

# «Die Kundschaft ist differenzierter geworden»

Interview und Bilder Raphael Briner

**Die Hofmann Malerei AG in der Stadt St. Gallen hat fast ihr ganzes Angebot auf wasserlösliche Produkte umgestellt und ist Mitglied von KMU Clima. Damit folgt sie dem Trend zur Ökologie. Die «Applica» hat sich mit Geschäftsführer Dario Hofmann darüber unterhalten, wie die Kundschaft Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit gewichtet und ob es je ganz ohne Lösemittel gehen wird.**

«Applica»: Herr Hofmann, als Malerunternehmer sind Sie nah am Markt dran. Wie wichtig sind Ökologie und Nachhaltigkeit?

**Dario Hofmann:** Sehr wichtig. Wir spüren diesen Trend. Ökologie und Nachhaltigkeit sind heute nicht mehr wegzudenken und die Kundschaft legt grossen Wert darauf. Auch die Lieferanten bieten neue Produkte an, die nachhaltiger und durch entsprechende Labels oder Zertifikate gekennzeichnet sind.

**Welche Anliegen hat die Kundschaft?**

Unsere Kundinnen und Kunden sind viel kritischer geworden und stellen Fragen. Sind die Farben geruchlos? Welchen Einfluss haben sie auf die Gesundheit? Woher kommen sie? Auch schätzen sie, dass wir alles daransetzen, Nachhaltigkeit zu leben. So sind wir zum Beispiel daran, unseren Fahrzeugpark auf Elektromobilität umzustellen. Ich habe grundsätzlich den Eindruck, dass die Kundschaft die Philosophie des Betriebes bei der Wahl eines Malerunternehmens vermehrt beachtet.

**Wie sieht es beim Thema Allergien aus, das heute vor allem im Lebensmittelbereich allgegenwärtig ist?**

Es ist auch bei uns aktuell, vor allem in Bauten wie Spitälern und Minergie-Eco-Häusern, aber auch bei unserer Privatkundschaft. Wir haben dabei den Vorteil, dass wir beinahe das ganze Angebot sowohl innen als auch aussen auf lösemittelfreie Produkte umgestellt haben.

Neben Nachhaltigkeit achten die Kundinnen und Kunden auch auf Wirtschaftlichkeit. Kommt es da manchmal zu Konflikten?

Es ist ganz klar: Ökologie und Nachhaltigkeit sind enorm wichtig, aber die Wirtschaftlichkeit setzt oft Grenzen. Die Kundschaft möchte langlebige Produkte. Hier bieten die wasserlöslichen noch nicht immer einen Realersatz. Natürlich spielen auch die kurzfristigen Materialkosten eine Rolle bei der Wahl durch die Kundschaft. Wir als Verarbeiter haben einen gewissen Spielraum, was die Produkte anbelangt, und machen die Kunden aktiv auf die Unterschiede bei Material und Preis aufmerksam.

«Ich habe den Eindruck, dass Kunden die Firmenphilosophie mehr beachten»

**Welche Erfahrungen machen Sie dabei?** Kunden, die sich nicht von vornherein auf eine Lösung festgelegt haben, schätzen unsere Beratung sehr. Die Kundschaft ist differenzierter geworden.

**Wie stark wird von der Kundschaft, die Sie beraten, die Wirtschaftlichkeit gegenüber der Nachhaltigkeit gewichtet?** Bei gleichem Preis entscheiden sich annähernd alle Kundinnen und Kunden für die nachhaltige Lösung, was sehr erfreu-

lich ist. Diejenigen, die explizit nach ökologischen Produkten fragen, sind in der Regel bereit, mehr dafür zu bezahlen. Bei anderen wiederum stehen die Kosten im Vordergrund.

**Wo wenden Sie weiterhin lösemittelhaltige Produkte an?**

Grundsätzlich wird es in der Malerei nie ganz ohne Lösemittel gehen. Nur schon wegen der Reinigung des Werkzeugs und des Untergrundes sind wir manchmal darauf angewiesen. Auch bei gewissen Aussentemperaturen auf dem Bau oder beim Einsatz von Produkten auf gerbsäurehaltigen und rostigen Untergründen sind Lösemittel ab und zu nötig.

**Neben der Kundschaft hat die Planung Einfluss auf die Produktwahl. Wie gross ist dort das Bewusstsein für Nachhaltigkeit?**

Die Architektin oder der Architekt handelt in Bezug auf dieses Thema weitgehend im Auftrag des Bauherrn und dieser entscheidet, wohin es geht. Die Planung setzt also das Gewünschte um. Deshalb sehe ich das Potenzial vor allem bei den ausführenden Gewerken. Wir müssen Ökologie und Nachhaltigkeit bei den Planern und auch den Bauherren anpreisen. Hier können wir mit guter Beratung Einfluss nehmen.

