

OTTO

profil

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

DER TUNNEL AM ENDE DES LICHTS.

Vom Wesen der Krise.

VORAN MIT GUTEM BEISPIEL.

OTTO setzt HGV-Elemente
am eigenen Gebäude ein.

TRAUMSTADT AN DER SEINE.

OTTO-Städtereise:
Paris.

16





04 Der Tunnel am Ende des Lichts.

Vom Wesen der Krise.

10 OTTO-NEWS.

Über Technik, Projekte und neue Produkte.

12 Stil. Leben.

Design mit OTTO.

14 Der Brief der alten Dame.

Von Kundentreue und Produktqualität.

16 Voran mit gutem Beispiel.

OTTO setzt Holz-Glas-Verbundelemente am eigenen Gebäude ein.

20 OTTO-NEWS.

Über Technik, Projekte und neue Produkte.

22 Das Grauen im Bad.

OTTO startet Info-Webseite zum Thema Schimmel.

26 Fortbildungs-Fernsehen zur Dichtstoff-Verarbeitung.

Der Youtube-Kanal von OTTO.

28 Wie kommen Dicht- und Klebstoffe aufs Werkstück?

Der OTTO-Partner Hilger u. Kern / Dopag Gruppe.

30 Traumstadt an der Seine.

OTTO-Städtereise: Paris.

IMPRESSUM

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

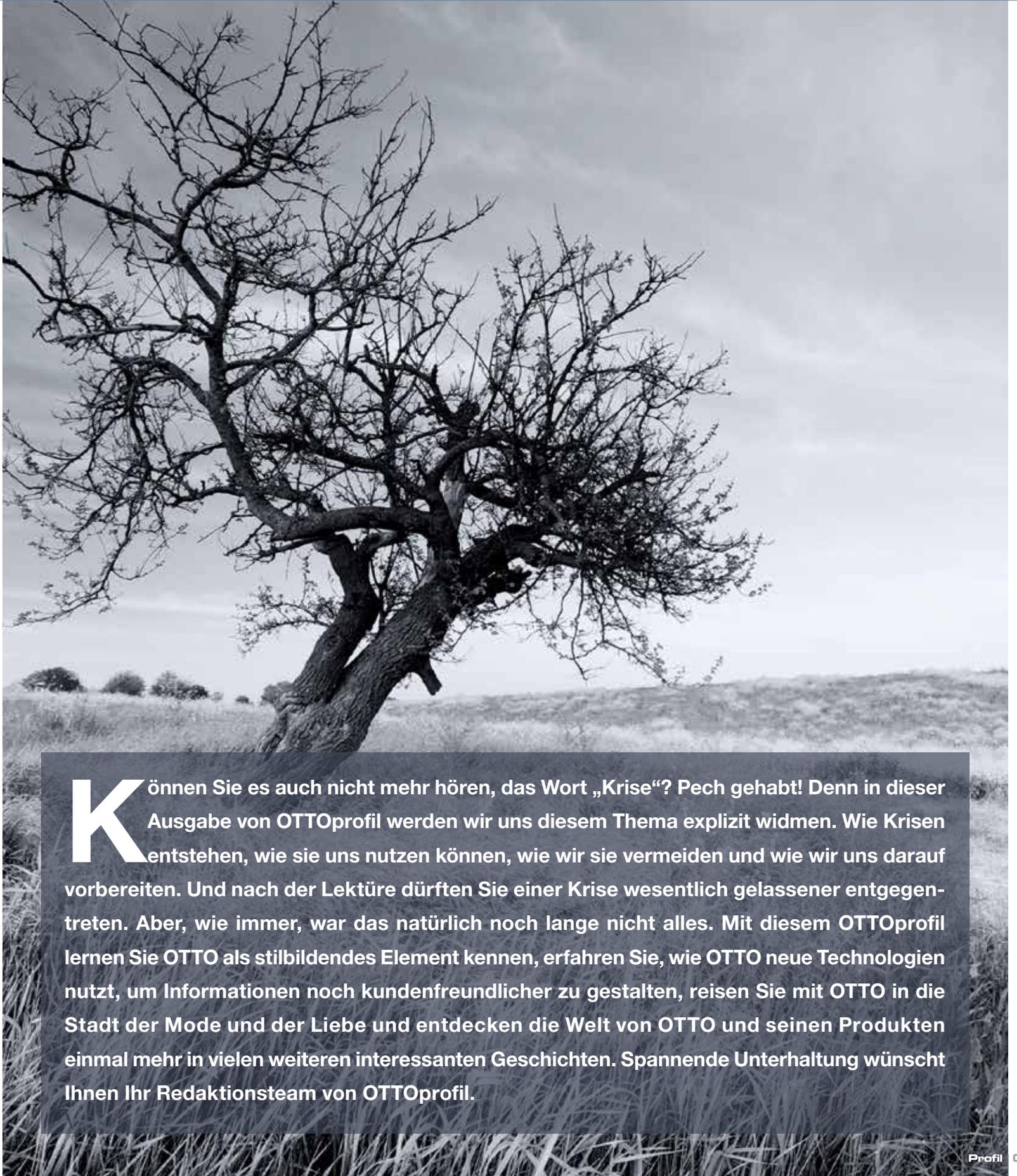
Redaktionsteam: Dr. Volker Weidmann, Gisela Bechmann, Günther Weinbacher, Frank Bechmann, Sebastian Terner

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

Bilder: depositphotos®, Dirk Lindner Photo, Oliger, Fliesen Schmelzer, Petschenig, Ktec, Consolar, Soland, Stiassny Glas&Co, Hilger&Kern / Dopag Gruppe, Tzuri Gueta, Real Marble.

Druck: F&W Mediocenter GmbH, 83361 Kienberg. Artikel-Nr. 9999921

Ich krieg die Krise!



Können Sie es auch nicht mehr hören, das Wort „Krise“? Pech gehabt! Denn in dieser Ausgabe von OTTOprofil werden wir uns diesem Thema explizit widmen. Wie Krisen entstehen, wie sie uns nutzen können, wie wir sie vermeiden und wie wir uns darauf vorbereiten. Und nach der Lektüre dürften Sie einer Krise wesentlich gelassener entgegenreten. Aber, wie immer, war das natürlich noch lange nicht alles. Mit diesem OTTOprofil lernen Sie OTTO als stilbildendes Element kennen, erfahren Sie, wie OTTO neue Technologien nutzt, um Informationen noch kundenfreundlicher zu gestalten, reisen Sie mit OTTO in die Stadt der Mode und der Liebe und entdecken die Welt von OTTO und seinen Produkten einmal mehr in vielen weiteren interessanten Geschichten. Spannende Unterhaltung wünscht Ihnen Ihr Redaktionsteam von OTTOprofil.

Der Tunnel am Ende des Lichts

S taatsfinanzkrise, Bankenkrise, Wirtschaftskrise, Ehekrise, postnatale Stimmungskrise, Midlife-Crisis – die Vielfalt der Krisen scheint unendlich. Schauerlich, was da alles auf gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und privater Ebene auf uns zukommt. Allein die Suchmaschine Google spuckt dazu innerhalb von 0,22 Sekunden nahezu 25 Millionen Suchergebnisse aus. Das ist weit mehr als ein Viertel der Anzahl, die das Wort „Erfolg“ hervorbringt. Sind wir von Krisen umstellt? Und wie gehen wir damit um? Was ist das Wesen einer Krise? Wir versuchen uns diesem Thema zu nähern, gerade weil man davor lieber die Augen verschließt.





