

«Die Malerbranche kann auch künftig gut leben»

Interview **Raphael Briner**

Ruedi Schwitter hat in 47 Jahren an leitender Stelle der Hola vieles erlebt, was die Malerbranche verändert hat: die Verbreitung des Rollers und der Spritztechnik sowie die Ablösung der Naturborsten durch Filamente für den Besatz der Pinsel. Doch nicht nur die Technik, sondern auch der Markt hat sich verändert. Zum Jubiläum der «Applica» schaut er zurück und in die Zukunft.



Ruedi Schwitter hat den Wandel bei den Schweizer Herstellern hautnah miterlebt.

(Bild: Cornelia Sigrist)



entsprechende Anforderungen einhalten zu können. Das spielte uns Herstellern natürlich in die Karten.

Deckten diese sechs Hersteller den Schweizer Markt ab?

Ja. Ganz am Anfang gab es noch keine Importeure. Die sechs waren wirklich Schweizer Firmen. Allerdings stellte schon damals nicht jede Firma alle ihre Produkte selber her. Die Pinselfabriken verkauften übrigens nur ihre Pinsel und später auch Roller. Mit Verbrauchsgütern wie Abdeckmaterial und ähnlichem handelten sie nicht. Dafür gab es andere, spezialisierte Firmen. Mitte der 1970er-Jahre begann sich das zu ändern. Wir ergänzten zum Beispiel 1976 unser Sortiment im grossen Stil, sodass rund 40 Prozent aus Handelswaren bestand.

«Applica»: Herr Schwitter, Sie sind 1971 als 17-Jähriger in die Hola eingetreten. Wie hat sich das Malergewerbe damals präsentiert?

Ruedi Schwitter: Das Handwerk hatte einen sehr grossen Stellenwert. Die Maler waren alle Fachleute, die Ausbildung war von grösster Wichtigkeit. Maschinen kamen praktisch nicht zum Einsatz, es war noch «Handwerk pur».

Wie sah es bei den Herstellern aus?

Es gab in der Schweiz sechs Pinselfabrikanten. Hersteller von Rollern gab es wenige. Das Qualitätsbewusstsein war gross. Darum schrieben die Architekten den Malern teilweise vor, dass sie mit Pinseln arbeiten müssen, um

Was bewog Sie zu diesem Schritt?

1976 herrschte Rezession. Wir überlegten, wie wir darauf reagieren. Jeder Maler pinselt nicht nur, sondern führt auch Vorbereitungs- und Nachbearbeitungstätigkeiten aus. Dafür braucht es Verbrauchsmaterial. Deshalb war eine Erweiterung des Sortiments naheliegend. Nur von Pinseln und Rollern konnten wir nicht mehr leben. Diese Entwicklung führte dazu, dass es heute nur noch ganz wenige Pinselhersteller in der Schweiz gibt.

Welche Entwicklung gab es bei den Werkzeugen, den Pinseln und Rollern?

Pinsel und Roller müssen immer für die Farben geeignet sein, die mit ihnen

appliziert werden. Am Anfang meiner Tätigkeit kamen traditionelle Produkte wie Ölfarben und Dispersionen zum Einsatz. Da hat es seit rund 30 Jahren eine grosse Entwicklung Richtung wasser- verdünnbare Farben und Lacke gegeben.

Was bedeutete das für die Pinsel- und Rollerhersteller?

Jedes Mal, wenn sich die Farbenlandschaft verändert, versuchen die Hersteller, passende Werkzeuge zu entwickeln. Dabei geht es vor allem um den Besatz, denn dieser ist ja wesentlich für das Aufbringen der Farbe. Da gab es unzählige Versuche. Lange gab es nur Schweineborsten aus China. Vor rund 35 Jahren tauchten erstmals synthetische Fasern auf. Übrigens: Wenn man von Borsten spricht, sind immer Schweineborsten gemeint. Künstliche Besatzmaterialien nennt man Filamente.

Um welche Kunststoffe handelt es sich?

Damals waren es vor allem Polyamide, also Nylon und Perlon. Heute kommen weitestgehend Polyester zur Anwendung.

Was bedeutete das Auftauchen der Filamente?

Wir experimentierten damit. Es gab Versuche, Pinsel rein mit Filamenten zu bestücken, es wurden Mischungen mit Borsten ausprobiert, die abartigsten Sachen. Es tauchten gegen 50 verschiedene Pinselbesatzarten im europäischen Markt auf und jeder sagte, sein Pinsel sei der beste für wasserlösliche Farben.

