer Unternehmensgruppe in den Händen der Familie bleiben sollte. Diese Frage stellt sich jedoch nicht bei den beiden und eine andere Lösung ist auch nicht angestrebt. Innerhalb der Familie Jetter haben wir uns entschieden, dass es nur einen Chef gibt und dementsprechend sind die Anteile verteilt. Wir wollen klare Verantwortungsbereiche und das haben wir geregelt.

Zwischen Bauhaupt- und Baunebengewerbe und dann noch zum Gerüstbau gibt es nicht nur Lohndifferenzen. Spielt das für die Mitarbeiter von Jetter keine Rolle?

Keine Rolle will ich nicht sagen, aber wenig. Wir tauschen und rechnen alles untereinander korrekt ab mit Ausnahme des Gerüstbaus, wo es untersagt ist. Oftmals ist jedoch der Maler der Einstieg zu den anderen Gewerken. Wir schauen uns die Entwicklung der einzelnen Mitarbeiter an und können sie bei der Findung ihres Wunscharbeitsplatzes gezielt fördern. Wir haben die unterschiedlichen Unternehmen nicht gegründet, um Geld oder Sozialabgaben zu sparen, sondern historisch aus unserer Entwicklung heraus, wegen der Risikoabwägung. Auch wenn Mitarbeiter sich nicht über ihre Löhne austauschen dürfen, tun sie es dennoch. Wir bieten jedem Mitarbeiter beispielsweise den Job in der Betonsanierung an, aber dann darf er sich nicht beschweren, wenn der den ganzen Tag strahlt oder Eisen stemmt.

Bei welchen Leistungen macht es Sinn, diese einzukaufen und welche Leistungen wollt ihr auch in Zukunft mit eigenen Mitarbeitern anbieten?

Vom Rohbau bis zum Ausbau bieten wir alles mit eigenen Mitarbeitern an. Dort sehen wir eine große Wertschöpfung, die mit viel Material und Tätigkeiten verbunden ist, die wir sehr gut selbst abbilden können. Die technischen Gewerke kaufen wir zu. Dachabdichtungen machen wir bisher auch noch nicht, weil uns das Know how noch fehlt, aber wegen einheitlicher Gewährleistung gehen unsere Überlegungen dahin, uns das Know how in unser Unternehmen zu holen.

Wie siehst Du die weitere Entwicklung eurer Unternehmensgruppe?

Wir wollen in jedem Geschäftsbereich um 5 bis 10 Prozent pro Jahr wachsen. Wir haben in den letzten Jahren auf langfristige eigene Projekte hingearbeitet, die wir jetzt „ernten“. Im kurzfristigen Bereich stärken wir unsere Flexibilität durch die Akquisition von Fassaden. Dort haben wir mit Materiallieferungen und -engpässen kein Problem und können schnell Wertschöpfung generieren. Das versetzt uns in die Lage, strategisch antizyklisch vorzugehen. So können wir ein eigenes Projekt vor der Realisierung auf „stand by“ stellen, weil uns die Baukostenentwicklung nicht sicher erscheint und vergeben später. Das kompensieren wir durch die Akquisition von kurzfristigen Aufträgen von außen. Wir streben an, es auf Zug zu machen nicht auf Druck.

In der Konsequenz eurer eigenen Strategie: Wie siehst Du die Zukunft, Größe und die Ausrichtung der Malerbetriebe insgesamt?

Ich denke, dass die kleinen Betriebe in Zukunft wegfallen werden. Die kleinen Betriebe sind kostengünstiger, flexibler und qualitativ besser für den Kunden, aber der Kunde bevorzugt in der Zukunft größere Unternehmen, weil er ihnen mehr Kompetenz in der organisatorischen und finanziellen sicheren Abwicklung eines Auftrages zutraut. Hinzu kommt der Wandel der Gesellschaft, nicht zuletzt durch das Internet und Unternehmen wie Amazon gefördert, der den Trend zu Bauleistungen aus einer Hand verstärkt. Gleichzeitig suchen junge Mitarbeiter sichere und attraktive Arbeitsplätze mit einer Arbeitsorganisation, die ihre Lebensumstände individuell berücksichtigt, was kleinen Unternehmen schwerfällt und zunehmend Nachwuchs fehlt. Deshalb befürchte ich eine weitere Zunahme großer Handwerksunternehmen und Abnahme kleiner Unternehmen und weil wir selbst auch nicht wegsterben wollen, entwickeln wir uns in diese Größe.

