finish

EINBLICKE IN DAS UNTERNEHMEN WÖRWAG

No limits

Wie Wörwag weltweit
Grenzen überwindet

WÖRWAG
Farbe. Beschichtung. Kompetenz.

MEXIKO

Neuland: Pioniere auf Entdeckungstour **6**

Wie José Saldivia am neuen Standort in San Luis Potosí die Weichen auf Wachstum stellt **14**

Internationales Projektmanagement: Leben aus dem Koffer **17**

PRODUKTION

Von grauer Theorie zu buntem Treiben: die Welt des Tönens **32**

KUNDENPORTRÄT

Partner seit 30 Jahren: Wörwag und Hausgerätehersteller V-Zug **38**

ZAHLEN & FAKTEN

Total global: Skurriles zum Megatrend Internationalisierung **4**

VOM BOHRHAMMER BIS ZUM TRAKTOR

Vier Beispiele aus der umfangreichen Produktwelt von Wörwag **44**

ESSAY

Warum Neon viel mehr ist als grellgelbe und orange Armbänder **50**

IMPRESSUM **Herausgeber** Karl Wörwag Lack- und Farbenfabrik, Strohgäustraße 28, 70435 Stuttgart. **Projektleitung, Chefredaktion** Daniela Renzo. **Konzept, Produktion** campra GmbH, Hauptmannsreute 23, 70192 Stuttgart, www.campra.net. **Layout, Realisation, Bildredaktion** Rainer Czarnetzki, Juliane Herrmann. **Redaktion, Textproduktion** Daniela Renzo, Thorsten Schönfeld, Michael Thiem. **Druck** raff media group gmbh.

MAKING-OF

Barcode scannen und sehen, wie die aktuelle finish-Ausgabe entstanden ist.

Oder folgende Adresse eingeben: www.woerwag.com/video

INNOVATIONEN

Welche Rolle künftig Industrie 4.0, Big Data, künstliche Intelligenz und Smart Home bei der Lackentwicklung spielen **28**

GRAFFITIKÜNSTLER

Thomas Baumgärtel in seiner Bananenrepublik **22**

SERVICE

Alle Standorte, alle Adressen: Das Unternehmen Wörwag auf einen Blick **51**

Fotos: Toby Binder, Laurent Burst, Florian Imberger, Petra Stockhausen, Illustration: Bernd Schifferdecker

Aus Gründen der Vereinfachung und besseren Lesbarkeit wird auf den meisten Seiten ausschließlich die männliche Form verwendet. Wir möchten darauf hinweisen, dass Frauen bei solchen Formulierungen gleichermaßen gemeint sind.

EDITORIAL

¡Hola México!

Liebe Leserinnen und Leser,

Wörwag ist in Mexiko angekommen. In Rekordzeit haben wir dort unser Büro eröffnet. Und zwar mittendrin, in San Luis Potosí. Hier mischen wir künftig kräftig mit. Schon heute können Sie dabei sein und die Gründung der Tochtergesellschaft begleiten – bei ersten grundsteinlegenden Treffen mit neuen Kunden, bei kulinarischen Abenteuern mit feurigsten Soßen und beim Blick in die Koffer der Kollegen des Internationalen Projektmanagements.

Apropos mitmischen. Das können wir alle in der Zukunft daheim am Bildschirm, wenn wir unsere Autofarbe selbst mixen. Gemeinsam mit Autoherstellern arbeiten wir daran, dass die Farbwahl für Kunden ganz simpel mit wenigen Klicks funktioniert. So einfach das klingen mag, dahinter stecken viel Arbeit, enorme Datenmengen, Wissen und Innovationsgeist. Und genau diesen möchten wir mehr fördern bei Wörwag. Damit meinen wir nicht Produktverbesserungen, sondern den Pioniergeist, der seit nahezu 100 Jahren zu uns gehört und immer wieder Kräfte freisetzt: Neuland betreten, ausprobieren, über die üblichen Grenzen hinweg denken – wie das geht, zeigt der Hausgerätehersteller V-Zug seit über 100 Jahren. Ein Zehntel der Belegschaft dieses Schweizer Familienunternehmens konzentriert sich ausschließlich auf Innovationen und sorgt regelmäßig für kreative Produktideen. Kennen Sie den Refresh-Butler? Und wozu haben deren Geschirrspülmaschinen einen Party-Knopf?

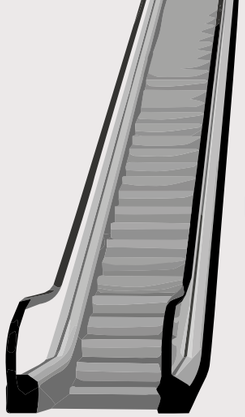
Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.
¡Hasta la vista!

DR. PETER MORITZ
GESCHÄFTSFÜHRER
VERTRIEB

ZAHLEN UND FAKTEN

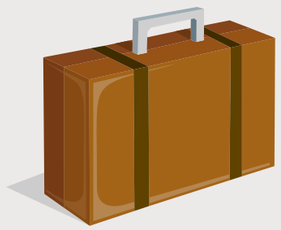
Total global

Die Welt wächst zusammen: Wissenswertes zum Megatrend Internationalisierung.



01 STEIL GEBAUT

Die längste Rolltreppe der Welt läuft in Hongkong. Der „Central Mid-Levels Escalator“ ist 800 Meter lang und überwindet 135 Höhenmeter. Wer stehend mitfährt, braucht dafür zwanzig Minuten.



02 VOLL ABGEHOBEN

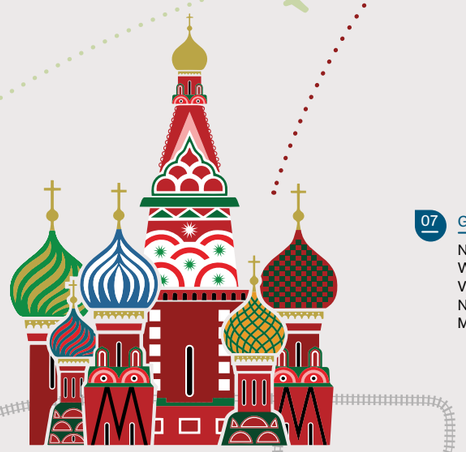
Mit 104 Millionen Fluggästen bei knapp 900.000 Starts und Landungen (2016) ist der Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport im US-Bundesstaat Georgia das größte Reisedrehkreuz der Welt.

03 TOTAL ANGESAGT

Zwar ist in etwa einem Drittel aller Länder Englisch Amtssprache. Mit 18 Prozent der Weltbevölkerung sprechen indes die meisten Menschen Chinesisch.

04 HIN – UND WEG

Fast 26 Millionen Gepäckstücke wurden 2016 nach Flugreisen als vermisst gemeldet. Bei 3,5 Milliarden Passagieren eine niedrige Quote, auch wenn die Betroffenen dies anders sehen dürften.



05 KURZ ANGEBUNDEN

Mit gut 3.000 Kilometern ist Moskau–Nizza die längste direkte Zugverbindung durch Europa. Die Fahrt dauert rund 50 Stunden.

06 HEISS GELIEBT

Weltmeister im Kaffeetrinken sind die Finnen. Der Pro-Kopf-Verbrauch liegt bei einem Kilogramm pro Monat. US-Bürger konsumieren nur ein Drittel dieser Menge (4,2 Kilo im Jahr), die Deutschen gut die Hälfte (6,4 Kilogramm im Jahr).

07 GUT DRAUF

Norwegern geht es gut. Laut World Happiness Report der Vereinten Nationen leben in Norwegen die glücklichsten Menschen.

08 REICH BESCHENKT

Die Fontana di Trevi in Rom zieht Touristen magisch an. Täglich werfen sie rund 3.000 Euro in den Brunnen, meist über die rechte Schulter. Das soll Glück bringen.

09 GERN GELESEN

In jeder französischen Stadt gibt es eine Victor-Hugo-Straße. Die Franzosen verehren den Schriftsteller aus dem 19. Jahrhundert als größten Autor überhaupt.

10 TEUER BEZAHLT

In Stuttgart kostet der Kilometer im Taxi zwischen 1,90 und 2,40 Euro. Zum Vergleich: In Paris sind es tagsüber 1,05 Euro, nachts 1,27. In New York zahlt der Fahrgast je Kilometer 1,56 Dollar.

11 SELTEN GERN

Warum trinken so viele Reisende im Flugzeug Tomatensaft? Weil ihr Geschmackssinn verrücktspielt. Durch den niedrigen Luftdruck auf Flughöhe sinkt der Sauerstoffpartialdruck im Blut. Das dämpft auch den Geschmackssinn. Salz etwa nimmt die Zunge um 20 bis 30 Prozent schwächer wahr. So wird Tomatensaft im Himmel zum Hochgenuss, während er am Boden kaum jemandem schmeckt.

13 VIEL UNTERWEGS

Im Jahr 2016 gaben deutsche Unternehmen für Geschäftsreisen 51,6 Milliarden Euro aus.

12 GEFÄHRLICHE ECKEN

Fenster sind in Flugzeugen meist oval oder an den Ecken stark gerundet. Eckige Fenster führten in den Fünfzigerjahren mit zunehmender Flughöhe immer wieder zu Abstürzen. Grund: Die Dehnung des Flugzeugrumpfes durch den Überdruck in der Kabine ließ an den Fensterecken Haarrisse entstehen. Mit der Zeit gaben die Ecken nach, die Fenster barsten, und mit ihnen der ganze Rumpf.

14 GUT GERATEN

Weltweit gibt es gut 700 Airlines. Im folgenden Logo-Quiz suchen wir fünf. Erkennen Sie sie?

A

B

C

D

E

A: Singapore Airlines (Singapur)
B: Hawaiian Airlines (Hawaii)
C: Cathay Dragon (China)
D: Delta Air Lines (USA)
E: Vietnam Airlines (Vietnam)

Quellen: **01** www.travelontoast.de; **02** https://en.wikipedia.org; **03** www.laenderdaten.info; **04** www.stern.de; **05** The Travel Book, 2011; **06** www.kaffee4life.de; **07** World Happiness Report 2017; **08** The Travel Book, 2011

Quellen: **09** The Travel Book, 2011; **10** www.taxi-rechner.de; **11** Swiss Magazin, 2016; **12** www.travelbook.de; **13** www.statista.de; **14** www.webdesignerdepot.com

MEXIKO

Land in Sicht

Pioniere müssen abenteuerlustig sein. Und furchtlos. Wie das Team, mit dem Wörwag in Mexiko Neuland betritt. Einer von ihnen ist Projektmanager Giuseppe Polito. Seine erste Reise nach San Luis Potosí wird zur erfolgreichen Entdeckertour.

Text: Michael Thiem; Fotos: Toby Binder

Neuer Standort: In San Luis Potosí betreut Projektmanager Giuseppe Polito den Aufbau der mexikanischen Wörwag-Tochter.

Flexibel: Per Mobilgerät lässt sich an vielen Orten arbeiten, etwa im Café Pacific im Zentrum von San Luis Potosí.

Auf Erkundungstour: Im Stadtzentrum von San Luis Potosí herrscht nicht nur vor der Kathedrale buntes Treiben.

Mexiko ist bunt, lebenslustig, feurig. Wie das Land, so die Küche. Giuseppe Polito hält inne. Seine Abenteuerlust endet, wo der Geschmack versagt und der Mund brennt. Im Restaurant „El Pozole“ in San Luis Potosí gibt es nicht nur den gleichnamigen Eintopf, sondern auch Antojitos – pikante Snacks. Polito, gebürtiger Italiener mit sizilianischen Wurzeln, ist für Wörwag nach Mexiko gereist, um beim Aufbau der Landesgesellschaft zu helfen. Jetzt taucht er einen Taco in eine der vier Moles auf dem Tisch. Empieza la aventura. Das Abenteuer des Projektmanagers beginnt heftig. Die Dipvarianten aus grünen Jalapeños, Ancho-Chilis und Tepins, der kleinen, runden Urform der Chilis, sind extrem scharf. Wie fast alles. Selbst in kleinsten Dosen. „Lecker, sehr lecker. Aber man muss aufpassen, dass man nicht zu tief eintunkt“, findet Polito, der in den nächsten Tagen noch viele neue Eindrücke sammeln wird. Denn hier betreten er und Wörwag Neuland. Nicht nur im Restaurant gilt: Manches muss man einfach probieren.

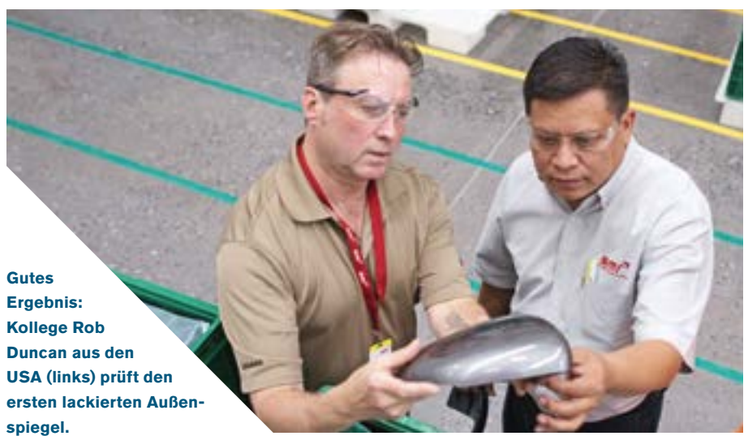
Wörwag gründet in Mexiko eine Landesgesellschaft. Das erste Büro wird in Rekordzeit eröffnet.

