

# Farbige Ideenschmieden

➔ **PRODUKTENTWICKLUNG** Kreativität, Gestaltungsvielfalt, individuelle Wohnkonzepte: all das ist mit dem Malerhandwerk untrennbar verbunden. Neue, frische Ideen sind hier also fast vorprogrammiert. Doch wie können sie im vermarktbareren Produkt Form annehmen? Wir haben bei Produktentwicklern in der Malerbranche an die Tür geklopft.

**A**uf Messeständen oder in speziellen Kundenwünschen ist er oft zu finden – der erste Schritt zum innovativen Produkt. Insbesondere in der Malerbranche, die sich mit Neugestaltung, Farbtrends und neuen Materialanforderungen für eine gewünschte Optik auseinandersetzt, ist die Begegnung mit dem Neuen fast zum täglichen Ereignis geworden und wird deshalb oft unterschätzt. Denn Innovationen entstehen nicht aus der dunklen Materie reiner Kreativität, sondern vielmehr da, wo Unternehmer aus dem Tagesgeschäft heraus kreativ werden. Das kann nun entweder ein Überschuss sein, der zu einer Idee führt – wie ein neuartiges Material, das bisher nur in anderen Kontexten und Branchen eingesetzt wurde. Oder aber die Idee entsteht aus einem Mangel heraus, den es zu füllen gilt.

➔ **BEISPIEL: Novus versus Chaos**

Einem solchen Mangel sah sich Malermeister Christoph Baum vor drei Jahren gegenüber: schlechte Zahlungsmoral und Zeitverzögerungen auf den Baustellen trieben seinen Betrieb in rote Zahlen. Die Überzeugung, dass sich in seinem Unternehmen »etwas ändern musste, begann mit zwei Erkenntnissen«, berichtet Malermeister Baum. »Zum einen bin ich Vater geworden und habe gemerkt, wie wenig Zeit ich im Arbeitstag für mein Kind habe. Zum anderen ist mir klar geworden, dass ich für die Zeit, die ich in mein Unternehmen investiere, am Ende zu wenig an finanziellem Output bekomme.« Christoph Baum reagierte mit einem Blick über die Grenzen der Maler- und Handwerksbranche. »Ich habe mich auf dem Markt – der Verkaufs- und Immobilienbranche – umgesehen und mich gefragt »Wie schaffen es die großen Unternehmen, so erfolgreich zu sein?«. Beim Lesen der Biografien erfolgreicher Firmenchefs ist mir aufge-

fallen, dass sie alle eines gemeinsam hatten: Sie konnten Aufgaben delegieren.«

Danach ging alles recht schnell. Zwei Monate lang ließ sich Malermeister Baum coachen und setzte sich intensiv mit einer genauen Problemanalyse seines Betriebs auseinander. »Ich habe mich in dieser Zeit intensiv mit den Arbeitsabläufen meiner Mitarbeiter beschäftigt und gesehen, wie viel Zeit und damit auch Geld allein mit zusätzlichen Fahrtwegen verloren geht. Ich habe beispielsweise allein 10.000 Euro im Jahr damit verbraucht, zum Lieferanten zu fahren und meinen Mitarbeitern Material auf die Baustelle zu bringen, das bei der ersten Fahrt vergessen wurde.« Schließlich versammelte Christoph Baum sein komplettes Team und stellte ihnen zuerst nur Fragen nach dem Muster »So sieht meine Beobachtung aus, was ist eure Meinung und wie kann man das ändern?«. Dabei sollten die Mitarbeiter absolut ehrlich antworten. »Spannend war zu sehen, dass mir meine Mitarbeiter exakt dieselben Probleme genannt haben, die auch mir in der Beobachtung aufgefallen waren.