TITELTHEMA: KRISEBEWÄLTIGUNG





"Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind." **Albert Einstein**



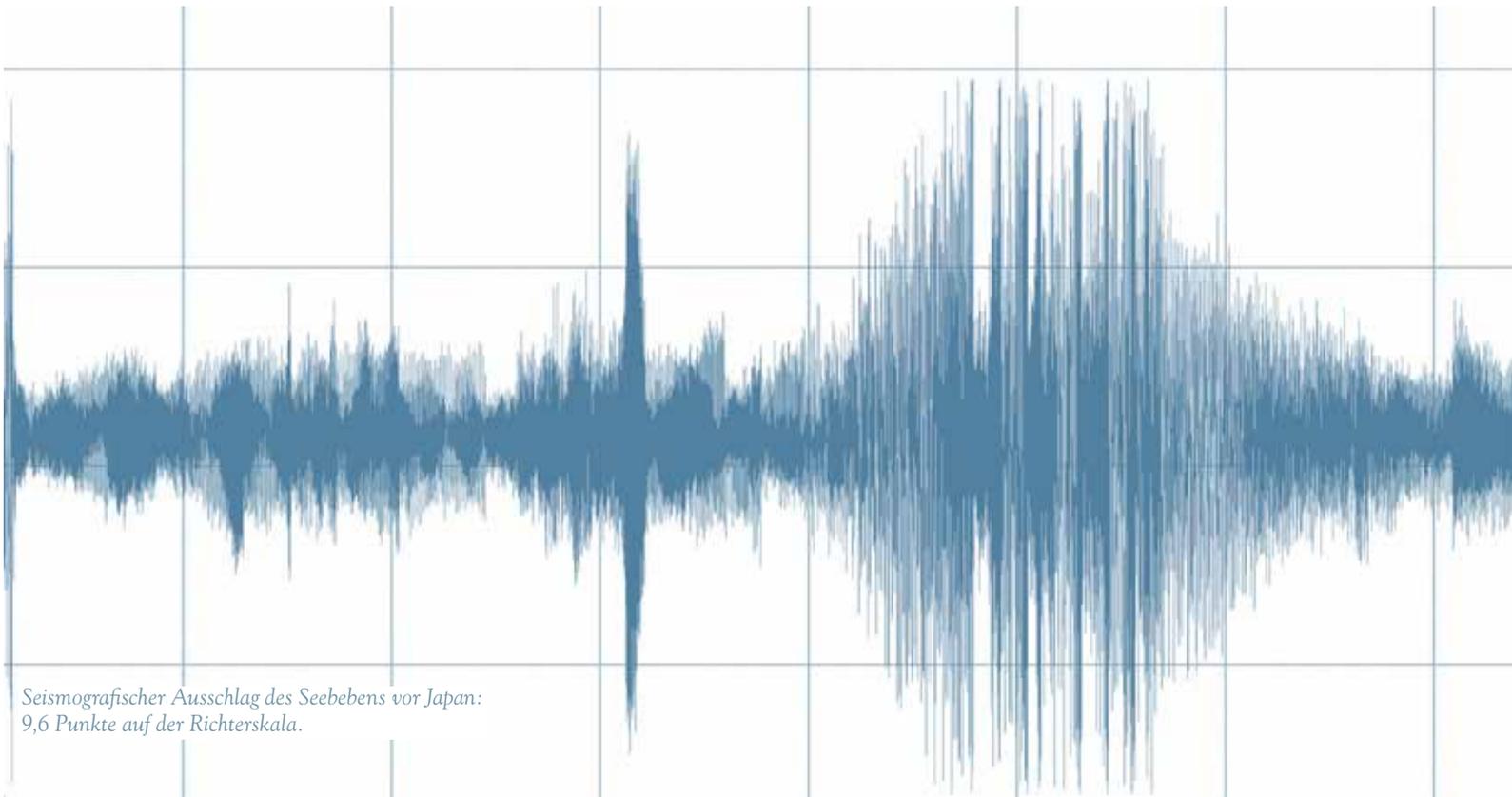
Die kleine Schwester der Katastrophe.

Laut Duden ist eine Krise eine „(Ent-)Scheidung“, „entscheidende Wendung“ und eine „schwierige Situation“, „Zeit, die den Höhe- und Wendepunkt einer gefährlichen Entwicklung darstellt“. Dass es sich dabei um einen Wendepunkt handelt, erkennt der oder die Betroffene allerdings erst, nachdem die Krise überstanden wurde. Verläuft diese gefährliche Entwicklung weiterhin negativ, dann droht sie in eine Katastrophe abzugleiten. Krisen sind so vielfältig wie das Leben selbst. Und die größte Lebenskrise kommt uns täglich unausweichlich näher: der eigene Tod. Auch hier können wir nie mit Gewissheit sagen, ob die Entwicklung nicht in einer Katastrophe endet. Deshalb lässt sich am Umgang mit der Endlichkeit der Umgang mit Krisen hervorragend studieren: Da gibt es zum Beispiel die Strategie, das Thema einfach auszublenden, denn aktiv etwas gegen den Tod machen kann man ja sowieso nicht. Außer zu leben. Eine andere Möglichkeit besteht darin, den Tod nicht als das zu sehen, was er doch anscheinend für jeden Einzelnen ist: das Ende. Glaube und Religion haben riesige Philosophiegebäude rund um diese Möglichkeit aufgebaut. Manche Menschen beschäftigen sich mit dem Tod, indem sie versuchen, sich ihm zu nähern, sprich sich selbst in Todesnähe zu bringen. Sie konfrontieren sich mit ihrer eigenen Angst bei Abenteuern, wie Bungee-Jumping, Klettern oder Fallschirmspringen. Es gibt Menschen, die vor dem Tod flüchten, indem sie versuchen, durch Sport, Kosmetik und Schönheitsoperationen länger jung zu bleiben. Und schließlich gibt es noch diejenigen, die sich auf den Tod vorbereiten. Sie leben vernünftig und bewusst, erkennen das Unausweichliche an und nehmen es für sich an.

Lehrmeister fürs Leben.

Es gehört zum Wesen der Krise, dass sie uns dazu zwingt, auf Lebenssituationen zu reagieren, unsere Entscheidungsfreiheit einschränkt oder sogar gänzlich nimmt. Diese fehlende Handlungsfreiheit macht sie so schmerzlich unangenehm. Der Abschied von alten Denk- und Handlungsmustern, die Angst vor dem Unbekannten und vor Veränderungen von lieb gewordenen Gewohnheiten versetzt uns bisweilen in eine Panik, die einen rationalen Umgang erschwert, da uns unser Urzeithirn in einen „Flucht-oder-Kampf-Modus“ versetzt. Wer eine Krise meistern will, der braucht aber zunächst einmal die Erkenntnis: So wie bisher geht es hier nicht weiter. Dann sollte man aktiv neue Wege suchen und beschreiten, um der drohenden Katastrophe zu entgehen. Gerade im Annehmen und der aktiven Veränderung liegt die viel zitierte Chance der Krise. Wer das verstanden hat, der nutzt Krisen als Lehrmeister fürs Leben und lässt sich durch diese gewonnene Erfahrung von ihnen immer weniger aus der Bahn werfen. Diese Fähigkeit, in ein normales Leben „zurückzuspringen“, nennt man Resilienz (lat. zurückspringen, abprallen). Gerade Kulturkreise, die mit der Natur leben, verfügen über diese Anpassungsfähigkeit an neue Gegebenheiten. Moderne Wohlstandsgesellschaften mit stark eingefahrenen Lebensroutinen und einem hohen, vertrauten Lebensstandard müssen sie erst wieder – meist schmerzhaft – erlernen.





Seismografischer Ausschlag des Seebebens vor Japan:
9,6 Punkte auf der Richterskala.

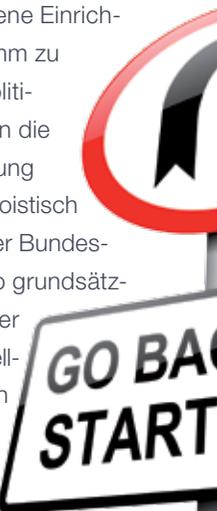
Vorsorge oder Vorbereitung?

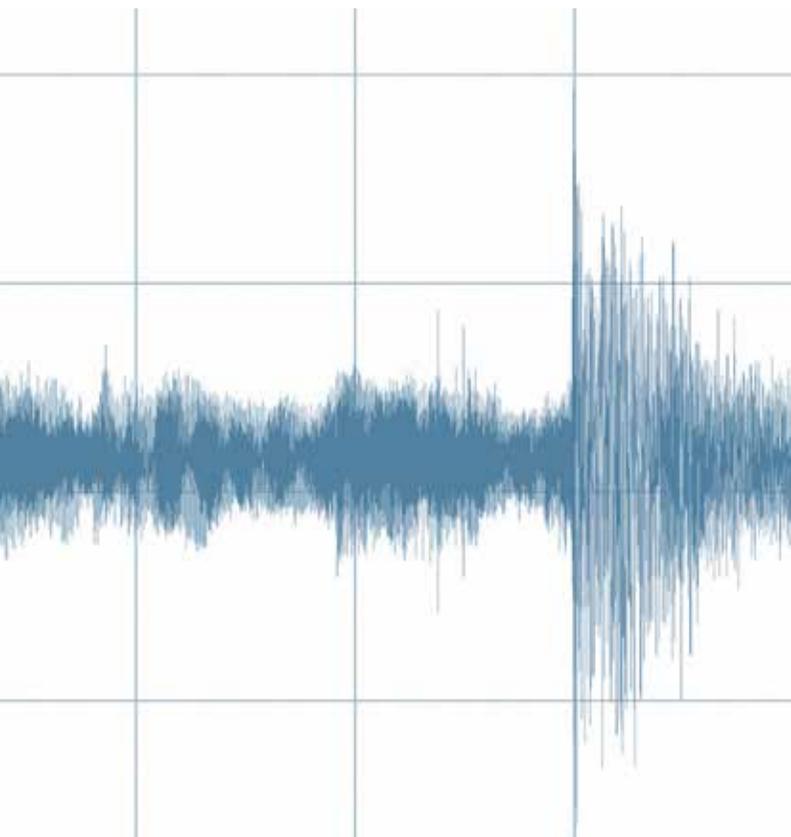
Das für Menschen Unangenehme an Krisen ist der Druck, bisher erfolgreiche Denkmuster verlassen zu müssen. Wir alle wissen, dass es jederzeit zu Katastrophen kommen kann, aber wir reden uns erfolgreich ein, dass uns der Staat oder Versicherungen schon dagegen schützen werden. Geben wir es ruhig zu: Selbst, wenn wir wissen, dass sich hinter einer Lebensversicherung eine Wette auf den eigenen Tod verbirgt, lassen wir uns durch den Begriff suggerieren, dass wir uns gegen den Tod versichern könnten. Mit „Vorsorge“ glaubt der moderne Mensch, die Sorgen, die mit einer späteren Krise verbunden sind, vorweggenommen und ausgeschaltet zu haben. Alles gut, zurück zum Alltag? Doch so leicht lässt sich der Krise kein Schnippchen schlagen! Denn es gehört ja zu ihrem Wesen, dass sie uns mit unbekanntem Situationen konfrontiert. Doch schon sein Bewusstsein darauf geeicht zu haben, dass uns Krisen, also Bedrohungen durch „Katastrophen“, immer wieder begegnen werden, hilft später, mit ihnen leichter umgehen zu können, wenn man sie selbst schon nicht umgehen kann!