Das Interview führte Rainer Stromberg





UNTERSTÜTZUNG

NETZWERK Unternehmen integrieren Flüchtlinge

Das NETZWERK Unternehmen integrieren Flüchtlinge ist deutschlandweit das größte Unternehmensnetzwerk, das sich für Ausbildung und Beschäftigung von Menschen mit Fluchthintergrund engagiert. Es wurde 2016 als gemeinsame Initiative des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) und des Bundeswirtschaftsministeriums gegründet, mit dem Ziel, Themen und Hürden rund um die Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten praxisnah und bedarfsorientiert für Unternehmen aller Branchen und Unternehmensgrößen aufzubereiten.

Seitdem sind mehr als 3.100 Unternehmen dem NETZWERK beigetreten. Das NETZWERK unterstützt sie auf Ihrem Weg, Menschen mit Fluchthintergrund in Ausbildung und Beschäftigung zu bringen. Dabei stoßen Betriebe immer wieder auf ganz unterschiedliche Fragestellungen: Wie und wo kann man Geflüchtete kennenlernen? Worauf sollte man achten, um den Start in die Ausbildung und Beschäftigung erfolgreich zu gestalten? Wie können Spracherwerb gefördert und interkulturelle Unterschiede überwunden werden? Was braucht die Stammbelegschaft, um neue Kolleg/innen gut aufzunehmen? Und wie können Auszubildende mit Fluchthintergrund bei der Prüfungsvorbereitung unterstützt werden?

Dort setzt die Arbeit des NETZWERKS an: Zentrale Aufgabe ist es, Wissen und praktische Erfahrungen zu bündeln und für andere Unternehmen, Organisationen und Ehrenamtliche aufzubereiten. Darüber hinaus fördert das NETZWERK den Austausch von Erfahrungen und Best-Practice-Beispielen und macht das Engagement der Unternehmen zur Arbeitsmarktintegration Geflüchteter öffentlich sichtbar.

Auf seiner Website (www.nuif.de) informiert das NETZWERK über aktuelle Themen und Termine. Darüber hinaus werden dort Infomaterialien zu zahlreichen Themen rund um die Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten zur Verfügung gestellt. In umfangreicheren Publikationen wird praxisnah über Themen wie Sprache, Umgang mit religiöser Vielfalt oder möglichen Fördermöglichkeiten informiert. Darüber hinaus produziert das NETZWERK kurze Erklärvideos und bietet gemeinsam mit Experten monatliche Webinare an, in denen spezifische Themen wie „Ausbildungsabbrüche verhindern“ oder arbeitsrechtliche Fragen und interkulturelle Aspekte bei der Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten behandelt werden.

Im Zentrum steht dabei immer der Netzwerk-Gedanke. In zahlreichen Veranstaltungen schafft das Projekt-Team Raum für Austausch und berät zu relevanten Themen. Dabei arbeitet das NETZWERK neben den Industrie-, Handels- und Handwerkskammern auch mit weiteren bundesweiten und regionalen Initiativen sowie Landkreisen und Kommunen zusammen.

Auch in der aktuellen Situation des russischen Krieges in der Ukraine informiert das NETZWERK über Hilfsmöglichkeiten und aktuelle rechtliche Entwicklungen auf seiner Website und im Rahmen von Veranstaltungen. Mit einer neuen Checkliste werden ArbeitgeberInnen praktische Tipps und Informationen zur Verfügung gestellt, wie die Anstellung von Geflüchteten aus der Ukraine erfolgreich gelingen kann. Neben Informationen zu Sozialversicherung, Krankenversicherung und der Eröffnung eines Bankkontos, werden Tipps an die Hand gegeben, wie die neuen MitarbeiterInnen ganz praktisch beim Ankommen in Deutschland unterstützt werden können: Checkliste für Betriebe – NETZWERK Unternehmen integrieren Flüchtlinge (unternehmen-integrieren-fluechtlinge.de)

Die Mitgliedschaft und alle Angebote sind kostenfrei nutzbar.
Hier geht es zur Registrierung:
www.nuif.de/registrieren



RECHT

Der neue Sachmangelbegriff im BGB

Weitreichende Veränderung oder doch alles beim Alten?