Als Hauptgang wählt Polito Enchiladas in Tamarinde, einer fast süßlichen, nur leicht scharfen Soße. Risikominimierung. Mit am Tisch sitzen Rob Duncan, Wörwags kaufmännischer Leiter in Nordamerika, sowie Nahum García. Der technische Kundenbetreuer ist der erste mexikanische Mitarbeiter im neuen Team. Grinsend taucht er einen Taco besonders tief in die Mole. Heute Morgen standen sich die drei Kollegen im Hotel erstmals gegenüber. Davor lief der Kontakt über E-Mail, Telefon oder Skype. Vernetzung ist entscheidend, um internationale Großprojekte auf die Beine zu stellen. Nach gut 26 Stunden war Polito am Vorabend von Stuttgart über Paris und Mexiko-Stadt in San Luis Potosí eingetroffen. Gemeinsam mit Duncan und García leistet er hier Pionierarbeit – bei Kunden, Dienstleistern und beim Aufbau des Betriebs.

Keimzelle auf 16 Quadratmetern

Der erste Meilenstein auf diesem Weg war die Eröffnung eines Büros. Es befindet sich in einem Etagenhaus auf einem weitläufigen Gelände im Gewerbepark „Integra“ an der Eje (Achse) 110, knapp zehn Kilometer vom Ortskern nach Südosten. Vorbeirauschende Lastwagen wirbeln mächtig Staub auf. Als der Wachmann die große Stahltür einen Spalt breit öffnet, zeigt er sich überrascht. „Wohin wollen Sie? Zu Wörwag? Da muss ich schauen“, entgegnet er freundlich, aber bestimmt. Besucher hat Wörwags jüngste Tochter noch selten – obwohl zwei Firmenschilder an der Außenmauer bestätigen, dass die Adresse stimmt. Dann dürfen die Kollegen eintreten.

Die Geschäftsstelle gibt es seit Anfang des Jahres. Noch ist sie auf ihren kaum 16 Quadratmetern eher Keimzelle denn Schaltzentrale. Der Eckschreibtisch wirkt für den →



Gutes Ergebnis: Kollege Rob Duncan aus den USA (links) prüft den ersten lackierten Außenspiegel.

→ Raum zu groß, der Einbauschrank steht noch fast leer. Fax, Telefon, Netzwerkkabel, Büromaterial. Ein einziger Anschluss. Er gehört José Saldivia. Der Leiter der Geschäftsstelle weilt jedoch gerade in Chile. Dort hat er zuletzt gearbeitet und muss vor dem Umzug nach Mexiko diverse Ämter aufsuchen. Bis der Laden läuft, sind allerlei Hürden zu nehmen. „Den ersten Schritt haben wir getan“, bestätigt Duncan. „In den neuen Standort investieren wir viel Zeit. Das ist sehr spannend.“ Allen ist aber klar: Vor ihnen liegt noch mehr Arbeit als hinter ihnen.

Ein Schlüssel zum Erfolg sind die richtigen Partner, darunter der Logistiker Reis, knapp sieben Kilometer von Wörwag Mexiko entfernt. Er organisiert den Vertrieb der Produkte, die noch überwiegend aus dem Werk

Von Anfang an stellt Wörwag die Weichen auf Wachstum. Dazu braucht es die richtigen Partner.

Lafayette in den USA stammen. Die 2004 gegründete Logistikfirma betreibt in Zentralmexiko neun Lagerhallen und beschäftigt 220 Mitarbeiter.

Geschäftsführer Alejandro Reynoso freut sich über den Besuch von Wörwag. Polito: „Wir brauchen diesen Logistikdienstleister, um unsere Produkte von Mexiko aus zu vertreiben.“ Und Duncan ergänzt: „Reis verfügt über viel Erfahrung auch mit unseren Kunden.“ Die Weichen bei Wörwag stehen in Mexiko auf Wachstum, die Lagerfläche lässt sich in Zukunft erweitern, etwa zur Aufnahme von Material für die künftige Produktion. Der erste Liefertermin kann kommen. Die Kollegen haben ihre Hausaufgaben gemacht.

In San Luis Potosí gibt es wenig Tourismus, aber dennoch viel zu entdecken – zum Beispiel Schokoladenpralinen mit leckeren Füllungen.

Nahum García (Foto) ist der erste Mexikaner, den Wörwag in San Luis Potosí eingestellt hat. Geschäftsführer José Saldivia stammt aus Argentinien.

Gut geplant: Mit Logistikpartner Reis werden Einzelheiten der Zusammenarbeit geregelt. Er sorgt dafür, dass die Produkte von Mexiko aus pünktlich beim Kunden eintreffen.

Gute Partner: Der Vertrag mit Plastic Omnium ist unterzeichnet.

Kontakte knüpfen

Auch Polito ist bereit. Der 37-Jährige beherrscht die Rolle des Pioniers. Schon 2008 half er, die Wörwag-Fabrik im chinesischen Langfang aufzubauen. Eine fordernde, aber auch fördernde Erfahrung, gehört der gelernte Chemiewerker, Töner, Industriemeister und Laborant doch mittlerweile zu denen, die bei länderübergreifenden Projekten die Fäden ziehen. Mitte 2011 wechselte er als Regionalmanager in die technische Zentrale, aus der vor eineinhalb Jahren das Internationale Projektmanagement hervorging. Als er sich auf die Fahrt zum Automobilzulieferer Samvardhana Motherson Reflectec (SMR) macht, hat er neben Laptop, Schutzbrille und Sicherheitsschuhen eine Packung Kekse im Gepäck: „Man weiß ja nie, wie lange es dauert.“ Wer Großes leisten möchte, muss auch auf Details achten.

Durch die Scheiben des Besprechungsraums bei SMR ist die Lackieranlage zu sehen. Gerade steht das Band. Die Tests verlaufen aber positiv. Polito und Duncan nehmen die ersten Außenspiegelschalen im Farbton Mountaingrey unter die Lupe. „Das sieht sehr gut aus“, urteilt der Projektmanager. Dank engem Kontakt zum deutschen Hersteller wurde das Substrat bereits in Stuttgart geprüft, einige Parameter der Lackierung gleich dort eingestellt. Je genauer Absprachen und Prozesse eingehalten werden, desto zufriedener der Autobauer. Davon profitieren auch Wörwag und SMR. „In Mexiko wollen wir uns nur noch um Feinheiten kümmern“, erklärt Polito.

Die eingespielte Partnerschaft ist bei einem Großauftrag wie diesem essenziell. Doch Polito erreicht noch mehr: Zur Abwicklung →

Die ersten Wörwag-Produkte harren in Mexiko ihrer Auslieferung. Duncan, Polito und García (von rechts) sind zufrieden.

→ nennt ihm SMR-Manager Manuel García einen festen Ansprechpartner. „Der Besuch hat sich gelohnt“, freut sich der Projektleiter. „Solche Kontakte sind das A und O, denn letztlich arbeiten hier Menschen zusammen. Darum brauchen wir den direkten Draht zu den Entscheidern. Und den müssen wir manchmal vor Ort knüpfen.“

Dass tags darauf ein besonderer Termin ansteht, ist den Wörwag-Kollegen schon beim Frühstück anzusehen: weißes Hemd, dunkle Hose, Laptop aufgeladen, Notizen,

Die Entscheidung trifft stets der Mensch. Darum ist ein guter Draht zum Kunden wichtig.

Checkliste. Damit das Hemd weiß bleibt, gibt es heute weder vor Ahornsirup triefende Pancakes noch Rührei und Würstchen mit Tomatensoße. Um die wichtigste Station der Geschäftsreise pünktlich zu erreichen, planen Polito und Duncan zwei Stunden Puffer ein. Nahum García setzt sich ans Steuer. Den Weg zu Plastic Omnium kennt er auswendig. →

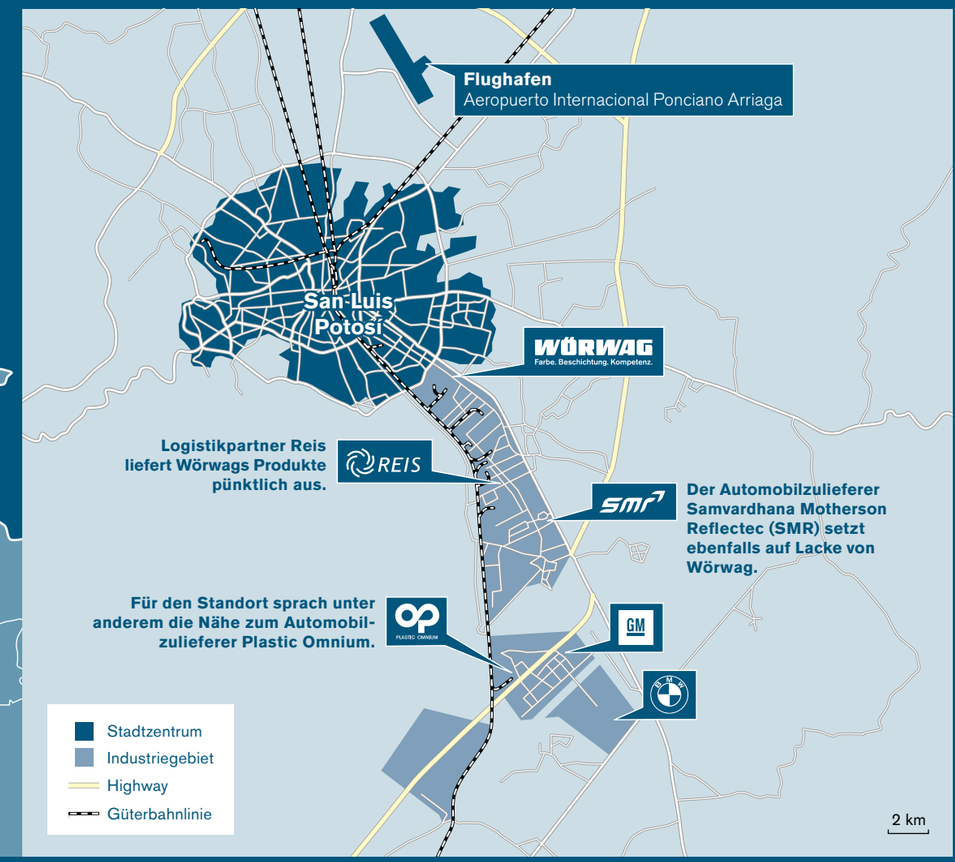
SAN LUIS POTOSÍ

Die Wüste boomt

Normalerweise liegen in Hotels Flyer und Karten mit Tipps zu touristischen Highlights aus. In San Luis Potosí ist das anders. Hier gibt es stattdessen Broschüren zu derzeit 18 Industriegebieten. Allerdings kommen die Herausgeber mit dem Drucken kaum nach. Rund 400 Kilometer nördlich von Mexiko-Stadt auf 1.850 Metern über Seehöhe gelegen, wirkt die Wüstenmetropole wie ein Magnet. Ihre vorteilhafte Lage im sogenannten goldenen Dreieck, bestehend aus der Hauptstadt sowie Monterrey und Guadalajara, zieht seit Jahren Firmen aus der ganzen Welt an, vor allem Automobilbauer und deren Zulieferer. In der Metropolregion San Luis Potosí leben fast eine Million Menschen und prosperieren rund 600 Unternehmen, darunter Thyssenkrupp, Daimler, Continental, Audi, BMW. Voraussichtlich ab 2019 werden die Münchner in einem neuen Werk jährlich 150.000 Autos bauen.

Heute liegt Mexiko bei der Automobilproduktion im Weltvergleich auf Rang sieben. Zahlreiche Freihandelsabkommen, niedrige Löhne und die Nähe zum riesigen US-Markt haben dies ermöglicht. Von San Luis Potosí sind es bis Laredo in Texas nur 730 Kilometer.

Touristisch spielt die Stadt keine Rolle. Im alten Ortskern finden sich noch Spuren ihrer Geschichte als Silberminenstadt. Benannt ist sie nach dem heiliggesprochenen König Ludwig IX. von Frankreich und der Silberstadt Potosí im heutigen Bolivien. Dem Wirtschaftsboom folgt eine Aufwertung der Infrastruktur. Gerade wird der Aeropuerto Internacional Ponciano Arriaga vergrößert, in den Vororten entstehen zahllose Wohnungen sowie Einkaufszentren nach amerikanischem Vorbild.



Florierende Industriestadt: San Luis Potosí zieht Unternehmen aus der ganzen Welt an. In der Metropolregion leben mehr als eine Million Menschen.

Bekanntes Bild: Auch in Mexiko sind die markanten Farbtontafeln im Einsatz. Die ersten Probelackierungen verlaufen gut.