Das meiste war «Chabis». Es gab aber auch geeignete Entwicklungen. Zusätzlich wurden die Forschung und die Versuche dadurch gefördert, dass es immer weniger qualitativ einwandfreie Naturborsten aus China gab. Die ersten wirklich ausgezeichneten Filamente, Krex aus Thailand, kamen allerdings erst vor rund zehn Jahren auf den Markt. Heute gibt es einige Anbieter, die qualitativ mithalten können.

Welche Folgen hatte das Auftauchen dieser qualitativ hochstehenden Filamente?

Es gab einen richtigen Knick. Heute sind unsere Profipinsel zu 85 Prozent mit Filamenten bestückt. Man kann mit Polyester-Filamenten praktisch alles streichen. Den geeigneten Besatz für die verschiedenen Farbtypen erarbeiten die Pinselfabrikanten zusammen mit den Farbherstellern. Es gibt aber nach wie vor auch Mischbesätze aus Filamenten und Borsten.

Wofür werden die Naturborstenpinsel verwendet?

Weil das Malergewerbe grundsätzlich konservativ ist, gibt es – Gott sei Dank! – immer noch junge Maler, die wie ihre Väter und Grossväter nur reine Naturborstenpinsel verwenden. Wir nennen sie Puritaner. In der Hola diskutierten wir vor drei Jahren, ob wir gar keine Pinsel mit Naturborsten mehr anbieten wollen. Ich wehrte mich dagegen, denn rund 15 Prozent der Maler wollen einfach einen Top-Pinsel, auch wenn er mehr kos-

tet. Um die Qualität zu garantieren, müssen wir allerdings die Borsten aus China in Europa nachbehandeln lassen.

Sind gute Borstenpinsel grundsätzlich besser als gute Filamentpinsel?

(lacht) Was soll ich jetzt sagen? Ich drücke es so aus: Ein Borstenpinsel hat ganz sicher die bessere Farbaufnahme. Er nützt sich jedoch schneller ab als ein Filamentpinsel und die Pflege ist aufwendiger.

«Architekten schrieben teilweise den Einsatz von Pinseln vor»

Wann kamen die Roller auf?

Es gibt sie seit den 1950er-Jahren. Das erste Produkt war der Lammfellroller, dessen Innenrohr ein Stück von einem Wasserrinnenablaufrohr war. Später ersetzte Plüsch das Lammfell und für die Innenrohre wurde bald Karton verwendet. Diese Kartonrohre tränkte man in hochgiftiges Phenolharz, weil sie flüssigkeitsbeständig sein mussten. Den Plüsch klebte man mit einem ebenfalls giftigen Zweikomponentenkleber auf. Darum war die Entsorgung der Produkte nicht umweltverträglich.

Wie ging es weiter?

1992 entwickelte dann eine spanische Firma eine neuartige Technologie und entsprechende Maschinen, was den Welt-

Naturborsten
und Filamente (rot), bevor
sie zu Pinselbesätzen verar-
beitet werden. (Bild: Hola)



markt revolutionierte. Das Innenrohr besteht aus Polypropylen. Dessen Oberfläche wird erhitzt, schmilzt und verklebt sich dann mit dem Plüschbesatz. Das wird Heisserschmelzverfahren genannt. Hola war die zweite Firma weltweit, die eine solche Maschine kaufte. Wir Holaner hatten immer Pioniergeist. Heute produzieren praktisch alle Hersteller mit dieser Methode.

Welche weiteren Entwicklungen beobachteten Sie in den 47 Jahren?

Der grösste Konkurrent des Pinsel- und Rollersortiments ist die Spritztechnologie. Weil vor allem grosse Flächen gespritzt werden, litt beziehungsweise leidet vor allem der Roller darunter. Den Pinsel braucht man ja mehr für Be-

schneidearbeiten, Vorbereitungsarbeiten und so weiter. Es gibt aber immer noch viele Arbeiten, die man nicht mit Spritzen ausführen kann, zum Beispiel in Städten, wo die durchfahrenden Autos nicht voll Farbe werden dürfen.

Welche weiteren Entwicklungen gab es in der Malerbranche?

Die Ökologie ist immer wichtiger geworden. Das zeigt das genannte Beispiel mit den Farbrollern. Wir Hersteller schauen, dass wir der Umwelt etwas Gutes tun können, wenn es sinnvoll und zahlbar ist. Wir verwenden Materialien, welche die Umwelt möglichst wenig belasten. Es gab aber auch Entwicklungen, die in die Sackgasse führten.