**Welchen Einfluss nehmen die Hersteller auf die Malerbetriebe?**

Sowohl in der Technologie als auch in der Beratung sind sie sehr aktiv. Wir

merken, dass es den Herstellern nicht nur darum geht, lösemittelhaltige durch wässrige Produkte zu ersetzen, sondern die ökologischen Farben und Lacke ste-

«In der Beratung und im Marketing der Unternehmen wäre mehr möglich»

tig weiterentwickeln. Da sind wir anwender im regen Austausch mit den Herstellern, um Verbesserungen zu erreichen.

**Wie aktuell sind Ökologie und Nachhaltigkeit allgemein im Malergewerbe?**

Es ist einiges in Bewegung. Ich habe aber das Gefühl, dass mehr möglich wäre, vor allem in der Beratung der Kundschaft und mit dem Marketing der Malerunternehmen. Klar ist aber auch, dass nicht jeder Betrieb voll auf Nachhaltigkeit setzen kann, denn das bedeutet doch einen gewissen Aufwand. Und es gibt auch für die althergebrachte Arbeitsweise nach wie vor einen Markt.

**Würde das Malergewerbe nicht mehr Wirkung erzielen, wenn es gemeinsam aktiv wäre?**

Das ist sicherlich so. Es gibt viele Möglichkeiten dafür, wie zum Beispiel KMU Clima (siehe auch Seite 15; Anm. d. Red.). Wenn dort viele Unternehmen mitmachen, können wir mehr erreichen.

In der Beratung der Kunden und Kundinnen wie auch im eigenen Unternehmen muss Dario Hofmann nicht nur auf Ökologie achten, sondern auch auf Wirtschaftlichkeit.

Das hat eine direkte Aussenwirkung und die Kosten sind tragbar. Es reicht aber nicht aus, via KMU Clima seinen CO<sub>2</sub>-Ausstoss zu kompensieren, wenn das Unternehmen Nachhaltigkeit und Ökologie leben soll.

**Was braucht es sonst noch?**

Wir stellen, wie gesagt, unsere Fahrzeugflotte um. Dabei setzen wir auf die

## Zur Person

Dario Hofmann, Jg. 1991, ist seit 1. Juli 2023 Geschäftsführer der Hofmann Malerei AG in 5. Generation. Nach einem Praktikum im elterlichen Betrieb studierte er an der Fachhochschule Betriebswirtschaft. Während dem berufsbegleitenden Studium arbeitete er als Junior-Projektleiter weiter im Betrieb und holte anschliessend die Malerlehre EFZ nach. Aktuell absolviert er die eidgenössische Weiterbildung Handwerk in der Denkmalpflege. Dario Hofmann ist Mitglied des Vorstands Malergewerbeverband St. Gallen-Rorschach und Präsident der Paritätischen Berufskommission Malergewerbe (St. Gallen und Appenzell). Die Hofmann Malerei AG mit Standorten in der Stadt St. Gallen und Wilen bei Wil TG ist 1884 gegründet worden. Sie ist ein Malerbetrieb, der die ganze Palette von Arbeiten anbietet. Das Unternehmen hat rund 40 Mitarbeitende, wovon 4 Lernende sind.



Nachhaltigkeit hat viele Facetten: Mitarbeitende der Hofmann Malerei nutzen regional hergestellte Jutesäcke für den Transport von Musterplatten. Das fördert auch das Image des Unternehmens.



# Nachhaltig von Anfang bis Ende

Text Roger von Niederhäusern

Bilder zVg

**Nachhaltigkeit von der Entstehung bis zur Anwendung: Welche Möglichkeiten gibt es, Malerarbeiten und die verwendeten Produkte auf ihrem Weg durch die Wertschöpfungsketten nachhaltig zu gestalten? Und welches ist ein effizienter, kostenattraktiver und nachhaltiger Weg zur CO<sub>2</sub>-Neutralität für Unternehmen?**

Heute ist es möglich, CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch die Herstellung einer Farbe entstehen, durch die Stiftung KMU Klima zu kompensieren. Doch wie bekommt man die gesamte Wertschöpfungskette, sprich Malerarbeiten von A bis Z, in eine nahtlose Kompensation? Indem die Herstellung des Produktes, das Produkt selbst sowie die gesamte Ausführung der Malerarbeiten durch das Unternehmen kompensiert werden. Dies ist heute bereits Realität und wird von fortschrittlichen und nachhaltigen Unternehmen umgesetzt (siehe Interview auf Seite 12).