**Problemlösung für den Betrieb –**

das war der ursprüngliche Gedanke hinter dem Novus Worksystem, das Christoph Baum aus seiner Unternehmenskrise heraus entwickelt hat. Das innovative System arbeitet mit Checklisten, die den Mitarbeiter vor, auf und nach der Baustelle organisatorisch begleiten und ihm so gleichzeitig mehr Eigenverantwortung für die Abläufe zugestehen (siehe Produktkasten). Der erste Testlauf des Novus Worksystem fand gewisserma-



Das Novus Worksystem will unnötige Baustellenbesuche oder zeitraubende Telefonate im Tagesgeschäft vermeiden. Gleichzeitig überträgt Novus den Mitarbeitern mehr Eigenverantwortung



ßen im kalten Wasser statt. »Ich habe meinen 26-jährigen Jungfacharbeiter mit den Checklisten direkt zu einem Fachwerkfassaden-Projekt geschickt, das es auch technisch in sich hatte. Zuerst musste ich mich zwingen, nicht selbst auf die Baustelle zu fahren und einen Blick auf die Arbeiten zu werfen. Ich habe die ganze Woche auf einen Anruf mit Fragen – die zuvor unter meinen Mitarbeitern Standard waren – gewartet. Doch es kam nichts und stattdessen ein durchweg positives Feedback von meinem Team.« Für die Ausarbeitung der Checklisten nahm Christoph Baum die Hilfe einer befreundeten Psychologin in Anspruch mit dem Ziel, die Eigenmotivation des Mitarbeiters aufzubauen. Denn wo Arbeitsabläufe auf der Baustelle reibungslos funktionieren, bekommt der Mitarbeiter ein gutes Gefühl für seine Arbeit und übernimmt automatisch mehr Verantwortung – für das Projekt, für sich selbst und für das gesamte Team.

### Vom Eigenbedarf zum Produkt

Auf den Baustellen, wo der Malerbetrieb Baum Arbeiten übernahm, war das Novus Worksystem bald nicht mehr zu übersehen: »Auf der vierten oder fünften Baustelle, die wir mit Novus angegangen sind, kam der Mitarbeiter eines Elektrobetriebs auf mein Team zu und meinte ›Ihr seid so entspannt und schnell bei der Arbeit. Was macht ihr anders als wir?‹.« Nach einem Gespräch mit dem Chef dieses Betriebs gab Christoph Baum das System weiter und erhielt ein paar Monate später ein begeistertes Feedback. Dieselbe

**Christoph Baum**  
Geschäftsführer bei Malermeister Baum  
und Gründer von Novus Worksystem



**»Das Coaching hat mir die Augen geöffnet, was eigentlich alles möglich ist, wenn man an seinem Unternehmen arbeitet, aber nicht mehr im Unternehmen.«**

Reaktion wiederholte sich bei einem befreundeten Installateurbetrieb. »Beide haben mir schließlich gesagt, dass dieses System jeder Betrieb gebrauchen kann und ich habe realisiert, wie global das Problem der unorganisierten Baustelle eigentlich ist«, resümiert Malermeister Baum. »So hat sich Novus Worksystem zu einem Produkt und zu einem eigenen Unternehmen entwickelt.«

Mit der Entscheidung, Novus als Produkt zu vertrieben, war für Christoph Baum klar: da mussten professionelle Partner und Berater her. Aus dem Unternehmenscoaching heraus, das Malermeister Baum auch nach dem Weg aus der Krise weiterführte, entstand die Idee, die Anwendung des Systems in Online-Kursen zu erklären. »Damit war allerdings mein Marketing-Problem noch nicht gelöst.« Durch seine Kontakte in der Region lernte er Robert Otte kennen, der bereits im Marketing von Großkonzernen gearbeitet hatte. Heute sind sie Geschäftspartner und entwickeln Novus gemeinsam weiter. Mit Erfolg: Im April 2017 soll Novus als App auf den Markt kommen. »»

