

OTTO

profil

Das Magazin von OTTO-CHEMIE für Handel, Handwerk und Industrie



19

HINTER DEN KULISSEN.

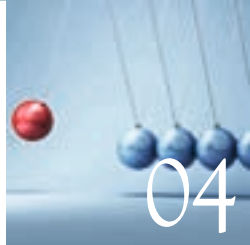
Erfolgsgeheimnisse von Unternehmen jenseits ihrer Produkte.

AM ANFANG WAR DAS PECH.

Die Urgeschichte des Klebens.

AMSTERDAM.

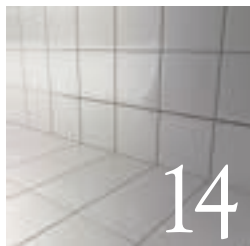
OTTO Städtereise zu den Grachten.



04



12



14



18



22



28

- 04 **Hinter den Kulissen.**
Erfolgsgeheimnisse von Unternehmen jenseits ihrer Produkte.
- 10 **OTTO-NEWS.**
Über Technik, Projekte und neue Produkte.
- 12 **Großes Hallo in Halle B6.**
5 Kollegen auf der BAU.
- 14 **OTTO-TREND.**
Ästhetik und Technik – ein Widerspruch?
- 16 **OTTO-NEWS.**
Über Technik, Projekte und neue Produkte.
- 18 **Am Anfang war das Pech.**
Die Urgeschichte des Klebens.
- 22 **Gewusst wie. Und warum.**
Die Praxis-Seminare von OTTO.
- 24 **Ein Denkmal für Kundenorientierung.**
Umbau und Renovierung des Schlosshotel Mönchstein.
- 26 **OTTO-NEWS.**
Über Technik, Projekte und neue Produkte.
- 28 **Nah am Wasser gebaut.**
Auf Entdeckertour durch die Hauptstadt der Niederlande.

IMPRESSUM

Herausgeber: Hermann Otto GmbH, 83413 Fridolfing, Tel. 0049-(0)-8684-908-0, info@otto-chemie.de, www.otto-chemie.de

Redaktionsteam: Dr. Volker Weidmann, Gisela Bechmann, Günther Weinbacher, Frank Bechmann, Marille Schmalzgruber, Sabine Arndt, Marcel Schörghofer

Konzeption, Redaktion, Gestaltung: WMW Werbeagentur, Ainring, www.wmw-werbeagentur.com

Bilder: Palette CAD GmbH, Wassertechnik Rostock GmbH&Co. KG, RIDI Leuchten GmbH, Günter Zitz, Steckfix, Flattec®, Vorwerk, SpeedColl, XAL GmbH.

Druck: F&W Mediocenter GmbH, 83361 Kienberg, Artikel-Nr. 9999926

Der bedeutende Unterschied zwischen unsichtbar und unwesentlich.



Hellseher erkennen Dinge, die für andere nicht sichtbar sind. Genau das haben wir uns mit dieser Ausgabe 19 von OTTOprofil auch vorgenommen. Doch keine Angst, wir gleiten weder in eine esoterische Geisterdiskussion ab, noch machen wir Ihnen ein X für ein U vor. Wir führen Sie lediglich hinter die Kulissen, ja manchmal sogar – diesmal im Sinne des Wortes – „hinters Licht“. Zum Beispiel, wenn es darum geht, Leistungen eines Unternehmens zu verstehen, die nicht direkt mit seinen Produkten zu tun haben. Wir stellen Ihnen die ziemlich unbekannte Urgeschichte der Klebstoffverfahren vor und ebenso unbekannte Perspektiven der Stadt Amsterdam. Und schließlich führen wir Ihnen wieder viele Beispiele von „Hidden Champions“ in unseren OTTONews vor Augen. Spannende Unterhaltung beim Lesen und Nachdenken wünscht Ihnen Ihr Redaktionsteam von OTTOprofil.



ERFOLGSGEHEIMNISSE VON UNTERNEHMEN
JENSEITS IHRER PRODUKTE.

Hinter den Kulissen.

Qualitativ hochwertige Produkte stehen sicherlich ganz vorne, wenn man sich die Erfolgskriterien eines Unternehmens einmal näher betrachtet. Aber die Produktqualität ist bei Weitem nicht allein maßgeblich für den Erfolg. Wer erfolgreiche Unternehmen untersucht

und einmal einen Schritt zurücktritt, um den Unternehmenszweck ganz allgemein aus der Distanz zu betrachten, erkennt schnell, warum: Nur die Unternehmen, die Aufgaben von Kunden lösen oder Bedürfnisse von Kunden befriedigen, haben prinzipiell eine Existenzchance im Markt. Die Produkte sind dabei nur Mittel zum Zweck – neben vielen anderen Faktoren.



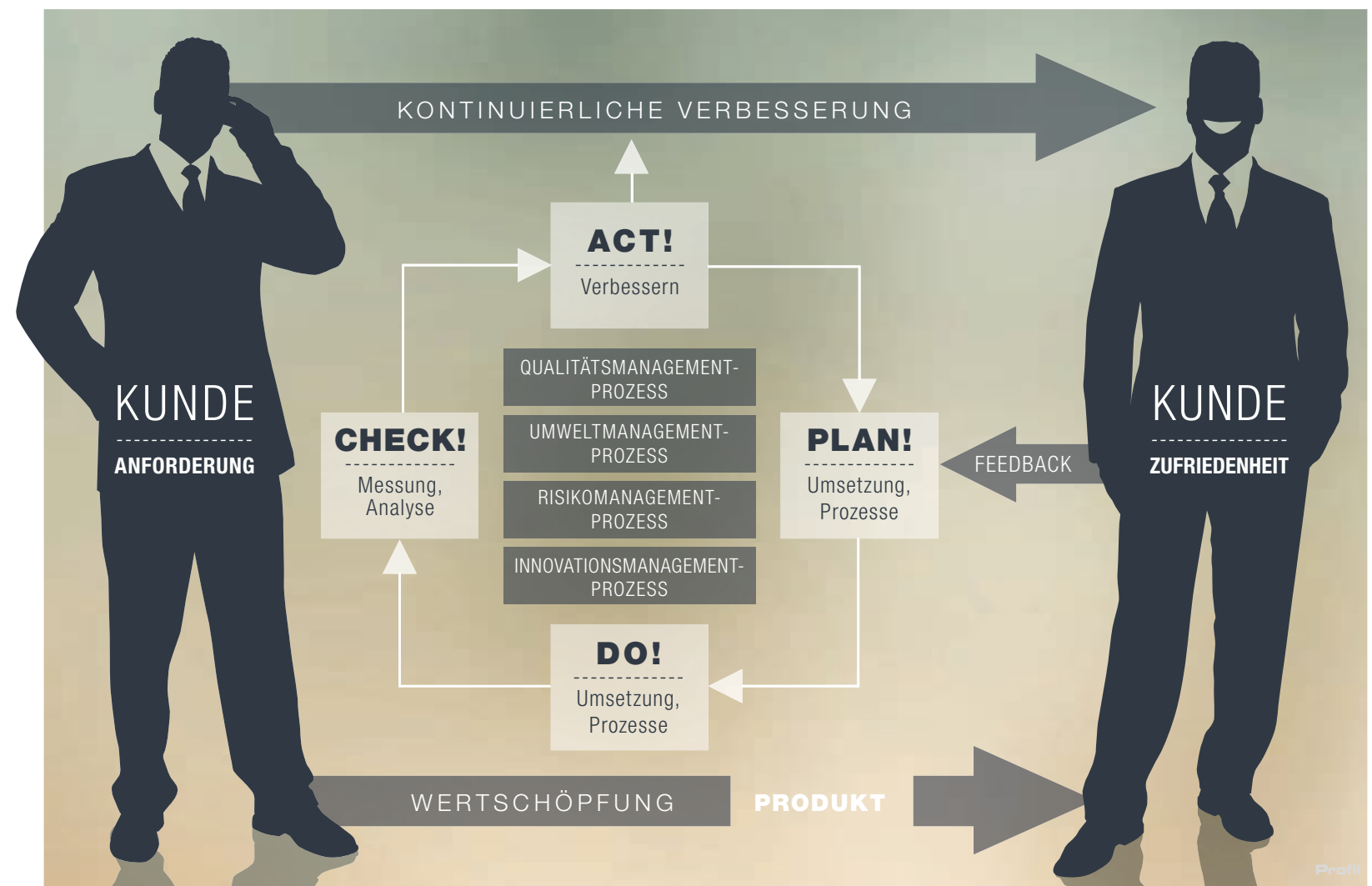


Kundenorientierung als Management-Devise.

Neben Erwartungen an das Produkt hat jeder Kunde auch Anforderungen rund um das Produkt und somit Erwartungen an das Unternehmen. Zunächst einmal muss er wissen, welches Produkt er für seine Aufgabe benötigt, er muss es richtig einsetzen bzw. bedienen können und will es dann verfügbar haben, wenn es gebraucht wird. Für ein Unternehmen, das kundenorientiert denkt, plant und handelt, hat das ganz konkrete Folgen für die Einkaufs- und Produktionsplanung, die Lagerinfrastruktur, die Lieferlogistik, den Aufbau und die Pflege eines Händler- bzw. Vertriebsnetzes sowie auf die Beratung und Information des Kunden. Mit dem Aufkommen des Internets haben viele neu gegründete Handelsunternehmen beispielsweise durch bittere Erfahrung erst lernen müssen, dass es nicht reicht, Produkte günstig anzubieten, sondern dass auch Beratung, Verfügbarkeit und schnelle Lieferung dazugehören. Kundenorientierung bedeutet aber auch, dass das Produkt selbst keine Risiken birgt und auch sonst immer den aktuellen Erwartungen des Marktes entspricht. Es darf sich – wenn irgendwie vermeidbar – nicht negativ auf Gesundheit und Umwelt auswirken und muss neuesten Gesetzen, Vorschriften und Standards entsprechen.

Das Ohr am Kunden.

Um all diese Erwartungen zu erfüllen, die sich noch dazu laufend ändern, ist ein kundenorientiertes Managementsystem gefordert, das alle Unternehmensbereiche, alle Unternehmensprozesse und jeden einzelnen Mitarbeiter miteinbezieht. Dabei geht es einfach ausgedrückt darum, die Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden laufend zu erfassen, zu analysieren und mit der Entwicklung bzw. Verbesserung von Produkten und Services darauf entsprechend zu reagieren oder sogar sie sogar vorwegzunehmen. Neben Zufriedenheitsstudien und integrierten Beschwerderoutinen gehören dazu der ständige Dialog mit dem Kunden und vor allem ein offenes Ohr für seine Anliegen durch alle, die mit den Kunden in Kontakt stehen. Gleichzeitig sollten natürlich Veränderungen in Technik, Gesellschaft und der jeweiligen Branche möglichst zeitnah aufgegriffen und in Produkt- und Serviceinnovationen umgesetzt werden, um weiterhin bei seinen Kunden die Nummer eins zu bleiben oder es bei neuen Kunden zu werden.





Wert und Preis in der Balance.