Im Zuge der Umsetzung der Warenkaufrichtlinie (EU) 2019/771 erfuhr das BGB zahlreiche Veränderungen und Ergänzungen[1]. Das Umsetzungsgesetz und damit die neuen Vorschriften traten am 01.01.2022 in Kraft.

Insbesondere das allgemeine Kaufrecht und die Regelungen zum Verbrauchsgüterkauf erführen weitreichende Veränderungen. So wurde der Sachmangelbegriff gemäß §434 BGB neu definiert. Interessant und vor allem endlich zeitgemäß sind die neuen Regelungen zum Verkauf von Waren mit digitalen Elementen sowie die Vorschriften über die Bereitstellung digitaler Produkte.

Auf den ersten Blick erscheint der §434 BGB n.F. sehr umfangreich zu sein. Der Begriff des Sachmangels wurde nun systematisiert, ergänzt und konkretisiert[2]. Der §434 BGB n.F. ist jedoch weiterhin der Regelungsort des Sachmangels.

Neu ist, dass der sogenannte subjektive und der objektive Fehlerbegriff nun gleichwertig sind. Früher lag ein Sachmangel vor, wenn die Ist-Beschaffenheit von der Soll-Beschaffenheit abweicht. Bei der Soll-Beschaffenheit war ausschlaggebend, was die Parteien vereinbart hatten, d.h. die subjektiven Anforderungen an die Sache waren für die Mangelfreiheit entscheidend, bevor überhaupt objektive Kriterien hinzugezogen wurden[3]. Nun ist „die Sache frei von Sachmängeln, wenn sie bei Gefahrenübergang den subjektiven Anforderungen, den objektiven Anforderungen[4] und den Montageanforderungen [...] entspricht[5]“ Folglich müssen die subjektiven und die objektiven Anforderungen an die Sache kumulativ vorliegen[6].

Dies hat zur Folge, dass eine Sache, die zwar den subjektiven Anforderungen entspricht, d.h. der vereinbarten Beschaffenheit entspricht, jedoch trotzdem mangelhaft sein kann, wenn objektive Anforderungen, wie die Geeignetheit für die gewöhnliche Verwendung fehlt, nicht vorliegen. Aus diesem Grund ist es nun möglich, wenn die Sache zwar subjektiv einwandfrei ist, aber objektiv eben nicht, eine sogenannte negative Beschaffenheitsvereinbarung zu treffen, bei der von den objektiven Anforderungen abgewichen werden kann. Dann würden nur die vertraglich vereinbarte Beschaffenheit für die Mangelfreiheit von Bedeutung sein.

Dies gilt jedoch nicht bei einem Verbrauchsgüterkauf. Hier gestaltet sich eine Vereinbarung, die von §434 BGB n.F. abweichen soll, als deutlich komplizierter. Der Verbraucher muss vor der Abgabe seiner Vertragserklärung eigens davon in Kenntnis gesetzt werden, dass ein bestimmtes Merkmal der Ware von den objektiven Anforderungen abweicht, und (kumulativ) die Abweichung im Vertrag ausdrücklich und gesondert vereinbart wurde[7].

Neu ist, dass die Merkmale, die die Beschaffenheit einer Sache ausmachen, nun auch explizit genannt sind[8]. Hier ist vor allem auf zwei Begriffe hinzuweisen, die Bezug auf die Digitalisierung nehmen: Kompatibilität[9] und Interoperabilität[10]. Im Kern geht es darum, dass die Kaufsache mit der üblichen Hard- und Software funktioniert bzw. auch mit anderer Hard- und Software funktioniert, als jener, mit der Sachen derselben Art benutzt werden[11].

1 Gesetz zur Regelung des Verkaufs von Sachen mit digitalen Elementen und anderer Aspekte des Kaufvertrages/ Gesetz zur Umsetzung der Richtlinie über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen.

2 Ring, Gerhard: Die Transformation der EU-Warenkaufrichtlinie ins BGB, in: ZAP 18/2021, in: Haufe Deutsches Anwalt Office Premium, Redaktion, HI14709183, Stand 01.05.2022, S.1 (Im Folgenden: Ring: Transformation).