## NOVUS WORKSYSTEM

Im Unterschied zu anderen Projektmanagement-Systemen ist Novus keine Software. »Ich wollte etwas entwickeln, das jeder auf Anhieb nutzen und intuitiv bedienen kann, – auch ohne vertiefte Computerkenntnisse.« Novus beruht auf einer Sammlung von Worddokumenten auf Checklisten-Basis und stellt eine Lösung dar, um die Baustellenorganisation zu optimieren und Probleme wie etwa Leerfahrten zu vermeiden. Das Komplettpaket des Systems beinhaltet die Checklisten-Dokumente inklusive einer Ordnerstruktur, die auf jedes Projekt übertragbar ist. In den Ordnern befinden sich alle Informationen, die der Mitarbeiter benötigt, um ein Projekt eigenverantwortlich zu leiten. Außerdem lassen sich die Arbeitsabläufe digital dokumentieren. Mit im Paket sind auch Videos, welche die konstruktive Anwendung von Novus Schritt für Schritt erklären.





## Ursula Kohlmann

Inhaberin der Malerwerkstätten VerWANDlung remmers und Entwicklerin von OrganoFleur

»Gemeinsam mit dem österreichischen Hersteller entwickeln wir die Idee stetig weiter.«

### → BEISPIEL: Neue Natürlichkeit

mit OrganoFleur Für Ursula Kohlmann aus Bonn ist der Name Ihres Betriebs – VerWANDlung – auch in innovativer Hinsicht Programm. Anregungen aus dem Interior- und Designbereich verarbeitet sie in neue Produktideen für das Malerhandwerk. So entstand auch die aus Almheu und Blüten gefertigte Tapete OrganoFleur. Ihren Anfang nahm diese im Januar 2016 auf der Möbelmesse Imm Cologne als Ursula Kohlmann an dem Messestand einer kleinen österreichischen Firma HML-Platten – eine Art Furnier zur Weiterverarbeitung für Tischler – entdeckte, die aus Heublüthen gepresst wurden. »Ich dachte sofort ›Das ist zwar nicht aus unserer Branche, sieht aber sehr schön aus und riecht so gut. Kann man daraus nicht auch eine Tapete machen?‹. Also bin ich mit den Leuten am Messestand ins Gespräch gekommen,« berichtet Malermeisterin Kohlmann. Der Hersteller, ein junges, motiviertes Startup-Unternehmen, war ausgesprochen kooperativ und offen für die

Idee, Tapeten aus dem Material zu produzieren. Innerhalb eines Dreivierteljahres stellte Ursula Kohlmann in Zusammenarbeit mit dem Furnier-Hersteller verschiedene Tapetenmuster her – mit unterschiedlichen Vliesträgern und in diversen Farben, die sich aus der natürlichen Farbkraft der Blüten ergeben (siehe Produktkasten). »Gemeinsam sind wir auf das Flachsvlies als Träger gekommen, da wir den Wandbelag zu 100 Prozent ökologisch halten wollten. Daraufhin wurden in den österreichischen Werkstätten die ersten Tapeten produziert.«

**Marketing auf vielen Kanälen** Nun stand Ursula Kohlmann vor der Aufgabe, ein Vermarktungskonzept aufzustellen – denn eine Agentur mit dem Marketing zu beauftragen, wäre auf Anhieb zu teuer gewesen. Gleichzeitig musste alles schnell gehen: mit der Heutapete wollte sie sich noch rechtzeitig zu dem Wettbewerb MALER DES JAHRES 2017 anmelden. »Wir haben uns also zügig den Namen überlegt, eine Webseite sowie Flyer entworfen und eine Musterkollektion produziert«. Die Arbeit zahlte sich aus. Malermeisterin Kohlmann gewann mit OrganoFleur in der Kategorie »Spezial-Arbeitsgebiet« und erhielt die lobende Aussage der Jury: »Die Heutapete ist der beste Beweis, dass sich ein Blick über den Tellerrand lohnt.« In der Zwischenzeit kam Ursula Kohlmanns Marketingkampagne, die sie insbesondere auch über ihren persönlichen Blog vorantreibt, der Zufall zur Hilfe. »Vor Jahren