Natürlich entstehen durch ein integriertes kundenorientiertes Management auch zusätzliche Kosten, die bei anderen Anbietern ohne ein solches System eingespart werden. Das wiederum führt bei einer vernünftigen Kalkulation der Produkte zu höheren Preisen und macht diese Produkte auf den ersten Blick im Markt unattraktiver. Wer also nur auf einen niedrigen Preis achtet, geht oft an einem kundenorientierten Anbieter vorbei. Um dieses Dilemma zu vermeiden, sollte der Kunde erfahren, welchen Mehrwert er mit den Produkten einkauft. Dies geschieht durch das Serviceerlebnis selbst

oder – wenn für den Kunden nicht direkt erlebbar – durch entsprechende Information. Bei einer Kaufentscheidung wägt ein Kunde grundsätzlich immer ab. Er vergleicht nicht nur die Preise unterschiedlicher Anbieter, sondern stellt auch den Preis dem Wert gegenüber, den er mit dem Kauf erhält. Der Wert wiederum entsteht zum einen durch die Produkt- sowie zum anderen durch die Unternehmenseigenschaften. Werden die Unternehmensvorteile aber nicht ausreichend kommuniziert, dann verliert das Produkt in den Augen des Kunden an Wert und der Preis erscheint – insbesondere im Vergleich mit billigeren Wettbewerbsprodukten – zu hoch.

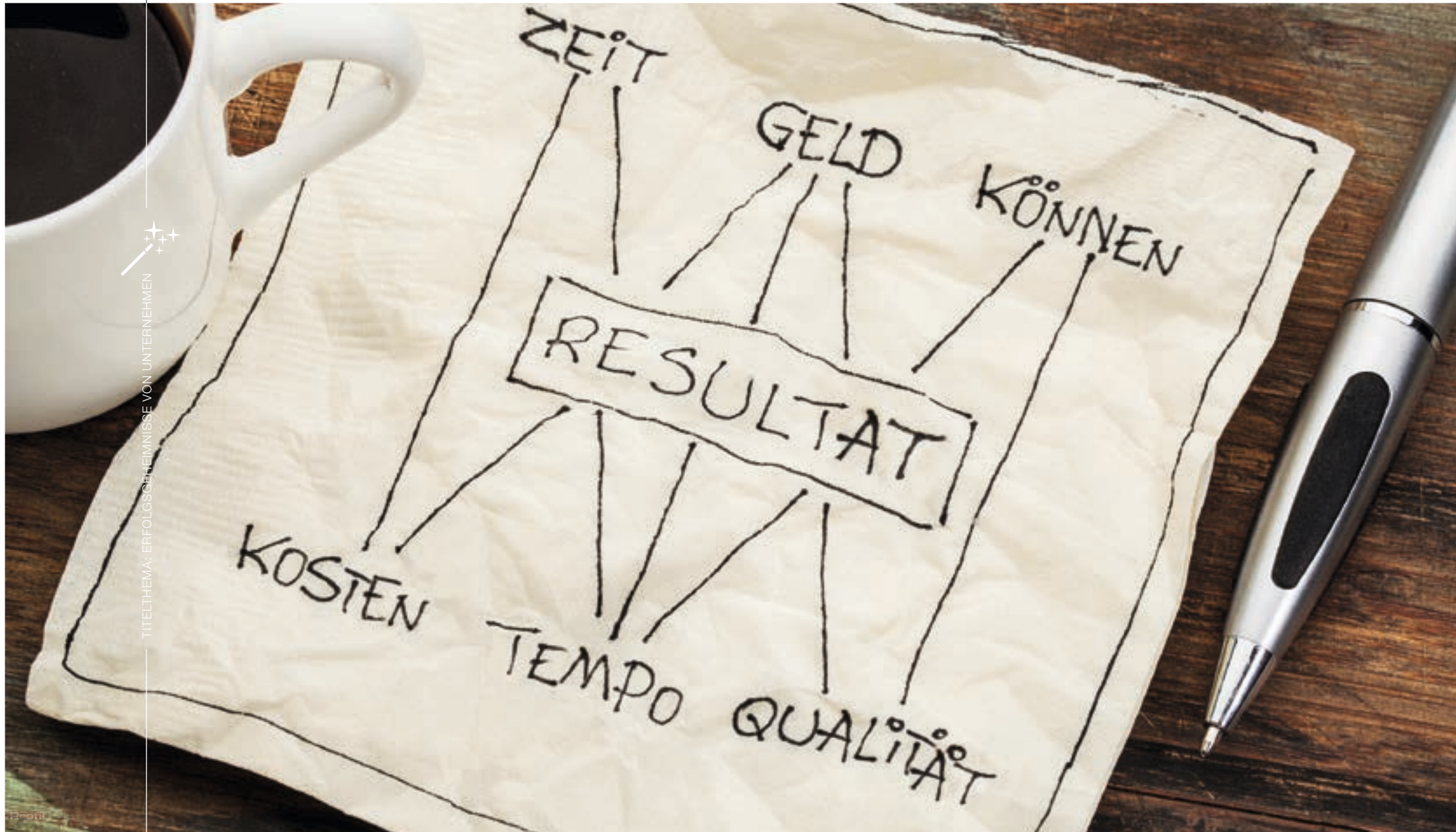
Unsichtbare Vorteile messbar machen.

Das Problem bei der Abwägung: Während der Preis eine fixe Größe darstellt, sind Vorteile, die durch Produkt und Unternehmen entstehen, sehr individuell und vordergründig nur schwer in messbaren Zahlen auszudrücken. Um eine wirkliche Beurteilung über den tatsächlichen Wert vornehmen zu können, müssen sie erst in Geld umgerechnet werden. Hier helfen Fragen weiter, wie: „Welche Kosten und Kostenrisiken erspare ich mir durch das Produkt und die Unternehmensleistungen?“. Professionelle Industriebetriebe nehmen bei der Prüfung neuer Lieferanten schon lange nicht mehr allein den Preis und die Produkteigenschaften unter die Lupe, sondern auch die sogenannten weichen Faktoren, um spätere Kostenrisiken systematisch zu vermeiden. Daneben spielt die individuelle Gewichtung der Unternehmenseigenschaften eine Rolle bei der Wertebewertung. Sind bestimmte Eigenschaften für mich als Kunde unwichtig, dann stellen sie auch keinen Wert da. Die Fertigung in Deutschland oder die lange Tradition eines Unternehmens müssen also keinen Einfluss auf die Wertschätzung haben, wenngleich sie bei vielen Kunden auf das Vertrauen in einen Anbieter „einzahlen“. Die Kommunikation bestimmter messbarer und nicht messbarer Vorteile wiederum verändert die Wertewahrnehmung und damit die Beurteilung bzw. die Entscheidung für ein Produkt und seinen Anbieter. Haben sich bestimmte Produkte und Anbieter im Laufe der Zeit als besonders wertvoll für den Kunden herauskristallisiert, dann tritt aus Erfahrung und Gewohnheit eine zunehmende Kundenbindung ein. Ein Effekt, den man insbesondere bei etablierten Marken beobachten kann. Spätestens an diesem Punkt sind die Anstrengungen des Unternehmens in eine systematische Kundenorientierung übergegangen.

Kundenorientierung verändert Strukturen.

Ein schönes Beispiel dafür, wie konsequente Kundenorientierung im Management selbst die Organisationsstrukturen eines Unternehmens verändern kann, ist die Abteilung „Technische Anwendungs-Entwicklung“ bei OTTO. Normalerweise sind Entwicklungs- und Kundenberatungsabteilungen in Unternehmen strikt voneinander getrennt, da dies nicht dem „normalen“ internen Produktionsprozess entspricht. OTTO hat hingegen Entwicklung und Anwendungsberatung in einer Abteilung zusammengeführt. Zum Hintergrund: Trotz eines ausführlichen Informationssystems in gedruckter Form und im Internet bleiben bei Verarbeitern immer wieder individuelle Fragen offen. Um diese Fragen so schnell wie möglich zu beantworten, aber auch um dringende Probleme des Kunden zu lösen, hat OTTO eine Telefonhotline eingerichtet. Hier geben drei technisch versierte Mitarbeiter acht Stunden am Tag Auskunft, zum Beispiel zu Verarbeitungseigenschaften, Materialverträglichkeiten, zur Vorbereitung der Haftflächen oder zu anderen technischen Fragen. Dass diese Mitarbeiter organisatorisch der Entwicklungsabteilung zugeordnet sind, ermöglicht es, auf kürzestem Weg gegebenenfalls auch individuelle Tests durchzuführen oder Reklamationen auf den Grund zu gehen. Ein weiterer Vorteil: Über die Telefonhotline in der eigenen Abteilung erfährt die Entwicklungsabteilung direkt, wo es allgemeinen Bedarf an neuen Produkten oder Produkteigenschaften gibt und kann darauf mit Neuentwicklungen reagieren. Verständnisprobleme oder Wissenslücken bei der Verarbeitung gibt die Entwicklungsabteilung entsprechend als Verbesserungsvorschläge an die Kollegen weiter, die sich um Schulungen bzw. das Informationsmaterial kümmern. Nur ein Beispiel von vielen, wie sich Kundenorientierung bei OTTO durch alle Unternehmensprozesse und -bereiche zieht.

Telefonhotline für technische Fragen: 08684 / 908460

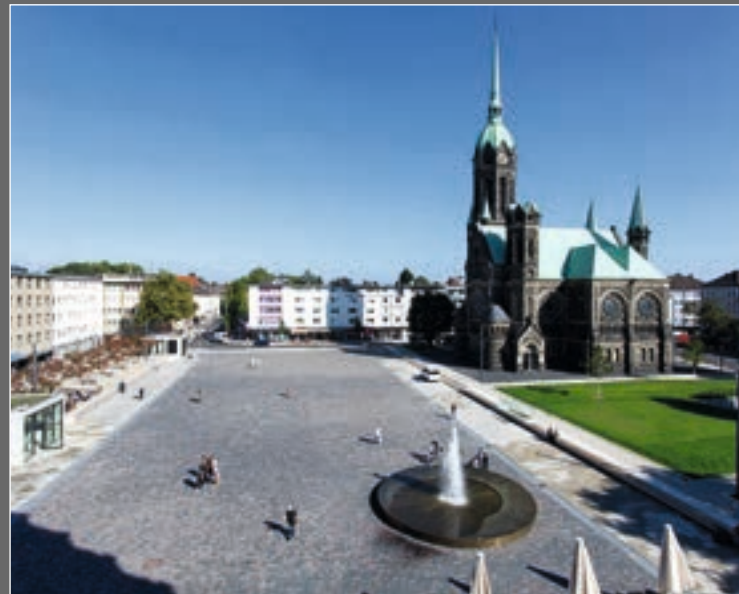


TITELTHEMA: ERFOLGSGEHEIMNISSE VON UNTERNEHMEN

3-D-Software „Palette CAD“

FUGEN FARBECHT PLANEN.

Eine ansprechende Raumwirkung von Fliesen- oder Natursteinbelägen lässt sich nur dann erzielen, wenn auch das Fugenbild farblich harmonisiert. Dazu sollten die Farben der Silikonfugen mit den Hartfugen abgestimmt werden. Hier kommt das Stuttgarter Software-Unternehmen Palette CAD ins Spiel: Der Markt- und Technologieführer entwickelt professionelle 3-D-Planungsprogramme zur Gestaltung von Innenräumen. Die Software mit dem gleichen Namen „Palette CAD“ wurde speziell für Handwerker, Fachhändler und Planer aus den Bereichen Sanitär, Fliese, Naturstein, Ofen- und Kaminbau, Schreiner- bzw. Tischlerhandwerk, Innenarchitektur und Objekteinrichtung entwickelt. Die dreidimensionale Simulation der Planung in Farbe erzeugt eine realistische Vorstellung des späteren Raums und erleichtert die Entscheidung für Bauherren und Planer. Mit einer derzeit einzigartigen, vollwertigen 3-D-Raumbrille lassen sich Planungen sogar virtuell begehen. Nun ist es auch möglich, die Farbvielfalt des Premium-Sanitär-Silicons OTTO-SEAL® S 100 und des Premium-Naturstein-Silicons OTTOSEAL® S 70 vorab entsprechend auf die Umgebungsfarben abzustimmen.