3 Wagner, Eric: in Prütting/Wegen/Weinreich, BGB, § 434 BGB, in: Haufe
Deutsches Anwalt Office Premium, HI14640341, Stand: 01.03.2021, Rn 1ff., Rn 10ff., Rn 21ff. (im Folgenden Wagner).

4 Objektive Anforderungen: Die Sache eignet sich für die gewöhnliche Verwendung,
weist eine Beschaffenheit auf, die bei Sachen derselben Art üblich ist und die der Käufer erwarten kann unter Berücksichtigung der Art der Sache und der öffentlichen Äußerungen des Verkäufers, vgl. §434 Absatz 3 Satz 1 BGB n.F.

5 §434 BGB n.F.

6 Ring: Transformation, S. 1.

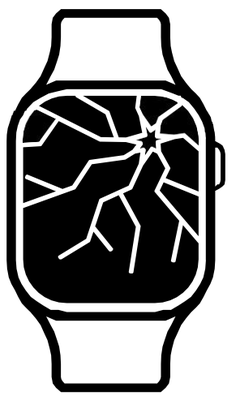
7 Ring, Gerhard, in: Ring Schuldrechtsreform 2022, 1. Aufl. 2022, in: Haufe Deutsches Anwalt Office Premium, HI14945167, Stand: 01.01.2022, § 4 Rz. 23. (Im Folgenden Ring: Schuldrechtsreform); Ring: Transformation, S.1f.; § 476 Abs. 1 Satz 2 BGB.

8 „Art, Menge, Qualität, Funktionalität, Kompatibilität, Interoperabilität und sonstige Merkmale, der Sache, für die die Parteien Anforderungen vereinbart haben“, vgl. §434 Abs. 1 Satz 2 BGB n.F. und „Menge, Qualität und sonstige Merkmale der Sache, einschließlich ihrer Haltbarkeit, Funktionalität, Kompatibilität und Sicherheit“, vgl. §434 Abs. 3 Satz 2 BGB n.F.

9 „Fähigkeit der Waren, mit der Hardware und Software zu funktionieren, mit der Waren derselben Art in aller Regel benutzt werden, ohne dass die Waren, die Hardware oder die Software verändert werden müssen“, vgl. Art. 2 Nr. 8 WKRL/ §327e Abs. 2 Satz 3 BGB..

10 „die Fähigkeit der Waren, mit einer anderen Hard- oder Software zu funktionieren als jener, mit der Sachen derselben Art benutzt werden.“ Vgl. Art. 2 Nr. 10 WKRL/§327e Abs. 2 Satz 4 BGB; Dabei geht es etwa um die Fähigkeit von Smartphones, Smart-Home-Geräten wie Sicherheitssystemen, smarten Kühlschränken und „Alexa“ untereinander zu kommunizieren und Daten auszutauschen, vgl. Ring: Schuldrechtsreform, Rz. 16.

11 Ring: Schuldrechtsreform, Rz. 12ff.









Interessant ist außerdem, dass der Verkäufer dafür einzustehen hat, dass die Sache zum Zeitpunkt des Gefahrenübergangs die Fähigkeit hat, ihre erforderlichen Funktionen und ihre Leistung bei normaler Verwendung zu behalten. Diese Haltbarkeit als objektive Anforderung an die Mangelfreiheit ist jedoch von der Haltbarkeitsgarantie zu unterscheiden, d.h. der Verkäufer muss grundsätzlich nicht dafür einstehen, dass die Sache bei normaler Verwendung ihre Funktion auch behält, es sei denn dies wurde separat vereinbart. Wie Haltbarkeit in zeitlicher Hinsicht als gesetzliches objektives Merkmal in der Praxis definiert werden wird, wird sich noch zeigen müssen[12].

Besonderes Augenmerk sollte auch darauf gelegt werden, dass ein Sachmangel vorliegen kann, wenn die Sache nicht der Beschaffenheit einer Probe oder eines Musters entspricht, die oder das der Verkäufer vor Vertragsschluss dem Käufer zur Verfügung gestellt hat[13]. Dies ist nun explizit niedergeschrieben.