➜ Seit Mitte März bei Wörwag, arbeitet der 28-Jährige meist am Standort des Kunden. Präsenz gehört in diesem Fall zum Service. Allein deswegen zog García aus dem zwei Autostunden entfernten Calvillo nach San Luis Potosí. „Ich habe hier ein neues Leben begonnen“, so der Sunnyboy. „Bei Wörwag fühle ich mich wohl. Es ist ein Familienunternehmen. Hier muss ich keine Uniform tragen, die Kollegen sind alle sehr nett und ich lerne täglich dazu.“

Bei Plastic Omnium steuert García das Wartezimmer an. Natürlich sind sie zu früh. Bis zu den abschließenden Vertragsverhandlungen bleiben anderthalb Stunden. Der Besprechungsraum im ersten Stock ist abgedunkelt, damit die Folien, die Polito an die Wand wirft, besser zu lesen sind. Es ist kühl, knapp 20 Grad, die Atmosphäre dennoch freundlich. Schnell löst sich die Anspannung. Fast achtzig Punkte werden besprochen: Freimengen, gesetzliche Vorgaben, Randbedingungen, Fristen, Zertifizierung, Ansprechpartner. Was sich vorab regeln lässt, wird fixiert. „Auch hier kommt es auf Teamwork an“, resümiert Polito und erntet Zustimmung. Alle Nachfragen können er und Duncan zur Zufriedenheit des Kunden beantworten.

Nach knapp zwei Stunden unterzeichnet Brian Crawford, Chefeinkäufer bei Plastic Omnium in Nordamerika, das Dokument, das bereits die Signatur der Wörwag-Geschäftsführer Dr. Peter Moritz und Dr. Achim Gast

Nahum García ist bei Wörwag der erste Mexikaner. Für ihn beginnt ein neues Leben.

trägt. „Dieser Abschluss ist ein Meilenstein beim Aufbau unserer Landesgesellschaft“, atmet Polito durch. Mit einem Abendessen ➜

INTERVIEW

„Bei null anzufangen, ist besonders reizvoll“

Neue Projekte, neue Kunden, neue Aufgaben: José Saldivias Mission in San Luis Potosí heißt Wachstum. Schließlich möchte der Geschäftsführer der mexikanischen Landesgesellschaft nicht allzu lange allein im Büro sitzen.

Interview: Michael Thiem

Herr Saldivia, Sie sind verheiratet, Vater dreier Kinder und haben 15 Jahre rund um den Globus für einen Chemiekonzern gearbeitet. Weshalb suchten Sie eine neue Aufgabe?
Gesucht habe ich nicht. Trotzdem war ich gleich Feuer und Flamme, als Wörwag auf mich zukam. Mich hat beeindruckt, wie enthusiastisch, professionell und zielstrebig die Firma einen neuen Betrieb aufbaut. Von Anfang an war ich mir sicher, dass es spannend würde.

Demnach fiel Ihnen die Entscheidung leicht?
Ja. Hier bei null anzufangen, finde ich besonders reizvoll. Ich möchte beim Erfolg dieses Teams dabei sein.

Der Aufbau beginnt gerade. Fühlen Sie sich wie ein Abenteurer, der täglich Neues entdeckt?
Am Anfang war das sicher so. Aber mir geht es hier sehr gut. Mexiko ist das erste Land, in dem ich mich als Argentinier sofort heimisch fühlte. Das liegt an der Sprache und der ähnlichen Kultur. Mexikaner und Argentinier haben viel gemeinsam. Es gibt aber auch Unterschiede. Das macht die Beziehung interessant.

Also sind Sie eher ein Pionier?
Vielleicht. Allerdings bin ich beim Aufbau nicht allein. Die Unterstützung durch die Kollegen in Deutschland und den USA ist großartig.

Wie wurden Sie in die Wörwag-Familie aufgenommen?
Unter anderem war ich drei Wochen in Stuttgart, wo man mich sehr herzlich empfing. Nie fühlte ich mich als Neuling. Alle waren nett und hilfsbereit. Dort habe ich mich in die strategische Ausrichtung und die Prozesse gründlich eingearbeitet. Jedes Unternehmen tickt anders, Familienbetriebe sowieso. Bei Wörwag stehen Vertrauen und das Gefühl der Zusammengehörigkeit hoch im Kurs. Jeder Mitarbeiter ist wichtig.

Was waren Ihre ersten Maßnahmen als General Manager in San Luis Potosí?
In Lateinamerika ist Mexiko der wichtigste Markt. Obwohl wir hier Neuland betraten, hatte das Internationale Projektmanagement schon viel Vorarbeit geleistet. Wichtig war, möglichst schnell die Rechtslage zu klären. Wir mussten auch rasch einen Entwickler finden, der den Kontakt zu den Kunden hält. Die US-Kollegen Mike Grandy und Rob Duncan haben mir bei der Suche nach Neukunden ebenso sehr geholfen wie Dewi Paino, der als Director Business International in Frankreich den Kunden Plastic Omnium betreut.

Ihr Fazit fällt also positiv aus?
Absolut. Alle wissen: In Mexiko können wir uns nur durch Wachstum behaupten. Mit harter Arbeit und einer klaren Strategie werden wir hier viel erreichen.

Worauf kommt es dabei am meisten an?
Wir kennen die Qualität unserer Produkte. Und unseren Service. Wenn wir unsere Kunden davon überzeugen, ist das die beste

„In Mexiko können wir uns nur durch Wachstum behaupten. Dazu müssen wir unser Team vergrößern.“

Referenz. Deshalb müssen wir Lieferanten finden, die diesen Weg mitgehen und uns helfen, Spitzenqualität zu bieten. Zudem müssen wir unser Team vergrößern.

Das heißt, Sie möchten im Büro nicht mehr lange der Einzige sein?
Nein. Ich gehe davon aus, dass ich bald in guter Gesellschaft bin.

Spontane Verlängerung: Nach einer Woche reist Polito nicht nach Hause, sondern weiter zum Werk Lafayette im US-Bundesstaat Indiana.

➜ im „La Mansió“ klingt der für beide Seiten produktive Tag bei Steak, Fisch und Bier aus. Kurz vor dem Schlafen schickt Polito aus dem Hotelzimmer eine Erfolgsmeldung nach Deutschland. Dann löscht er das Licht. ¡Buenas noches!

Feierabend mit Weitblick: Giuseppe Polito, Rob Duncan und Nahum García in der Bar.

Am nächsten Tag lässt sich Polito im Taxi ins Zentrum von San Luis Potosí fahren. Bis zum Weiterflug an den Produktionsstandort Lafayette hat er etwas Freizeit. Für seine beiden Söhne sucht er Mitbringsel. Er kauft zwei Mützen. Anschließend trifft er sich mit Duncan und García in „La Agustina“, einer Bar im ersten Stock mit Blick auf die Plaza del Carmen, das pulsierende Herz der Stadt. Die Stimmung ist gut, das Projektteam aus Mexiko, Deutschland und den USA hat sich bewährt. „Es ist ein tolles Gefühl, wenn man das Wachstum der Firma vorantreiben kann“, strahlt Duncan und prostet den Kollegen zu. „Wir gründen hier einen neuen Zweig der Wörwag-Familie.“ Die Blicke folgen dem Sonnenuntergang. Aus den Straßen dringen Musik, tobende Kinder und hupende Autos ans Ohr. Wieder stehen Moles und Tacos auf dem Tisch. Diesmal greift Polito beherzt zu. An manches gewöhnt man sich ziemlich schnell. ■

Erst kauft Polito Mitbringsel für seine Jungs, dann genießt er den Feierabend mit den Kollegen.

INTERNATIONALES PROJEKTMANAGEMENT

Mit leichtem Gepäck

Grenzen überwinden und dabei den Überblick behalten: Wenn Wörwag neue Märkte erschließt, sind die Kollegen vom Internationalen Projektmanagement auch fern der Heimat gefordert. Ein Leben aus dem Koffer – zwischen Improvisation und Detailplanung.

Text: Michael Thiem; Fotos: Rafael Krötz

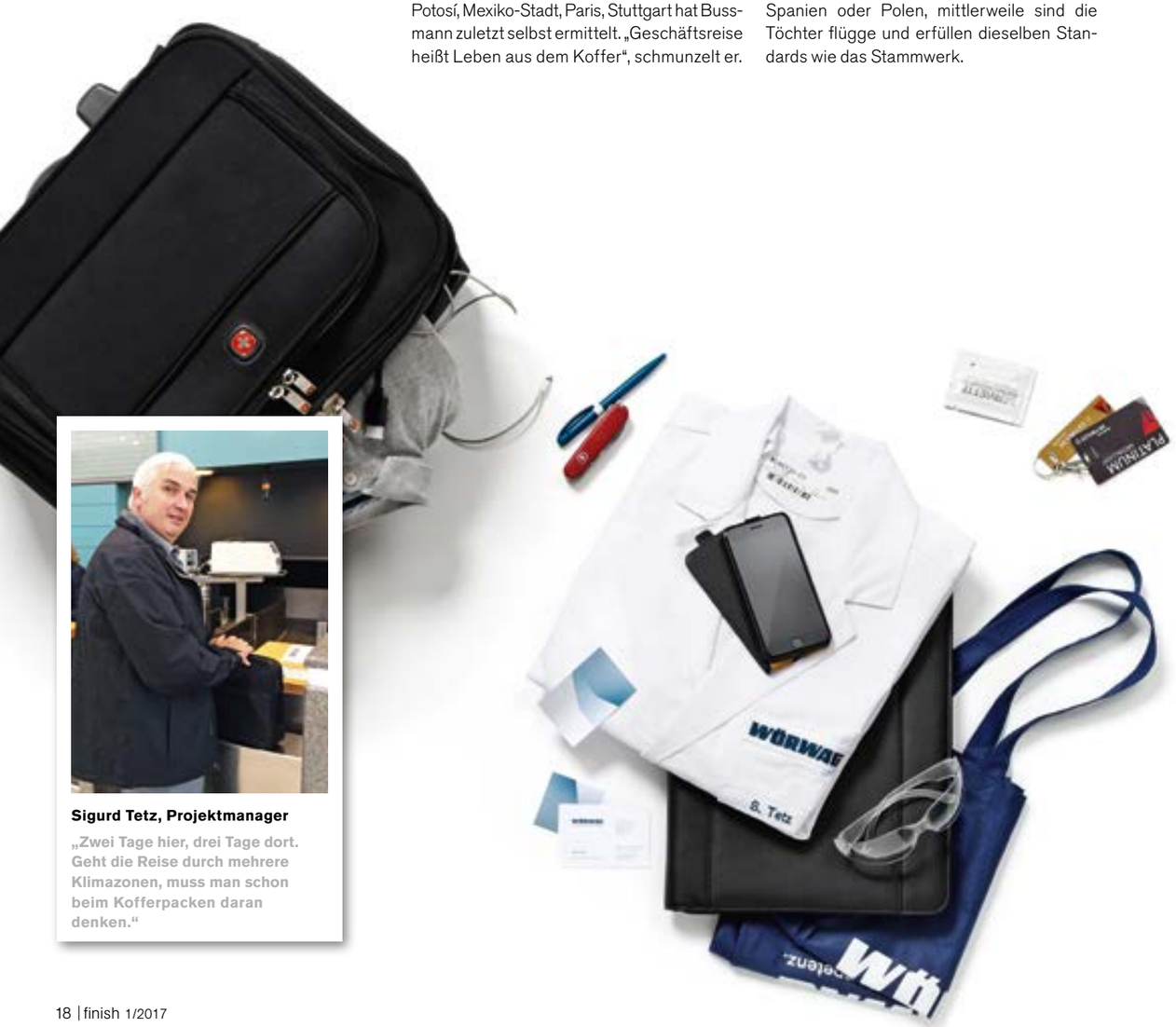
Kaichen Li, Projektmanager

„Wenn ich nach China reise, ist das in erster Linie mein Job, weniger eine Rückkehr in die Heimat. Im Gepäck habe ich stets Instant-nudeln und eine Thermosflasche.“

Drei Dinge braucht Georg Bussmann: Nassrasierer, Kreditkarte sowie Kopfhörer, die im Flugzeug den Lärm ausblenden. Dieses Notgepäck hat dem Leiter des Internationalen Projektmanagements bei Wörwag schon oft aus der Patsche geholfen: rasieren, Hotel und Essen zahlen, entspannen. Selbst wenn nach der Landung der Koffer fehlen sollte. Wer schlank packt, bekommt zwei Anzüge, acht Hemden und Unterwäsche ins Handgepäck. Behauptet Bussmann. Reisen heißt improvisieren. Zwanzig Jahre Erfahrung und eine gute Million Flugmeilen helfen dabei.

„Mit fast jedem Projekt betreten wir Neuland. Aber wir dürfen es selbst gestalten. Dadurch bleibt die Aufgabe spannend“, strahlt der 43-Jährige, der rund zehn Wochen im Jahr für Wörwag um den Globus düst. Inzwischen könnte er ein Buch schreiben. Oder im Reisebüro aushelfen. Die beste Verbindung aus acht Flügen in sieben Tagen auf der Route Stuttgart, Paris, Detroit, Spartanburg, Dallas, San Luis Potosí, Mexiko-Stadt, Paris, Stuttgart hat Bussmann zuletzt selbst ermittelt. „Geschäftsreise heißt Leben aus dem Koffer“, schmunzelt er.