## ORGANOFLEUR

Der innovative Wandbelag ist ein nachhaltiges Öko-Produkt. Die Kombination aus handgeschnittenem Almheu, das von einem Biobauern aus der Region bezogen wird, und der natürlichen Farbkraft der Lavendel-, Kornblumen-, Rittersporn-, Rose-, Safran- und Sonnenblumenblüten ergeben die einzigartigen Dekore. Die Oberfläche von OrganoFleur ist unbehandelt, daher bleiben die anziehenden Duft Eigenschaften des

Heus und der Blüten erhalten. Trotzdem ist es zu 100 Prozent antiallergen, wie Prüfzeugnisse bestätigen. Wird der Duft im Laufe der Jahre weniger, reicht ein feuchtes Abwischen, um ihn wieder aufleben zu lassen. Durch die positiven Akustikeigenschaften eignen sich die Heutapeten auch als Decken- oder Wandbelag in hallenden Räumen. In der Verarbeitung lässt sich das biologische Trägermaterial Flachsvlies zudem leicht zuschneiden und verkleben. Kunden haben auch die Möglichkeit, aus natürlichen Ausgangsmaterialien eine nach eigenem Wunsch zusammengestellte Tapete herstellen zu lassen. Aus Rosenblättern, Kräutern, Laub oder Blüten aus dem eigenen Garten kann eine ganz individuelle Tapete mit persönlichem Duft und Optik gestaltet werden.



hat der österreichische Hersteller der Heuplatten dem Fernsehsender RTL einige der Platten als kostenloses Muster zur Verfügung gestellt. Diese wurden dann in einem TV-Bericht als Verkleidung verarbeitet und dort fälschlicherweise als »Heutapete« deklariert. Als ich dann am Tag nach der Ausstrahlung vergangenen September meine Mailbox öffnete, wurde ich von Anfragen über duftenden Heutapeten fast erschlagen.«

Heute gehen bei Ursula Kohlmann regelmäßig Bestellungen von anderen Malerbetrieben, Laden-, Hotelausstattern oder sogar Architekten ein. Sie machte die interessante Entdeckung, dass nur ein kleiner Teil der Kunden direkt aus der Region kommt und über den Showroom der Malerwerkstätten VerWANDlung remmers auf die Tapete aufmerksam geworden ist. »Besonders gefragt ist OrganoFleur im ländlichen Alpenraum, ganz besonders auch für Hotels mit Wellnessbereich. Diese große und positive Resonanz hat mich gleichzeitig überrascht und begeistert.« Dadurch wird sichtbar, inwieweit vor allem die digitale Marketingstrategie Früchte trägt. Die Lust daran, neue Produkte und Variationen zu entwickeln, ist für Malermeisterin Kohlmann noch lange nicht versiegt – die Materialien Heu und Blüten halten immer noch Neues bereit. »Gemeinsam mit dem österreichischen Hersteller entwickeln wir die Idee stetig weiter – beispielsweise mit Bildern in verschiedenen Formaten, die sich aus Blüten, gestreut auf einen farbig gestrichenen Untergrund, ergeben.«



Für die Entwicklung Heutapeten-Kollektion arbeitete Ursula Kohlmann eng mit dem Materialhersteller zusammen



**Jörg Matthes**  
Geschäftsführer der Matthes OHG  
und Entwickler von Magic Pearls



»Es gab die verschiedensten Anwendungsgebiete des Rohstoffs, doch bis es mein Produkt gab, war er unsichtbar.«