Bei der Lieferung und beim Verkauf von Waren sollte man sich nun Folgendes fragen:

1. Ist die richtige Menge geliefert worden?
2. Wurde richtig montiert bzw. ist die Montageanleitung korrekt?
3. Sind die objektiven Anforderungen an die Sache gegeben? (Eignet sich die Sache zur gewöhnlichen Verwendung? Weißt die Sache eine Beschaffenheit auf, die ein Durchschnittskäufer bei derselben Art der Sache zu erwarten hat?)
4. Was wurde zwischen den Parteien über die Beschaffenheit der Sache vereinbart? Sind die subjektiven Anforderungen gegeben?
5. Liegt ggf. eine negative Beschaffenheitsvereinbarung vor? Ist diese wirksam[14]?
6. Sind die besonderen Voraussetzungen im Falle eines Verbrauchsgüterkauf gegeben?

Die Frage, wann ein Sachmangel vorliegt, wenn die Ware digitalen Bezug hat, wurde nun auch niedergeschrieben.

Zunächst sind digitale Inhalte gemäß § 327 Abs. 2 S1 BGB Daten, die in digitaler Form erstellt oder bereitgestellt werden. Davon zu unterscheiden sind digitale Dienstleistungen[15]. Außerdem sind nun Waren mit digitalen Elementen definiert als Waren, die in einer Weise digitale Produkte enthalten oder mit ihnen verbunden sind, dass die Waren ihre Funktionen ohne diese digitalen Produkte nicht erfüllen können. Als Beispiel wäre hier die Smartwatch zu nennen. Die Uhr würde als Ware mit digitalen Elementen gelten, die ihre Funktionen nur mittels einer Anwendung erfüllen kann, die gemäß Vertrag bereitgestellt wird. Diese muss jedoch auf ein Smartphone heruntergeladen werden. Die Anwendung wäre dann das digitale Element[16].

Liegt eine Ware mit digitalen Elementen vor und stellt sich die Frage, ob hier ein Sachmangel an der Ware vorliegt, wird der § 434 BGB n.F. durch § 475b BGB im Falle eines Verbrauchsgüterkaufs ergänzt. Hier stellen sich Fragen in Bezug auf Aktualisierungen bzw. Updates. So liegt subjektiv Mangelfreiheit vor, wenn die Anforderungen gemäß § 434 BGB n.F. vorliegen und die Updates bereitgestellt bzw. zur Verfügung gestellt werden. Objektiv muss der Verbraucher auch über die bereitgestellten Updates informiert werden. Bereitstellung und Information darüber sind kumulativ für die Mangelfreiheit notwendig[17]. Unterlässt der Verbraucher schuldhaft die Aktualisierung, können seine Mängelrecht gegebenenfalls erlöschen[18].

Die Umsetzung der Warenverkaufsrichtlinie und insbesondere die Neufassung des Sachmangelbegriffs haben außerdem zur Folge, dass sich auch die Anforderungen an die Nacherfüllung sowie Voraussetzungen des Schadensersatzes verändert haben, über die es sich zu informieren lohnt.

Gerade die Anwendung und Praxishandhabung der neuen und geänderten Vorschriften, die der wachsenden Digitalisierung Rechnung tragen sollen, muss zeigen, ob sie praktikabel im Rechtsverkehr und vor Gerichten sind. Zumindest sind sie ein positiver Schritt in die Zukunft und spiegeln die aktuellen Entwicklungen wieder.

Letztendlich lässt sich sagen, dass die Neusystematisierung des Sachmangelbegriffs übersichtlicher zu sein scheint und viel höheren Verbraucherschutz bedeutet.

Die sprachlichen Veränderungen im Gesetz sind jedoch erheblicher, als es in der Praxis Auswirkungen haben wird.

Wenn Sie sich fragen, was Sie nun beim Abschluss eines Kaufvertrages oder Werklieferungsvertrages beachten sollen und was die Veränderungen für Sie als Unternehmer, aber auch als Verbraucher bedeuten, kommen Sie gerne auf uns zu. Gerade bei einer negativen Beschaffenheitsvereinbarung beraten wir Sie gerne hinsichtlich der Wirksamkeit.