Reisen ist Teil der Beschreibung seines Arbeitsplatzes. Wo immer Wörwag in den letzten Jahren einen Markt erschloss, war Bussmann beteiligt. Gerade das Auslandsgeschäft ist seit Ende der Neunziger enorm gewachsen. Im Jahr 2000 gründete Wörwag das Werk Lafayette im US-Bundesstaat Indiana, drei Jahre später die Fabrik im chinesischen Langfang. Bussmann arbeitete Laboranten ein, bediente Perlmühlen, besuchte Kunden. Im Fokus stand die Vermittlung des Fachwissens. Ob USA, China, Südafrika, Spanien oder Polen, mittlerweile sind die Töchter flügge und erfüllen dieselben Standards wie das Stammwerk.



Sigurd Tetz, Projektmanager

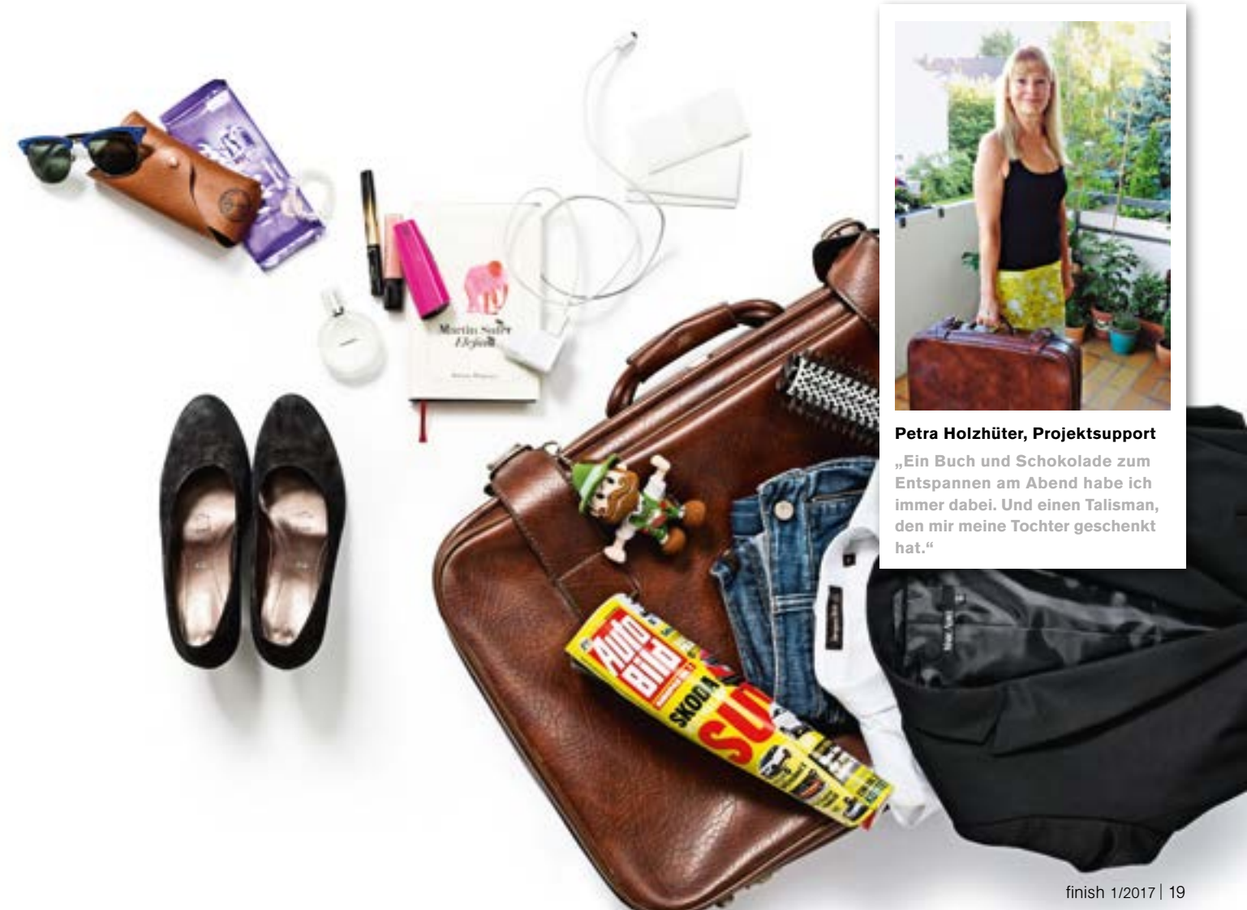
„Zwei Tage hier, drei Tage dort. Geht die Reise durch mehrere Klimazonen, muss man schon beim Kofferpacken daran denken.“

Anfang 2016 zog Wörwag aus dieser Entwicklung organisatorische Konsequenzen: Aus dem primär technisch ausgerichteten „International Technology Management“ wurde das Internationale Projektmanagement (IPM) als Schaltzentrale für Großprojekte mit Bezug zum Ausland. Angezeigt war dieser interne Strukturwandel deswegen, weil die operative Arbeit weniger, die Planung hingegen immer komplexer wurde. „Die Neuausrichtung der Abteilung erleichtert es uns, Abläufe effektiver und rationeller zu gestalten“, sagt Bussmann. Software wie Sharepoint oder Excel ersetzt Laborkittel und Lackierpistole. Deshalb wurden alle Mitglieder der Abteilung zu Projektmanagern fortgebildet und zertifiziert. „Ohne die neuen Strukturen hätten wir die jüngsten Projekte sicher nicht so gut bewältigt.“

> „So ein Job geht nur, wenn die Familie hinter einem steht.“
>
> Sigurd Tetz

Das trifft auch auf den Vorstoß nach Mexiko zu. Den Brückenkopf, so Bussmann, habe eine kleine Truppe in Rekordzeit errichtet. Jetzt beginne die Detailplanung. Deren Schwerpunkt bildet die Koordination aller von einem Projekt betroffenen Kunden, Lieferanten und Kollegen. „Ein professionelles Projektmanagement ist bei den Aufgaben, die auf uns zukommen, unerlässlich“, betont Bussmann. „Die Kunden stellen sich zunehmend dezentral auf, die Anforderungen eskalieren und wir brauchen Verantwortliche, die den Überblick behalten.“

Einer davon ist Giuseppe Polito. In Mexiko betreut der 37-Jährige unter anderem einen Stammkunden, der nach Mittelamerika expandierte. Das IPM bildet in dem länderübergreifenden Projekt die Schnittstelle zwischen →



Petra Holzhüter, Projektsupport

„Ein Buch und Schokolade zum Entspannen am Abend habe ich immer dabei. Und einen Talisman, den mir meine Tochter geschenkt hat.“

➜ der Wörwag-Zentrale in Zuffenhausen, dem Werk in Lafayette, dem Kunden in Mexiko sowie der mexikanischen Produktion eines deutschen Automobilbauers. Polito: „Entscheidend ist, dass wir unsere Lacke zum Kunden bekommen. Deshalb bewerten wir im IPM bei der Umsetzung der Projekte jeden Schritt."

Auch Sigurd Tetz, der seit 1989 bei Wörwag arbeitet und an der Gründung der Auslandstöchter mitwirkte, kann hier seine Erfahrung ausspielen. „Als Pionier reiste ich von Land zu Land", erinnert sich der 55-Jährige. Erst USA, dann Spanien, China, Südafrika. „Nie wusste ich, was mich erwartete, weder sprachlich noch kulturell", sagt Tetz, der zeitweise von einem Tag auf den anderen den Abflug machte. „So ein Job geht nur, wenn die Familie hinter einem steht", weiß er. Geplante vierzehn Tage USA verlängerten sich mitunter auf vier Wochen. „Planen" hieß immer auch spontan sein. Wenn man ihn brauchte, war Tetz da.

Kaichen Li, bei Wörwag seit November 2014, hat neben der Projektarbeit zwei weitere Herausforderungen zu meistern: Schwäbisch verstehen und die Lacksprache lernen. Der Chinese ist Quereinsteiger. Der heute 30-Jährige kam im Alter von 14 nach Deutschland, in Essen studierte er Volkswirtschaft. Auf der Jobmesse „Chinese Talent Days" in Köln lernte er Wörwag-Geschäftsführer Dr. Achim Gast kennen. „Er war überrascht, dass ich so gut deutsch sprach", erinnert sich Li, der wenig später als Trainee nach Stuttgart ging.

„Geschäftsreise heißt Leben aus dem Koffer."

Georg Bussmann

Georg Bussmann, Leiter Internationales Projektmanagement:
„Bevor ich zum ersten Mal in ein Land reise, informiere ich mich über Kultur, Verkehrsmittel, Sicherheit und korrektes Verhalten."

Innerhalb kürzester Zeit eignete er sich nicht nur Grundwissen über seine schwäbische Wahlheimat an, sondern auch das Fachvokabular. „Bei Wörwag lerne ich enorm viel", freut sich Li. „Ich fühle mich hier sehr wohl." Besonders beeindruckt hat ihn die Unterstützung durch die Kollegen, ob im Labor oder in der Produktion. Als Muttersprachler ist Li bei der Weiterentwicklung des Chinageschäfts eine große Hilfe. Im Moment betreut er ein technisches Projekt zur Umsetzung der Rezepturen mit Rohstoffen aus China. Noch werden die meisten Zutaten aus Deutschland importiert. Dank Li hat sich zudem die Zusammenarbeit mit den Kollegen in Langfang vereinfacht.

An der Heimatfront

Zum IPM-Team gehört auch Petra Holzhüter. Die 62-Jährige unterstützt die Kollegen bei Planung und Organisation. Obwohl sie wesentlich seltener dienstlich verreist, dreht sich auch bei der gelernten Chemieingenieurin alles um Internationalisierung. Die Erfassung der Rezepturen und der Angaben für Datenblätter obliegt ihr ebenso wie die Pflege der Modelldatenbank. Auf die zentral hinterlegten Informationen können auch die Auslandsstandorte jederzeit zugreifen. „Ich unterstütze die Kollegen bei der Aufbereitung oder der Recherche der Daten", erklärt Holzhüter. „Dank meiner Laborerfahrung kann ich auch bei Entwicklungsfragen weiterhelfen."

An neuen Aufgaben mangelt es nicht. Neben Mexiko hat Wörwag weitere neue Märkte im Visier. Schon bald wird Bussmann also wieder den Koffer packen. Wenn er dabei an seine drei guten Dinge denkt, dürfte auch künftig alles klappen. ■

Giuseppe Polito, Projektmanager
„Manchmal gehört auch Werkzeug zum Gepäck, etwa ein Auslaufbecher zur Prüfung der Viskosität."

GRAFFITIKÜNSTLER

Er sprüht vor Bananen

Wer mit dem Sprühen von Bananen zur Legende wird, muss außergewöhnlich sein. Auf eine Banane mit dem Kölner Graffitikünstler Thomas Baumgärtel.

Text: Michael Thiem; Fotos: Petra Stockhausen

Farbtontafeln zum Testen neuer Lacke sind Massenware. Nach Gebrauch werden sie entsorgt. Eine solche Tafel verwandelt Thomas Baumgärtel in ein wertvolles Unikat. Geduldig verschiebt der Graffitikünstler seine Schablone, bis die Aussparung exakt so sitzt, wie er es sich vorstellt. Millimeter für Millimeter. Mit großen Muttern und Schrauben beschwert er die Vorlage. Dann legt er die Schutzmaske an, schaltet die Abluftanlage ein und greift zur Sprühdose. RAL-Farbton 1021, auf der Dose steht Cadmiumgelb. Einen Antrag, die Farbe in Bananensprayer-Gelb umzubenennen, lehnte der Hersteller mit Verweis auf technische Gründe ab. Baumgärtel schmunzelt.

Dann schüttelt er die Dose, führt mit dem Handgelenk zwei, drei Bewegungen zur Probe aus. Sobald er die Lockerheit spürt, drückt er ab. Ein, zwei, drei Mal. Erst kurze Sprühstöße, dann ein langer. Mit schwungvollen Gesten hüllt er die weiße Fläche in strahlendes Gelb. „Ich brauche keinen Reinraum“, erklärt Baumgärtel. „Bei mir muss Staub in der Luft hängen. Ich will Textur. Es darf nicht lackiert aussehen.“ Der erste Schritt zur Banane für Wörwag ist getan. Baumgärtel beobachtet die Reaktion genau. Noch erntet er skeptische Blicke. „Kunst muss wirken“, kommentiert er. „Sie ist weder schön noch hässlich. Es kommt allein auf die Wirkung an.“ →

→ Wir stehen in Baumgärtels Atelier im Leskanpark in Köln-Dellbrück. In einer alten Fabrik hat er hinter historischer Fassade auf 600 Quadratmetern seine private Bananenrepublik gegründet. Viel Raum für Kunstprojekte und krumme Dinger in allen Varianten: Bananen auf Leinwänden, Schablonen, Drucke, ein mit Bananen besprühtes Sofa. Zwischen Keilrahmen und hinter Regalen entdeckt der Besucher eine Bananenspur nach der anderen.