Wassertechnik Rostock baut Brunnen für Mönchengladbach.

WASSERSPIELE FÜR TAG UND NACHT.

Für die Bürger und Besucher des Stadtteils Rheydt in Mönchengladbach gibt es auf dem Kirchplatz eine neue Attraktion. Ein runder Messingbrunnen mit zehn Metern Durchmesser, der Tag und Nacht Kinder in seinen Bann zieht und Erwachsene wieder zu Kindern werden lässt. Geplant vom Berliner Landschaftsarchitekturbüro Planorama wurde der Brunnen technisch von der Firma Wassertechnik Rostock realisiert. Die Messingverblendungen wurden dabei mit dem zK-Silicon-Spezialklebstoff OTTOCOLL® S 610 auf die Edelstahl-Brunnenkonstruktion geklebt. Außerdem kamen spezielle Cleaner und Silicon-Primer von OTTO zur Vorbereitung der Klebeflächen zum Einsatz.

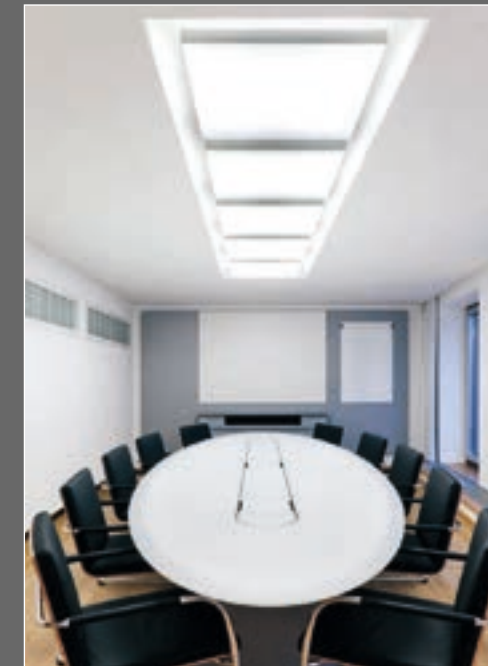


Web-Tipp WWW.PALETTECAD.COM

Web-Tipp WWW.WASSESTECHNIK-ROSTOCK.DE

Die Leuchten der RIDI-Firmengruppe.

LEUCHTENDES VORBILD AUS SCHWABEN.



RIDI Leuchten GmbH ist ein mittelständisches Familienunternehmen in der zweiten Generation, das sich in mehr als 60 Jahren auf dem Markt der technischen Leuchten etabliert hat. Europaweit entwickeln, produzieren und vertreiben die über 500 Mitarbeiter von RIDI technische Leuchten und Beleuchtungssysteme. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich im schwäbischen Jungingen (Baden-Württemberg). Gefertigt werden die Produkte am Hauptsitz sowie in Zeuthen (Brandenburg), Rellingen (Schleswig-Holstein) und Lodz (Polen). Darüber hinaus unterhält RIDI in Österreich, der Schweiz, Frankreich und Großbritannien Vertriebsniederlassungen. Durch zahlreiche Vertretungen in ganz Europa ist RIDI überall vor Ort und damit immer nah an seinen Kunden.

Die Vielzahl der Beleuchtungsanwendungen spiegelt sich bei RIDI in drei Produktmarken wider. Dort, wo vor allem Funktionalität, Langlebigkeit und Beleuchtungsergonomie im Vordergrund stehen, also für den industriellen Bereich, aber auch für öffentliche Gebäude, wie Schulen oder Behörden, werden die Leuchten unter dem Markennamen „RIDI“ angeboten.

Unter dem Markennamen „Spectral“ bietet RIDI designorientierte Leuchten mit klarer Formensprache und innovativer Lichttechnik. Diese architekturbetonte Marke verspricht exklusive Lichtakzente auf höchstem technischen Niveau. Die Marke „RIDIHOMELIGHT“ schließlich rundet das Sortiment mit Leuchten für ein wohnliches Ambiente zu Hause, in Hotels oder Wohnheimen ab.

Der wirtschaftliche Erfolg der RIDI-Gruppe beruht dabei auf drei Säulen: auf Kundenorientierung durch Nähe zum Kunden, Schulungen, durchdachte Lieferlogistik und viele andere Services. Auf konsequentem Qualitätsmanagement bei Mitarbeitern, Materialien und in der Fertigung. Und schließlich auf laufenden Innovationen. So wurde beispielsweise am Hauptsitz 2010 eine eigene Entwicklungs- und Fertigungsabteilung für LEDs eingerichtet. Erstes Highlight war 2012 die „R-Tube“ ein von RIDI entwickeltes und gefertigtes LED-Leuchtmittel, das sich ebenso einfach wechseln lässt wie herkömmliche Leuchtstoffröhren. Durch die eigenen LED-Bestückungslinien ist RIDI in der Lage, angepasste LED-Module zu fertigen.

Unabhängig von Lieferanten kann das Unternehmen so schnell auf wachsende Anforderungen in diesem noch jungen Markt reagieren. Die flexible Bestückung ermöglicht die perfekte Anpassung an den jeweiligen Leuchtentyp sowie eine bestmögliche Ausleuchtung.

Mit OTTO hat RIDI einen Partner gefunden, der nicht nur in der Unternehmensphilosophie ganz ähnliche Prinzipien verfolgt, sondern auch ebenso hohe Maßstäbe an die Qualität seiner Produkte legt. Kein Zufall also, dass bei den Leuchten der Serien Norea und Eno die Klebstoffe von OTTO als starke Verbindung zwischen Scheiben und Rahmen zum Tragen kommen.



Web-Tipp WWW.RIDI.DE



Großes **Hallo** in Halle **B6**

5 KOLLEGEN AUF DER BAU 2015.

Ganz in edlem Schwarz zeigte sich der Stand von OTTO auf der BAU 2015 in München. Im Vordergrund – und das kann man wörtlich nehmen – standen die „5 Kollegen zum Kleben“ als riesige Kartuschen. Es war das erste Mal, dass das neue Klebstoff-Konzept von OTTO auch direkt den Verarbeitern der unterschiedlichsten Baugewerke vorgestellt wurde. Und die Premiere war ein voller Erfolg. KraftMax, FixFritz, KlarKarl, AllBert und RakelRalf bewiesen den Messebesuchern ihre Leistungsfähigkeit.



Ein eigens engagierter Animater lockte die Passanten mit lockeren Sprüchen und klebrigen Kostproben in Form frisch gebrannter Mandeln zur Produktpräsentation, die von OTTO-Schulungsleiter Günther Weinbacher durchgeführt wurde. Selbst skeptische Zeitgenossen staunten Bauklötze, als die Pflastersteine nach nur kurzer Anpresszeit auf dem Demonstrationsbrett hielten und welche Anwendungsvielfalt sich mit den „5 Kollegen zum Kleben“ abdecken lässt.



Rekordbesucherzahl sorgt für platte Füße und raue Stimmen.

Die BAU, Weltleitmesse für Architektur, Baumaterialien und -systeme, hat dieses Jahr in ihrer 50-jährigen Geschichte erstmals die Schallmauer von 250.000 Besuchern durchbrochen. Die schon seit langer Zeit völlig ausgebuchte Fachmesse besuchten an sechs Messetagen 251.200 Interessierte, das sind über 16.000 mehr als 2013. Es kamen zwar auch mehr Besucher aus Deutschland, der deutliche Zuwachs ist aber den internationalen Gästen zu verdanken.

Dem Standdienst von OTTO forderte dieser Besucherrekord vollen Einsatz ab. Da wurde präsentiert, demonstriert, beraten und jede Menge Prospektmaterial verteilt. Selbst der

sportlich trainierte und messee erfahrene Oliver Suttner, Vertriebsleiter Bau bei OTTO, war nach der Messe fix und fertig: „Meine Stimme ist angekratzt, und die Füße sind platt“, kommentierte er stellvertretend für seine Kollegen den Erfolg. Noch nie wurden so viele Messenotizen zu Interessenten geschrieben. Allein die Nachbearbeitung der Messeberichte und die Weiterleitung der Verarbeiteradressen an den Fachhandel durch drei Mitarbeiterinnen nahmen über zwei Wochen in Anspruch. Nicht einmal ein Jahr nach der Markteinführung im Fachhandel und bei Verkaufszahlen, die Planungen und Hoffnungen weit übertroffen hatten, standen die „5 Kollegen zum Kleben“ damit auch im direkten Kontakt mit den Verarbeitern erfolgreich „ihren Mann“.



Eine bunte Truppe auf Erfolgskurs.

Die Namen KraftMax, FixFritz, AllBert, KlarKarl und RakelRalf stehen für das neue Klebstoff-Sortiment von OTTO. Und die „bunte Truppe“ hat es in sich. Die Klebstoffe decken nahezu alle Einsatzbereiche von Handwerkern bei Montage, Ausbau, Renovierung und Reparatur ab. Bereits am jeweiligen Namen erkennt man die Produkteigenschaft. So sorgt KraftMax für hoch-

festen Klebeverbindungen, der haftstarke FixFritz für schnelle Fixierungen, AllBert ist der Universalklebstoff für Hochleistungsklebungen, mit dem transparenten KlarKarl lassen sich glasklare Klebungen ausführen und RakelRalf ist ideal für flächige Klebungen mit Zahnpachtel oder Rakel. Neben den selbsterklärenden Namen und der farblich prägnanten Gestaltung dient eine von OTTO entwickelte, übersichtliche Auswahltablette der schnellen und sicheren Wahl des passenden Klebstoffes. Sie kann



unter www.otto-klebt-alles.de abgerufen oder direkt im Fachhandel eingesehen werden. Zusätzlich zu den Anwendungsbereichen sind hier auch die Art der gewünschten Klebung, die Verarbeitungseigenschaften und die geeigneten Materialien aufgeführt. Erhältlich sind die fünf neuen Kollegen zum Kleben ausschließlich im Fachhandel. Damit will OTTO sicherstellen, dass interessierte Verarbeiter neben hochqualitativen Produkten auch die entsprechende Beratung und passendes Zubehör erhalten.

An Dehn- und Dichtungsfugen stoßen nicht nur unterschiedliche Materialien aufeinander, sondern auch scheinbar gegensätzliche Anforderungen: Gestalterisch soll die Fuge möglichst unauffällig bleiben, da sie nur ein Mittel zum Zweck ist, technisch muss sie bestimmte Anforderungen erfüllen. Günter Zitz ist deutschlandweit einer der wenigen öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen für das Fuger-Gewerbe im Hochbau. Er erklärt in diesem Artikel Verfügen, wie die Fuge nicht nur gestalterisch, sondern gleichzeitig auch technisch höchsten Ansprüchen genügt.