Die ganz konkrete, vor allem geistige Vorbereitung, auf das, womit wir konfrontiert werden können, ist also wichtig und hilfreich. So wie Noah im Alten Testament seine Arche zimmerte, so gibt es heute, vor allem in den USA, aber auch bei uns, eine ganze Bewegung für Katastrophenvorbereitung: die sogenannten „Prepper“. Sie schließen sich mit Gleichgesinnten zusammen, lagern Vorräte ein, stellen ihr Leben auf Selbstversorgung um, rüsten sich mit Waffen und Edelmetallen als universelle Währung aus und richten sich Bunker oder sichere Rückzugsräume ein, z.B. für die Folgen eines weltweiten Finanzcrashes mit bürgerkriegsähnlichen Zuständen. Wie Noah wurden sie anfangs als Krisenpropheten abgetan, doch mit der Verschärfung der Zustände auf den Finanzmärkten ist vielen Kritikern inzwischen das Lachen über solch kauziges Verhalten vergangen.

Zusammen sind wir stark.

Neben dem geistigen Umstellen auf einen Krisenmodus lehrt uns nicht zuletzt die Flutkatastrophe in diesem Jahr, wie wichtig ein weiterer Faktor für den Umgang mit Krisen ist: die Gemeinschaft. Auf sich gestellt wird man sich – schon allein emotional – in Krisen immer schwertun. Doch der Druck der Umstände formt immer auch Gruppen von Gleichgesinnten und lässt Menschen näher zusammenrücken. Als die Donau und die Elbe menschliche Lebensräume und -träume über Nacht zerstörte, fanden sich unzählige Freiwillige, um Sandsäcke zu stapeln, zu spenden oder wertlos gewordene Einrichtungsgegenstände und Schlamm zu beseitigen. Auch unter dem politischen Druck in der DDR kamen die Menschen sich trotz Bespitzelung gegenseitig näher als in den egoistisch geprägten Wohlstandszeiten der Bundesrepublik Deutschland. Wer also grundsätzlich keine Angst vor persönlicher Veränderung hat, der kann gesellschaftlichen Krisen durch einen neu entstehenden Gemeinsinn sogar etwas Positives abgewinnen.





Wie macht man Unternehmen krisenfest?

Was für den einzelnen Menschen gilt, gilt in puncto Krise auch für Unternehmen. In Wohlstands- und Wachstumszeiten vergessen Manager und Unternehmer gern, dass es auch anders kommen kann. Vorausblickende Unternehmer ruhen sich deshalb nicht auf ihren Lorbeeren aus, sondern beobachten ständig die Märkte und versuchen durch finanzielle Rücklagen, durch Unabhängigkeit von externen Geldgebern und durch eine möglichst große Vielfalt an Kunden – geografisch wie branchenmäßig – ihr Unternehmen und damit die Arbeitsplätze sicher zu halten. OTTO beispielsweise hat aus diesem Grund zu große Aufträge durchaus schon einmal abgelehnt, um ein sogenanntes „Clusterrisiko“, also die Abhängigkeit von einem Großkunden, zu vermeiden. Aber auch die Zufriedenheit von

Kunden durch hohe Qualität und einen perfektionierten Kundenservice ist ein Bestandteil der Krisenfestigkeit von OTTO.

Dennoch gehört es zum Wesen einer Krise, unberechenbar zu bleiben, und auch das beste Krisenszenario kann Faktoren, die von außen auf ein Unternehmen einwirken, nicht gänzlich abwehren. Wenn man sich allerdings die nun über 130-jährige Unternehmensgeschichte von OTTO mit allen Höhen und Tiefen, wie zum Beispiel den Neuanfang von null nach dem Krieg ansieht, dann kann man auch auf kommende, krisenhafte Veränderungen der Wirtschaft durchdacht, aber durchaus zuversichtlich reagieren. ■



GEWINNSPIEL

Entdecken Sie das Leben jenseits der Krise!

Überleben in der Wildnis auf den Spuren von "Sir Vival" Rüdiger Nehberg!

Beantworten Sie unsere Gewinnspielfrage und gewinnen Sie einen dreitägigen Überlebenskurs oder eines von 20 Überlebensbüchern des legendären Rüdiger Nehberg!

GEWINNFRAGE:

Wie nennt man die Fähigkeit, mit Krisen und unerwarteten Veränderungen umgehen zu können?

A) **Resistenz** B) **Rezession** C) **Resilienz**

Antwort einfach in unser beiliegendes Faxblatt eintragen.

Der Hauptpreis:

Dreitägiges Wildnistraining 'kompakt' im Schwarzwald für 5 Personen Ihrer Wahl (zum Beispiel Ihr Team oder Ihre Familie), bei dem Sie alle Grundkenntnisse des Überlebens in der freien Natur erlernen (Feuer machen, Unterschlupf bauen, Wasser und Nahrung finden etc.). Der Kurs wird von der Firma ZwergerRaab, einem von Rüdiger Nehberg empfohlenen Unternehmen, veranstaltet.

Die Trostpreise:

Überleben in Sand- und Eiswüsten, im Regenwald und Asphalttschungel. Rüdiger Nehberg präsentiert sein komplettes Wissen: faszinierende Überlebenstricks aus der Praxis, die zeigen, dass Gefahren kalkulierbar und zu meistern sind. Eine Bibel für Alleinreisende, Abenteurer, Einzelkämpfer und Großstadt-Survivors, ob Mann oder Frau, Jung oder Alt. Das Standardwerk mit konkreten Trainingsbeispielen, zweihundert Zeichnungen und Fotos – informativ, packend und mit oft tiefschwarzem Humor.



Über Rüdiger Nehberg:

Eigentlich ist er gelernter Bäcker. Doch bekannt wurde er als der Survival-Spezialist Nr. 1 in Deutschland und dafür, dass er sich freiwillig immer wieder in Krisensituationen bringt: Er überlebte 22 bewaffnete Überfälle, bereiste den Blauen Nil mit dem Boot, überquerte den Atlantik mit einem Tretboot, durchquerte zu Fuß die Danakilwüste und macht sich für bedrohte Indianerstämme im Amazonas-Gebiet stark.

OTTO NEWS

Die Krönung eines königlichen Stadtteils.

IM AUFTRAG IHRER MAJESTÄT.

Markiert von seinen vier ebenso berühmten Eckpunkten Trafalgar Square, Piccadilly Circus, Green Park und Buckingham Palace gehört St. James in London wohl zu den zentralsten und elitärsten Stadtvierteln Londons. Hier spiegelt sich die ganze Pracht und Eleganz des ehemaligen British Empire wider. Etwa die Hälfte des Immobilienbestandes von St. James befindet sich im Eigentum der Krone. So auch der Gebäudekomplex

St. James's Gateway am Piccadilly Circus, bei dem aus sieben Gebäuden ein neues mit rund 5.300 m² Büro-, 1.950 m² Einzelhandels- und 1.770 m² Wohnfläche entstand. Bei St. James's Gateway stand Qualität in allen Details – von der Architektur, dem Design bis hin zu den Baumaterialien – im Mittelpunkt. Kein Wunder, dass die Bauherren für dieses königliche Bauwerk einmal mehr auf OTTO setzten. Zum Beispiel mit dem

Natursteinsilicon OTTOSEAL® S 70 in "sandsteinbeige" als Abdichtung der Holz-Alu-Fenster in der Portland-Steinfassade, verarbeitet durch die Firma Schindler aus dem bayerischen Roding.

Web-Tipp WWW.SCHINDLER-RODING.DE



Farbechte Fugen auch bei hohen Temperaturen.

HEISSE KISTE AUS FRANKREICH.

Obwohl Atomstrom in Frankreich nach wie vor einen wesentlich höheren Stellenwert als in Deutschland hat, werden auch dort gemütliche, holzbeheizte Kachelöfen wohl nicht zuletzt in den Bergregionen der Alpen und der Pyrenäen immer beliebter. Die Firma Oligier bietet den Haus- und Chaletbesitzern eine große Bandbreite an Kachelöfen neuester Bauart an. Doch die Öfen sollen nicht nur angenehme Strahlungswärme erzeugen, sondern dabei auch noch gut aussehen. Bei der Fugenmasse zwischen den Terracotta-Kacheln des Modells „Igor II“ kam es dabei jedoch zu Problemen: Die ursprünglich weißen Fugen verfärbten sich mit zunehmender Temperatur gelblich. Doch mit OTTOSEAL® S100 konnte auch dieses Problem gelöst werden. Jetzt heizt Igor II mit Hilfe von OTTO, und die Fugen bleiben dabei strahlend weiß.

Web-Tipp WWW.OLIGIER.FR



Vorzeigebetrieb in Familienhand.

DER FLIESEN-SPEZIALIST AUS SAARBRÜCKEN.

Das Fliesenfachgeschäft Schmelzer ist ein Familienbetrieb, wie er im Buche steht. Gegründet wurde das Saarbrücker Unternehmen 1990 von Berthold Schmelzer und seinen Söhnen Andreas und Frank. Neben dem Fliesenhandel, der auf 500 m² Ausstellungs- und Verkaufsfläche aktuelle Fliesen- und Natursteintrends für den Innen- und Außenbereich präsentiert, kümmert sich das Unternehmen mit seinen 33 Mitarbeitern auch um die fachgerechte Verlegung von Fliesen und Natursteinen.