Autorin: Marieke Wiese

12 Ring: Schuldrechtsreform, Rz. 22; Anders beim Verbrauchsgüterkauf §§475ff. BGB.
13 Ring: Schuldrechtsreform, Rz. 18.
14 Vgl. Ring: Schuldrechtsreform, Rz. 26.
15 Vgl. § 327 Abs. 2 S2 BGB: „Dienstleistungen, die dem Verbraucher die Erstellung, die Verarbeitung oder die Speicherung von Daten in digitaler Form oder den Zugang zu solchen Daten ermöglichen (Nr. 1), oder die gemeinsame Nutzung der vom Verbraucher oder von anderen Nutzern der entsprechenden Dienstleistung in digitaler Form hochgeladenen oder erstellten Daten oder sonstige Interaktionen mit diesen Daten ermöglichen (Nr. 2)".
16 vgl. RegE, BT-Drucksache 19/27424, S. 9.; vgl. Erwägungsgrund 15 WKRL; § 327a Absatz 3 S1 BGB; Vorschriften zu digitalen Produkten in §§ 327ff. BGB; vgl. Ring: Schuldrechtsreform, Rz. 82;.
17 § 475b Absatz 2 und 3 BGB; Ring: Schuldrechtsreform, Rz.83-92; Ring: Transformation, S. 8ff.
18 § 475b Absatz 5 BGB.

MITGLIEDER

Malermeister AHLE GmbH
Friedrich-List-Straße 6
33100 Paderborn
Tel.: 05251 / 15299 - 0
Fax: 05251 / 15299 - 99
www.malermeister-ahle.de

Michael Brendel
Hopfenweg 16
12357 Berlin
Tel: 0170 4569122
m.brendel@consult-bln.de

Brückl GmbH & Co. KG
Nürnberger Straße 107a
97076 Würzburg
Tel.: 0931 / 29 92 10
Fax: 0931 / 29 92 - 125
www.brueckl.de

Christ + Wagenseil GmbH
Beim Hammerschmied 6
88299 Leutkirch
Tel.: 07561 / 82 68 12
Fax: 07561 / 21 40
www.malercw.de

Dahm
Moselbachstraße 9
54470 Bernkastel-Kues
Tel.: 06531 / 44 76
Fax: 06531 / 79 66
www.dahm.de

Karl Eck GmbH
Benzstraße 7
69221 Dossenheim
Tel.: 06221 / 87 60 - 0
Fax: 06221 / 87 60 60
www.maler-eck.de

Farben Bauer GmbH & Co. KG
Regensburger Straße 67
93138 Lappersdorf

Tel.: 0941 / 8905060
Fax: 0941 / 87949
www.farbenbauer.de

Firmengruppe Dierkes Verwaltungs-GmbH
Martener Straße 523
44379 Dortmund
Tel.: 0231 / 96 13 08 - 0
Fax: 0231/ 96 13 08 22
www.firmengruppe-dierkes.de

Anton Geiselhart GmbH & Co. KG Malereibetriebe
Marktstraße 195
72793 Pfullingen
Tel.: 07121 / 923480
Fax: 07121 / 923 - 444
www.anton-geiselhart.de

Göbel GmbH + Co.KG
Wildunger Landstraße 19
34477 Twistetal
Tel.: 05695 / 99 11 90
Fax: 05695 / 99 11 919
www.maler-goebel.de

Habekost GmbH
Lerchenkamp 15
31137 Hildesheim
Tel.: 05121 / 76 61 13
Fax: 05121 / 76 61 22
www.habekost.de

Haring Ausbau + Fassade GmbH
Boschstraße 10
69469 Weinheim
Tel.: 06201 / 61 841
Fax: 06201 / 16 606
www.haring.de

Aug. Hespenheide GmbH & Co KG
Innsbrucker Straße 96
28215 Bremen
Tel.: 0421 / 37 76 50
Fax: 0421 / 37 76 530
www.aug-hespenheide.de

Herm. Hohmann GmbH Baudekoration
Frankfurter Straße 142
36043 Fulda
Tel.: 0661 / 194 15 9-0
Fax: 0661 / 194 15 9-20
www.herm-hohmann.de

K+K. Hollenbach Malerwerkstätten GmbH & Co KG
Asbrookdamm 44
22115 Hamburg
Tel.: 040 / 71 60 60-17
Fax: 040 /71 51 050
www-malermeister-ahle.de

Maler Hött GmbH
Zurmaiener Straße 51
54292 Trier
Tel.: 0651 / 28 59-0
Fax: 0651 / 14 93 11
www.maler-hoett.de