### → BEISPIEL: Innovative Materialkombination in Magic Pearls

Auch Jörg Matthes fand 2010 auf einer Fachmesse seinen Ideenanstoß. Auf der European Coating Show, einer Rohstoffmesse, die sich in erster Linie an die Großindustrie richtet, ist er auf das kugelförmige Blähglasgranulat gestoßen. Bisher war dieser Rohstoff mehr oder weniger unsichtbar in verschiedenen Werkstoffen enthalten, wie etwa in der Trockenmörtelindustrie als Füllstoff, in Fliesenklebern oder in Dämmstoffen. Doch Jörg Matthes erkannte das Potential des Blähglasgranulats für die Wandbeschichtung: »Ich hatte eine Ahnung, was aus diesem Rohstoff für die Wand entwickelt werden könnte. Und dann ging die große Suche los: Was ist für ein Klebstoff, was für ein Bindemittel usw. sind nötig, um einen Wandbelag mit einer völlig neuen Optik zu entwerfen? Obwohl ich kein gelernter Chemiker bin, habe ich mir Muster von verschiedenen Materialien bestellt, und experimentiert, wie diese in Verbindung mit dem Granulat wirken, welche Optiken entstehen.« Da das Granulat ursprünglich transparent ist, stand Jörg Matthes in der Entwicklungsphase zudem vor der Herausforderung, den Kugeln Farbe zu geben. Dafür musste eine eigene Technologie entwickelt werden, die den Rohstoff zuerst veredelt, bevor der eigentliche Produktionsprozess beginnt. Am Ende dieser Überlegungen und Experimente steht nun die Produktserie Magic Pearls. Das Blähglasgranulat wird darin entweder in der Reinform als Strukturgeber oder veredelt als Farbgeber eingesetzt und enthüllt eine ganze Reihe neuartiger Effekte an der Wand (siehe Produktkasten).

**Patent zum Erfolg** Indem er die Produktentwicklung in der Malerbranche über die Jahre hinweg genau beobachtet hatte, kommt Jörg Matthes zu dem Fazit, dass »



Die Verarbeitung der Magic Pearls-Produkte ist bewusst einfach gehalten, enthüllt aber durch den eingearbeiteten Rohstoff Blähglasgranulat ein völlig neues Strukturen- und Farbenspiel auf der Wand

die großen Hersteller oft nur Produktvarianten der vorhandenen Materialien als Neuheiten vorstellen. Da Magic Pearls einen auf diesem Gebiet neuen Rohstoff in Materialkombination präsentiert, war klar, dass das Produkt einen besonderen rechtlichen Schutz erfordert. Auf diesen Gedanken brachte Jörg Matthes zuerst der Hersteller des Blähglasgranulats. »Die Geschäftsleitung des Herstellers war begeistert von meiner Weiterentwicklung des Rohstoffs und gab mir den Tipp: »Das hat bisher noch keiner gemacht – melde doch ein Patent an.« Für diesen Schritt war die professionelle Unterstützung durch einen Patentanwalt unumgänglich: eine Patentanmeldung muss in Deutschland verschiedene Ebenen durchlaufen und Formalitäten einhalten. »In meinem Fall war das ein sechsjähriger Prozess«, erzählt Jörg Matthes. Am 10. November 2016 kam dann der Erteilungsbeschluss vom Deutschen Patentamt.

Dieses offizielle Siegel kann unter anderem auch als starkes Marketinginstrument eingesetzt werden, dem ist sich Jörg Matthes bewusst. »Was uns im Moment noch fehlt, ist die Marktdurchdringung. Unsere nächsten Schritte werden deshalb im Bereich Marketing statt-

finden – da haben wir YouTube als Kommunikationskanal im Auge.« Durch die Videos soll zwar vorrangig der Endverbraucher durch die Gestaltungsidee angesprochen werden, allerdings mit dem Hinweis, dass sich die potenziellen Kunden für die Umsetzung an ihren Malermeister wenden sollen. Denn die innovative Optik und das neuartige Material erfordern ebenso neue Applikationstechniken. So ist unser eigentlicher Partner der professionelle Maler- oder Stuckateurbetriebe. An sie verteilen wir bereits Prospekte im DIN A 4-Format mit Echtmuster – denn die Haptik und spezielle Optik ist hier entscheidend – in Kaltakquise. »Hier hilft uns auch die Bestätigung durch das Patent«, sagt Jörg Matthes. Bei einem Rücklauf von 15 bis 20 Prozent »fahren wir direkt zu den Betrieben für den Praxistest – mit weiteren Musterplatten und mit der Möglichkeit, die Magic Pearls-Produkte und deren spezielle Applikation direkt an der Wand auszuprobieren.«