Für die Runderneuerung des Kreisbades Maxdorf-Lambsheim konnten die Fliesenspezialisten nicht nur die Fliesen beisteuern, sondern verlegten auch termingerecht zur Sommersaison 1.800 m² Bodenfliesen, 780 m² Wandfliesen und 122 m² Kleinmosaik. Die 2,7 km Fugen wurden dabei mit OTTOSEAL® S 140 und S 100 abgedichtet.

Im neuen Bürohaus Scheer-Tower in Saarbrücken kam gleich die gesamte Bandbreite an Fliesen, Feinsteinzeug, Naturstein bis hin zu 103 Kristall-

spiegeln zum Einsatz. OTTOSEAL® S 70 und S 100 findet man im Scheer-Tower auf insgesamt 2,1 km Fugenlänge – fachgerecht eingebracht vom Schmelzer-Team.

Web-Tipp WWW.FLIESEN-SCHMELZER.DE



Stil. Leben.

DESIGN MIT OTTO.

OB IN DER INDUSTRIE ODER IM HANDWERK – VON JEHER WERDEN MIT HILFE VON OTTO AUCH ÄSTHETISCHE FORMEN GESCHAFFEN. NICHT ZULETZT DIE BREITE FARBPALETTE MACHT OTTO DICHT- UND KLEBSTOFFE FÜR VIELE ARCHITEKTEN, KÜNSTLER UND DESIGNER ZUR IDEALEN WAHL, WENN QUALITÄT SICH NICHT NUR AUF DIE FUNKTION BEZIEHT, SONDERN AUCH DAS AUGEN ETWAS VOM PRODUKT, BAU- ODER KUNSTWERK HABEN SOLL. DAS VERSTÄNDNIS DER BAUHAUS-GENERATION "FORM FOLLOWS FUNCTION", NACH DER ÄSTHETISCHE FORMEN GLEICHZEITIG IHRE FUNKTION ERFÜLLEN SOLLEN, WIRD HEUTE IMMER MEHR VON DER DEVISE ABGELÖST, DAS FORM BEREITS SELBST FUNKTION IST, ALSO DIE ÄSTHETIK SCHÖNER DINGE IN UNSERER GESELLSCHAFT BEREITS FÜR SICH EINE FUNKTION ZUR REPRÄSENTATION ODER KOMMUNIKATION ERFÜLLT. DAMIT WERDEN BAUWERKE ÜBER IHRE AUFGABE ALS ZWECKDIENLICHE RAUMHÜLLEN HINAUS ZU KUNSTWERKEN.



Der in der Donau City errichtete DC Tower 1 ist mit insgesamt 250 m das zweithöchste Gebäude Österreichs. Entworfen vom französischen Stararchitekten Dominique Perrault, weist er je an einer Seite eine interessante stufenartig verschobene Fassadenstruktur auf, die je nach Blickwinkel auch als Wellenform interpretiert werden kann und damit einen thematischen Bezug zur nahen Donau schafft. Während die meisten Geschosse als Büros genutzt werden, entstehen in den oberen Etagen Sky-Lofts sowie ein Restaurant und eine Bar. In den Stockwerken 1 bis 15 zieht dagegen ein Vier-Sterne-Hotel der spanischen Sol Meliá-Gruppe ein. Die glänzende Ästhetik der Fassade und der Form setzt sich hier nahtlos fort. Denn die Bäder des Hotels wurden von der Firma Petschenig Glastec aus Leopoldsdorf in Österreich mit insgesamt 2.700 m² Glas in wahre Wellness-Tempel verwandelt. Für die Klebung von Glas und Emaille-Applikationen in den Duschanlagen wurde OTTOCOLL® S 610 verwendet, für die Abdichtungsarbeiten kam OTTOSEAL® S 100 zum Einsatz.

Web-Tipp WWW.PETSCHENIG.COM ▶

Selbst Industriebauten können mehr, als nur ihre Funktion erfüllen. Für das bekannte Designermöbel-Unternehmen Vitra in Weil am Rhein ist eine ästhetische Formensprache auch bei ihren Produktions- und Lagerräumen ein Muss. Umgesetzt wurde die Fassade von der Firma Zeiler k-tec aus Radstadt. Für die Klebung der Fassadenteile mit OTTOCOLL® S 610 musste extra eine Einzelfall-Zulassung durch das DIBt (Dt. Institut für Bautechnik) eingeholt werden. Doch das Ergebnis rechtfertigt den hohen Aufwand, wie man sehen kann.

Web-Tipp WWW.KTEC.AT ▼





Der Brief der

VON KUNDENTREUE UND PRODUKTQUALITÄT.



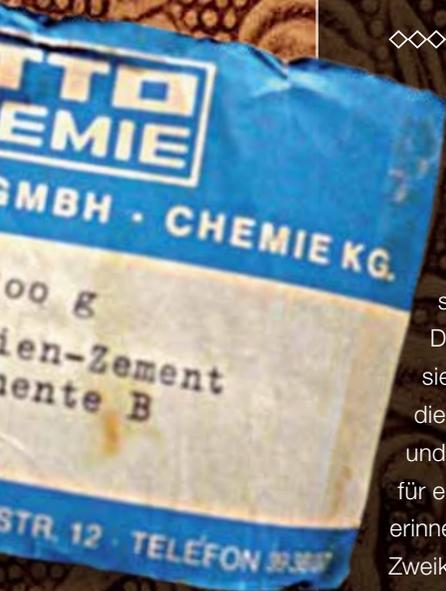
alten Dame.

Im Februar 2013 erhielt OTTO eine mysteriöse E-Mail aus Belgien. Eine Dame fragte nach einem Produkt mit dem Namen „Glas Intarsien Zement“ und bei welchem Händler sie es in Belgien bestellen könne.

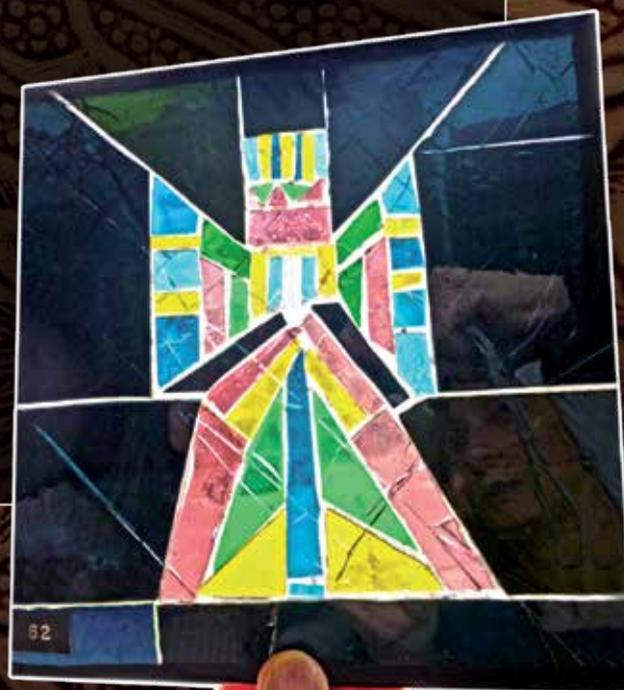


Von der freundlichen Antwort, dass man das Produkt bei OTTO nicht kenne und ihr dennoch viel Erfolg bei ihrer weiteren Suche wünsche, ließ sich die Dame nicht beeindrucken. Denn sie wusste es besser, hatte sie doch vor Jahrzehnten ebendieses Produkt von OTTO gekauft und damit Glas-Intarsien-Arbeiten für einen Kindergarten gestaltet. Sie erinnerte sich noch, dass es ein Zweikomponenten-Dichtstoff war und legte die Korrespondenz aus dem Jahr 1973 bei. Ihr war klar, dass es das Produkt heute eventuell nicht mehr gibt, aber sie hatte keinen Ersatz gefunden und wandte sich in ihrer Not an den Hersteller, der ihr vor 40 Jahren geholfen hatte. Jetzt ging bei OTTO die Recherche los, denn die junge Mitarbeiterin von OTTO konnte den Glas Intarsien Zement beim besten Willen nicht kennen:

Denn zum Zeitpunkt der Lieferung hatte OTTO seinen Sitz noch in der Potsdamer Straße in München. Die Treue der Kundin berührte die Mitarbeiter von OTTO nachhaltig und ihr hartnäckiger Einsatz für bedingungslose Qualität beeindruckte alle. So erhielt die Dame schließlich einen modernen Dicht- und Klebstoff, der für ihren Zweck geeignet war – und OTTO ein Lehrstück aus der Vergangenheit, dass sich Qualität langfristig immer durchsetzt. ■



Ein Original-Label des 100-g-Gebindes.



Als Anschauungsbeispiel schickte uns M^{me} Hernald ein Foto einer ihrer wunderschönen Intarsienarbeiten.

Voran mit





gutem **Beispiel.**

OTTO SETZT HOLZ-GLAS-VERBUNDELEMENTE AM EIGENEN GEBÄUDE EIN.



DIE VOM FORSCHUNGSINSTITUT DER ÖSTERREICHISCHEN GESELLSCHAFT FÜR HOLZFORSCHUNG PATENTIERTE METHODE FÜR HOLZ-GLAS-VERBUNDELEMENTE ERÖFFNET MIT STATISCH WIRKSAMEN GLASFLÄCHEN IN FASSADEN VOLLKOMMEN NEUE GESTALTERISCHE LÖSUNGEN OHNE ÄSTHETISCH STÖRENDE HOLZPFOSTEN UND QUERSTREBEN.