HWP Handwerkspartner AG
Borsteler Bogen 27c
22453 Hamburg
Tel.: 040 / 46899840
Fax: 040 / 468998429
www.hwp-handwerkspartner.de

ilako Industrielackierung + Korrisionsschutz GmbH & Co. KG
Dessauer Landstraße 60
06385 Aken
Tel.: 034909 / 897-15
Fax: 05251 / 897-69
www.ilako.de

Maler Jetter GmbH
Daimlerstraße 5
72348 Rosenfeld
Tel.: 07428 / 9389-10
Fax: 07428 / 9389-20
www.jetter-rosenfeld.de

Kaminski und Brendel Malereibetrieb GmbH
Porschestraße 25
12107 Berlin
Tel.: 030 / 74 06 74-0
Fax: 030 / 74 06 74-10
www.kaminski-und-brendel.de

Kolb & Kern GmbH
Lauestraße 5
63741 Aschaffenburg
Tel.: 06021 / 85 91-20
Fax: 06021 / 85 91-22
www.kolb-kern.de

malerknoll GmbH & Co. KG
Gewerbestraße N 12
86857 Hurlach
tel: 08248 / 89389-0
www.malerknoll.de

Peter Kröger Malerwerkstätten GmbH
Hamburger Straße 139
25337 Elmshorn
Tel.: 04121 / 72 054
Fax: 04121 / 75 140

Jakob Lauer GmbH
Schwedenstraße 28
77948 Friesenheim
Tel.: 07821 / 96 89-23
Fax: 07821 / 96 89-20
www.jakoblauer.de

Dietmar Lutz Malermeister GmbH
Ferdinandstraße 2
12209 Berlin
Tel.: 030 / 772 30 12
www.maler-lutz.de

Wolfgang Lüttgens GmbH Berlin
Akazienallee 28
14050 Berlin
Tel.: 030 / 300 679-0
Fax: 030 / 300 679-29
www.luettgens-malereibetriebe.de

Marotzke Malereibetriebe GmbH
Lotzestraße 17
12205 Berlin
Tel.: 030 / 627 919-0
Fax: 030 / 44 13 10
www.marotzke.de

Montel GmbH
Rainer Stromberg
Bergstraße 14
41749 Viersen
Tel: 0162 7770008
www.montel-gmbh.de

Moseler GmbH
Uferallee 33
54492 Zeltingen
Tel.: 06532 / 93830
Fax: 06532 / 938310
www.moseler.de

Thomas Möller GmbH Malereibetriebe
Herrengraben 2
21465 Reinbek
Tel.: 040 / 780 183-0
Fax: 040 / 780 183-30
www.thomas-moeller.com

Nietiedt GmbH Oberflächentechnik- und Malerbetriebe
Zum Ölhafen 6
26384 Wilhelmshaven
Tel.: 04421 / 3004-00
Fax: 04421 / 3004-100
www.nietiedt.de

Thomas Rath GmbH
Dannenkamp 8
22869 Schenefeld
Tel.: 040 / 840 577-0
Fax: 040 / 840 577-62
www.malereibetrieb-rath.de

renfordt Malerfachbetrieb GmbH
Schwerter Straße 25
58642 Iserlohn
Tel.: 02374 / 93 69-0
Fax: 02374 / 93 69-20
www.renfordt.de

Malerwerkstatt Ringeisen GmbH
Robert-Bosch-Straße 22
37154 Northeim
Tel.: 05551 / 976 40
Fax: 05551 / 976 10
www.ring-eisen.de

Korrosionsschutz und Malerbetriebe Gerhard Schmitz GmbH
Sympherstraße 100
47138 Duisburg
Tel.: 0203 / 450 55-0
Fax: 0203 / 450 55-99
www.gerhard-Schmitz.de

Jörg Schmitz GmbH & Co. KG
Kappeler Straße 39
40597 Düsseldorf
Tel.: 0211 / 700 5253
Fax: 0211 / 700 52 51
www.malerplusparkett.de

Scholten Malerfachbetrieb GmbH
Sieglitzhofer Straße 11
91054 Erlangen
Tel.: 09131 / 53 620
www.maler-scholten.de