Haben Sie ein Beispiel dafür?

Anfang der 1990er-Jahre gab es im Malergewerbe einen grossen Hype um Spaltanlagen. Der Kanton Zürich wollte, dass jedes auch noch so kleine Malergeschäft eine Wasserspaltanlage installieren muss. Es wurde prophezeit, dass das innerhalb von fünf Jahren in der ganzen Schweiz obligatorisch sein werde. Wir sprangen 1993 auf den Zug auf, richteten eine Produktionslinie ein und stellten entsprechendes Personal ein. Innerhalb von sieben Jahren verkauften wir tatsächlich rund 500 Spaltanlagen.

Wie ging es weiter?

Die Westschweizer und die Tessiner wollten nichts von Spaltanlagen wissen.

Zur Person

Ruedi Schwitter, Jahrgang 1954, arbeitet seit 1971 bei der Hola. Er begann seine Laufbahn mit einer kaufmännischen Lehre und erwarb 1979 das Diplom zum eidg. dipl. Verkaufsleiter. 1979 avancierte er zum Verkaufs- und Marketingleiter, 1993 zum Geschäftsführer. Diesen Posten hatte er bis Ende 2017 inne. Nach wie vor ist Schwitter in beratender Funktion für das Unternehmen tätig. In seiner Freizeit widmet er sich der Gastronomie, dem Reisen und dem Bootsfahrten auf französischen Kanälen. Er ist seit vielen Jahren engagiertes Mitglied des Rotary Clubs Glarus.

Die Alfons Hophan AG (HOLA)

Alfons und Sylvia Hophan-Landolt haben die Firma 1953 in Zug gegründet. Im Jahr darauf erfolgte der Umzug nach Näfels GL, wo sich das Unternehmen noch heute befindet. Mitte der 1970er-Jahre entwickelte es sich vom Pinsel- und Rollerfabrikanten zum Vollsortimenter, der zu 95 Prozent im Schweizer Markt aktiv ist. 1993 zog sich der Firmenpatron aus dem operativen Geschäft zurück, 1995 verstarb er. Die Alfons Hophan AG beschäftigt heute 25 Mitarbeiter. Anfang 2018 hat Yves J. Jordan die Geschäftsleitung von Ruedi Schwitter übernommen.

Die Alfons Hophan AG sieht sich als Trendsetter im Schweizer Markt. Schwitter sagt: «Wir haben immer wieder neue Produkte entwickelt. Dies hat zum Wettbewerb beigetragen und damit die ganze Branche weitergebracht.»

Auch viele Deutschschweizer wehrten sich gegen das drohende Obligatorium. Der Trend kehrte, das Projekt geriet zusehends ins Stocken.

Was sind die aktuellen Trends in der Malerbranche?

Wie überall hat die Digitalisierung einen grossen Einfluss. Durch die Plattformen der Hersteller auf dem Internet ist der Markt transparent geworden. Viele Maler kaufen die Produkte im Ausland ein. Doch dann merken Sie, dass vielleicht die Qualität nicht ganz stimmt. Reklamieren können sie aber nicht, weil kein Ansprechpartner vorhanden ist. In diesem Zusammenhang war natürlich auch der Euroshock von Anfang 2015 prägend. Viele kaufen ausserhalb der Schweiz ein. Dies führt zu einer «Preisklopfete».

Welche Massnahmen haben Sie dagegen ergriffen?

Wir unterhalten weiterhin unseren Aussendienst und bauen ihn sogar aus. Ein guter Aussendienstmitarbeiter hat gegenüber dem Kunden ganz andere Argumente als ein Computerbildschirm. Die Maler sollten sich meiner Meinung nach auch überlegen, ob es sich wirklich lohnt, beim Werkzeug zu sparen. Der Einkauf von Pinseln und Rollern macht lediglich 1 bis 2 Prozent des gesamten Einkaufsvolumens eines Malerbetriebes aus. Das ist praktisch nichts. Viele checken das, andere sind halt «experimentierfreudiger».

Wie haben sich die Menschen im Malerhandwerk entwickelt?

Leider arbeiten heute viele Malerbetriebe mit billigen Hilfskräften aus aller Herren Länder. Dies geht dann zulasten der Qualität und das traditionelle Schweizer Handwerk verliert an Bedeutung. Überspitzt gesagt: Jedermann kann im Bauhandwerk einen Pinsel und Farbe kaufen und die Arbeit selber machen.

Warum geschieht das nicht oder nicht in grösserem Ausmass?