Auch hat Jörg Matthes bereits Einladungen in die Meisterschulen bekommen. »Da schlägt uns oft ein ganz besonderes Interesse entgegen«, so Jörg Matthes. »Die Meisterschüler werden von den kreativen Möglichkeiten der Produkte angesteckt und fragen gleich nach: »Kann man das auch mit anderen Farben oder Materialien mixen?«, was ganz dem innovativen Geist der Magic Pearls entspricht.«

**Luft nach oben** Was Jörg Matthes ganz besonders an dem Granulat für seine Produkte schätzt, ist der große Entwicklungsspielraum, der sich durch die verschiedenen Korngrößen des Rohstoffs ergibt. »Zum jetzigen Zeitpunkt sind unsere Produkte in 20 Farben erhältlich, auch hier ist noch kreatives Spiel nach oben«, merkt Jörg Matthes an. Bei dem Hersteller, der nur 30 Kilometern entfernt seinen Standort hat, bestellt er Mengen und Farben nach individuellem Wunsch – er trifft damit beim Endkunden das Bedürfnis nach konsequenter Individualität im Gegensatz zur Farbe von der Stange. »Außerdem«, so Jörg Matthes, »können die einzelnen Magic Pearls-Produkte untereinander beliebig kombiniert werden – hier liegt eine unendliche Vielfalt.«

**Mut zum Neuen** Aus einer Masse von Ideen diejenige auszuwählen, die das Zeug zum vermarktbareren Produkt hat, erfordert bereits eine gewisse Entscheidungs- und Durchsetzungskraft. Dass diese Produktidee folglich – zuerst als Muster, dann in der Produktion – Form annehmen kann, setzt Geschick voraus. Doch, wie die Beispiele zeigen, ist es vor allem das Geschick, sich mit seiner Idee zu positionieren – das nötige Handwerkszeug, das zum schussendlichen Markterfolg noch fehlt, kann man sich durch Profis, sei es durch einen Marketingexperten oder Patentanwalt, hinzuholen. Am Ende ist jede Innovation ein Gemeinschaftsprojekt.

Julia Gleiss

## MAGIC PEARLS

Die Wandbeschichtung ist in fünf verschiedenen Produktversionen erhältlich: Magic Pearls QL (für Quarzlasur), Magic Pearls CL (für Cremelasur), Magic Pearls BG (für Buntgranulat), Magic Pearls GO (für Granitoptik) und Magic Pearls SL (für Strukturlasur). Ob durch Wellenoptik, Multicolorinselchen, Schneeüberwehungen oder das Spiel von Licht und Schatten – je nach Blickwinkel eröffnen sich dem Betrachter

neue Akzente. Das Produkt ist völlig lösemittel- und schadstofffrei – die eindrücklich dreidimensionalen Oberflächenstrukturen ergeben sich aus dem ökologischen Leichtfüllstoff aus Recyclingglas, wobei das runde Blähglasgranulat zudem für einen Rolleeffekt bei der Verarbeitung sorgt. Darüber hinaus folgen die Magic Pearls-Produkte dem Leitsatz »Weniger ist mehr« in der Verarbeitung. »Mir war bei der Entwicklung des Produkts wichtig, viel Effekt in möglichst wenig Arbeitsschritten zu erzielen«, so Produktentwickler Jörg Matthes.