In aller Munde

Nein, betont Baumgärtel, bei ihm sei nicht alles Banane. Die Wortspiele rund um das Süßobst kenne er. Fast alle findet er überstrapaziert. Dass er manche nicht mehr hören könne, sagt er bewusst nicht. Schließlich ist die plakative Wirkung der Südfrucht seit dreißig Jahren sein Erfolgsrezept. Er nennt sich Bananensprayer, propagiert den Bananen-Pointilismus und verdient mit der „Volksbanane“ gutes Geld. Vermutlich hätte es auch mit einer anderen Frucht funktioniert, aber schließlich ist die Banane eine Handelsware, die selbst Politiker beschäftigt. So normt die Verordnung Nr. 2257/94 der Europäischen Union seit →

Bananenrepublik im 600 Quadratmeter großen Atelier im Leskanpark zu Köln.

Gelb regiert Thomas Baumgärtels Welt. In seinem Atelier in Köln hat er einen kleinen Bananenkosmos erschaffen.

Anti-Graffiti-Lack

Kein neues Produkt, aber nach wie vor gefragt: Wörwags Anti-Graffiti-Lack. Entwickelt wurde das Beschichtungspulver aus Polyurethan vor knapp zwanzig Jahren. „Das Produkt hat sich am Markt etabliert und im Einsatz bewährt“, sagt Michael Fiedler, Leiter der Pulverlackentwicklung.

Das Besondere an diesem Schutzlack ist, dass ihm weder Sprühfarben noch aggressive chemische Reiniger etwas anhaben können. Er verhindert, dass sich Farbe in die besprühte Fläche frisst und diese beschädigt. Entsprechendes gilt für die Reinigungsmittel, mit denen man Graffiti entfernt.

Für die Beseitigung von Graffiti gab allein die Deutsche Bahn in einem einzigen Jahr (2016) rund 8,6 Millionen Euro aus. Als Substrate begehrt sind bei den Tätern vor allem S-Bahnen, Nahverkehrs- und Güterzüge, Brückenpfeiler, Lärmschutzwände. Dass Züge mit der „Sprühkunst“ durchs Land rollen, mehrt den Ruhm der Sprayer.

Um dies zu kontern, beseitigt die Bahn die Malereien nach Möglichkeit binnen 24 bis 72 Stunden. Das ist mühsam, kostspielig und motivierte damals die Anfrage bei Wörwag. Das daraufhin gemeinsam entwickelte Produkt, ein Pulverlack für den Innenraum der Waggons, überzeugte durch Beständigkeit und moderaten Reinigungsaufwand.

MICHAEL FIEDLER *leitet bei Wörwag seit 2010 die Pulverlackentwicklung. Zur Erprobung des Anti-Graffiti-Lacks griff sein Team unter anderem zu Farbspray, Textmarker und Filzschreiber. „Schließlich müssen wir unseren Lack praxisnah testen“, erklärt Fiedler. Kaum fertig, wurden die „Kunstwerke“ auch schon entfernt.*

Banane für Wörwag: Auf eine leere Farbtontafel sprüht Baumgärtel eine „Metamorphose“ seiner Urbanane.

Thomas Baumgärtel

Lebenslauf
Thomas Baumgärtel wurde 1960 in Rheinberg im Ruhrgebiet geboren. Von 1985 bis 1995 studierte er an der Fachhochschule Köln Freie Kunst und an der Universität zu Köln Psychologie. Baumgärtel ist Vater zweier Kinder.

Entstehung der Banane
Während des Zivildienstes in einem katholischen Krankenhaus fiel Baumgärtel 1983 ein Kruzifix auf, dessen Jesusfigur fehlte. Ersatzweise kreuzigte er eine Bananenschale. Seither hält ihn die Faszination an der Frucht im Bann.

Projekte
Jeweils zwei Städte besucht Baumgärtel im Jahr, um dort Kunstorte mit seiner Banane auszuzeichnen. Doch auch auf anderem Terrain ist der 56-Jährige längst ein gefeierter Künstler. In vierzig Galerien stellt er jedes Jahr Gemälde, Grafiken und Plastiken aus.

Kontakt
www.bananensprayer.de
www.volksbanane.de

➜ 1995 Eigenschaften wie Farbe, Größe und Dicke. „Offenbar ist die Banane so wichtig, dass man sie regeln muss“, grinst Baumgärtel. Sein Markenzeichen genügt zwar formal der Norm, die nur Mindestmaße nennt, dürfte aber mit vierzig Zentimetern Länge und einer Mittendicke von acht weit über dem liegen, was man sich in Brüssel vorstellte.

Der zweite Sprühgang entscheidet. Erst die schwarzen Konturen verleihen dem Werk die markante Optik. Vorsichtig legt Baumgärtel eine neue Schablone auf die gelbe Farbfläche, greift sich die Dose, schüttelt und drückt wieder erst kurz, dann länger auf den Sprühkopf. Mit Heißluft wird die Farbe getrocknet und eingebrannt. „Fast wie beim Autolack, oder?“, fragt Baumgärtel. Ungeduldig wartet er darauf, dass er die Schablone abziehen kann: „Das ist der schönste Moment. Dann sieht man die Banane zum ersten Mal.“ Eine halbe Stunde dauert es aber noch. Zur Sicherheit. Damit nichts verwischt.

In den Anfangsjahren musste es schneller gehen. Wie es sich für einen Graffitikünstler ziemt, war Baumgärtel oft auf der Flucht. Mit vielen Sprühaktionen machte er sich strafbar. Einmal übernachtete er sogar in Untersuchungshaft. Wann und wo er erstmals seine Banane hinterließ, weiß Baumgärtel nicht mehr genau. Zu den ersten Orten gehörte 1987 das Kölner Museum Ludwig. Per Großfahndung wurde er noch in der Nacht geschnappt. „Im Polizeifunk hörte ich die Entwarnung. Über die Durchsage, es handele sich nur um eine gemalte Banane, muss ich heute noch schmunzeln.“ Im Kunsttempel selbst fand man das weniger witzig. Baumgärtel musste Strafe zahlen. Jahre später bat ihn der Museumsdirektor offiziell um eine Banane. „Das war eines der ersten Male, dass mein Stempel als Auszeichnung anerkannt wurde, die einen Ort zum Kunstort erhebt“, so Baumgärtel. Der Übergang vom Sachbeschädiger zum Kultsprayer gestaltete sich fließend.

Das Markenzeichen wird zur Kunstikone, zur Auszeichnung, die man sich verdienen muss.

Nicht käuflich

Mittlerweile hat Baumgärtel sein Qualitätssiegel weltweit fast 5000 Museen, Galerien und Ausstellungen aufgesprüht – von London über Paris und Zürich bis Moskau. Selbst am Guggenheim-Museum in New York hat er eine Spur hinterlassen. Viele fragen wegen der Banane bei ihm an. „Aber die kann man nicht kaufen. Man muss sie sich verdienen“, unterstreicht Baumgärtel. „Das Projekt ist ein psychologischer Projektionstest in der Kunst. Wie die Galerien und Museen mit der Banane umgehen, so gehen sie auch mit der Kunst um.“

Die Auszeichnung geht auf ein nichtkommerzielles Projekt aus seinem Psychologiestudium zurück. Wie beim Rorschachtest, bei dem die Reaktionen der Betrachter auf Tintenkleckse analysiert werden, beobachtete Baumgärtel die Blicke, Gesten und Aussagen, die seine Banane hervorrief. Jetzt gerade drücken sie Staunen und Freude aus. Der Künstler hebt die Schablone vorsichtig an, das Werk für Wörwag ist fertig. In Stuttgart wird es einen Ehrenplatz erhalten. Noch eine Signatur. Perfekt. Dieses Gelb spricht alle Sprachen. Baumgärtel lächelt. Der Mann sprüht vor Vergnügen. ■

Clever und smart

Industrie 4.0, Big Data, künstliche Intelligenz, Smart Home – aktuelle Techniktrends machen auch vor einer Farben- und Lackfabrik nicht Halt. Wörwags Produktentwickler greifen Innovationen auf und blicken für *finish* in die Zukunft.

Text: Daniela Renzo

Werden Lacke bald nur noch per Mausklick entwickelt?

Wir werden in Zukunft sicher mehr am Bildschirm arbeiten. Designer möchten jedoch immer etwas in der Hand halten und fühlen. Deshalb stehe ich der Simulation skeptisch gegenüber. Fürs Erste jedenfalls. Manches wird auch in zehn Jahren noch so sein wie jetzt. Trotzdem wird die Simulation immer wichtiger. Auf dem Weg zum neuen Produkt wird sie das entscheidende Werkzeug sein. Die Pigmente und Farbeffekte kennen wir ja. Zu jeder Kombination von Pigmenten errechnet der Computer im Farbraum eine Wirkungsmatrix.

Wir wissen immer mehr über die einzelnen Farbtöne und wie sie sich verändern, wenn wir zwei Pigmente mischen. Wir kennen die Mengen und deren Wirkungen. Wenn ich den Computer mit diesem Wissen füttere, kann ich die ganze Farbentwicklung simulieren und somit virtualisieren. Am schwierigsten ist das bei den optischen Effekten. Aber wir verstehen immer besser, wie unsere Basisrezepte mit Farbpasten und Effektpigmenten zusammenwirken. Virtuelle Werkzeuge helfen uns, die Ergebnisse stetig zu optimieren. Am Ende sind tatsächlich nur noch Mausklicks nötig.

Nicole Hörner Teamleiterin Design, Pigmente, Pasten

Kann der Autokäufer künftig seine Wunschfarbe selbst mischen?

Das Design der Wagenfarbe wird zur Standardfunktion des Fahrzeugkonfigurators. Dann kann jeder zu Hause am Bildschirm seinen Wunschlack mischen. Technisch wird das in einigen Jahren machbar sein. Onlinetools visualisieren die Farbe in 3D. In der Lichtkabine kann man heute schon das lackierte Bauteil mit einem virtuell beschichteten Pendant am Rechner vergleichen. Reale und virtuelle Welt sind so verbunden, dass jede Bewegung des echten Werkstücks auf dem Bildschirm nachvollzogen wird. So lassen sich Original und Abbild aus jedem Blickwinkel vergleichen.

Wir werden mehr Farbtöne haben, die Produktion wird schneller. Der Kunde dreht am Rädchen, sieht sofort den Farbton, schaut sich den Effekt in einer 3D-Simulation an, drückt auf den Knopf und die Rezeptur wird ausgespuckt. Das erfordert einen riesigen Datenpool. Dort ist auch hinterlegt, welche Kombination technisch möglich ist und welche nicht mehr funktioniert. Denn die Frage wird nicht mehr lauten, ob eine Farbe einfacher oder schwieriger herzustellen und zu applizieren ist, sondern nur noch, wie man sie am besten verarbeitet.

Jürgen Ortmeier Leiter Flüssiglack-Technologien

Dr. Alexander Gissel
Leiter Verfahrenstechnik, Werkstofftechnik, Analytik

Wie bringt man einem Lackierroboter das Denken bei?

In Zukunft verkaufen wir nicht einfach Lack in Dosen mit Etikett, sondern geben jedem Gebinde eine riesige Datenmenge mit: Material, Dichte, Pigmente, Festkörper. Damit arbeiten die selbstprogrammierenden Roboter der Lackieranlagen. Die Daten sind so mächtig, dass bereits die erste Lackierung passt. Wir peilen eine Losgröße von eins an. Dank künstlicher Intelligenz erkennt der Roboter von allein, welches Werkstück vor ihm steht. Er scannt das Teil, bestimmt die zu lackierenden Flächen, lackiert erst virtuell zur Probe, dann real und vermisst die Beschichtung. Stimmt die Lackdicke, kommt das nächste, gegebenenfalls komplett andere Bauteil an die Reihe. Damit das alles möglich wird, bauen wir schon heute Datenbanken auf. Wir verfolgen die Entwicklung sehr genau und betreiben auch hier Grundlagenforschung.

Wird irgendwann auch Kleidung lackiert?

Bei Funktionstextilien gibt es das im Grunde schon. Aber andere Trends sind für uns wichtiger. So werden bei faserverstärkten Kunststoffen immer öfter Naturfasern in die Matrix gebettet. Dafür müssen wir spezielle Lacklösungen anbieten. Und mit der Zunahme der Elektromobilität steigt in der Autoindustrie die Bedeutung des Leichtbaus. Leichtbau heißt Materialmix. Eine Karosserie besteht nicht mehr nur aus Aluminium oder Stahlblech, sondern auch aus vielen Kunststoffen, deren Eigenschaften sich sehr unterscheiden. Manche sind hart, andere flexibel. Wir brauchen Lacksysteme, die bei 60 bis 80 Grad härten. Für Hybridkarosserien müssen wir Basislacke oder Systeme entwickeln, die alles können.

Dr. Markus Schmidtchen Leiter Entwicklung funktionelle Lacksysteme

Stehen die Trockner der Lackieranlagen bald im Museum?

Nein. Aber Lacke, die bei Raumtemperatur schnell aushärten, sind ein spannendes Thema. Lacke, die auf diesem Weg aushärten, könnten nahezu gleiche Eigenschaften haben, wie bisher konventionell trocknende Systeme. Im Prinzip können wir so etwas heute schon formulieren. Aber noch leiden die Produkte an Kinderkrankheiten, die wir in den Griff bekommen müssen. Den Reiz macht dabei nicht allein die Kostenersparnis durch geringeren Energieaufwand bei der Lackierung aus. Auch im Arbeitsablauf und in der Logistik ergeben sich Vorteile. Vor allem bei der Beschichtung großer Land- und Baumaschinen wären solche Lacke sinnvoll. Eine Straßenwalze etwa ist mit den heutigen Lacksystemen in einer zehn Grad kühlen Werkshalle nur mit enormem Aufwand zu beschichten. Wenn das Trocknen entfällt, können wir dem Kunden ein viel größeres Prozessfenster anbieten. Er kann dann seine Bauteile bei gleicher Qualität unter wesentlich flexibleren Bedingungen lackieren.