OTTO hatte sich maßgeblich an dieser „Revolution ohne Rahmen“ beteiligt und mit OTTOCOLL® S 660 den passenden Klebstoff entwickelt. Und so war es fast schon Ehrensache, die notwendige Erweiterung des OTTO-Logistikzentrums in Fridolfing mit dieser Technik auszuführen und damit deren Möglichkeiten aufzuzeigen. Der 10 Millionen Euro teure Neubau mit etwa 4.800 m² Grundfläche und 20 m Höhe erhielt deshalb eine nach Osten und Norden ausgerichtete Holz-Glas-Verbundfassade.

Theorie und Praxis in einem Bauwerk.

Im Gebäude werden ab 2014 nicht nur die OTTO-Produkte gelagert und versandfertig gemacht, es bietet auch Raum für die neuen Schulungsräume, die bislang in einem Einfamilienhaus direkt neben der Unternehmenszentrale untergebracht sind. So kommt die Forschung an die Fassade, und die Leistungsfähigkeit moderner Klebstoffe in Kombination mit Glas und dem nachwachsenden Rohstoff Holz wird nicht nur theoretisch verstanden, sondern im Wortsinn begreifbar gemacht. „Unser Anspruch ist es, mit unserem neuen



Logistik- und Schulungszentrum technologisch sowie ästhetisch Akzente zu setzen. Vor allem aber sind wir froh darüber, künftig unseren Kunden die Möglichkeiten von Technik und Produkt in unserer eigenen Fassade vor Ort demonstrieren zu können“, bringt Geschäftsführer Dr. Volker Weidmann es auf den Punkt. Mit dem Magazin GFF für Glas, Fensterbau und Fassade begleitet auch die Fachpresse das Thema und sieht es als neue Chance – für das Handwerk ebenso wie für die heimische Holz- und Forstwirtschaft bzw. die Natur selbst. ■

TIPP GFF Praxistage am 8. und 9. November im Kongresszentrum Karlsruhe mit Workshop zum Thema Holz-Glas-Verbundelemente. Information und Anmeldung über www.gff-magazin.de



Die Sonnenheizung für jede Wetterlage.

ENERGIE INTELLIGENT GENUTZT.

Wer die Sonne als Heizquelle nutzen will, der tut dies aus den unterschiedlichsten Gründen. Natürlich soll sich die Sonnen-Heizung finanziell lohnen, aber auch die Unabhängigkeit von fossilen Energieträgern oder die CO₂-Bilanz spielen bei der Entscheidung für ein Solarsystem eine gewichtige Rolle. Eines der größten Probleme: Wie kann die Energie auch an weniger sonnigen Tagen optimal genutzt und wie die überschüssige Energie sonnenreicher Tage gespeichert werden? Die Sonnenheizung Solaera der Firma Consolar nutzt als integriertes Kompakt-Heizsystem intelligent aufeinander abgestimmte Komponenten, um bisherige Schwachstellen einer Solaranlage auszuschalten. Sie ermöglicht die vollständige Wärmeversorgung eines Hauses durch den Einsatz von Hybrid-Sonnenkollektoren, die die einzige Wärmequelle für das System darstellen, sowie mit einer in das System integrierten Kombination aus Wärmepumpe und Latentspeicher.

Höherer Wirkungsgrad dank Wärmepumpe und Eisspeicher.

Mit Solaera kann gegenüber herkömmlichen Heizkesseln eine CO₂-Einsparung von bis zu 60 % realisiert werden, und das ohne Wärmepumpen-Erdsonden, Luftwärmetauscher im Garten oder Erdreichwärmetauscher, die ohnehin bei bestehenden Gebäuden nur eingeschränkt einsetzbar sind. Die Hybridkollektoren im Solaera-System, die mit Novasil® SP 6133 abgedichtet sind, arbeiten im Sommer wie konventionelle Solaranlagen. Ihre klaren Vorteile spielen sie vor allem im Winter aus: Dank integriertem Lüfter und Luft-Wärmetauscher können sie bei bedecktem Himmel Energie aus der Außenluft gewinnen, die anschließend von der Wärmepumpe als Wärmequelle genutzt wird. Die Nutzung der Solarstrahlung an kalten klaren Tagen bewirkt einen geringen Strombedarf des Solaera-Systems, der deutlich unter dem herkömmlicher Luft-Wärmepumpen liegt.

Zusätzlich verfügt die Solaera-Sonnenheizung über einen integrierten kompakten Eisspeicher, mit dem sich der im Wasser beim Übergang zu Eis enthaltene enorme Energieunterschied als Speicher nutzen lässt. Dies garantiert einen minimalen Platzbedarf und sichere Heizwärme zu jeder Tages- und Jahreszeit.



Web-Tipp WWW.CONSOLAR.DE

Ein italienisch-deutsches Zusammenspiel.

COOL BLEIBEN, AUCH WENN'S HEISS WIRD.



Es war einmal ein Fertigungswerk für italienische Schnellzüge zwischen Turin und Mailand. Das Grundstück konnte nach der Schließung durch den steinigen Grund nicht landwirtschaftlich genutzt werden und so gründete die Soland Fotovoltaica Srl hier einen Solarpark zur Gewinnung von umweltfreundlichem Sonnenstrom. Insgesamt wurden innerhalb von zwei Jahren 70.000 Solarmodule der Firma Kyocera aufgestellt, von deren energetischer Leistung nicht zuletzt die mittelständische Wirtschaft und die ansässige Bevölkerung der Region profitieren. Doch da gab es noch einen entscheidenden Nachteil, den Solarmodule allgemein mit sich bringen und den der leitende Ingenieur Vastola in den Griff bekommen wollte: Mit zunehmender Temperatur nimmt die Leistungsfähigkeit von Photovoltaik-Modulen ab. Zusammen mit der Firma Vaber Industriale und OTTO entwickelte Vastola deshalb eine innovative Lösung zur Kühlung der Solareinheiten. Auf den Rückseiten der Paneele wurden Aluminiumplatten zur Ableitung der Wärme angebracht. Durch die Aluplatten fließt kühles Wasser aus einem unterirdischen Brunnen, das nach der Wärmeaufnahme wieder heruntergekühlt wird. Von OTTO kam für dieses „Energie-Tuning“ Novasil® S 49 für die Klebung zum Einsatz, während Vaber Industriale eine thermisch leitfähige Paste zur Verfügung stellte, mit der die Wärme vom Photovoltaikmodul auf die Aluminiumplatte geleitet wird.

Web-Tipp WWW.SOLAND.IT

Gefragt. Getan.

ÜBER DEN DÄCHERN VON WIEN.

„OTTO, wir haben ein Problem!“ – ein Ruf, dem OTTO bei Sanierungsfällen häufig und gern nachkommt. Beim Tonnendach der IBM-Skylobby Wien folgte auf den Ruf allerdings ungewöhnlich schnell die erste Hilfe. Keine halbe Stunde später war der OTTO-Dichtstoff-Experte Günther Weinbacher, der sich zugegebenermaßen zufällig in Wien befand, vor Ort und sondierte die Lage. Aufgabe des ausführenden Unternehmens Fritsch Stiassny Glas & Co. war es, das gesamte

Tonnendach grundlegend zu sanieren und dabei auch die Pfosten-Riegel-Verbindungen der Fassadenkonstruktion im Nachhinein dauerhaft abzudichten sowie einen Wassereintritt in die Konstruktion und deren Korrosion zu verhindern. Der Kontakt zu OTTO wurde dabei über die Firma Petschenig Glastec arrangiert. Bei der Sanierung kamen und kommen folgende Produkte von OTTO zum Einsatz: Cleanprimer 1101 und Novasil® S 39 bei der Abdichtung der Längsstöße

der Profile gegen eindringendes Wasser, OTTOSEAL® S 10 zur Abdichtung zwischen Alu-Schienen im Kreuzungspunkt zwischen Pfosten und Riegel sowie Cleanprimer 1216 und OTTOSEAL® S 54 zur Klebung der EPDM-Dichtungen zueinander.

Web-Tipp WWW.GLAS-CO.AT



iPad

14:27

OTTO STARTET INFO-WEBSITE ZUM THEMA SO

Das
Graue
im **Ba**





Einem unerwünschten Unter-
mieter in vielen Haushalten
geht es jetzt ganz systematisch an
den Kragen. Denn Schimmel in Bad
und WC sieht nicht nur ungepflegt
aus, sondern schädigt auch die
Gesundheit und die Bausubstanz.
Deshalb hat OTTO nun eine Info-
Website zum Thema Schimmel
ins Internet gestellt.





Argumentationshilfe für Verarbeiter.

MIT DER INFO-WEBSITE ERHALTEN INTERESSIERTE UND BETROFFENE EINEN ÜBERBLICK, WIE SCHIMMEL IM BAD ODER ANDEREN SANITÄRRÄUMEN ENTSTEHT, WIE ER SICH AUF MENSCH UND BAUWERK AUSWIRKT, WIE MAN IHN BEKÄMPFT UND VOR ALLEM, WIE MAN IHN VERMEIDET. BEWOHNER, MIETER UND IMMOBILIENBESITZER, ARCHITEKTEN UND HANDWERKER FINDEN HIER WICHTIGE BASIS-INFORMATIONEN, DIE HELFEN, SCHÄDEN AN GESUNDHEIT UND GEBÄUDE ZU VERMEIDEN, ABER AUCH STREITIGKEITEN BEI DER SUCHE NACH SCHULDIGEN VORZUBEUGEN.

