

Handwerk spezial und SMGV-Stand

Etwas Besonderes an der appli-tech 2015 war der gemeinsame Auftritt der Bildungsinstitutionen der Maler- und der Gipserbranche im Rahmen der Sonderschau «Handwerk spezial». Die Herausforderung sei gewesen, etwas gemeinsam zu kreieren, mit dem sich alle identifizieren konnten, sagt Monique Karius, Bereichsleiterin Bildung Maler und Gipser SMGV. «Das haben wir geschafft. Der Stolz über das eigene Handwerk war bei allen Besuchern, vom Lernenden bis zum Meister, sowohl Maler wie auch Gipser, deutlich spürbar.» Die Architekten, die vor der Musterplattenwand standen, bewunderten die vielfältigen Handwerkstechniken und erhielten so ein Bild von den fast unzählbaren Möglichkeiten der Gestaltung. Besonders gefreut hat Karius, dass alle Bildungsinstitutionen jeden Tag mit Freude vor Ort vertreten waren und den Messebesuchern die interessanten Möglichkeiten der Weiterbildung aufzeigten.

Von aussen nach innen

Der SMGV-Stand war visuell so konzipiert, dass er Einblicke von aussen nach innen und von oben nach unten gewährte. Das kommunikative Konzept dahinter: Die Messebesucher konnten hinter die Kulissen des SMGV schauen. Das stiess auf grosses Interesse. «Unser Messestand in der Halle 1 war gut besucht, es wurden viele Gespräche geführt und immerhin 1500 Wettbewerbstationen ausgefüllt», sagt Petra Braun, Bereichsleiterin Marketing und Nachwuchsförderung SMGV, und zusammen mit Sabrina Attevelt für den Standauftritt zuständig. Ziel war es unter anderem, die Vorteile einer Mitgliedschaft beim SMGV aufzuzeigen. Auch die Technischen Dienste des Verbandes waren aktiv. Mit hydrothermischen Simulationen und Temperaturmessungen sensibilisierten sie die Maler und Gipser für den gekoppelten Wärme- und Feuchtetransport durch Aussenkonstruktionen sowie das Aufheizen von Fassadenoberflächen bei Sonneneinstrahlung.

3 Stellt sich trotz des Grossandrangs am Freitag für ein Bild zur Verfügung: Franco Luccarini, Marketingmanager der Saint-Gobain Weber AG.

4 Völlig (los)gelöst: Riccardo Grandi, Leiter Marketing und Personalmanagement der Fixit AG, mit Sohn Luca.

1 Reto Schär kreiert am Stand «Handwerk spezial» eine Schmuckgipsplatte.

2 Louis Clemente (links) und Martin Klossner, Mitglieder des SMGV-Zentralvorstands.

5 Walter Schläpfer, Bereichsleiter TD Gipser SMGV, stellt die neuen Brandschutzvorschriften vor.

6 Peter Seehafer, Bereichsleiter TD Maler SMGV, referiert über «Buildup».

7 Mario Freda (links), Zentralpräsident a.i. SMGV, und Verbandsdirektor Peter Baeriswyl.



1



2



3



4



5



6



7



1

Vielleicht ist es übertrieben, von einem Familientreffen zu sprechen. Befragt man die Aussteller der appli-tech 2015, so geht der Tenor aber in diese Richtung: Die Fachmesse für die Maler- und Gipserbranche, Trockenbau und Dämmung war vor allem eine sehr gut besuchte Plattform, auf der sich Industrie, Handel und Handwerker für einmal von Angesicht zu Angesicht treffen konnten.

Roger Diethelm, Geschäftsführer der Rupf & Co. AG (Ruco), drückt es so aus: «Die Wertschätzung der Anwender, die sich mit Kollegen und Lieferanten austauschen und sich kulinarisch verwöhnen lassen konnten, war spürbar.» **Philipp Bosshard**, in gleicher Funktion bei der Bosshard + Co. AG tätig, stellt fest: «Die Standbesucher haben ein grosses Interesse, auch mal den Geschäftsführer oder andere Geschäftsleitungsmitglieder persönlich kennenzulernen und sich mit den Fachberatern auf einer geschäftlich neutraleren Ebene zu treffen.»