Meike Kiraly Teamleiterin Klarlackentwicklung

Jürgen Ortmeier Leiter Flüssiglack-Technologien

Ist die Lackproduktion bald keine Kunst mehr?

Im Gegenteil: Vieles wird sich ändern. Die Herstellung von Lacken wird anspruchsvoller. Eine virtuell ermittelte Rezeptur sagt mir auf Kommastellen genau, wie viel ich von welcher Zutat brauche. Damit die Rechnung aufgeht, müssen wir extrem genau produzieren, sämtliche physikalischen Parameter der Halbfabrikate exakt vermessen, optimal einstellen und kontrollieren. Idealerweise ist die Produktion des Kunden mit unserer Lackherstellung vernetzt und die Daten werden in Echtzeit ausgetauscht. Trotz technischer Vernetzung wird der Mensch aber eine Hauptrolle behalten.

„Wir lassen unsere Produkte sprechen. Qualität überzeugt auch ohne große Worte. Ein weiterer Trumpf ist unsere Innovationskraft.“

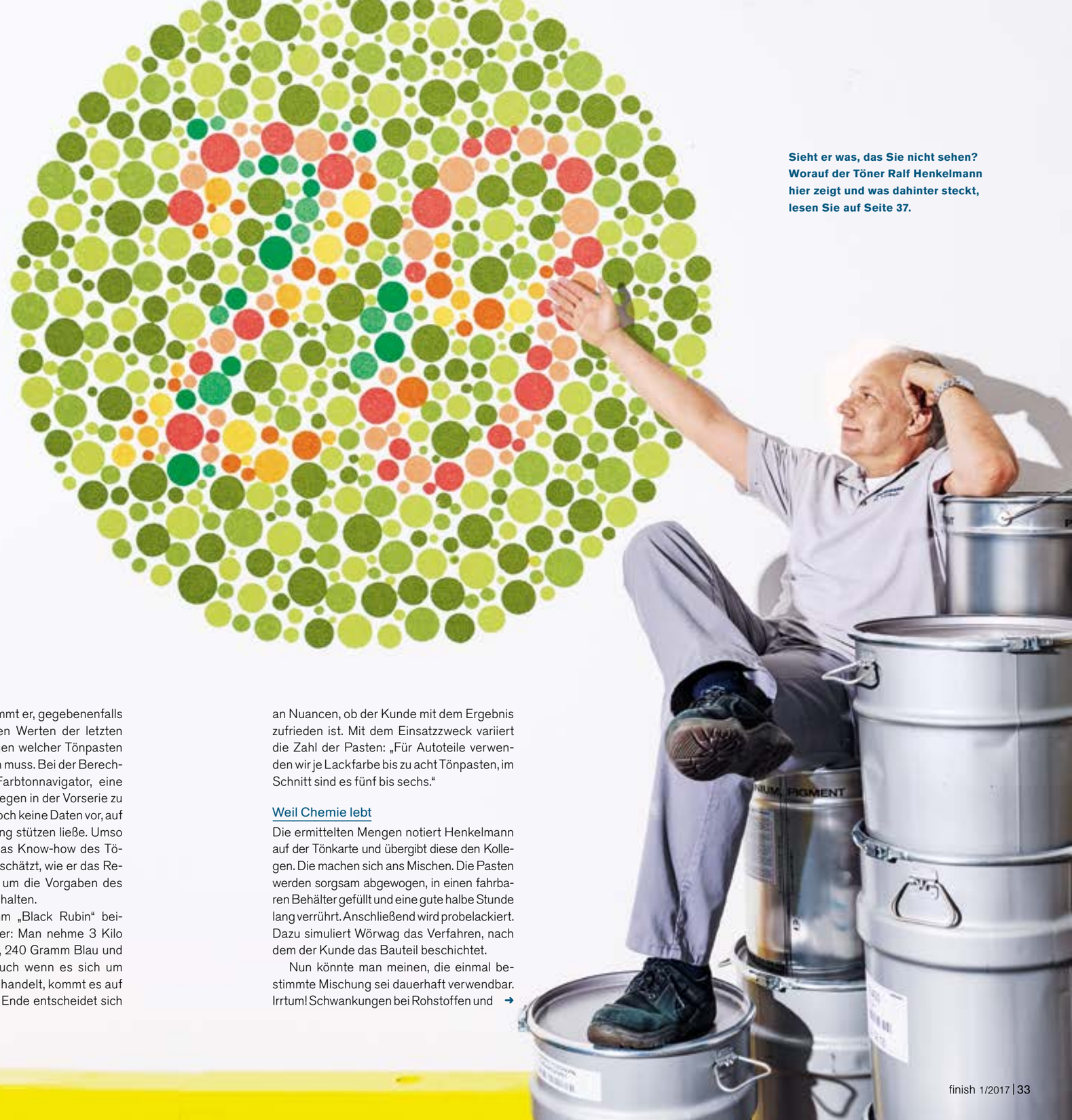
Dr. Peter Moritz Geschäftsführer

PRODUKTION

Der Herr der Farben

Wenn Ralf Henkelmann Hand anlegt, wird es bunt. In der Abteilung Vorserie verleiht sein Team Basislacken für Kfz-Anbauteile ihre Farbe. Einblicke in die faszinierende Welt des Tönens.

Text: Thorsten Schönfeld; Fotos: Florian Imberger



Sieht er was, das Sie nicht sehen? Worauf der Töner Ralf Henkelmann hier zeigt und was dahinter steckt, lesen Sie auf Seite 37.

Ralf Henkelmann sieht es auf den ersten Blick: „Etwas zu viel Blau“, konstatiert er und tippt mit dem Zeigefinger auf die linke der beiden gelb lackierten Farbtafeln. Er hebt sie auf Augenhöhe. Sie wirkt ein wenig dunkler als die andere. „Die rechte Tafel ist das Urmuster vom Hersteller, die linke unsere Probe“, erklärt er, setzt seine Brille wieder auf und lächelt. Wir stehen im Lichtkabinett im sogenannten Willingraum. Spezielle Lampen an der Rückseite sorgen für optimale Beleuchtung. Die mattgraue Polsterung der gegenüberliegenden Wand verhindert jegliches Reflektieren. Hier kontrolliert Henkelmann die Ergebnisse seiner Arbeit.

Er ist der Herr der Farben. Mit seinem achtköpfigen Team stellt der Töner in der Vorserie Basislacke für Kfz-Anbauteile her. „Wir bringen Farbe ins Spiel“, strahlt er. Und wie! Hier wird im Produktionsmaßstab gemischt. Die Lackmengen reichen von 200 Kilogramm bis fünf Tonnen. Am Anfang steht die Rezeptur. „Sobald die Kollegen aus der Bereitstellung die Viskosität des Lacks eingestellt haben, geben wir die Farbe dazu“, erläutert der 51-Jährige.

Alles eine Frage der Zutaten

Doch vor dem bunten Treiben steht die graue Theorie. Jedem Rezept liegt eine Tönkarte bei, die das Tönziel spezifiziert, den vom Fahrzeughersteller vorgegebenen Farbwert. Damit zieht sich der Leiter der Abteilung Vorserie in sein liebevoll „Kabuff“ genanntes Büro zurück.

Am Rechner bestimmt er, gegebenenfalls nach Abgleich mit den Werten der letzten Charge, welche Mengen welcher Tönpasten die Rezeptur enthalten muss. Bei der Berechnung hilft ihm der Farbtonnavigator, eine Software. Allerdings liegen in der Vorserie zu den meisten Farben noch keine Daten vor, auf die sich die Berechnung stützen ließe. Umso mehr kommt es auf das Know-how des Töners an. Henkelmann schätzt, wie er das Rezept anpassen muss, um die Vorgaben des Fahrzeugbauers einzuhalten.

Für 400 Kilogramm „Black Rubin“ beispielsweise ermittelt er: Man nehme 3 Kilo Schwarz, 6,5 Kilo Rot, 240 Gramm Blau und 840 Gramm Weiß. Auch wenn es sich um relativ große Mengen handelt, kommt es auf jedes Gramm an. Am Ende entscheidet sich an Nuancen, ob der Kunde mit dem Ergebnis zufrieden ist. Mit dem Einsatzzweck variiert die Zahl der Pasten: „Für Autoteile verwenden wir je Lackfarbe bis zu acht Tönpasten, im Schnitt sind es fünf bis sechs.“

Weil Chemie lebt

Die ermittelten Mengen notiert Henkelmann auf der Tönkarte und übergibt diese den Kollegen. Die machen sich ans Mischen. Die Pasten werden sorgsam abgewogen, in einen fahrbaren Behälter gefüllt und eine gute halbe Stunde lang verrührt. Anschließend wird probelackiert. Dazu simuliert Wörwag das Verfahren, nach dem der Kunde das Bauteil beschichtet.

Nun könnte man meinen, die einmal bestimmte Mischung sei dauerhaft verwendbar. Irrtum! Schwankungen bei Rohstoffen und ➜

Im Blick: Henkelmann weiß, welche Tönwerte er am Rechner einstellen muss, damit das Ergebnis bei der Sichtprüfung im Willingraum stimmt.

Im Eimer: Nach Henkelmanns Mengenangaben werden die Tönpasten aufs Gramm genau abgefüllt.

„Für Autoteile verwenden wir je Lackfarbe bis zu acht Tönpasten, im Schnitt fünf bis sechs.“

➜ Applikation erfordern, jede Charge jeder Farbe in der Vorserie stets aufs Neue zusammenzustellen. „Chemie lebt“, bringt es Henkelmann auf den Punkt. Deshalb verlangt seine Arbeit viel Erfahrung. Die hat er. Seit 1989 ist der gelernte Maler bei Wörwag in Zuffenhausen als Töner tätig. An die Anfänge erinnert er sich noch gut: „Daimler war der erste Autohersteller, der Kunststoffteile farbig lackierte. Los ging es damals mit drei, vier Farben.“ Heute laufen täglich 15 bis 20 Lacke durch seine Abteilung.

Farbe ist seit jeher Henkelmanns Leidenschaft. Das merkt man. Sein Enthusiasmus steckt an, die Kollegen suchen seinen Rat. Immer wieder wird er auf dem Weg durch die Produktionshallen angesprochen: „Ralf, kurze Frage …“ Obwohl er meist unter Termindruck steht, nimmt er sich die Zeit, den Kollegen weiterzuhelfen. Henkelmann hat ein feines Gespür – für Menschen wie für Farben. Unentbehrlich in seinem Beruf. „Wichtiger noch als die formale Qualifikation“, wie er sagt.

Farbliebhaber und Teamplayer

Zunächst muss ein Töner alle Farben erkennen. Zur Eignungsprüfung gehören deshalb Ishihara-Farbtafeltests, mit denen sich unter anderem eine Rot-Grün-Schwäche ausschließen lässt. Überdies müssen sich angehende Töner dem Munselltest unterziehen (Infokasten auf Seite 37). Der hat es in sich. Dennoch schränkt Henkelmann ein: „Ein guter Farbsehtest macht noch keinen guten Töner“ – und spielt damit auf das Gespür für die Materie an.

Viele hätten es schon versucht, aber nicht geschafft. Eine formale Ausbildung gibt es ebenso wenig wie spezielle Anforderungen an den beruflichen Werdegang. Ob man vorher als Maler oder als Chemikant gearbeitet habe, sei egal. Auf das Talent komme es an. Henkelmann: „Wenn ich merke, dass sich jemand für den Job eignet, gebe ich mein Wissen gerne weiter.“

Für den Töner in spe heißt es dann, dem Meister auf Schritt und Tritt zu folgen, zu beobachten, zu lernen und auszuprobieren. Bis der Anwärter so weit ist, dauert es mindestens drei Jahre. Warum, zeigt das weitere Prozedere: Drei Stunden nachdem die erste Tafel mit dem neu gemischten Farbton probelackiert wurde, landet sie auf Henkelmanns Schreibtisch. Zeit für den BYK-mac i.

Was klingt wie ein Mittagssnack, ist in Wahrheit ein Hightech-Messgerät. Auf die Farbtafel gesetzt, misst es die Farbwerte aus sechs Winkeln, von denen fünf verwendet werden: Draufsicht (45 Grad), Schrägsicht (75 und 110 Grad) sowie Glanzwinkel (15 und 25 Grad). Das ganze dauert etwa eine Minute. Die Messwerte vergleicht Henkelmann mit den Sollwerten des Tönziels. Ein gutes Stück weit ist er auch Herr der Zahlen. Doch selbst wenn diese innerhalb der Toleranzen des Herstellers liegen, ist das Ziel noch nicht erreicht. Erst wenn die Farbtafel auch die Sichtprüfung und den Qualitätscheck bestanden hat, geht sie zur Freigabe an den Kunden.

