

Die Kunden wollen traditionellen Stuck

Text **Raphael Briner** **Die Schweizer Szene der Stuckateure ist überschaubar. Der Solothurner Marco Brand ist einer derjenigen Gipser, die sich ganz dem alten Handwerk verschrieben haben. Er stellt fest, dass praktisch nur Traditionelles gefragt ist, obwohl es auch modernen Stuck gibt. Die Kunst des Handwerkers ist es, die beiden Elemente zu kombinieren und stimmungsvolle Räume zu schaffen.**



Marco Brand hat rund 1200 verschiedene Artikel im Katalog und sehr viele davon an Lager. (Bild: Raphael Briner)

Es ist möglich, mit Stuck Innenräume modern zu gestalten. Doch: «Eckige und kantige, lineare Elemente sind in der Schweiz nicht gefragt», sagt Marco Brand, Stuckateur in Obergerlafingen SO. Wenn die moderne Bauweise jemandem gefällt, dann will er oder sie keine Deko sondern das Einfache, Lineare; Beton und Glas genügen. Allenfalls ist im Gastronomiebereich und in Boutiquen moderner Stuck gefragt.

Möchten hingegen die Bewohner einer modernen Wohnung mit Stuck Atmosphäre schaffen, dann wählen sie traditionelle Elemente. «Es ist die Kunst, das zu kombinieren», erklärt Brand, «indem man dezente Akzente setzt.» Das kann

eine Stuckrosette sein, die leicht vergoldet wird und so den goldenen Rahmen eines Spiegels optisch aufnimmt. In Wohnungen kommen also fast ausschliesslich Elemente zum Einsatz, die sich an historischen Vorbildern orientieren. Barock, Rokoko, Empire, Gründerzeit und selten Jugendstil. «Die Leute können sich Jugendstil einfach nicht vorstellen, auch wenn ihr Haus aus dieser Zeit stammt», stellt Brand fest.

Die Stile mischen

Oft enthalten die Elemente, die Brand alle selber produziert, einen Stilmix. Als Beispiel zeigt er eine grosse Rosette, die im Grundsatz barock ist, aber auch Biedermeierblümchen und Vasen im Empire-Stil enthält. Brand: «Das ist harmonisch, nichts überwiegt, es ist von allem etwas drin, was sich die Leute un-

Stuckengel spielen eine besondere Rolle. (Bild: zVg)





Typischer Stilmix:
Barock-Rosette mit
Biedermeier-Blümchen und
Empire-Vasen.
(Bild: zVg)

ter Stuck vorstellen.» Im Moment seien sicher filigranere Elemente gefragt, sagt er. «Vielleicht steuere ich das ein bisschen.» Mit feineren Teilen kann man auch eine grosse Fläche dezent gestalten. «Das Zusammenspiel zwischen moderner Hülle und dem Stuck sollte so sein, dass man nicht erschlagen wird», ergänzt Brand. Natürlich spiele auch die restliche Einrichtung eine Rolle.

Wenn es gelingt, Tradition und Moderne in einem sinnvollen Verhältnis zu mischen, dann entstehen stimmungsvolle Innenräume. «Es darf natürlich kein Lebkuchenhaus geben», sagt Brand, «eine Wohnung ist ja kein Showroom und auch kein Schloss.» Genau das wollen die Kundinnen und Kunden aber manchmal. Brand unterscheidet bei seinen privaten Auftraggebern zwei Typen.

Zwei Typen von Kunden

Dem Kundentyp 1 kann es nicht verschnörkelt genug sein. «Den muss ich bremsen. Allerdings bin ich vielleicht ein bisschen ein schlechter Verkäufer, weil ich dadurch weniger verkaufe», sagt Brand und schmunzelt. Er wolle aber auch später in einen von ihm gestalteten Raum reingehen können, ohne dass sich ihm die Nackenhaare sträubten.

Brand ist überzeugt, dass man eine moderne Attika-Wohnung nicht übertrieben gestalten sollte, «hier noch ein Blümchen, dort eine Roncaille». Der Grat zwischen modern und klassisch ist ein ganz dünner, auf dem der Stuckateur beziehungsweise der Kunde gehen muss,

ohne ins Kitschige abzudriften. Der Kunde würde vielleicht gar nicht merken, dass seine Wohnung überladen ist. «Ich kann das aber einfach nicht», sagt Brand. Der Kundentyp 2 ist «eher lustlos». Er kommt zum Beispiel zum Stuckateur, weil er das Badezimmer hat plättern lassen und oben noch 2 cm an den

Wänden fehlen, die mit «irgendetwas» gestaltet werden sollen. Dann liegt es an Brand, die Kundin oder den Kunden zu überzeugen, dass Stuck nicht nur ein Lückenfüller ist, «sondern eine Philosophie, eine Lebensart».

Oft sind die Leute dann überrascht, dass der Raum viel höher erscheint, wenn Stuck montiert ist.