Vor allem soll der neue Webauftritt aber Verarbeitern von OTTO-Produkten mit Schimmelschutz als Argumentationshilfe bei Kunden dienen, die sich im Internet über die Vorteile von OTTOSEAL® S 130 und S 140 informieren. Damit werden Fliesenleger und Verfüger, die sich für langfristige Qualität einsetzen, aktiv unterstützt. Der Hausbesitzer erfährt alles, was er über das Entstehen und die Folgen, über die Vermeidung und die Bekämpfung von Schimmel wissen muss. Die richtige Belüftung von Bädern wird ebenso thematisiert wie die Pflege von Silconfugen. Für den Handwerker entstehen also nicht nur Chancen auf neue Geschäfte, wie zum Beispiel für eine Badsanierung. Er verbessert auch die Kundenzufriedenheit, indem er signalisiert, dass ihm die Erhaltung seiner Arbeit im Bad auch nach Abschluss der Verfügung wichtig ist. Darüber hinaus leitet OTTO Anfragen von Besuchern auf der Suche nach Hilfe bei Schimmel auf Fugen an qualitätsbewusste Verarbeiter weiter.



Antworten für den kritischen Endkunden.

Um dem Hausbesitzer eine echte Entscheidungsbasis mit relevanten Kriterien zu liefern und ihn in die Lage zu versetzen, seinem beauftragten Handwerker auch kritische Fragen zu den eingesetzten Silicondichtstoffen und den jeweiligen Schimmelschutz zu stellen, wurde besonderes Augenmerk auf die Fungitect® Silbertechnologie von OTTO gelegt. Dabei geht es nicht nur um eine Abgrenzung zu herkömmlichem Schimmelschutz auf Fungizid-Basis. Da inzwischen auch andere Hersteller auf Schimmelschutz durch Silber setzen, erfährt der interessierte Entscheider hier die Unterschiede und Nachteile der Silber-Nano-Technologie im Vergleich zu dem von OTTO genutzten Konzept auf Basis von Silberionen. So erhält der Verarbeiter argumentativen "Rückenwind", wenn er nachhaltig wirksame Premium-Produkte von OTTO verwenden will.



Infotainment statt trockener Informationen.

Trotz der geballten inhaltlichen Fülle und der Ernsthaftigkeit des Themas wurde bei der Gestaltung der Microsite darauf geachtet, dass die Vermittlung der Informationen nicht mit abstoßenden Bildern arbeitet und darüber hinaus unterhaltsam bleibt. Dazu nutzte die beauftragte Werbeagentur Illustrationen im Pop-Art-Comicstil oder setzte metaphorhafte Bilder ein. Damit die neue digitale Schimmel-Infoplattform Badbesitzer mit Schimmel-Problemen auch über eine Google-Suche gut auffindbar ist, optimierten die Internet-Spezialisten auch die für die Suchmaschinen relevanten Schlüsselwörter auf den einzelnen Seiten. Darüber hinaus sind weitere PR- und Werbemaßnahmen geplant, um die neue Infoplattform im Internet bei den Betroffenen und den Verarbeitern bekannt zu machen. ■

Fortbildungs- Fernsehen

zur Dichtstoff-Verarbeitung

DER YOUTUBE-KANAL VON OTTO

Wer Profi-Dichtstoffe perfekt verarbeiten will, braucht fundiertes Know-how und viel Erfahrung. Und wo könnte man sich besser über die professionelle Verarbeitung von Fensterfugen oder elastischen Fugen im Sanitärbereich informieren, als beim Hersteller solcher Dichtstoffe selbst? OTTO bietet dafür ein umfassendes eigenes Schulungsprogramm mit ausführlichem Schulungsmaterial an. Doch oft lässt der Terminkalender es nicht zu, solche Schulungen zu besuchen, und die gedruckten Informationsmaterialien stoßen als Lehrmedium didaktisch manchmal an Grenzen. Deshalb verrät OTTO nun im eigenen Youtube-Kanal im Internet die Tipps und Tricks, z.B. zum Dichten von Fenstern oder zur Ausbildung von Dehnfugen im Bad, und löst damit bisherige Beschränkungen durch Zeit und Ort einfach auf.

Dichtstoff-Tipps und -Tricks von Profis für Profis.

In kurzen Videos von zwei bis zehn Minuten Länge werden hier die Verarbeitungsdetails von Profis Schritt für Schritt erläutert. Dabei thematisieren die kurzen Filme auch jene Aufgaben in Wort und Bild, die vielleicht nicht oder nur selten zum normalen Arbeitsalltag eines Handwerkers gehören und ihn dadurch vor Herausforderungen stellen sowie viel Zeit kosten können. Wie beispielsweise führt man eine Überschlagsklebung bei Holzfenstern durch und verwendet dabei die von OTTO entwickelten Hilfsmittel und Komponenten richtig? Was gibt es bei der Verfugung von Naturstein zu beachten? Und wie gehen Profis bei der Verfugung von Badewannen vor? Im OTTO-Youtube-Kanal findet man die passenden Antworten auf Fragen, die bisher oft unbeantwortet blieben.

Anschauliche Darstellung von besonderen Herausforderungen bei der Verarbeitung.

Für Auszubildende ist der Youtube-Kanal von OTTO eine Fundgrube mit Tipps und Tricks für die Bewältigung besonderer Aufgaben, die bei der täglichen Arbeit im Lehrbetrieb oder in der Berufsschule zu kurz kommen. Aber auch so manch erfahrener Meister findet hier interessante Hinweise, wie er seinen Job noch schneller und effektiver durchführen kann. Und mit dem Smartphone kann dieser Erfahrungsschatz bei Aufgaben, die zum ersten Mal bewältigt werden müssen, sogar mit auf die Baustelle oder in die Werkstatt genommen werden. Passend zu den in den Videos gezeigten Themen gibt es natürlich nach wie vor die gedruckten Profi-Ratgeber von OTTO, in denen man die Verarbeitungs-Anleitungen noch einmal schwarz auf weiß nachlesen kann. Sie können von Interessierten über die Website von OTTO (www.otto-chemie.de) in der Rubrik Downloads/Infomaterial als PDF heruntergeladen oder bestellt werden. ■

Web-Tipp WWW.YOUTUBE.COM/OTTOCHEMIEVIDEOS



Mobiler Berater – kostenlos und allzeit bereit.

Sie stehen auf der Baustelle und wollen wissen, in welcher Farbe Sie den passenden OTTO-Dichtstoff zum Fugenmörtel wählen sollten? Kein Problem, wenn Sie die OTTO-App auf Ihrem Smartphone installiert haben! Hier finden Sie, die Antworten, auf alle wichtigen Fragen rund um OTTO-Produkte. Schnell und unabhängig von der Tageszeit oder Ort. Außerdem verlinkt Sie die App mit

dem OTTO-Youtube-Kanal, damit Sie sich bei Arbeiten, die sie selten durchführen oder zum ersten Mal machen, noch einmal wichtige Tipps in anschaulicher Form einholen können. Auf der Startseite von www.otto-chemie.de finden Sie die Möglichkeit, sich die OTTOapp auf Ihr mobiles Endgerät zu laden. Oder nutzen Sie direkt den nebenstehenden QR-Code.



Wie kommen **Dicht- & Klebstoffe** auf **Werkstück?**

DER OTTO-PARTNER HILGER U. KERN / DOPAG GRUPPE

Die Verarbeitung von OTTO-Dicht- und Klebstoffen hängt bei handwerklichen Anwendungen von der Erfahrung, dem Augenmaß und dem Geschick des Verarbeiters ab oder – bei industriellen Applikationen – von ausgeklügelten Misch- und Dosieranlagen.

Seit über 10 Jahren arbeitet OTTO beim industriellen Einsatz seiner Dicht- und Klebstoffe mit der Hilger und Kern / Dopag Gruppe zusammen, von ersten Versuchen für neu entwickelte Produkte bis hin zur Einrichtung der Maschinen und Testläufen bei Industriekunden vor Ort. Dabei müssen die Anlagen perfekt auf die jeweiligen Eigenschaften der Dicht- und Klebstoffe, wie zum Beispiel die Aushärtezeiten, die Mischungsverhältnisse oder andere von der Industrie geforderte Anforderungen, abgestimmt werden. Für Versuche vor der Implementierung in Fertigungsstraßen steht dabei jeweils ein hervorragend ausgestattetes Technikum in Mannheim und in der Schweiz zur Verfügung.

Nun hat die Hilger u. Kern / Dopag Gruppe mit „Metadis“ und „Metamix“ zwei neue Produktlinien zur Verarbeitung nieder- bis hochviskoser, auch abrasiver Materialien entwickelt. Diese beiden außergewöhnlichen Produktlinien sind das Ergebnis konsequenter Forschung, Entwicklung und Konstruktion mit dem Ziel, durch visionäre Konzepte für moderne, zeitgemäße und zukunftssichere Dosiertechnik neue Maßstäbe zu setzen.

Vielfältige Einsatzmöglichkeiten für unterschiedlichste Medien.

Der modulare Aufbau von Metadis und Metamix ermöglicht ein breites Einsatzspektrum. Anwendungsmöglichkeiten für diese modernen Dosiersysteme finden sich in Branchen, in denen Medien hochpräzise und reproduzierbar ausgetragen werden müssen, wie z.B. in der Automobilindustrie, der Elektro- und Elektronikindustrie, im Bereich erneuerbare Energien, der Luft- und Raumfahrt, bei der Herstellung von Weißwaren. Der Antrieb des Dosierkolbens erfolgt über einen Servomotor, bei dem eine Spindel die Rotationsbewegung in äußerst exakt definierbare Linearbewegungen umwandelt und somit den aus Stahl gefertigten Kolben bewegt. Der mit einem Rücksaugeffekt ausgestattete Dosierkopf verhindert die Verschmutzung der Austragsstelle. Das Dosieren und Mischen erfolgt direkt an der Applikationsstelle, so dass eine hohe Dosier- und Wiederholgenauigkeit erzielt wird.