## Klimaneutrale Malerarbeiten

Zur Kompensation der CO<sub>2</sub>-Emissionen von Malerarbeiten bestehen zwei Möglichkeiten:

- CO<sub>2</sub>-Vollkompensation: Hierbei werden sämtliche Emissionen des Unternehmers kompensiert.
- Kompensation eines Projektes, Beispielsweise die Sanierung eines Mehrfamilienhauses: Dabei werden sämtliche Treibhausgas-Emissionen, die bei der Ausführung der Malerarbeiten an diesem Objekt anfallen, kompensiert.

Bei beiden Varianten werden der Stromverbrauch der Unternehmung, die Heizung, der Weg zum Objekt der Mitarbeitenden sowie alle weiteren anfallenden

Autor Roger von Niederhäusern ist Leiter Verkauf Bau & Industrie der Dold AG.



CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch die Herstellung einer Farbe entstehen, können durch die Stiftung KMU Klima kompensiert werden. Auf diese Weise kann ein Beitrag an die Aufforstung von stiftungseigenen, brachliegenden Flächen in Uruguay geleistet werden.

Emissionen kompensiert. Begleitend gilt immer, dass die Vermeidung von Treibhausgas-Emissionen nach wie vor die effizienteste Art und Weise ist, diese zu reduzieren.

Bei einer ganzheitlichen Umsetzung einer Nachhaltigkeitsstrategie in der gesamten Wertschöpfungskette ist darauf zu achten, dass der Farbenhersteller eine Vollkompensation seiner CO<sub>2</sub>-Emissionen durchführt. Sämtliche Emissio-

Hybrid-Technologie und auf reine E-Fahrzeuge. Aber auch im Bereich Einkauf, Abfallthematik und Digitalisierung sind wir aktiv in dieser Richtung. (Konkrete Massnahmen siehe Kasten unten. Anm. d. Red.)

Es gibt Kritiker, die CO<sub>2</sub>-Kompensationen als Greenwashing, eine Art modernen Ablasshandel, bezeichnen, der die Ursachen des Klimawandels nicht beseitigt. Was sagen Sie dazu?

Das ist eine berechtigte Frage. Es ist wichtig, dass man etwas tut. Die Kompensation ist ein unkomplizierter Einstieg in nachhaltigeres Wirtschaften. Jede Unternehmerin, jeder Unternehmer muss für sich selber entscheiden, wie weit sie oder er danach gehen möchte und welche Massnahmen daraus zu schliessen sind. Wir müssen uns alle verändern, das steht fest.

Wen meinen Sie mit alle und was kann man gemeinsam bewirken?

Wenn die Bauherren, die Planung, die Hersteller und die Unternehmen in die gleiche Richtung ziehen, können wir noch viel bewegen in Sachen Ökolo-

«KMU Klima ist ein unkomplizierter Einstieg in nachhaltigeres Wirtschaften»

gie. Ein bewusster Wandel hin zu mehr Nachhaltigkeit ist unumgänglich. Indem wir unsere Kräfte bündeln, können wir alle zusammen Grosses erreichen. Es ist an der Zeit, dass wir uns gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft einsetzen und damit einen positiven Beitrag leisten. ■

## Massnahmen für Nachhaltigkeit

Neben der CO<sub>2</sub>-Kompensation via KMU Klima und der Elektrifizierung der Fahrzeugflotte erreicht die Malerei Hofmann mit folgenden Massnahmen Nachhaltigkeit:

- Einkauf bei regionalen Anbietern, die ihre Produkte in der Schweiz herstellen.
- Beschränkung der Tätigkeit auf die Region St.Gallen und damit der Distanzen der Fahrten zu den Baustellen.
- Der zweite Standort ermöglicht eine weitere Reduktion der Transporte von Mensch und Material zu den Baustellen.
- Abfallthematik: Keine Wegwerf-Werkzeuge, Recycling-Material für Abdecken usw., grosse Gebinde und damit weniger Plastikabfall, effizientes Magazinmanagement und Verwertung von Farbresten.
- Gebäudetechnik (Solarstrom).
- Digitalisierung: Möglichst papierlos im Büro und auf der Baustelle.

Auch ein digitales und damit effizientes Management der Baustellen trägt zur Nachhaltigkeit bei.