Hans-Georg Siebrecht Malereibetrieb GmbH
Senator-Böhmers-Straße 25
28197 Bremen
Tel.: 0421 / 52 93 55
Fax: 0421 / 52 93 67
www.siebrecht-malereibetrieb.de

Spohn Malerbetrieb GmbH
Am Eisweiher 22
74821 Mosbach
Tel.: 06261 / 93 21-10
Fax: 06261 / 93 21-24
www.spohn-maler.de

Steuernagel & Lampert GmbH
Jahnstraße 44
64401 Groß-Bieberau
Tel.: 06162 / 911 780
Fax: 06162 / 911 789
www.steula.com

Stromberg Oberflächentechnik GmbH
Harnackstraße 36
47166 Duisburg
Tel.: 0203 / 60 99 732
Fax: 0203 / 60 99 734
www.stromberg-gruppe.de

Temps GmbH Malereibetriebe
Hertzstraße 1
31535 Neustadt am Rübenberge
Tel.: 05032 / 80 30
Fax: 05032 / 80 33-0
www.temps.de

Malermeister Karl Wirgens GmbH
Carl-Zeiss-Straße 40
55129 Mainz
Tel.: 06131 / 227119
Fax: 06131 / 237119
www.maler-wirges.de

FÖRDERMITGLIEDER

Caparol Farben Lacke Bautenschutz GmbH & Co. Vertriebs KG
Roßdörfer Straße 50
64372 Ober Ramstadt
www.caparol.de

die Wertschöpfer GmbH
Lederstraße 126
72764 Reutlingen
www.diewertschoepfer.de

Skamol Group
Sletvey 2c
DK-8310 Tranbjerg
www.skamol.com

CMS Dienstleistungs-GmbH
In der Pfingstweide 2
64372 Ober-Ramstadt
www.cms-gruppe.de

WinWorker GmbH
Emmericher Weg 12
47574 Goch
www.winworker.de

Storch Malerwerkzeuge & Profigeräte GmbH
Platz der Republik 6 - 8
42107 Wuppertal
www.storch.de

Hilti Deutschland AG
Hiltistraße 2
86916 Kaufering
www.hilti.com

Wilhelm Layher GmbH & Co KG
Ochsenbacher Straße 56
74363 Güglingen - Eibensbach
www.layher.de

MEGA eG
Fangdieckstraße 45
22547 Hamburg
www.mega.de

SAVE THE DATE

BESTENLIGA powered by NFB

13. bis 15. Oktober 2022
Bestenliga Karlsruhe

20. bis 22. Oktober 2022
Bestenliga Hamburg

NFBCHEFTAGE

10. bis 12. Mai 2023
Cheftage
in Hamburg

IMPRESSUM

Herausgeber
NFB Neues Forum Baumanagement e.V.
Lieselotte-Berger-Straße 44
12355 Berlin

info@n-f-b.de
www.n-f-b.de

Redaktionsteam dieser Ausgabe
Michael Brendel (leitender Redakteur)
Rainer Stromberg

Layout / Satz / Lithos
K2G Agentur für Markenführung e. K.
www.k2g.de / info@k2g.de

Bildhinweise
Titelbild: # 1196548745, ESOlex, iStock.com
S. 3: privat
S. 4 und S. 9 bis 13: Hilti
S. 4 und S. 15 bis 19: NFB
S. 4 und S. 23 bis 25: Jetter
S. 5 bis 8: Maler Eck
S. 20: # 206094050, patpitchaya, AdobeStock.com
S. 26 / 27: NETZWERK Unternehmen integrieren Flüchtlinge
S. 28: # 1215112788; KIT8; iStock.com
S. 30 / 31: # 1373249078 und 1373249078, bgblue, iStock.com

Druck
Wir machen Druck, Backnang

Nachdruck, auch auszugsweise, ist nur mit Genehmigung des Herausgebers zulässig. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung des Herausgebers wieder. Entgelt ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Erscheinungsweise 2x jährlich.



NACHHALTIGKEIT HAT EINE NEUE FARBE.

Indeko-plus: Bewährte Qualität – klimafreundlich und ressourcenschonend.
#MITCAPAROLUMDENKEN



Indeko-plus spart CO2

Mehr Informationen unter:
caparol.de/mitcaparolumdenken

THE POWER OF SURFACE.

CAPAROL