Günter Zitz, Sachverständiger

Ästhetisch wirkt eine Dichtungsfuge durch ihre Breite im Verhältnis zu den umliegenden Materialien, in ihrer Farbe und in ihrer Oberflächenerscheinung. Technisch gesehen soll der Dichtstoff alle in diesem Bereich entstehenden Bewegungen aufnehmen, die durch Belastungen oder unterschiedliches Ausdehnungsverhalten der Materialien entstehen. Damit soll verhindert werden, dass Wasser in die darunter liegenden Bereiche eindringt und so mittelfristig nicht nur der Belag, sondern das ganze Bauwerk geschädigt wird.

Da die technische Funktion einer Fuge unsichtbar bleibt, zählt für Bauherren und Nutzer in erster Linie das ästhetische Erscheinungsbild der Fuge. Technische Fragen werden erst dann interessant, wenn die Fuge und die Verfügung nach außen sichtbare Schäden zeigen. Fliesenleger sind meist bestrebt, die Fuge so schmal wie möglich auszuführen, um sie so möglichst unauffällig zu halten. Damit die Fuge aber dauerhaft Bewegungen aufnehmen kann, braucht sie an den Fugenflanken bestimmte Mindestbreiten, und der Fugendichtstoff darf zu den anliegenden Materialien keine Unverträglichkeiten aufweisen. Die Fugenflanke benötigt

dabei eine Mindestbreite von fünf Millimetern. Das entspricht in der Diagonale dem tatsächlich sichtbaren Bereich, einer Breite von acht bis neun Millimetern. Damit wirkt die Fuge aber wiederum sehr auffällig.

Lösung statt Kompromiss.

Wie kann man nun aber als Verfuger ästhetische und technische Ansprüche vereinen?

Schritt 1: Betrachten Sie beim Betreten des Bades die Gesamtsituation. Welche Farbe und Struktur haben die Fliesen, welche Farbe weist der Fugenmörtel auf?

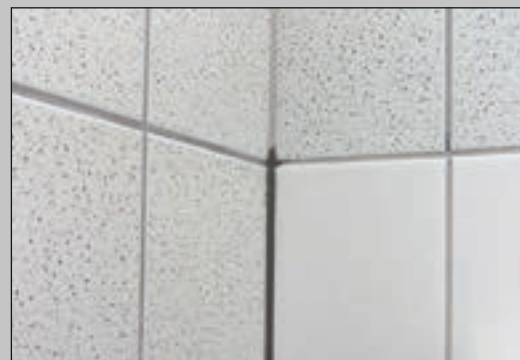
Schritt 2: Prüfen Sie die Arbeit des Fliesenlegers. Sind die Fugen frei von losen Teilen und Zement- oder Kleberückständen? Wurden die Fliesen im Fugenbereich gleichmäßig verlegt oder bestehen Überzähne? Sind Badewanne und Duschwanne fest eingebaut oder haben sie einen schwachen Stand und bewegen sich beim Betreten?

Schritt 3: Legen Sie fest, in welchen Bereichen Fugen-Ästhetik und Technik entscheidend sind.
Schritt 4: Beziehen Sie jetzt den Kunden in Ihre Überlegung mit ein. Wichtigster Bestandteil: Welche Farbe sollte die Dichtstofffuge haben?

Bei Unsicherheit stellen Sie dem Kunden die Farben per Muster in den Ecken der Wandflächen und im Bodenbereich dar. Vorsicht, denn dabei treten oft optische Täuschungen (Metamerie, siehe OTTOprofil Nr. 15, S. 25) auf und es kommt zu Meinungsverschiedenheiten bei der Farbwahl.



Zwei-Farben-Harmonie.



Falsche Farbe.



Der technisch falsche Dichtstoff. Keine Hinterfüllung.



Optische ansprechende Fuge.



Heute ist es sehr gut möglich, die passende Farbe zu finden. Zum einen gibt es Farbtabelle mit den vorhandenen Standard- und Sonderfarben. Zum anderen gibt es vom professionellen Dichtstoffhersteller Farbpfehlungen, die auf den Grundlagen der Zementfugenhersteller basieren. Letztlich sind die Dichtstoffhersteller, wie OTTO, heute in der Lage, jede erdenkliche Farbe in Sonderarbeit herzustellen. Bei Fragen zur Struktur oder Oberflächenbeschaffenheit der Fuge hilft Ihnen der Hersteller gerne weiter. Von Glanz bis matt, von hell bis dunkel und von glatt bis rau, alles kann zur Harmonisierung der Fuge mit ihrer Umgebung hergestellt werden. Um der Technik zu entsprechen, sollten auf jeden Fall folgende Schritte beachtet werden:

- Schritt 1: Entfernen von losen Teilen in den Fugen.
- Schritt 2: Entfernen von Zement- und Kleberesten (soweit möglich).
- Schritt 3: Einlegen geschlossenzelliger Hinterfüllschnur aus PE (wann immer es möglich ist).
- Schritt 4: Information des Kunden bei unsauberer Fliesenarbeit, denn das Fugenbild leidet sonst darunter. Außerdem ist es Ihnen dann nicht möglich, dem optischen Anspruch Ihres Kunden gerecht zu werden.
- Schritt 5: Reinigen der Fugenflanken mit passendem Reiniger.
- Schritt 6: Im Bedarfsfall: Bearbeitung der Fugenflanken mit Primern zur Haftverstärkung.

Ein fataler Irrtum ist es, die Fuge vollflächig mit Dichtstoff („viel hilft viel“) zu verfüllen. Diese Masse ist nicht fähig, gleichmäßig Bewegungskräfte aufzunehmen. Es kommt folglich zum Abriss an den Fugenflanken.

INFO:

Der Autor Günter Zitz ist einer der ganz wenigen öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen für das Fuger-Gewerbe im Hochbau in ganz Deutschland. Als Gerichtsgutachter beurteilt er Fugenschäden und wie sie entstanden sind. Als Berater hilft er genau solche Schäden und ihre teuren Folgen zu vermeiden.

Web-Tipp WWW.GUTACHTERFUERFUGEN.DE

Der Kultstore in Den Haag.

GLASSTEINE IM BAUKASTENSYSTEM.



Das System der Firma STECKfix ist so einfach wie genial: Glassteine werden mit einer einfachen Clipmontage miteinander und an vertikalen Flachprofilen verbunden – ganz ohne Mörtel. Anschließend mit OTTOSEAL® S 28 versiegelt, entstehen so interessante Fassaden und attraktive Raumteiler. Mit der Spezialversiegelung von OTTO ist die kraftschlüssige Verbindung komplett. Sie wurde speziell mit dem STECKfix-System getestet und zeichnet sich durch eine Vielzahl von Vorteilen aus: Das Material ist extrem belastbar und witterungsbeständig und vermindert durch gute Wärmedämmung die Entstehung von Schwitzwasser und Schimmelpilzen. Die Versiegelung verfügt über zwei Dichtungsebenen, auf der Innen- und Außenseite der Glassteinwand. Schutz vor Frost und Korrosion wird dadurch zur Selbstverständlichkeit. Die geringe Fugenbreite (3 mm) erhöht den ästhetischen Wert und die Lichtdurchlässigkeit der Wand. Zu bestaunen ist das jüngste Werk mit STECKfix im Trendshop der Marke Kult in einem Einkaufszentrum in Den Haag. Errichtet wurde es von der Wintergarten- und Systembaufirma Wintuk GmbH, Dresden.



Flatpor® – die Lösung für moderne Flachdächer.

DIE BASIS FÜR INNOVATIVE DACHIDEEN.



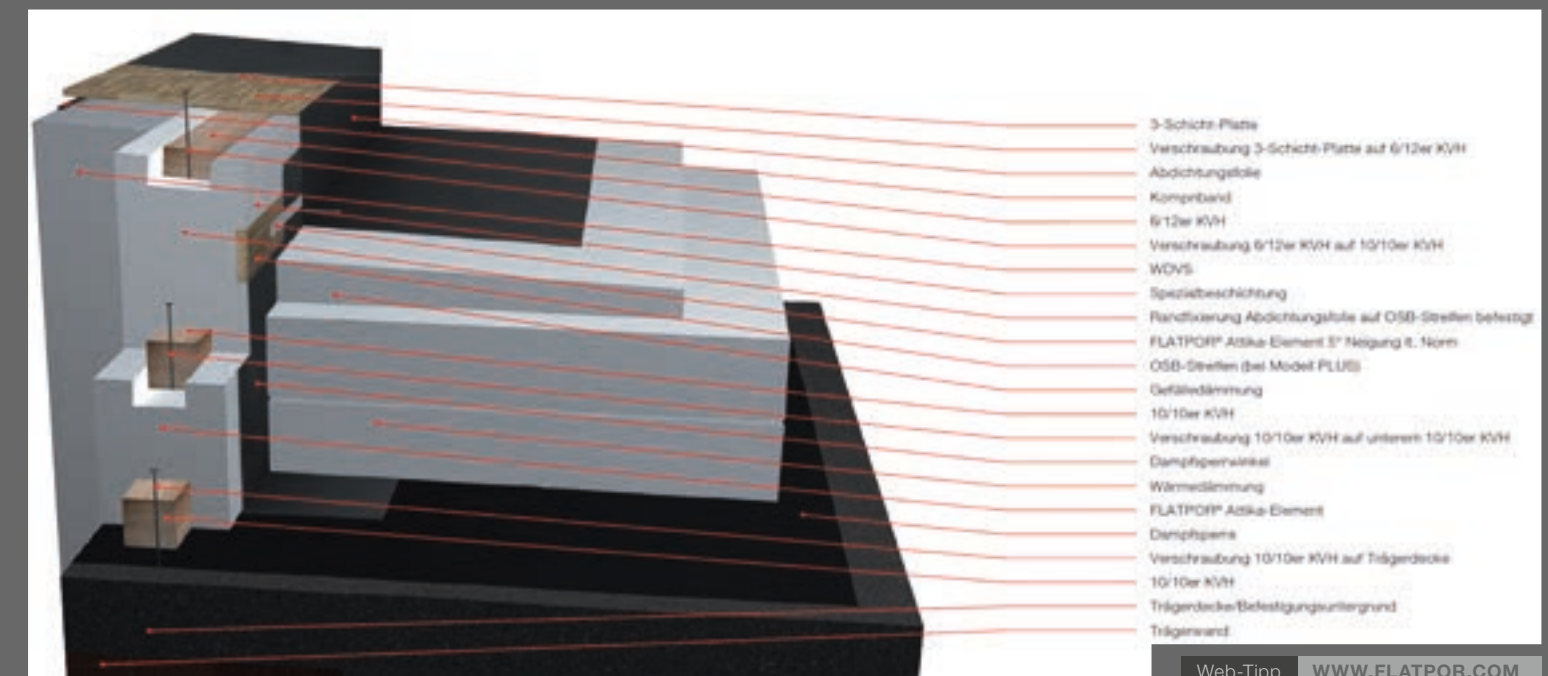
Flachdächer hatten bis in die 1980er-Jahre in Deutschland einen denkbar schlechten Ruf. Undichtigkeiten führten häufig zu teuren Folgeschäden und aufwändigen Sanierungen. Zusätzlich erwarb sich diese Dachform bei steigenden Ölpreisen und einem wachsenden Umweltbewusstsein durch ihre schlechte Dämmung den zweifelhaften Ruf als Energiefresser. Das Image des Flachdaches hat sich inzwischen komplett gewandelt. Thomas Kern, Geschäftsführer der Firma Flattec, führt diesen Wandel auf die allgemeine Qualitätsverbesserung bei Flachdachprodukten und auf besser ausgebildete Mitarbeiter zurück. Seit 2006 bietet die Flattec Vertriebs GmbH Flachdachsysteme für Profis. In den Betriebsstätten in Aschbach im österreichischen Bezirk Amstetten und im bayerischen Traunstein nahe

der österreichischen Grenze sorgt das Unternehmen für innovative Produkte: vom Gründach-Modul Flatgreen über die Photovoltaik-Systeme Flatenergy bis hin zu den Flatstone-Keramikplatten.