Hohes Besucheraufkommen

Marcel Koller, Leiter Verkauf & Kommunikation der Rigips AG, sagt, die Messelandschaft habe sich enorm entwickelt, «die innovativen Aussteller geben sich viel Mühe, sich im besten Licht zu präsentieren» und ihre Produkte, ihr Wissen und ihre Dienstleistungen zu zeigen. Rigips könne während der drei Messetage alle wichtigsten Kunden treffen und die wichtigsten Beziehungen pflegen. Über 11 000 Besucherinnen und Besucher hat die appli-tech vom 4. bis 6. Fe-

bruar angelockt – mehr als 2012. Allgemein bemerkten die Aussteller ein hohes Besucheraufkommen, vor allem an den letzten beiden Tagen.

Franco Luccarini, Marketing-Manager und Geschäftsleitungsmitglied der Saint-Gobain Weber AG, spricht von einer «Begegnungsmesse». Klar würden Innovationen gezeigt, aber speziell der Freitag sei der «Tag des Bodenpersonals» aus der Branche, da stehe das Technische nicht sehr im Vordergrund.

Brandschutz aktuelles Thema

Diese Einschätzung weicht etwas von derjenigen **Patricia Löffels** ab. Laut der Leiterin Marketing der Knauf AG bekundeten die Besucher «ein grosses Interesse an Designprodukten und nutzten die Gelegenheit, mit den anwesenden Spezialisten über konkrete Problemstellungen zu diskutieren.» Es kamen einige Fragen zum Schall- und zum Brandschutz, was möglicherweise auch mit den neuen Brandschutzvorschriften zusammenhänge. Ähnliches hat **Yvonne Sungu**, Abteilungsleiterin Kommunikation der Sto AG, erlebt: «Es zeigte sich aufgrund der neuen Vorschriften grosser Informationsbedarf.» Die Brandschutzexperten von Sto berieten zahlreiche Besucher darüber, was diese beim Einsatz von verputzten Aussenwärmedämmungen neu zu beachten haben.

Was war auch noch wichtig, was sind die Trends? **Michael Steinlin**, dem Geschäftsführer der Dold AG, ist eine «zunehmende Ökologisierung der Produk-

te» aufgefallen. Dies nicht zuletzt dank der Schweizer Stiftung Farbe, welche auf die Messe hin die Umwelt-Etikette auf Lacke, Lasuren und Bodenbeschichtungen ausgedehnt hat. Als Botschafterin der Etikette trat **Shayade Hug**, die Miss Earth Schweiz, auf.

Trend zur Nachhaltigkeit

Der Trend zur Nachhaltigkeit ist auch **Guido Sutter**, Leiter Kommunikation der AkzoNobel Coatings AG, aufgefallen: «Unsere Firma wie auch die Mitbewerber setzten grosse Akzente auf wäss-



2



3



5

rige Produkte und Klimaschutz.» Einen weiteren Trend hat Sutter im Onlinebereich wahrgenommen, mit neuen Tools wie Apps und mobiletauglichen Websites als Arbeitshilfe.

Xaver Wüst, Leiter Technik & Marketing der Caparol – DAW Schweiz AG, hat eine hohe Nachfrage nach kreativen Gestaltungsmöglichkeiten für Fassaden, insbesondere für WDV-Systeme, festgestellt. «Planer und Architekten erkundigen sich diesbezüglich wieder vermehrt nach neuen Möglichkeiten.»

Das Schlusswort gebührt **Ursula Gerber**, der Messeleiterin: «Es ist uns gelungen, den Besuchenden aktuelle Trends, neue Produkte und exklusive Materialien aufzuzeigen. Man nutzte die appli-tech um Netzwerke zu pflegen und persönliche Gespräche zu führen.»

Die Besucherzahl und die positiven Rückmeldungen haben den Erfolg der Fachmesse bestätigt. Auch mit dem Ergebnis des Innovationswettbewerbs ist Gerber zufrieden. Die Handwerker und Planer haben ihre Aufgabe gemeinsam

1 Lassen Innovation wachsen: Christoph Studer (links), Geschäftsführer, und Xaver Wüst, Leiter Technik & Marketing der Caparol – DAW Schweiz AG.

2 Der Himmel hängt voller Pinsel: Christian und Jürg Nüssli (rechts), Geschäftsleiter von Peka.

3 Jann Dössekker, Vizedirektor SMGV.

4 Ganz relaxed: Walter Eigenmann, Marketingleiter der Röfix AG, mit der formgeschäumten Fassadendämmplatte Röfix take-it Alpin Relax.

5 Botschafter/-innen der Weiterbildung: das Team der Sonderschau «Handwerk spezial».



4