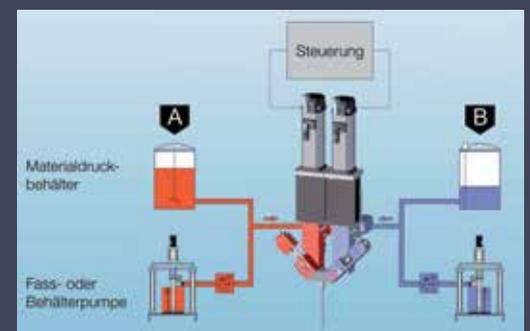
Diese neuen Dosiersysteme ermöglichen extrem kurze Zykluszeiten, vor allem wenn bei kleinen Dosiermengen mehrere Schüsse mit einem Kolbenvolumen ausgetragen werden, bevor wieder befüllt werden muss. Dadurch kann diese Anlagentechnik flexibel eingesetzt werden. Die totraumarme Konstruktion verhindert Materialablagerungen, eine Bohrung am obersten Punkt der Dosierkammer ermöglicht eine vollständige Entlüftung. Zudem wird der Druck in der Dosierkammer mit einem Sensor überwacht. Diese drei Aspekte garantieren eine sehr hohe Prozesssicherheit.

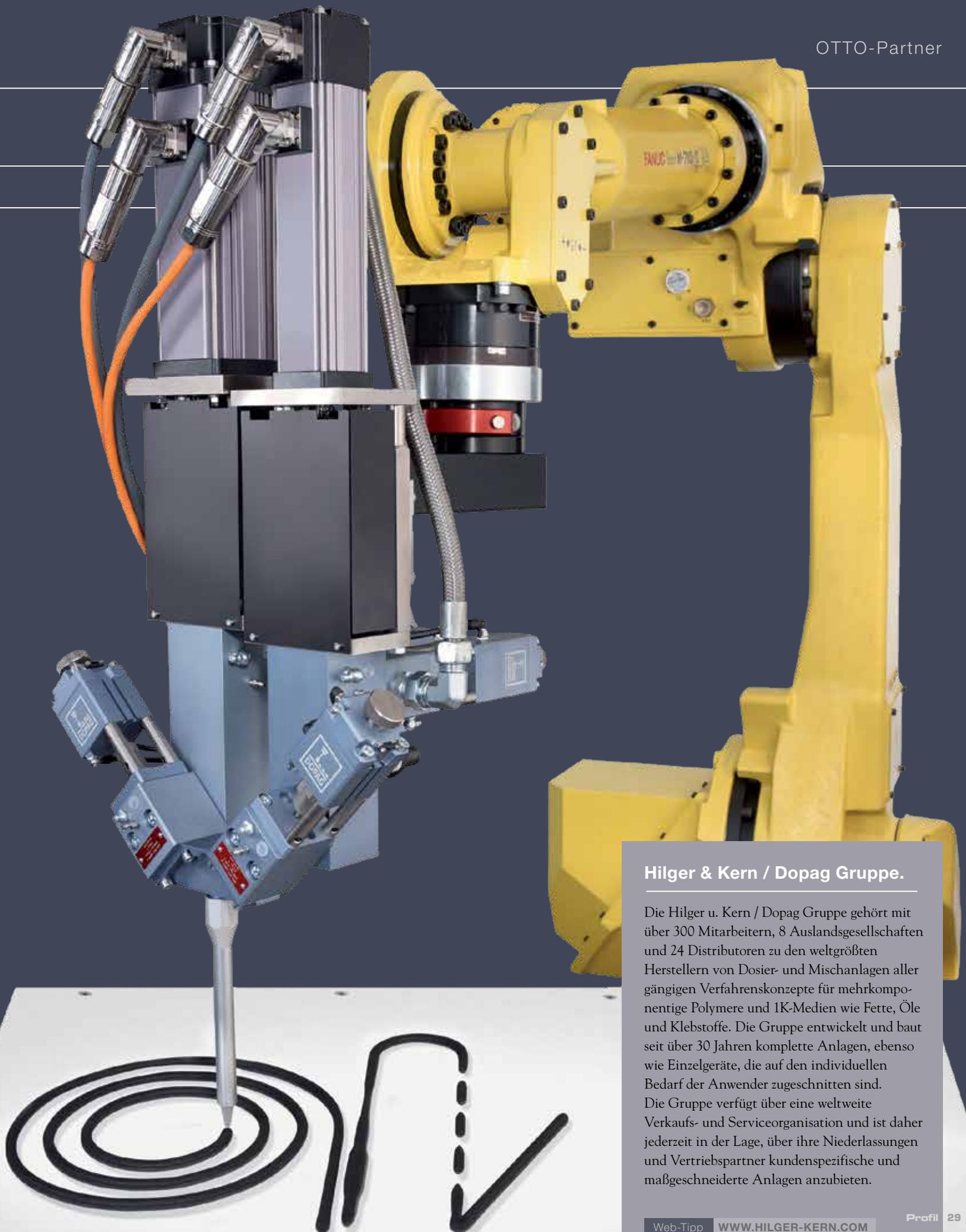
Reduzierter Wartungsaufwand.

Um den Wartungsaufwand von Metadis und Metamix deutlich zu reduzieren, wurden verschiedene konstruktionstechnische Besonderheiten in der Entwicklung berücksichtigt: So werden die Dosierkolben nicht über Dichtungen geführt, und eine Kupplung zwischen Antrieb und Dosierkolben verhindert, dass seitliche Kräfte übertragen werden. Ergänzend dazu können die Dosiereinheiten mit Sperrflüssigkeit geflutet werden, was vor allem bei abrasiven und luftreaktiven Medien eine verlängerte Lebensdauer bedeutet.

Metadis für Einkomponenten-Medien.

Metamix wird für die Verarbeitung von Mehrkomponenten-Medien eingesetzt. Hierzu werden aufgrund der Kompatibilität und Modularität zwei Metadis Kolben-Dosiereinheiten, auch unterschiedlicher Baugröße, verwendet. Diese sind durch einen Mischblock miteinander verbunden, an dessen Auslass sich ein Kunststoff-Mischrohr befindet. Bei beiden Produktlinien kann der Materialaustrag schussweise oder als Raupe erfolgen. Hierfür sind lediglich eine entsprechende Materialversorgung sowie ein Dosierrechner erforderlich.





Hilger & Kern / Dopag Gruppe.

Die Hilger u. Kern / Dopag Gruppe gehört mit über 300 Mitarbeitern, 8 Auslandsgesellschaften und 24 Distributoren zu den weltgrößten Herstellern von Dosier- und Mischanlagen aller gängigen Verfahrenskonzepte für mehrkomponentige Polymere und 1K-Medien wie Fette, Öle und Klebstoffe. Die Gruppe entwickelt und baut seit über 30 Jahren komplette Anlagen, ebenso wie Einzelgeräte, die auf den individuellen Bedarf der Anwender zugeschnitten sind. Die Gruppe verfügt über eine weltweite Verkaufs- und Serviceorganisation und ist daher jederzeit in der Lage, über ihre Niederlassungen und Vertriebspartner kundenspezifische und maßgeschneiderte Anlagen anzubieten.

TRAUM STADT

AN DER SEINE.





PARIS – SCHON ALLEIN DIESES WORT IST DER SCHLÜSSEL ZU GESCHICHTEN, BILDERN, KLÄNGEN, GERÜCHEN UND GESCHMACKSEINDRÜCKEN, DIE JEDER, DER MIT DIESER STADT JE ZU TUN HATTE, MIT SICH TRÄGT. PARIS IST NICHT NUR DIE HAUPTSTADT FRANKREICHS UND HEIMAT VON ÜBER 2,2 MILLIONEN FRANZOSEN. SIE IST FÜR DIE GANZE WELT WAHLWEISE DIE HAUPTSTADT DER LIEBE, DER MODE, DER PRACHTVOLLEN ARCHITEKTUR. AUCH OTTO HAT HIER NEBEN ALLEN SUPERLATIVEN SEINEN PLATZ GEFUNDEN. UND DAS AN ORTEN, AN DENEN MAN DIE PRODUKTE AUS FRIDOLFING WOHL KAUM VERMUTEN WÜRDEN. HÖCHSTE ZEIT ALSO FÜR EINEN KLEINEN RUNDGANG DURCH PARIS. ➔

Um Paris zu erkunden reicht weder eine Woche noch ein Monat. Zu viele in aller Welt bekannte Sehenswürdigkeiten, aber auch verborgene Schätze, hat die Stadt zu bieten. Der Eiffelturm, das Künstlerviertel Montmartre, Sacré-Coeur und Notre-Dame – unsterblich in der Literatur durch Victor Hugos Roman verewigt –, die Brücke Pont Neuf, der Louvre, die Prachtstraße Champs-Élysées oder das Variété Moulin Rouge gehören wohl zum Standardprogramm eines jeden Touristen. Weniger bekannt sind die Schifffahrten auf den Kanälen. Und nur Eingeweihte wagen sich verbotenerweise in die Katakomben – ehemalige Kalksteinbrüche unter der Stadt, in denen viele Bauwerke ihren Ursprung haben. Apropos Untergrund: Wer sich nicht in einen der Rundtourbusse begeben will, der nutzt für Erkundungen auf eigene Faust am besten die Metro, deren verspielte Jugendstil-Eingänge eine weitere Attraktion darstellen.