Vom Sorgenkind zum Umweltfaktor.

Auch in Bezug auf die Nutzung von Flachdächern hat sich laut Kern viel getan. So fanden Solar- und Photovoltaikprodukte ebenso den Weg auf das Flachdach wie Dachterrassen oder Dachgärten mit Obst- und Gemüseanbau. Außerdem gibt es immer mehr Gründächer, weil sie besondere Vorteile mit sich bringen: Sie schützen die Dachabdichtung vor Witterung, sorgen für Wärme im Winter, fungieren im Sommer als Hitzeschild, filtern Luftschadstoffe und entlasten die Kanalisation. Ein Trend, der wechselseitig die Innovationen der österreichischen Firma Flattec beflügelt hat. Kunden wurden auf diese Weise zu Ideengebern für neue Systeme. Und neue Systeme ermöglichten neue, kreative Formen der Nutzung des Flachdachs.

Immer mehr Bauherren, Ausschreiber und Anwender setzen heute bei Attika-Elementen für Flachdächer auf die Flattec-Marke Flatpor®. Als wärmebrückenfreie Systemlösung erfüllen diese Produkte nicht nur Niedrigenergie- und Passivhausstandards, sondern punkten auch durch einfaches Handling und schnelle Montage. Bei einem der neuesten Produkte – Attika Plus – werden auf Wunsch 18 oder 22 mm dicke OSB-Platten in einer beliebigen Höhe eingeklebt. Der 2K-Polyurethan-Klebstoff OTTOCOLL® P 520 garantiert dabei witterungsfesten Halt, und die OSB-Platten können so als Befestigungsuntergrund für mechanische Fixierungen der Abdichtungsbahnen genutzt werden.



Web-Tipp WWW.FLATPOR.COM

Am Anfang war

das

Pech.

DIE URGESCHICHTE DES KLEBENS. Klebstoffe verbinden die meisten Menschen heute mit Chemie und halten sie – so wie die industrielle Herstellung chemischer Güter – für eine relativ junge Erfindung. Doch diese vermeintlich moderne Verbindungstechnik ist mit über 180.000 Jahren mindestens ebenso alt wie das mechanische Verbinden. Bereits „Ötzi“, der steinzeitliche Mann, der etwa 3340 v. Chr. in den Öztaler Alpen sein Leben ließ und erst 1991 als Gletschermumie entdeckt wurde, befestigte mit Hilfe von Pflanzenfasern und Birkenpech die Schäfte seiner Holzpfeile mit den Spitzen aus Feuerstein.





Die Steinzeitmenschen erfanden also bereits den Klebstoff, und die Vermutung liegt nahe, dass diese Klebeverbindung – abgesehen von Bindetechniken mittels Pflanzenfasern – weit vor mechanischen Techniken genutzt wurde. Der Alleskleber aus dem Fundus der Natur?



Forscher sind sogar der Meinung, dass die damaligen Klebstoffe heutigen Allesklebern durchaus ebenbürtig waren. Noch hat man keine gesicherten Erkenntnisse, wie die Menschen das Birkenpech „Betulin“ aus der weißen Rinde gewonnen haben. Dazu sind nämlich Destillationsverfahren unter Luftausschluss und mit Temperaturen von 340 bis 400 Grad Celsius notwendig. Aber Forscher gehen davon aus, dass die Steinzeit-Chemiker die Rinde eng gerollt und dann in einer Erdkühle mit Asche bedeckt und verschwelt haben. Zurück blieb dann das schwarze, klebrige Destillat.

Anscheinend war Birkenpech der urzeitliche Alleskleber schlechthin: 2001 untersuchten Fachleute alte Fundstücke aus Grabungen der 1960er-Jahre in Königsau (Sachsen-Anhalt) nochmals eingehend und fanden an über 80.000 Jahre alten Werkzeugen Birkenpech-Spuren. In Süditalien kam es dann 2006 zu einer noch spektakuläreren Entdeckung: An einem mindestens 180.000 Jahre alten Steinwerkzeug wurde abermals Birkenpech gefunden. Neben dem zum Kleben nur eingeschränkt nutzbaren Bienenwachs, gehört Birkenpech im Übrigen zu den „Hotmelts“. Es muss lediglich erwärmt werden, um die Klebung wieder zu lösen.

Doch die Kreativität unserer Vorfahren war bei Weitem nicht auf Birkenpech beschränkt. Im Nahen Osten nutzten vor 6.500 Jahren die Mesopotamier Asphalt aus natürlichen Ölquellen zu Bauzwecken. Auch auf der Basis von tierischem Eiweiß gewann man in der Frühzeit Klebstoffe. 3.000 v. Chr. stellten die Sumerer Warmleim aus tierischen Häuten her und 1.500 v. Chr. verwendeten die Ägypter tierische Leime, z. B. aus Fischabfällen, für Furnierarbeiten. Wie wichtig Klebstoffe für das Leben der damaligen Zeit bereits waren, belegt eine Tafel Hautleim, die im Grab des Königs Tutanchamun gefunden wurde.

Andere Handwerker der Frühzeit nutzten als Bindemittel Albumine, ein Protein aus tierischer Herkunft, das sie aus tierischem Blut oder Eiern gewannen. Und das Weltreich des Dschingis Khan wäre ohne antike Klebstoffe kaum möglich gewesen: Die Bögen seiner schnellen asiatischen Reiterheere waren mit einem Leim aus verkochten Knochen und Knorpeln geklebt.

Um 500 vor Christus wird im jüdischen Talmud erwähnt, dass bereits Casein als Bindemittel für Pigmente eingesetzt wurde. Die Hellenen behaupten dagegen, dass Daidalos – der Erbauer des Labyrinths des Minos auf Kreta – der Erfinder des Leims gewesen sei. Zumindest der Sage nach hat er bei der Flucht durch die Lüfte mit seinem Sohn von der Insel Kreta Wachs als „Hotmelt“ verwendet (siehe auch OTTOprofil 18).

Gesichert ist, dass es im alten Griechenland bereits den Beruf des Leimsieders („Kellepsos“) gab. Das griechische Wort „Kolla“ (Leim) wird heute noch verwendet – unter anderem für die Klebstoff-Produkte von OTTO (OTTOCOLL).

In Amerika verwendeten die Azteken bereits um 1.400 n. Chr. den Blutbestandteil Blutalbumin zu Klebungen auf dem Bau. Sie mischten Tierblut in den Zement, den sie zum Bau ihrer typischen flachen oder elliptischen Bögen einsetzten.

Mit dem Buchdruck Anfang der Neuzeit erlebte die Klebstofftechnik einen weiteren Aufschwung, bis schließlich 1690 in den Niederlanden die erste Leimfabrik eröffnete und 1888 der Hannoveraner Malermeister Ferdinand Sichel den ersten gebrauchsfertigen Tapetenkleister entwickelte.

Ohne die Zusammenhänge genau zu kennen und nur mit dem, was die Natur zur Verfügung stellte, haben Menschen also schon immer Klebstoffe zu nutzen gewusst. Und das mit Ergebnissen, die Wissenschaftler noch heute immer wieder in Erstaunen versetzen. ■



Birkenpech lässt sich mit Hilfe steinzeitlicher Methoden durch Verschmelzung herstellen.



Gewusst wie! Und warum.

DIE PRAXIS-SEMINARE
VON OTTO

**Umfangreiche Information
und Vertriebsunterstützung.**

**Ein Seminar, das sich bezahlt
macht.**

Immer komplexere Anwendungen, immer höhere Qualitätsansprüche und neue Materialien erfordern viel Know-how und Erfahrung. Fehleinschätzungen bei der Auswahl der richtigen Dicht- und Klebstoffe und mit Mängeln behaftete Ausführung der Arbeiten führen zu unnötiger Verärgerung der Kunden, zu teuren Nachbesserungsarbeiten bis hin zu gerichtlich durchgesetzten Haftungsansprüchen. Nur wer als Verarbeiter auf dem Laufenden bleibt, kann unter dem heutigen Preis- und Konkurrenzdruck langfristig bestehen.

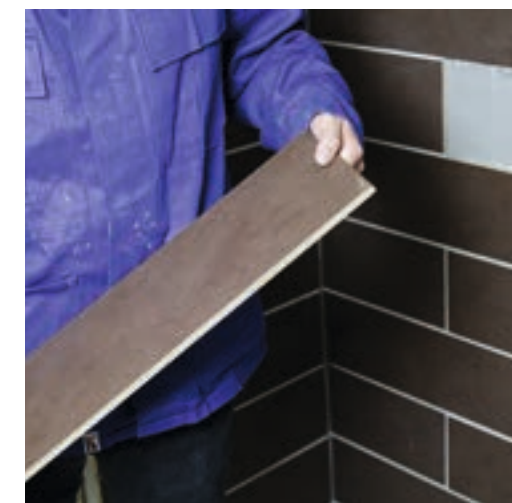
Weiterbildungsseminare für Verarbeiter sind deshalb ein wichtiger Baustein im Service-Konzept von OTTO und belegen die Nähe, die OTTO zu seinen Kunden sucht. Mit einer Seminarreihe im Bildungszentrum EBL Frankfurt, das zum Bildungswerk BAU Hessen-Thüringen e.V. gehört, ging OTTO im Herbst 2014 auch geografisch einen Schritt auf seine Kunden zu. Neben der kürzeren Anfahrt zu einem Standort in der Mitte Deutschlands fanden die Teilnehmer hier auch ideale Bedingungen für eine Weiterbildung in Theorie und Praxis vor. Denn die Schulungsräume am Standort von OTTO in Fridolfing können nur schwer für Anwendungsübungen im realitätsnahen Maßstab genutzt werden. Und das neue Schulungszentrum von OTTO im Logistikzentrum „Strohhof“ in Fridolfing wird erst im Herbst 2015 eingeweiht werden.

Neben drei Kursen zum Thema Sanitärfliesen und Naturstein wurden auch drei Kurse zum Thema Holz-Glas-Metall angeboten. Nach einem Tag Einführung in die theoretischen Grundlagen mit Multi-Media-Vorträgen folgte jeweils ein Praxistag. Das Bildungszentrum EBL zeigte sich bei der Organisation der Veranstaltungen als perfekter Partner. Neben dem Angebot für Übernachtungsmöglichkeiten und Verköstigung unterstützten die Mitarbeiter und Auszubildenden des Zentrums die Seminarleiter von OTTO professionell und unbürokratisch beispielsweise durch den Bau von Exponaten, die als realitätsnahe Modelle dann von den Seminarteilnehmern zum Kleben und Dichten genutzt wurden. Mit den Workshops lernten diese den jeweils neuesten Stand der Technik auf Basis der IVD-Merkblätter kennen.

Da die Teilnehmerzahl pro Kurs bewusst in einem überschaubaren Rahmen gehalten wurde, konnten sich die Seminarleiter intensiv mit den individuellen Fragen jedes Einzelnen beschäftigen. Und Fragen gab es genug – vom Monteur bis zum Geschäftsführer wollte doch jeder viel Wissen für sich und seine tägliche Praxis mitnehmen. So war das Feedback zu den Seminaren auch überdurchschnittlich gut.