Marco Brand

Marco Brand, Jahrgang 1967, hat seine Gipslerlehre bei der Viktor Wyss AG in Flumenthal SO absolviert. Im Gegenzug lernten Martin Wyss, heute Mitglied des SMGV-Zentralvorstands, und dessen Bruder Andreas bei Beat Brand, dem Vater von Marco und langjährigen Chefexperten der Meisterprüfung. Nach der Grundbildung, in der er gemerkt hatte, dass das «normale» Gipslerhandwerk nicht sein Ding ist, arbeitete Marco Brand im Büro des 1939 gegründeten Familienbetriebs. Aber auch diese Beschäftigung erwies sich als unpassend. Brand begann als Stuckateur zu arbeiten und brachte sich die nötigen Fertigkeiten mehr oder weniger selber bei. 1992 gründete er die Firma Brand Stukkaturen, deren Inhaber und einzige Arbeitskraft er ist. Marco Brand ist Mitglied der Marketing-Kommission des Maler- und Gipslerunternehmerverbands des Kantons Solothurn.

www.stukkaturen.ch

Rund 1200 verschiedene Artikel

Rund 1200 verschiedene Artikel hat Brand im Katalog. Er braucht aber immer etwa die gleichen Deko-Elemente. Das Lager ist beeindruckend. «Ich habe das Problem, dass es immer grösser wird», sagt der Stuckateur. Wenn er eine Form gemacht und für 20, 30 Teile gebraucht hat, dann wirft er sie nicht weg, denn in ein paar Jahren möchte vielleicht jemand wieder ein solches Teil.

«Wenn ich weiss, dass ich nur wenige Stück herstellen werde, verwende ich weniger Gummi», erklärt Brand. Eine aufwendige Form, die viel Gummi braucht und eine Kappe, ist teurer, hält dafür länger. Brand hat solche, die er 1992, zu Beginn des eigenen Geschäftens, gemacht hat und immer noch gebrauchstauglich sind. Massgebend für die Stabilität ist die Wandstärke.

Vor allem Gipsler als Kunden

70 Prozent von Brands Kunden sind Gipsler- und Malerbetriebe. Entweder bestellen sie ein Teil, das sie mit dem Kunden aus dem Katalog ausgesucht haben. Oder sie schicken Brand ein Bild eines

Mit Stuckelementen bringt
Marco Brand Stimmung in
alte und moderne Räume.
(Bild: zVg)

Elements, das er produzieren soll, beziehungsweise bringen das Vorbild vorbei. Andere Gipserbetriebe machen immer seltener selber Stuck, hat Brand bemerkt. Ein Grund dafür ist, dass ihnen der Platz für die Produktion und das Trocknen fehlt. Auch beim Verpacken und beim Transport, vor allem von grossen Teilen, gelte es einiges zu beachten, stellt Brand klar, und für das Offerieren brauche es Erfahrung. «Wenn es einfach wäre, würde es ja jeder machen.»

Aversion gegen Lärm

Doch warum hat sich der Solothurner ganz und gar dem Stuck verschrieben? Ganz einfach: Er arbeitet gerne kreativ und macht sich nicht so gern die Hände schmutzig mit Zement und Grund-

putz. Dazu kommt eine Aversion gegen Maschinen und deren Lärm. «Mit einem Winkelschleifer kann ich noch heute nicht recht umgehen», sagt er. Und: «Ich muss das Material spüren.» Sein Element ist das feine, weisse Gipspulver.

Das Geheimnis eines guten Stuckateurs ist für ihn, dass dieser einfach mal anfängt, das Material spürt und «laufen lassen kann» während der Arbeit mit dem Dressiersack und dem kleinen Stuckeisen. Alles vorzuzeichnen und dann genau nach Schema umzusetzen, ist nicht das richtige Vorgehen.

In den Räumen der Firma Brand Stuckaturen stehen viele Engel und Formen, um solche zu produzieren. Der Stuckateur gibt Kurse im Herstellen von Formen und im Engelgiessen. Die Himmels-



wesen aus Stuck haben eine besondere Bedeutung in Brands Leben. Sie sind der Ausgangspunkt für sein weiteres Standbein, die grosse Weihnachtsausstellung (siehe Kasten). In dieser Zeit, die rund vier Monate dauert, hat der feingeistige Stuckateur, der sonst alleine arbeitet, 45 Angestellte.

Neue Wege suchen

Viele sind ehemalige Teilnehmerinnen der Engelkurse. Auch mit diesen erschliesst er sich eine neue Kundschaft, denn möglicherweise werden die Kursbesucherinnen später zu Kundinnen, die ihre Wohnung mit Stuck ausstatten wollen. «Die Weihnachtsausstellung ist wie die Gipskurse ein neuer Weg, den ich gegangen bin, weil Stuck von vielen Architekten als altbacken angesehen wird und sie daher schwierig davon zu überzeugen sind», sagt Marco Brand. ■

Die Weihnachtsausstellung

Alle zwei Jahre führt Marco Brand unter dem Label «Marco Brand Collection» eine Weihnachtsausstellung durch. Diese ist zu einem zweimonatigen Grossevent angewachsen und findet dieses Jahr vom 27. Oktober bis am 23. Dezember in Altreu SO direkt an der Aare statt. Die Besucherinnen und Besucher können mit dem Schiff hinfahren. Das Motto ist «Venezianische Weihnachten».

Während Brand in den anderthalb Jahren der Planungsphase praktisch alleine am Projekt arbeitet, unterstützen ihn in der viermonatigen Phase des Aufbaus und des Betriebs der Ausstellung rund 45 Personen, viele von ihnen ehemalige Besucher seiner Stuckkurse. Es braucht drei Sattelschlepper, um alles Material zu transportieren. Die Ausstellungsfläche beträgt 500 bis 600 Quadratmeter. Das letzte Mal besuchten rund 17 000 Personen die Weihnachtsausstellung. Ausgestellt werden nicht nur Stuckengel, sondern auch diverse andere Einrichtungsgegenstände und Weihnachtsdekorationen. Ein Café und zwei Restaurants bieten Speis und Trank in verschiedener Ambiance.

www.weihnachtsschlösschen.ch