Der weite Weg zum Tönziel

Also macht sich Henkelmann auf den Weg ins Lichtkabinett. Er ist viel unterwegs im Werk. Auch privat läuft er gern. Am liebsten wandert er mit seiner Frau in den Bergen. Ihre längste Tour führte die beiden von München über ➜

Im Handumdrehen: Nach dem Abwiegen kommt das Mischen. Im fahrbaren Behälter werden die Pasten 30 Minuten lang verrührt.

Im Detail: Mit dem BYK-mac i (unten rechts) misst Henkelmann die Farbwerte der zur Probe lackierten Farbtafeln.

➜ Alpen und Dolomiten nach Venedig. „22.000 Höhenmeter in vier Wochen, es war herrlich!“ Die Natur bietet Erholung und Inspiration. Nirgends, findet Henkelmann und deutet mit gestrecktem Arm zum Fenster, gebe es schönere Farben als im Freien: „Abendhimmel, Morgenrot, Herbstwald – ich könnte stundenlang auf dem Hügel sitzen und den Wald bewundern.“

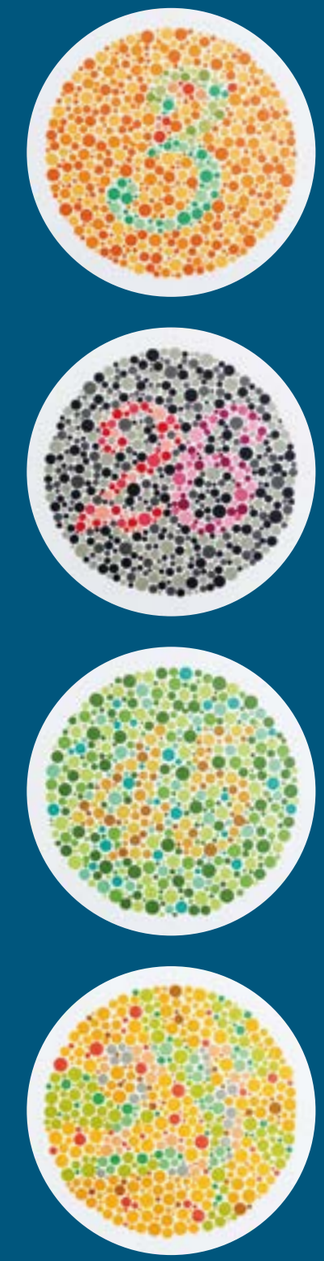
Im Willingraum des Lichtkabinetts inspiziert der Fachmann Farbtafeln und Urmuster. „Mit der ersten Probelackierung liegen wir in der Regel schon bei achtzig Prozent“, kommentiert er. Pro Charge fielen vier bis fünf Tönschritte an. Innerhalb von zehn Arbeitstagen sollte die Lackfarbe stehen. Der Name des Raums stammt übrigens vom Ingenieur Achim Willing, der ihn zusammen mit Daimler zur visuellen Bewertung der Farbtöne von Anbauteilen entwickelt hat. Die Abnahme lackierter Teile nach eben diesem Verfahren ist heute im Automobilbau Standard. Nebenan stehen drei Lichtkabinen. Durch Variation des Lichts lässt sich dort die Wirkung einer Lackfarbe beispielsweise bei Tag oder unter einer Laterne simulieren.

Wie der BYK-mac i betrachtet auch Henkelmann die Farbtafeln in Drauf- und Schrägsicht sowie im Glanzwinkel. „Ich schaue maximal dreißig Sekunden auf eine Tafel“, verrät er. „Außerdem kontrolliere ich zuerst die hellen Farben, kräftige Töne wie Rot hingegen am Schluss. Sonst wäre das Ergebnis verfälscht.“ Dann würde nicht einmal er erkennen, dass im Gelb der Blauanteil verringert werden muss. ■

Farbe bekennen: Haben Sie das Zeug zum Töner?

Haben Sie die Zahlen in den Farbkreisen erkannt? Los geht es auf Seite 33 mit der 29. In den Kreisen rechts auf dieser Seite von oben her zu sehen: 3, 26, 45 und – nichts! Im letzten Kreis steht keine Zahl. Mit solchen Ishihara-Farbtafeln lässt sich unter anderem testen, ob der Proband an einer Rot-Grün-Schwäche leidet – das absolute Ausschlusskriterium für einen Töner.

Die Motive auf den Tafeln setzen sich aus Punkten zusammen, die in Größe und Farbe variieren. Menschen mit normalem Farbsinn lesen sie als Zahlen. Menschen mit Farbsehschwäche tun sich schwer damit oder sehen diese gar nicht. Eine Rot-Grün-Schwäche tritt in den westlichen Ländern bei 9 Prozent der Männer auf, aber nur bei 0,8 Prozent der Frauen. Der Test geht auf den japanischen Augenarzt Shinobu Ishihara zurück, der die Prüfbilder 1917 publiziert hat. Die Verlässlichkeit ihres Farburteils müssen angehende Töner zudem anhand des Munselltests nachweisen (Bild unten). Er besteht aus vier Reihen mit jeweils 25 Farbchips. Die Chips am Anfang und am Ende jeder Reihe sind fix, die jeweils 23 Zwischentöne lassen sich verschieben. In der Prüfung gilt es, die Töne in mindestens zwei Reihen komplett richtig anzuordnen. Der Test steht bei der Einstellung an und muss regelmäßig wiederholt werden. Er kommt seit fünfzig Jahren in der Industrie zum Einsatz, aber auch in Schulen und der öffentlichen Verwaltung.



Alles erkannt? Wir suchen nicht nur Töner (m/w)

Alle Infos zum Beruf des Töners gibt es bei Uwe Ortmann, E-Mail: uwe.ortmann@woerwag.de. Alle offenen Stellen finden Sie im Internet auf www.woerwag.com/jobs.

KUNDENPORTRÄT

Zug-Verbindung

Seit dreißig Jahren beliefert Wörwag V-Zug, den führenden Hausgerätehersteller der Schweiz, mit Pulverlack. Eine Partnerschaft, die harmoniert – sogar am Herd. Resultat der ungewöhnlichen Aktion im Küchenstudio: ein leckeres schwäbisch-helvetisches Menü.

Text: Michael Thiem
Fotos: Laurent Burst

Zuverlässige Partner: Seit vielen Jahren beliefert Wörwag V-Zug mit Pulverlack. Uwe Muster (links) von V-Zug und Daniel Seiler von Wörwag arbeiten dabei eng zusammen – heute auch im Küchenstudio.

Teamwork einmal anders: Uwe Muster und Daniel Seiler treffen sich zum Kochen.

Die wichtigste Zutat steht nicht im Rezept, sondern kommt beim Kochen: die gute Laune. Uwe Muster schält Kartoffeln, schneidet sie in Scheiben. Einen halben Zentimeter dürfen sie messen. Viele geraten noch dicker. Der Leiter Oberflächentechnik beim schweizerischen Küchengerätehersteller V-Zug führt dies spontan auf das ungewohnte Messer zurück. Er bereitet den Kartoffelsalat zu, der als Beilage zu schwäbischen Maultaschen auf den Tisch kommt.

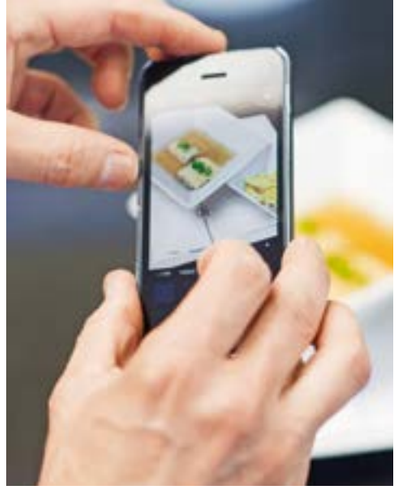
Neben ihm steht Daniel Seiler. Der Bereichsleiter bei Wörwag Schweiz kämpft mit den Zwiebeln für das Brät. „Mit Kartoffeln stellen wir in der Schweiz noch viel mehr an“, scherzt Muster. „Rösti zum Beispiel.“ Und Seiler ergänzt: „Oder Schnaps brennen.“ Maultaschen mit Kartoffelsalat sind beim schwäbisch-helvetischen Menü nur der erste Gang. Danach gibt es Eglifilets Zuger Art. Und ein Gläschen Weißwein Grand Cru Champanel 2016.

Martin Auf der Maur beobachtet die beiden, gibt Tipps und muss sich immer wieder das Lachen verkneifen. „Typisch Mann in der Küche: kaum angefangen, schon jammern.“ Der Leiter des Ausstellungs- und Beratungscenters „Zugorama“ darf die beiden Kochnovizen bei ihrem außerordentlichen Meeting anleiten und motivieren. Normalerweise treffen sich Muster und Seiler im Büro, an der Lackieranlage oder bei der Kontrolle der beschichteten Bauteile. Dann besprechen sie, wo bei der Schichtdicke zwischen 60 und 120 Mikrometern das Optimum liegt, oder beurteilen die Beschaffenheit der Oberfläche. Schon dreißig Jahre währt die Zusammenarbeit zwischen den beiden Unternehmen. Heute wird sie auf eine harte Probe gestellt. Denn mit fast einem Zentimeter sind Musters Kartoffelscheiben dann doch zu dick. Seiler gesteht: „Maultaschen habe ich noch nie selbst gemacht. Die kaufe ich im Supermarkt. Die sind ja schneller gegessen als gekocht.“ ➜

→ Muster und Seiler haben Spaß. Das gemeinsame Kochen ist nicht bloß eine willkommene Abwechslung, sondern auch Ausdruck einer nahezu freundschaftlichen Geschäftsbeziehung. V-Zug und Wörwag sind Familienunternehmen, deren Werte sich ähneln: Tradition, Innovation, Internationalität, Spitzenqualität. Auf 85.000 Quadratmetern fertigt V-Zug im Herzen der Stadt Zug, knapp 30 Kilometer südlich von Zürich, ein Vollsortiment an Geräten für Küche und Textilpflege.

Gegründet wird das Unternehmen 1913 als Verzinkerei Zug. Die ersten Produkte sind verzinkte Blechwaren für Haushalt, Landwirtschaft und Baugewerbe. Noch heute tragen die Müllcontainer auf den Straßen der Schweiz das markante V-Zug-Logo. Anfang der Zwanzigerjahre stellt die Firma die erste, noch handbetriebene Trommelwaschmaschine her, Anfang der Sechziger ergänzen Waschautomaten, Trockner und Geschirrspüler das Sortiment. 1976 fusioniert die Verzinkerei mit der Metallwarenfabrik Zug, damals Marktführer bei Kochherden und Backöfen. Heute beschäftigt das Unternehmen, das sich als Manufaktur unter den Hausgeräteherstellern versteht, rund 1400 Mitarbeiter. Soweit möglich stellt Handarbeit die weltweit geschätzte Qualität aus der Schweiz sicher.

Soweit möglich stellt Handarbeit bei V-Zug die geschätzte Qualität aus der Schweiz sicher.



Das Beste zum Schluss: Nach dem Kochen stoßen Muster und Seiler auf das Drei-Gänge-Menü an.

Ihren Anteil daran haben seit dreißig Jahren die Lacke von Wörwag. Die Anlage zum Pulverbeschichten erinnert an ein bekanntes Alpenmotiv, ähnelt doch die Förderkette, an der die Bauteile hängen, einem Sessellift. Zwei bis drei Meter rückt sie pro Minute voran. Auf einer Strecke von 320 Metern durchlaufen die aufgehängten Waschmaschinen- und Trocknerfronten oder die Bauteile für den Kantenschutz von Einbaugeräten zunächst ein 60 Grad heißes Entfettungsbad. Nach der Reinigung geht es in eine der drei Lackierkabinen – je eine für Schwarz, Grau und Weiß. Vollautomatisch werden die Teile beschichtet und anschließend zum Einbrennen in den 220 Grad heißen Ofen befördert. Nach 15 bis 20 Minuten ist der Lack eingebrannt.

„Wir verwenden ausschließlich Pulverlack von Wörwag. Das ist historisch gewachsen und wir sehen keinen Grund, daran etwas zu ändern“, sagt Muster. „Wir stellen hohe Qualitätsansprüche, darum brauchen wir ein robustes Lacksystem und Partner wie Wörwag.“ Bevor die beschichteten Teile zur Weiterverarbeitung von der Kette kommen, werden sie geprüft. Die engmaschige Qualitätssicherung ist bei V-Zug ein Schlüssel zum Erfolg. Bevor ein Gerät beim Kunden steht, hat es bis zu 600 Prüfungen bestanden.

Bekenntnis zum Standort

An der Qualitätsschraube drehen die Schweizer täglich. „Zug um Zug gemeinsam besser“ lautet das Motto des Shopfloor-Managements, das vor zwei Jahren eingeführt wurde. Jeden Morgen treffen sich die Verantwortlichen aus der Produktion zur Lagebesprechung. „Wir analysieren nicht nur Probleme, sondern stellen auch heraus, was besonders gut läuft“, unterstreicht Muster.