Besonders spannend gestalteten sich die Ausführungen des öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen für das Fuger-Gewerbe im Hochbau, Günter Zitz. Er führte den Teilnehmern vor Augen, wie Schäden aus Mängeln entstehen, welche juristischen und finanziellen Folgen sie haben und aus welcher Perspektive deutsche Gerichte über handwerkliche Arbeit urteilen. Dass die Teilnahmegebühren für ein Seminar, verglichen mit den Kosten, die durch mangelhafte Arbeiten entstehen können, verschwindend gering sind, dürfte nach dem Vortrag von Günter Zitz jedem klar geworden sein.

Wer sich – für sich oder seine Mitarbeiter – für ein OTTO-Praxis-Seminar in Frankfurt oder Fridolfing interessiert, der kann sich an seinen Außendienst-Berater oder direkt an OTTO wenden und erhält zehn Wochen vor dem Termin eine Einladung. ■



BUCHTIPP:

**„Naturstein elastisch
verfugen“**

Druckfrisch erschienen ist ein neuer Band in der Reihe STEIN PRAXIS des Callwey Verlages. Einer der zwei Autoren ist der Schulungsleiter von OTTO, Günther Weinbacher. Er bringt in dem 72-seitigen Werk mit zahlreichen Abbildungen seine ganze Erfahrung ein. Und erläutert wie man professionell Natursteine verfugt – vom Standard bis zum Spezialfall, wie zum Beispiel in Badezimmer, Toilette, Küche, Schwimmbad, Sauna und an der Fassade. Neben den Grundlagen gibt es Tipps zu Pflege, Wartung und Sanierung. Um das Problembewusstsein zu schärfen und auf mögliche Fehlerquellen hinzuweisen, sind Besonderheiten in farbigen Kästen hervorgehoben. Ein Register erleichtert die schnelle Orientierung und macht das Buch zu einem praktischen Nachschlagewerk.

Ideal auch als Geschenk, z. B. für Azubis zur Gesellen- oder zur Meisterprüfung!
Von Günther Weinbacher und Hans-Joachim Mehmke.
Zu bestellen bei: OTTO über info@otto-chemie.de
oder Tel.: 08684 / 9080



Ein Denkmal

UMBAU UND
RENOVIERUNG DES
SCHLOSSHOTEL
MÖNCHSTEIN.

für Kundenorientierung.

Im Wettlauf mit Zeit und Stein.

„Herr Steindl, schaffen wir das?“. Die bange Frage des Bauleiters, der für den Umbau und die Renovierung des Schlosshotels Mönchstein die Verantwortung trug, war mehr als berechtigt. Sie stand am Anfang einer außergewöhnlichen Kraftanstrengung und der perfekten Zusammenarbeit zwischen Bauherr, Architekt, Bauleiter und dem Marmorwerk Steindl. Eigentlich war die Situation hoffnungslos: Die Umbau- und Sanierungsarbeiten hatten sich, wie so oft, verzögert. Einer der Gründe lag im Felsenuntergrund des Schlosses. Denn in den Nagelfluh, ein Konglomeratsgestein, wurden unterirdisch Gänge und Schächte getrieben, um das Hotel mit einem Konferenz- und einem Wellnessbereich zu verbinden. So blieben für die Natursteinarbeiten am Schluss zu wenig Zeit. Der Eröffnungstermin mit festen Buchungen war gesetzt und konnte nicht verschoben werden. Erschwerend kam hinzu, dass der Baukran wegen der exponierten Lage auf dem Mönchsberg aus Gründen der Flugsicherheit termingerecht abgebaut werden musste und damit der Baustellenlogistik weitere Steine in den Weg legte. Wolfgang Steindl senior beantwortete die Frage des Bauleiters mit einer Gegenfrage: „Wollen Sie eine ehrliche Antwort oder eine philosophische? Die ehrliche: Nein, das ist unmöglich. Die philosophische: Wenn es sein muss, dann finden wir auch eine Lösung.“

Um es kurz zu machen: Wolfgang Steindl fand eine Lösung. Er organisierte ein engagiertes Team, das im Dreischichtbetrieb und rund um die Uhr zupackte. So wurden nicht nur die Gänge und Schächte durch den Felsen geformt und mit Konglomerat-Sanierungsmörtel ausgestaltet, sondern auch über 480 m² Untersberger Marmor aus dem eigenen Marmorwerk verlegt und verfugt. Passend dazu steuerte OTTO mit OTTOSEAL® S 70 farblich abgestimmtes Naturstein-Fugensilicon bei.

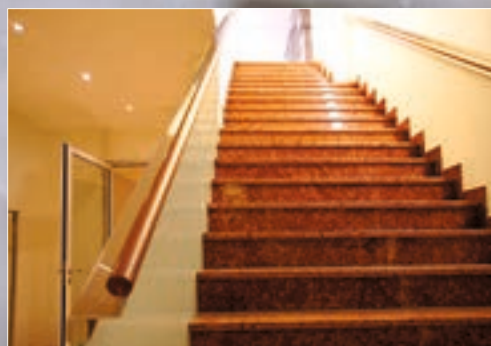
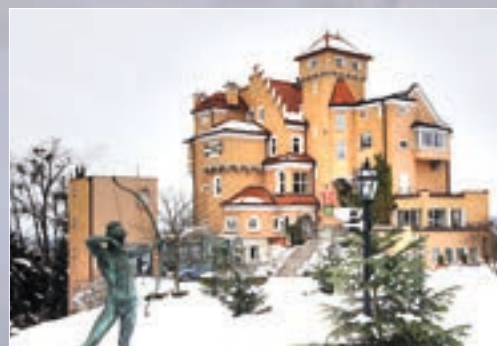
Perfekte Neueröffnung für ein Märchenschloss.

Etwa um Mitternacht vor der offiziellen Neueröffnung war fast alles fertig. Doch dafür sah die Vorfahrt zum Hotel noch schlimm aus, nicht zuletzt, da es die letzten Tage geregnet hatte. Doch mit Untersberger Zierkies, einem Nebenprodukt aus der Marmorherstellung der Steindl'schen Werke und zahlreichen Helfern, die sich an die letzten Reinigungsarbeiten machten, war noch vor Sonnenaufgang alles erledigt. Die anspruchsvollen Gäste konnten kommen. Und sie hatten nur ein Auge für die architektonischen Neuerungen und die neue Pracht im Hotel. Die Anstrengungen, die es kostete bis zu diesem Punkt zu gelangen, blieben ihnen verborgen. Umgeben vom über 14.000 m² großen Schlosspark, direkt auf dem Mönchsberg – mit herrlichem Rundblick auf die Mozartstadt Salzburg – befindet sich das wohl bezauberndste Stadthotel der Welt: das Hotel Schloss Mönchstein. Das 1350 erstmals erwähnte und 1948 in ein Schlosshotel umgewandelte Anwesen ist nicht nur als kulturelle Sehenswürdigkeit in Salzburg von Bedeutung, sondern zählt als romantisches Schlosshotel mit seinen luxuriösen Zimmern und Suiten zum absoluten Gipfel der österreichischen Hotellerie. Dies erkannte auch der Fachverband Hotellerie in Österreich und zeichnete das Fünf-Sterne-Haus zusätzlich mit dem Prädikat „superior“ aus. Die zahlreichen Sehenswürdigkeiten von Salzburg sind über den Mönchsberglift (ca. 5 Gehminuten vom Hotel) ganz einfach zu erkunden. Das Hotel ist ein idealer Ausgangspunkt für kulturelle und Unternehmensveranstaltungen. Die 24 exklusiven Zimmer und Suiten sind individuell und liebevoll eingerichtet – entweder im Design der „Wiener Werkstätten“ oder im unvergleichlichen Charakter eines Schlosses.

Insel im Ozean der Fünf-Sterne-Hotels.

Die Liebe zum Detail spiegelt sich in kostbaren Antiquitäten, ausgesuchten Materialien und durchdachtem Innendesign mit modernster Technik (kostenloses WLAN, Flatscreens etc.) wider. Besonders exklusiv sind die mit edlem Calacatta Marmor ausgestatteten Bäder. Als kulinarisches Kleinod mit verschiedenen Terrassen und Restaurants bietet das Hotel für Übernachtungs- und für externe Gäste einen außergewöhnlichen Rahmen, haubengekrönt zu speisen. Ob im Restaurant Schloss Mönchstein, im romantischen „Kleinsten Restaurant der Welt“, im denkmalgeschützten Gotischen Salon oder in der Licht durchströmten Orangerie „Apollo“ – der renommierte Küchenchef Markus Mayr und sein Team begeistern Gourmets mit verfeinerten österreichischen Gerichten und internationalen Köstlichkeiten. In der exklusiven, 300 m² großen Wellness-Oase des Mönchstein Spa warten ein Dampfbad, eine Finnische Sauna, Thalassowannen, eine Ruheterrasse, ein Ruheraum und großzügige Behandlungsräume auf anspruchsvolle Besucher. Ein kompetentes Team verwöhnt die Hotel- und Tagesgäste mit wohltuenden Massagen und verschiedensten Beautybehandlungen. Ohne seine familiäre, herzliche und offene Atmosphäre wäre das Hotel Schloss Mönchstein allerdings „nur“ ein Luxushotel der Extraklasse. Dafür, dass beim Aufenthalt alles passt und selbst unvorhergesehene Ereignisse immer ein Happy End haben, sorgt ein eingespieltes Team von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die zusätzlich zu den fünf Sternen eigene Sterne verdient hätten. ■

Web-Tipp WWW.MONCHSTEIN.AT



Mit dem neuen Thermomix wird Kochen digital.

REVOLUTION IN DER KÜCHE.

Seit mehr als einem halben Jahrhundert begeistert die multifunktionale Küchenmaschine Thermomix von Vorwerk Millionen von Besitzern rund um den Globus. Jetzt hat Vorwerk den Klassiker modernisiert. Mit den innovativen Rezept-Chips, einem Touchscreen und der einmaligen Guided-Cooking-Funktion macht der neue Thermomix das Kochen noch einfacher und setzt neue Maßstäbe. Wird der neue Thermomix in Betrieb genommen, verriegelt sich der Deckel automatisch. Neu ist auch der größere Mixtopf aus Edelstahl mit 2,2 Liter Fassungsvermögen. Sein leistungsstarker Motor mit bis zu 10.700 Umdrehungen/Min. macht den Thermomix zum idealen Küchenpartner. Ein Topf, ein Messer, zwölf Funktionen – und tausende Koch- und Backideen mit Gelinggarantie: Der Thermomix kann nicht nur rühren, mixen, vermischen und zerkleinern, sondern auch kochen, dampfgaren, wiegen, mahlen, kneten, schlagen, kontrolliert erhitzen und emulgieren. Alles ohne lästiges Umbauen und Umrüsten, ein echtes Multitalent.