Der durchschnittliche Schweizer hat einen gewissen Qualitätsanspruch. Dieser kann nur von gelernten Malern erfüllt werden. Darum haben die Berufsbildner an allen Lernorten in der Schweiz eine

**«Die Spitze,
die Wert darauf legt,
Topleute auszubilden,
ist immer
noch vorhanden»**

unheimlich grosse Verantwortung. Sie machen es auch gut. Das zeigen die Erfolge der Schweizer Malerinnen und Maler an den WorldSkills und den EuroSkills. Darum unterstützt die HOLA die Aus- und Weiterbildung tatkräftig.

Sie haben zu Beginn des Interviews gesagt, die Ausbildung habe in den 1970er-Jahren noch einen sehr hohen Stellenwert gehabt. Wollten Sie mit

dem Wörtchen «noch» andeuten, dass dem nicht mehr so ist?

Ich bin nicht der Richtige, um die Qualität der Lernenden zu beurteilen.

Ich meine nicht die Lernenden, sondern die Ausbildung an sich.

Es geht um beides. Es gibt in der Schweiz nach wie vor die traditionellen Malerfirmen, die Wert darauf legen, Topleute auszubilden. Die Spitze ist nach wie vor vorhanden. Sie ist aber schmaler geworden und das Gefälle hat zugenommen. Viele Junge wollen sich nicht mehr die Finger schmutzig machen und gehen lieber Richtung Banken oder IT. Der Beruf ist einfach nicht mehr so attraktiv wie früher. Positiv und erfreulich ist, dass seit einigen Jahren immer mehr Frauen das Malerhandwerk lernen.

Sie haben die ausländischen Hilfsarbeiter angesprochen. Diese gab es doch früher schon; erinnern wir uns an die vielen Italiener, Portugiesen und Spanier auf dem Bau.

Das stimmt, sie machten aber einen kleineren Anteil aus. Und ich habe den Eindruck, dass sie sorgfältiger gearbeitet haben als die heutigen Hilfskräfte. Eines ist aber klar, wenn es um die Qualität der Arbeitskräfte geht, seien es Ausländer oder Schweizer: Der Preisdruck, der ebenfalls einen entscheidenden Einfluss auf den Markt hat, erlaubt es nicht mehr, nur Topleute mit hohen Löhnen einzusetzen. →



Wir haben viel über die Vergangenheit und die Gegenwart geredet. Schauen wir in die Zukunft. Was sind die Trends?

Wir sind immer positiv eingestellt, aber auch realistisch. Ich bin nach wie vor der Meinung, dass im Schweizer Malermarkt eine grosse Chance besteht. Vom Maler ist qualitativ hervorragende Arbeit nicht nur gewünscht, sondern auch gefordert. Wir sind ein Volk, das gerne schön wohnt und einen gewissen Standard will. Der Maler kann die entsprechende Arbeit nur liefern, wenn er hochwertige Farben und gutes Werkzeug einsetzt. Deshalb besteht für die ganze Malerbranche die Möglichkeit, auch in Zukunft gut zu leben. Dazu trägt bei, dass die Schweiz für ausländische Anbieter tendenziell ein vergleichsweise unbedeutender Markt ist.

Wie beurteilen Sie die Konkurrenz durch die grossen Baumärkte?

Diese werden qualitativ immer besser und haben grundsätzlich gute Preise.

Der Do-it-yourself-Markt ist eine grosse Konkurrenz für die Profimalerbranche. Ich bin trotzdem der Meinung, dass die gestandenen Akteure, die vorwärts denken, gute Chancen haben. Stichworte sind Marktnähe, Investitionsbereitschaft, Innovation, Qualität und Visionen.

Wie sieht das speziell im Malergewerbe, bei den Unternehmern aus?

Da gelten die gleichen Stichworte. Es gibt immer mehr grosse Malerunternehmungen. Diese können strategisch einkaufen, vor allem, wenn sie zusätzlich Mitglied einer Erfa-Gruppe sind. Im kaufmännischen Bereich muss man fit sein, denn die Produkte sind qualitativ im Wesentlichen austauschbar. Wenn es darum geht, zu gewinnen oder zu verlieren, ist die Bereitschaft zur Dienstleistung in Beratung und Ausführung entscheidend. Das Package muss stimmen, dazu gehören auch Marktkenntnis, Beziehungspflege, Kundennähe und Marketing. ■

Pinsel-Oldtimer aus den 1950er-Jahren.
(Bild: Hola)