Doch ohne Motivation keine Verbesserung. Mit einem umfassenden Aus- und Umbau, angesetzt bis 2033, bekennt sich das Unternehmen zu seinem Hauptstandort. Auch wenn Wachstumsmärkte wie Asien oder Nordamerika wichtiger werden, schlägt →

V-ZUG AG

Gründungsjahr: 1913
Mitarbeiter: 1400
Produktgruppen: Backofen, Heißluftdämpfer, Mikrowellen, Kochfelder, Dunstabzug, Geschirrspüler, Kühlschrank, Waschmaschinen, Wäschetrockner und Refresh-Butler.
Standorte: Zug (Sitz und Produktion), 16 Servicecenter und zahlreiche Ausstellungsräume in der Schweiz, Niederlassungen in weiteren Ländern Europas sowie in Übersee.

Stand-Punkt: V-Zug trägt die Heimatstadt im Namen – und investiert dort bis 2033 massiv in Produktion und Absatzlogistik.

→ das Herz nach wie vor in der zentralen Wirtschaftsregion der Schweiz. Die ungewöhnlich tiefe Fertigung wird fit gemacht für die Zukunft. Schon 2009 ging eine hochmoderne, 150.000 Kubikmeter große Logistikhalle mit 21.000 Palettenplätzen und einer 125 Meter langen Photovoltaikanlage auf dem Dach in Betrieb. Momentan wird der Ausbau der Produktion vorbereitet, die künftig statt auf einer Ebene über mehrere Geschosse laufen wird. Dadurch werden Wege kürzer, die Fertigung insgesamt effizienter.

Eine weitere Säule des Erfolgs bildet wie bei Wörwag die Innovationskraft. Auch V-Zug hat das Ohr am Kunden. 150 Ingenieure arbeiten allein in der Produktentwicklung. Mit Ideen wie dem Refresh-Butler machen sie immer wieder Furore. Der Hightech-Schrank befreit Textilien in knapp zwei Stunden von Rauch- und Fettgerüchen. Nebenbei entknittert er sie. Aufsehen erregt auch ein Geschirrspüler mit 11-Minuten-Partyprogramm. Während die Gäste den Hauptgang genießen, reinigt er das Vorspeise-Geschirr fürs Dessert. Besser geht immer. Origineller auch. Seit Anfang Juni 2017 leistet sich V-Zug eine Innovationsabteilung. Sie hat in einem innerstädtischen Industriepark Quartier bezogen. Mit der sogenannten Digital-Business-Innovation befassen sich auch Mathematiker und Physiker. Querdenken und Mut sind bei V-Zug Tugenden, die den geschäftlichen Horizont erweitern.

Ideen kommen beim Essen

Vor neuen Geschmackshorizonten stehen Muster und Seiler, als sie für den Fisch Kräuter wie Estragon und Majoran schnippeln. Mit dem Gargerät Combi-Steamer von V-Zug sind sowohl der Kartoffelsalat wie die Eglifilets in wenigen Minuten tischfertig. Maultaschen und Fisch schmecken auch Martin Auf der Maur. Schwäbisch-schweizerisch hat er noch nie gegessen. Sein Beitrag zum Schmaus: Vanillecreme mit Kirschen. Mit echten Chriesi, wie die Früchte in Zug genannt werden. Sie sind in der 30.000-Einwohner-Stadt allgegenwärtig. Unter anderem gibt es den Chriesi-Lauf, ein Kirschtortenmuseum und Chriesi-Wurst. Seit 2013 ist der „Zuger Kirsch“, ein Obstbrand, als Ursprungsbezeichnung geschützt. „Aus einem weißen Hemd bekommt man Kirschflecken aber kaum heraus“, gibt Seiler zu bedenken und regt eine Verbesserung an: „Eure Waschmaschinen solltet ihr mit einem Chriesi-Knopf ausstatten, der einen Intensivgang startet.“ Muster nickt und schmunzelt. Es gibt noch viel zu verbessern. Am besten gemeinsam. ■

Innovative Idee beim Dessert: Wie wäre es mit einem Chriesi-Knopf?

Qualitätscheck: Muster (links) und Seiler prüfen eine pulverlackierte Frontblende.

Schnitt für Schnitt: Zusammen mit den Bauteilen wird in der Lackierkabine eine Farbtontafel pulverbeschichtet. Sie dient bei Bedarf als Belegstück zur Haftprüfung.

Zum Nachkochen

Was Uwe Muster und Daniel Seiler können, schaffen auch Sie. Zutaten und Kochtipps zum schwäbisch-zugerischen Menü stehen im Netz auf der Webseite von *finish* unter:

www.woerwag.com/vzug

Foto: Hilti

KUNDENANWENDUNGEN

Durchschlagskräftig

Moderne Lacksysteme müssen viele Herausforderungen meistern. Vier Beispiele unterstreichen, wie Wörwag auch für extreme Anforderungen innovative Produkte anbietet.

Abgedeckt

Produkt: Bohrhämmer
Anwender: Hilti (Schaan, Liechtenstein)
Lack: Pulver-Basislack W896
Einsatzgebiet: Motorgehäuse aus Gussmaterial
Lack eingesetzt seit: 2004
Besonderheiten: Lichtbeständig, die Kombination aus Struktur und matter Farbe ist ungewöhnlich, hohe chemische Beständigkeit, aufgrund des Gussuntergrunds ausgasungsoptimiert.

Abgeschleppt

Produkt: Bau- und Landmaschinen
Kunde: Manfred Linder, Director Powder Coatings and Painted Films Technology bei Wörwag
Lack: Woerophen-Epoxidgrund W620, Rotbraun (Grundierung), Woeropur-High-Solid-Decklack W750, Karminrot RAL 3002, hochglänzend
Einsatzgebiet: Motor- und Getriebeblock, Achsen, Aufbau, Kotflügel, Motorhaube
Lack eingesetzt seit: 2006
Besonderheiten: Korrosionsschutz, Wetterstabilität, Glanz, robuste Oberfläche, problemlose Applikation

Fotos: Manfred Linder, Daimler AG

Abgefahren

Produkt: Nutzfahrzeuge
Kunde: Daimler AG (Wörth)
Lack: Woeropur-Ultra-High-Solid-Decklack, Novagrau
Einsatzgebiet: Chassis mit Anbauteilen wie Tank, Druckausgleichsbehälter und Achsen
Lack eingesetzt seit: 2017
Besonderheit: Die Ultra-High-Solid-Technologie ist aufgrund ihres geringen Lösemittelanteils und ihres hohen Festkörperanteils umweltfreundlich und hat ein breites Verarbeitungsfenster.

Abgegeben

Produkt: Transportfahrzeuge
Kunde: Daimler AG (Düsseldorf)
Lack: Hydrodecklack E1648 aus der Reihe W380
Einsatzgebiet: Karosserieteile
Lack eingesetzt seit: 2007
Besonderheit: Spezieller Farbton Erdbraun MB8410 für den Logistik-Dienstleister UPS.

Foto: iStock

ESSAY

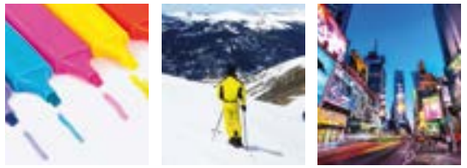
Neon

erinnert unseren Autor Thorsten Schönfeld an den Chemieunterricht

Herzlichen Glückwunsch! Gleich haben Sie es überstanden. Konnten Sie sich vom Cover dieser Ausgabe erholen? Neon, grell, schrill. Haben Sie die Sonnenbrille schon abgenommen? Nach 49 Seiten entführen wir Sie nochmals in die Welt der Edelgase. Genauer gesagt: In den Chemieunterricht der 12. Klasse, als ich neben Peter die Geheimnisse des Elements Neon begriff. Im Schulbuch hatte er fast alle Seiten mit Textmarker gekennzeichnet. Gelb, grün, blau – alles Neonfarben. Cool. Spätestens seit diesem Essay weiß ich indes, dass es ebenso schwer ist, die Faszination Neon in Worte zu fassen, wie es damals für Peter war, im Chemiebuch Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden.

Die Sonnenbrille sollte beim Kontakt mit Neon immer dabei sein. Vielleicht setzen Sie sie in Gedanken gleich wieder auf. Denn wir versetzen uns auf die Skipisten der Achtzigerjahre, in die Zeit vor den Lawinenpiepsern. Die Zeit, als analoge Sicherheitsvorkehrungen etwa in Form nebeldichter Kleidung mehr waren als ein Mode-Desaster. Nie werde ich jene Abfahrt am Brienzer Rothorn in der Schweiz vergessen, auf der ich bei widrigem Wetter kilometerlang dem neongelben Ganzkörper-Outfit meines Vetters folgte, nur um an der Talstation festzustellen, dass ich mit dem älteren Herrn, der jetzt vor mir stand, leider nicht verwandt war.

Nachts lässt sich Neon ohne Sonnenbrille genießen. Was wäre der New Yorker Times Square ohne Leuchtreklame? Oder Las Vegas? Es sind die Lichter der Großstadt. Hell, funkelnd, faszinierend und verbunden mit Petula Clarks Ohrwurm: „Bist Du allein, von allen Freunden verlassen, dann geh in die Stadt. Downtown. Da wo das Leben überall in den Straßen so viel Lichter hat. Downtown.“ Allerdings sollte man wissen, wann es reicht. Zu viel Neon tut nicht gut. Peter hatte in Chemie immer eine Vier. Und bitte, seien Sie beim Umblättern der letzten Seite gefasst.



Augen zu und durch: Neon sorgt für Aufsehen – und Aufregung. Denn die Lichter der Großstadt leiten dorthin, wo das Leben pulsiert. Neon ist weniger Farbe als vor allem eine Lebenseinstellung.

Fotos: Shutterstock (2), iStock

STANDORTE

Wörwag weltweit

Entwicklung

Produktion

Service

Vertrieb

HAUPTSITZ STUTTGART (D)
Karl Wörwag Lack- und Farbenfabrik GmbH & Co. KG
Strohgäustraße 28, 70435 Stuttgart
+49 711 8296-0, info.stuttgart@woerwag.de

WERK RENNINGEN (D)
Karl Wörwag Lack- und Farbenfabrik GmbH & Co. KG
Dornierstraße 1, 71272 Renningen
+49 711 8296-0, info.renningen@woerwag.de

CHINA
Worwag Coatings (Langfang) Co., Ltd
9 Quanxing Road, Langfang ETDZ, Hebei 065001, PR China
+86 316 5919502, langfang@woerwag.de

MEXIKO
Wörwag Coatings México S.A. de C.V.
Eje 110 s/n Esquina Avda. Induistrias, Colonia Parque Industrial, CP 78395, San Luis Potosí

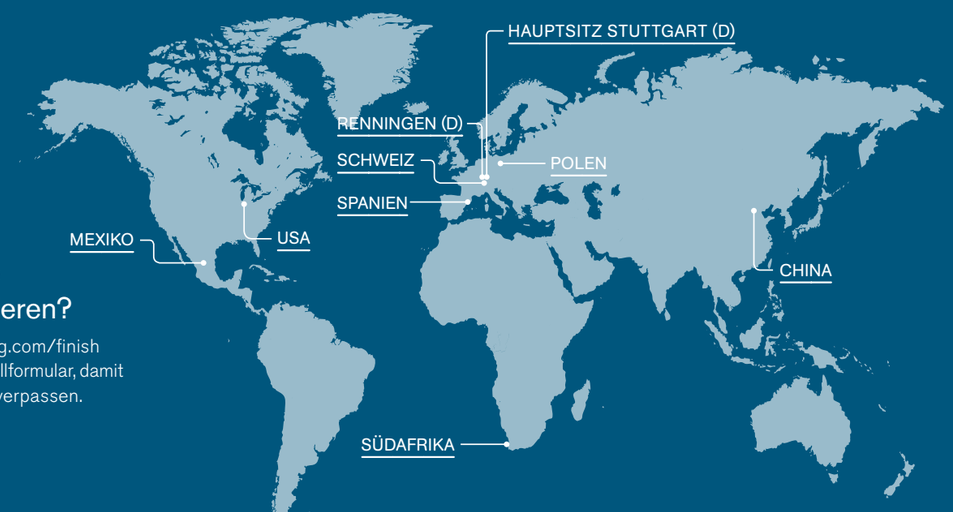
POLEN
Wörwag Polska SP.zo.o
Lubinicko 23 C, 66-200 Swiebodzin
+48 68 4585855, worwag@worwag.com.pl

SCHWEIZ
Wörwag Schweiz AG
Im Langacker 22, 5405 Baden-Dättwil
+41 56 4703440, info@woerwag.ch

SPANIEN
Karl Wörwag Lack- und Farbenfabrik GmbH & Co. KG
Carretera de Argentona a Dosrius, Km.2, 08319 Dosrius
+34 935 4811 10, iberia@woerwag.de

SÜDAFRIKA
Worwag Coatings South Africa (PTY) Ltd.
13, Alternator Road, Montague Gardens 7441,
P.O. Box: Chempet 7442, Cape Town, South Africa
southafrica@woerwag.de

USA
Worwag Coatings LLC
3420 Kossuth Street, Lafayette, IN 47905, USA
+1 765 4489681, info@worwagcoatings.com



Möchten Sie *finish* abonnieren?

Unter www.woerwag.com/finish finden Sie das Bestellformular, damit Sie keine Ausgabe verpassen.