Die Rezept-Chips sind digitale Kochbücher für den neuen Thermomix. Einmal an das Gerät angelegt, werden alle Rezepte des Rezept-Chips auf dem Display des Thermomix angezeigt. Bequem und einfach blättern Thermomix-Köche durch die Rezepte. Ist ein Favorit gefunden, kann das Rezept mit den Schritt-für-Schritt-Anleitungen der Guided-Cooking-Funktion leicht und bequem zubereitet werden. Bei dieser neuen Entwicklung der Wuppertaler Ingenieure sind Zeit und Temperatur für jeden Schritt voreingestellt. Thermomix Köche folgen einfach den Anleitungen auf dem Display, fügen die Zutaten hinzu und tippen weiter – den Rest erledigt der neue Thermomix ganz allein. OTTO steuerte zum neuen Erfolgsrezept des digitalen Thermomix den Zweikomponentenklebstoff Novasil® S44 SP 5349 und OTTOCURE S-CA 2160 bei.

Web-Tipp [HTTP://THERMOMIX.VORWERK.DE](http://thermomix.vorwerk.de)



Solarthermie auf dem Prüfstand.

GIPFELTREFFEN.

Im Projekt „SpeedColl“ werden beschleunigte Alterungstestverfahren für thermische Sonnenkollektoren entwickelt. Hinter diesem Gemeinschaftsprojekt stehen das Forschungs- und Testzentrum für Solaranlagen des Instituts für Thermodynamik und Wärmetechnik der Universität Stuttgart und das Fraunhofer-Institut für Solare Energiesysteme in Freiburg sowie Projektpartner aus der Industrie, wie z. B. OTTO.



Das Konsortium des Projekts traf sich nun zu einem „Gipfeltreffen“ auf der Zugspitze, um die dort exponierten Sonnenkollektoren nach zweijährigem Testbetrieb zu begutachten. Aufgrund der extremen Wetterbedingungen und der hohen UV-Strahlung wurde die Zugspitze als einer von weltweit sechs Expositionsstandorten zum Test ausgewählt. Durch den Betrieb bei unterschiedlichen Umgebungsbedingungen wie extremen Temperaturen, UV-Strahlung, Salzbelastung und Feuchte sind Sonnenkollektoren die am stärksten belasteten Bauteile einer thermischen Solaranlage. Um Aussagen über die Langzeitbeständigkeit von Sonnenkollektoren unter verschiedenen Klimabedingungen zu erhalten, sollen diese Einflussfaktoren durch Schnellprüfverfahren im Labor nachgebildet werden. Die Qualität der Produkte ist insbesondere auch für die Erschließung neuer Märkte durch die deutsche Industrie von großer Bedeutung. Bei den visuellen Inspektionen am Prüfstand auf der Zugspitze stellten die Wissenschaftler keine signifikanten Veränderungen der Serienprodukte fest. Auch die Absorbertemperaturen (Kollektortemperaturen) zeigten nach zwei Jahren Exposition bei diesen extremen Bedingungen keine signifikanten Veränderungen.

MUMUTH in Graz.

LICHT. GESTALT.

Die XAL GmbH, ein Grazer Unternehmen, setzt seit rund zehn Jahren Klebstoffe bei der Leuchtenfertigung ein. Bisher waren es nahezu ausschließlich gestalterische Gründe, die für die Verwendung von Klebstoff sprachen: Weil Schrauben und Abdeckrahmen entfallen, wirken die Leuchten puristischer. Doch bei der Entwicklung einer neuen Außenleuchte ging es erstmals auch darum, durch die Verringerung der Topfzeit die Produktionszeit zu verkürzen. Ein firmeninterner Workshop war die Grundlage für die Zusammenarbeit mit OTTO. Denn OTTO bietet seine Entwicklungskapazität kostenfrei an, damit Kunden sich nicht mit einer Standardlösung zufriedengeben müssen. OTTO entwickelte gemeinsam mit dem Kunden die Lösung, die sich für ihn, seine verwendeten Materialien, seinen Herstellungs- und Montageprozess sowie seine Anlagentechnik am besten eignet.



So konnte OTTO auch im Falle von XAL ein Spezialprodukt anbieten: OTTOCOLL® S 610. Der hohe Dehn-Spannungswert des 2K-Silikon-Klebstoffes gewährleistet eine große Stabilität der Klebung. Aufgrund der schnellen Aushärtung können geklebte Teile sehr schnell weiterverarbeitet werden. OTTO hat XAL von der Entwicklung über die Fertigung von Prototypen und der Abwicklung von Testreihen bis hin zur Optimierung von Logistik und Produktion begleitet. Die STILA LED Außenleuchte von XAL ist serienmäßig als Aufbau- und Einbauleuchte erhältlich und ist das Produkt dieser engen Zusammen- und Entwicklungsarbeit. Und die kann sich sehen lassen – in Graz. Das Haus für Musik und Musiktheater der Kunstuni Graz (kurz: MUMUTH) gestaltet vom UN Studio, Amsterdam, beweist die faszinierende Wirkung der rundum horizontal auf allen Ebenen installierten Profilleuchten. Mit den STILA LED Außenleuchten in den Lichtfarben RGB lassen sich nahezu unbegrenzte Lichtstimmungen erzeugen.



Web-Tipp [WWW.XAL.COM](http://www.xal.com)



NAH AM WASSER GEBAUT

AUF ENTDECKERTOUR DURCH DIE HAUPTSTADT DER NIEDERLANDE.

NEW YORK, AUSGERECHNET MIT NEW YORK FÄNGT DIESE REISEMPFEHLUNG FÜR AMSTERDAM AN. DENN DIE STADT AM HUDSON RIVER IST SYMPTOMATISCH FÜR DIE BEDEUTUNGSÄNDERUNG DER GRACHTENSTADT. NEW YORK WURDE ALS NIEUW AMSTERDAM (NEU-AMSTERDAM) GEGRÜNDET UND WAR VON 1624 BIS 1664 VERWALTUNGSSITZ DER NIEDERLÄNDISCHEN KOLONIE NIEUW NEDERLAND. HEUTE IST DAS EHEMALIGE „PATENKIND“ WEITAUS BERÜHMTER UND AMSTERDAM SELBST EHER EIN „HIDDEN CHAMPION“. DOCH GERADE DESHALB EMPFIEHLT ES SICH, DIE IM 13. JAHRHUNDERT GEGRÜNDETE HAUPTSTADT DER NIEDERLANDE NÄHER UNTER DIE LUPE ZU NEHMEN.

Etwa fünf Millionen Holzpfähle sollen es sein, auf der die Stadt errichtet wurde, um im Sumpfland am Fluss Amstel Fuß zu fassen. Der Vergleich mit Venedig drängt sich da geradezu auf. Denn auch Amsterdam ist eine weltberühmte Handelsstadt mit fast 7.000 Kaufmanns- und Lagerhäusern sowie beinahe 1.300 Brücken. Doch die Grachtenstadt birgt noch viele andere Geheimnisse und attraktive Orte, die entdeckt werden wollen. Und auch OTTO hat hier Spuren hinterlassen, die wir Ihnen Tritt für Tritt näher bringen wollen.



Zwischen Hoch- und Nachtkultur.

Folgen wir gleich am Anfang der Spur des Geldes und beginnen wir unsere Tour an der Zentrale der ABN AMRO Bank an der Gustav Mahlerlaan 10 gleich in der Nähe. Die heute drittgrößte Bank der Niederlande, die auf eine Vielzahl von Fusionen zurückblickt, lässt sich geschichtlich bis auf das Jahr 1720 zurückverfolgen. Die Glasfassade der Hauptverwaltung wurde von der Firma Chiel Kitafdichtungen mit OTTOSEAL® S 110 fugt. Zumindest in diesem Punkt also ein Garant für Beständigkeit.



Nach diesem Abstecher in die Moderne radeln wir nordöstlich ins Museumsviertel. Das Ziel ist das Rijksmuseum („Reichsmuseum“) in der Museumstraat 1. Der Prachtbau von 1885 beherbergt unermessliche Kunstschätze aus dem „Goldenen Zeitalter der Niederlande“. Alles, was Rang und Namen hat versammelt sich hier: Rembrandt, Frans Hals, Jan Vermeer und Jan Steen. Doch viel interessanter als die weltbekannten Ikonen dieser Künstler einmal im Original zu bestaunen, ist die Geschichte und die Geschichten um ihre Entstehung. Jeder Kulturhungrige ist spätestens nach dem Besuch dieses Hauses erst einmal satt.



Schlafen im Cockpit.

Auf halbem Weg zwischen dem Flughafen Schiphol und der Altstadt beziehen wir gleich einmal Quartier. Das Corendon Vitality Hotel in der Aletta Jacobslaan 7 wurde erst im Februar 2015 eröffnet und bietet neben seinen 263 modern eingerichteten Suiten und Zimmern, einem hervorragend ausgestatteten Wellness-Spa und unterschiedlichen Restaurant-, Bar- und Shop-Bereichen ein ganz besonderes Highlight: Die 737-Cockpit-Suite. Wie der Name schon sagt, wurde hier das Cockpit einer Boeing 737 in eine außergewöhnliche Suite verwandelt – mit allen modernen Annehmlichkeiten, wie WLAN-Anschluss, 42-Zoll-Flatscreen, separaten Wohn- und Schlafbereichen, Lautsprecher und Regendusche im Bad, Konferenzraum ... und einem echten Flugsimulator im Cockpit! Nicht nur in dieser außergewöhnlichen Suite gehört selbstverständlich auch OTTO zur Ausstattung. Adhes Kitwerken & Bouw verwendete hier zur Verfügung OTTOSEAL® S 70 und OTTSEAL® S 115. Damit haben wir den perfekten Stützpunkt für unsere City-Tour. Was jetzt noch fehlt, ist das passende Fortbewegungsmittel für Amsterdam. Und Sie werden es schon erraten haben: Es ist das Fahrrad. Das leihen wir uns einfach beim Concierge aus und los geht's!



Wem jetzt der Sinn nach Abwechslung steht, der ist am nahen Leidseplein genau richtig und findet hier ein echtes Kontrastprogramm vor. Der Platz und die anschließenden Straßen gehören zu den beliebtesten Vergnügungsvierteln Amsterdams und sollte eigentlich in keinem Abendprogramm fehlen. Hier befinden sich die Theater De Balie, Theater Bellevue sowie die Pop-, Rock- und Jazz-Konzertgebäude Melkweg, Paradiso und die Stadsschouwburg. Die 1771 ganz aus Holz errichtete Stadsschouwburg wurde 1870 durch einen großen Brand verwüstet, 1892 aus Stein wieder aufgebaut steht seit 1982 unter Denkmalschutz. (Bild unten)



Die Steuer, die das Stadtbild prägt.

Der Sattel wartet jetzt ebenso wie die eigentliche Grachtenstadt. Deshalb wird es Zeit, in die Pedale zu treten. Die für uns heute romantische Architektur der Grachtenhäuser hat im Übrigen einen handfesten fiskalischen Hintergrund: Da Kanäle einen Haupttransportweg für Güter und Menschen darstellten, erhob man die Steuern nach der Gebäudebreite zur Grachtseite.

Die Amsterdamer – schon immer geschäftstüchtige Menschen – planten ihre Häuser deshalb vorwiegend mit sehr schmalen Vorderfronten, dafür aber verhältnismäßig lang und hoch, um genügend Wohn- und Lagerraum zu haben. Bei dieser Bauweise verbot sich allerdings die Planung breiter Treppenhäuser. Sperrige Gegenstände mussten deshalb mit Hilfe eines Kranbalkens im Giebel nach oben gehoben werden.



Trotz der schmalen Fassade wollte man als vermöglicher Kaufmann natürlich zeigen, wer man ist. Deshalb prägen heute außergewöhnliche und individuell verzierte Giebelvarianten aus vier Jahrhunderten die Altstadt. Treppengiebel, Schnabelgiebel, Glockengiebel und Leistengiebel sind besonders häufig zu sehen und legen Zeugnis ab über die Handwerkskunst der vergangenen Jahrhun-

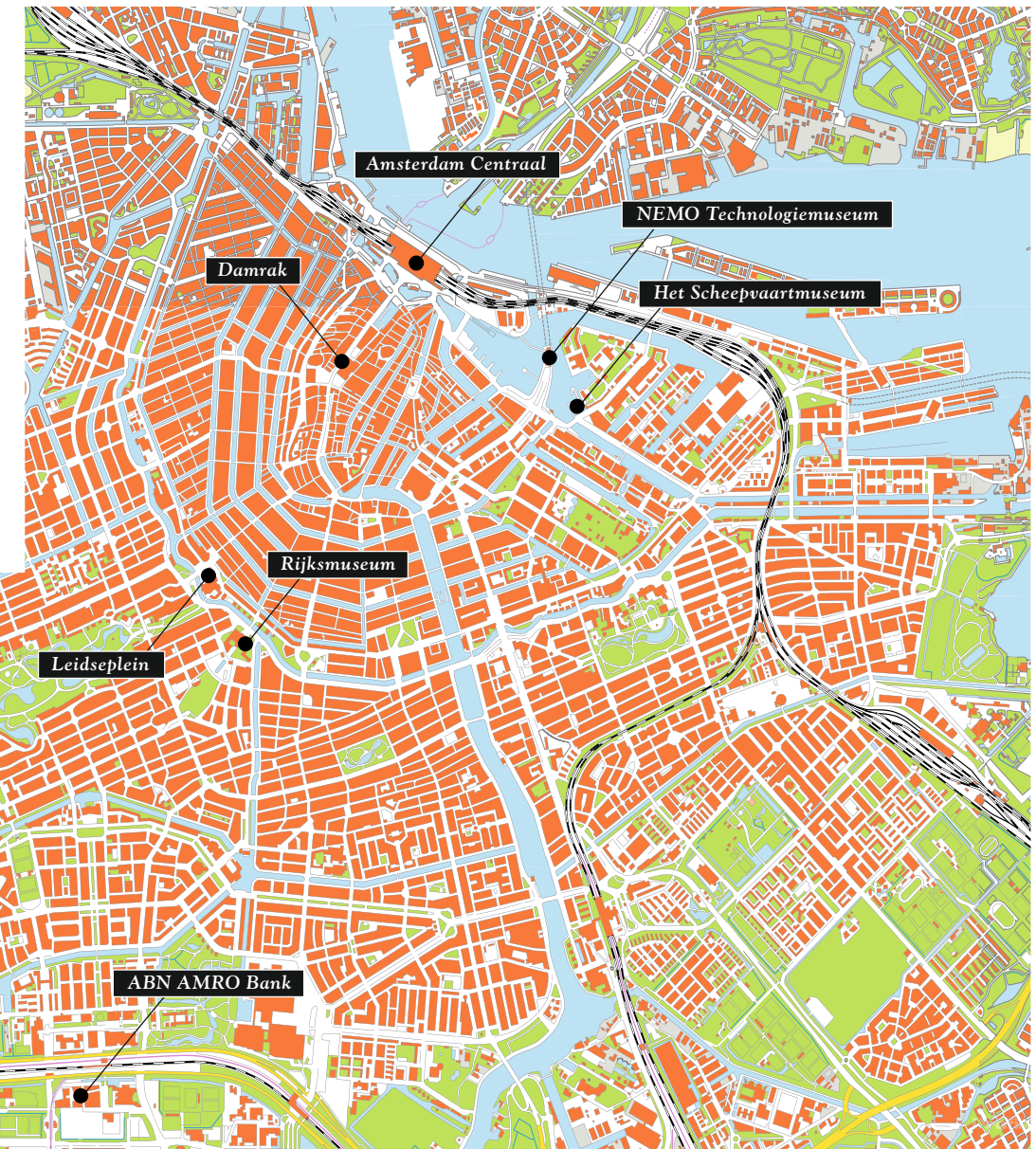
derte. Da die Häuser wegen des sumpfigen und sandigen Untergrundes auf Holzpfählen errichtet wurden, die mit der Zeit auch immer wieder nachgaben, ist in Alt-Amsterdam das eine oder andere Haus aus dem Lot geraten.

Ein großer Teil dieser Holzpfähle wurde aus dem Schwarzwald und dem Frankenwald auf Flößen importiert. Sämtliche Pfähle des

Hauptbahnhofs, dem wir als Nächstes einen Besuch abstatten, stammen beispielsweise aus dem Frankenwald. Nach diesem architekturhistorischen Seitensprung überqueren wir einige Grachten und fahren auf der Spuistraat, immer vom Wasser begleitet, in Richtung Bahnhof.

Großer Bahnhof auf feuchten Füßen.

Amsterdam Centraal, der Amsterdamer Hauptbahnhof, wurde auf drei künstlichen Inseln errichtet. 1875 bekamen der Architekt P. J. H. Cuypers und der Ingenieur A. L. van Gendt den Auftrag für einen Entwurf des Empfangsgebäudes. Das Bauwerk aus rotem Backstein mit Dekorationen aus Naturstein war stilistisch beeinflusst von der holländischen Renaissance. Der etwas vorspringende Haupteingang wurde von Cuypers bewusst mit zwei Türmen gestaltet, damit die Reisenden den Eindruck bekommen, die Stadt durch ein Tor zu betreten (Bild siehe S. 31 unten links). Die Verzierungen der Türme zeigen Szenen von Handel, Industrie und Schifffahrt als maßgebliche Wirtschaftsfaktoren der Stadt. Am Giebel sieht man das Reichswappen zwischen zwei Löwen. Darunter befinden sich vierzehn Wappen von Städten, wie z. B. Berlin, Sankt Petersburg und Paris, die damals von hier aus mit der Bahn erreicht werden konnten. An der östlichen Seite des Bahnhofs steht der „Königspaviljoen“ (Königlicher Pavillon). Hier konnte man durch ein breites Tor mit seiner Kutsche direkt in das Innere fahren. Um das imposante Stück gebauter Amsterdamer Stadtgeschichte für die Nachwelt und die Nutzung zu erhalten, wurden bei der Renovierung und Modernisierung durch die Verlegerfirma „Akermans Kitwerken“ OTTOSEAL® S 7, S 70 und SP 4558 verwendet.



Außergewöhnliche Museen für beeindruckende Erlebnisse.

Weiter geht es mit dem Rad in Richtung Südosten am Hafen vorbei. Kulturhistorisch durchaus interessant ist das Sexmuseum „Venus-tempel“, das nur ein paar Meter neben unserer Strecke, auf dem Damrak, liegt. Hier ist die ganze Geschichte dieses allzu menschlichen Themas in Tausenden Exponaten von der Urzeit bis zur Moderne dargestellt. Ein Kuriositätenkabinett, bei dem man sich jenseits aller Tabus, die hier gebrochen werden, das Lachen nicht immer verkneifen kann.

Doch eigentlich wollten wir weiter Richtung Oosterdok.

Das NEMO lockt als Technologie-Museum nicht nur mit seinem Inneren. Das vom Stararchitekten Renzo Piano entworfene Gebäude ist auch von außen unübersehbar und wirkt wie ein gestrandetes Frachtschiff. Auf dem Dach – einem beliebten Treff- und Aussichtspunkt – sind Picknicks ausdrücklich erlaubt. Unter dem Dach gibt es auf vier Ebenen Exponate aus allen Wissenschaftsbereichen. Zum Ansehen, aber vor allem zum Anfassen. Denn hier sollen durch Experimente technische und biologische Zusammenhänge für Kinder und andere Wissensdurstige aller Altersstufen begreifbar gemacht werden.

Nur ein paar Fahrradminuten weiter kommen wir zum historischen Schifffahrtsmuseum am Kattenburgerplein 1. Das „Het Scheepvaartmuseum“ befindet sich im früheren Magazin der Admiralität Amsterdam. Sammler, Interessierte und Sponsoren gründeten 1916 die Vereeniging Nederlandsch Historisch Scheepvaart Museum, die als zukünftige Trägerin die Aktivitäten bündeln sollte. Das Museum organisiert verschiedene Ausstellungen für Groß und Klein und wartet mit einem Restaurant, einem Museumsshop und vielen anderen Einrichtungen, wie zum Beispiel mit einer Bibliothek, auf. Unter den 60.000 Büchern der Präsenzbibliothek sind einige über 500 Jahre alt. Ideal, um an Regentagen zu schmökern. Das kann man aber auch noch im Hotel nachholen. Denn in der über das Internet frei zugänglichen Datenbank „Maritiem Digitaal“ sind die Museumsobjekte komplett erfasst, darunter Modelle, Abbildungen von Originalobjekten und Literatur.

Nach etwa 15 Kilometern und vielen bleibenden Eindrücken beenden wir die Schnupperfahrt durch Amsterdam. Da bleiben noch genug Zeit und Kraftreserven, um noch einmal ganz persönliche Entdeckungen in den Grachten, den Parks, den Museen, auf den Plätzen und in den Cafés zu machen. Vor allem aber Zeit, um auch die Menschen kennenzulernen, die hier leben oder die sich von dieser Stadt wie magisch angezogen fühlen. Viel Spaß dabei wünschen Ihnen Ihre Reiseführer von der OTTOprofil-Redaktion.



Gewinnspiel

GUTER RAT IST TEUER. GUTES RAD IST GLÜCKSSACHE.

GEWINNEN SIE EIN TYPISCHES FORTBEWEGUNGSMITTEL IN AMSTERDAM.
ODER WERDEN SIE SCHLOSSBESITZER.



Alles, was Sie brauchen ist etwas Glück oder ein gutes Erinnerungsvermögen an die Artikel in diesem OTTOprofil. Kreuzen Sie einfach auf dem beiliegenden Faxblatt die richtige Lösung an.

Gewinnen Sie ein ebenso hochwertiges wie typisches und praktisches Holland-Rad der Traditionsmarke Batavus im Retrostil. Das Batavus Old Dutch ist das meistverkaufte Holland-Transportrad in den Niederlanden und entspricht der deutschen Straßenverkehrsordnung. Auf dem Fronträger lassen sich Taschen entweder direkt per Spanngurt festzurren,

oder man verwendet Körbe und Kisten. Perfekt für Einkäufe, Picknicks, kleine Hunde etc. Während des Parkens sorgt ein Feststeller am Lenker für sicheren Stand.

Zusätzlich verlosen wir als weitere Preise insgesamt zehn **nahezu unknackbare Fahrradschlösser** der Firma Abus. Mit einer 7 mm starken Kette aus Spezial-Stahl und mit wetterfester Textilmantelung.

PREISFRAGE:

WAS GALT IN DER STEINZEIT ALS ALLESKLEBER?

A WEIZENSTÄRKE

B BIRKENPECH

C WEIDENHARZ

Einfach die richtige Lösung auf unserem Faxblatt ankreuzen. Einsendeschluss ist der 31. Mai 2015. Bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Eine Barauszahlung der Sachpreise ist nicht möglich.



Dichtstoffe • Klebstoffe

Eine Publikation der
Hermann Otto GmbH
Krankenhausstr. 14
83413 Fridolfing
Telefon 08684-908-0
Fax 08684-1260
info@otto-chemie.de

Weitere Informationen:
www.otto-chemie.de