Von Silicon zu Schmuckstücken.

Für unsere spezielle OTTO-Tour durch Paris beginnen wir am Gare de Lyon. Gleich in der Nähe befindet sich in der Avenue Daumesnil 1 die Galerie des aus Israel stammenden Künstlers und Designers Tzuri Gueta, dessen unglaublich kreative Accessoires, Schmuckstücke und auch Kleider aus Siliconen von OTTO die wir hier schon mehrfach vorstellen konnten. Die Exponate werden in Handarbeit von Gueta und seinem Team hergestellt und ernten immer wieder Begeisterungstürme an den Laufstegen, in den Mode-Gazetten und in den Boutiquen.



Tzuri Gueta ist Textildesigner, Inhaber von Silka Design und Eigentümer der Marke SI51. In erster Linie arbeitet er für sein eigenes Label, aber auch für Modehäuser wie Christian Lacroix, Jean Paul Gaultier, Givenchy, Dior, Armani. Seinen Schmuck findet man mittlerweile weltweit, wie zum Beispiel im Centre Pompidou in Paris und im MoMA Store in New York.

OTTOprofil: Monsieur Gueta, wie kamen Sie zu OTTO?

Tzuri Gueta: Nach meiner Ausbildung zum Textildesigner 1996, meiner Ankunft in Paris und der Entdeckung der Möglichkeiten mit Silicon auf den verschiedensten Geweben zu arbeiten, kam ich schon fast automatisch zu OTTO. Kein anderer Hersteller hatte die Farbenvielfalt, die ich benötigte, um meine Kreationen zu realisieren.

OTTOprofil: Welche anderen Aspekte sind für Sie wichtig?

Tzuri Gueta: Unsere Kreationen sind zu 99 % reine Handarbeit. Ich arbeite mit bis zu 15 Angestellten, die alle mit Siliconen von OTTO produzieren. Dabei muss das Rohmaterial immer die selben Eigenschaften haben. Wir brauchen also unbedingt gleich bleibende Qualität, Farben und Erscheinungsbild. Mit noch flüssigem Silicon zu arbeiten, es durch verschiedene Gewebestrukturen zu extrudieren, um es in verschiedene Formen zu bringen, ist sehr anspruchsvoll. Unsere Endkunden wollen oft Sonderfarben. OTTO bietet uns nicht nur die Möglichkeit, diese schnell zu bekommen, sondern auch diese nach unseren Wünschen herzustellen. Unser Schmuck wird direkt auf der Haut getragen. Deshalb ist es uns sehr wichtig, dass das Produkt nach der Trocknungsphase nicht unangenehm riecht.

Wir haben mit OTTO einen tollen Partner – merci beaucoup.



Web-Tipp WWW.TZURIGUETA.COM



Pariser Chic, der auf der Zunge zergeht: Macarons, eine Farbvielfalt wie bei OTTO-Silikonem.



Frisurentrends für die ganze Welt.

Auf unseren Spuren von OTTO in Paris besuchen wir einen Ort, an dem die neuesten Frisuren das Licht der modeorientierten Welt erblicken: die Académie L'Oréal, in der Rue Royale 14, zwischen dem Place de la Concorde und dem Place de Madeleine. Der französische Konzern für Haarpflegeprodukte betreibt hier eine Art Showroom für seine Erzeugnisse, die mitunter auch Silicon enthalten, wenn auch nicht von OTTO. Die Produkte aus Fridolfing finden sich vielmehr in den zahlreichen Natursteinfugen des repräsentativen Salons – meisterhaft verarbeitet von der Firma Real Marbre, die sich auf Luxusprojekte spezialisiert hat. Real Marbre ist auch verantwortlich für viele andere sehenswerte Naturstein-Anwendungen in Paris, die mit Hilfe von OTTO realisiert wurden.

Real Marbre SAS hat sich als ein mittelständisches Unternehmen für Natursteinverarbeitung mit 35 Mitarbeitern etabliert, das sich auf luxuriöse Immobilienprojekte für namhafte Kunden wie L'Oreal, Gucci oder Luis Vuitton spezialisiert hat. Hauptsitz und Showroom befinden sich mitten in Paris. Wir sprachen mit dem Inhaber und Geschäftsführer Manuel Soares.

OTTOprofil: Monsieur Soares, aus welchem Grund arbeiten Sie mit OTTO ?

Manuel Soares: Unsere Firma hat sich auf luxuriöse Projekte spezialisiert. Unsere Kunden erwarten mit Recht eine hundertprozentige Ausführung, fehlerfrei in Qualität und mit einwandfreier Ästhetik. Wir haben oft Sonderprojekte mit Spezialfarben, wie bei dem Bau der Tour Ariane im Geschäftsviertel La Defense

mit Stone-Italiana Produkten, durchgeführt. Dabei war es dem Kunden und den Architekten Petraccone-Voda sehr wichtig auf den richtigen Farbton zu kommen und wir waren gezwungen, wirklich pünktlich zu liefern. OTTO hat uns die Sonderfarbe innerhalb von wenigen Tagen präsentiert, und nach nur zwei Wochen konnte OTTO diese auch liefern. Anschließend haben wir auch unsere Standardprodukte über OTTO bezogen.

OTTOprofil: Warum verwenden Sie OTTOSEAL® S 70 ?

Manuel Soares: Wir können mit diesem Produkt Boden- und Wandfugen realisieren, im Innen- wie im Außenbereich. Und wir gewinnen bei der Montage durch die gute Verarbeitbarkeit – bei der Extrusion und der Glättung – sehr viel Zeit. Unsere Mitarbeiter schwören auf OTTOSEAL® S 70, die Zeit zur Hautbildung ist im Sommer wie auch im Winter ideal.



Übernachten auf französisch.

Unsere nächste Station ist ein Pariser Hotel der gehobenen Klasse. Das Château Frontenac in der Rue Pierre Charron, nahe den Champs Élysées und nur eine Viertelstunde zu Fuß vom Triumphbogen entfernt. Die Übernachtungen sind preislich im Rahmen, das Design des Hauses zeigt sich modern, die Einrichtung schafft einen spannenden Bogen zwischen typischem Pariser Chic und innovativen Ideen. Auch hier war Real Marbre bei den Natursteinen am Werk und hat OTTO-Produkte in den Fugen verarbeitet. Noch eine kleine Reisewarnung für männliche Paris-Besucher mit weiblicher Begleitung: An den Champs Élysées, aber auch im restlichen Stadtgebiet, üben zahlreiche Boutiquen der großen Modemarken eine unwiderstehliche Anziehungskraft aus, bei denen auch so mancher Mann schwach wird. Auch in diesen Geschäften findet sich OTTO in den Arbeiten von Real Marbre wieder. Wir nennen hier nur einen Auszug der international renommierten Marken, verzichten aber wohlweislich auf die Angabe der Adressen, um die in Paris ohnehin stark strapazierte Reisekasse zu schonen: Louis Vuitton (Taschen, Koffer), Mauboussin (Schmuck), Hublot (Luxus-Uhren), Patek Philippe (ebenfalls Luxus-Uhren), Salvatore Ferragamo (Schuhe, Luxus-Accessoires), Gucci (Mode), Cacharel (Pret-a-porter Mode, Parfüm) und – zum Schluss noch ein Leckerbissen – Laduree (Luxus-Bäcker und Süßigkeiten).



34 Hotel Château Frontenac

Im Westen steht die Zukunft.

La Defense ist die Antwort auf das klassische Paris und beweist, dass die Stadt schon lange nicht mehr nur von ihrer prunkvollen Vergangenheit lebt. Hier entstand, in der Verlängerung der Champs Élysées, ein modernes Geschäftsviertel. Das bekannteste Bauwerk: die Grand Arche. Dieses moderne Gegenstück zum Triumphbogen mit seiner typischen rahmenförmigen Bauweise bildet mit einem großen Platz davor den Mittelpunkt für die Freiluftausstellung moderner Pariser Architektur. Entworfen wurde das spektakuläre Bauwerk von Johan Otto von Spreckelsen und Paul Andreu, die sich damit unter 425 Teilnehmern den ersten Preis eines internationalen Wettbewerbs sicherten. Die Einweihung erfolgte am 14. Juli 1989 zur 200-Jahr-Feier der Französischen Revolution. Gleich in der Nachbarschaft kommen wir zu einem Bauwerk, an dem einmal mehr Produkte von OTTO zum Einsatz kamen. An der Terrasse Boieldieu 100-101 steht der Tour Franklin. Der 120 m hohe Büroturm wurde bereits 1972 errichtet. Die Modernisierung der imposanten Eingangsbereiche übernahm dabei einmal mehr Real Marbre.



Paris modern: Das Geschäftsviertel "La Defense"

Ceramica ist ein Naturstein- und Fliesenhändler mit zwei Showrooms in Paris sowie zwei Filialen im Großraum Paris. Als Importeur vertreibt Ceramica auch Marazzi-Fliesen aus Italien. Wir sprachen mit dem Geschäftsführer Enzo Fusaro.

OTTOprofil: Aus welchem Grund sind Sie zu OTTO gewechselt ?

Enzo Fusaro: Wir arbeiten seit 1977 im Fliesen- und Natursteinhandel, anfangs ohne Fliesenkleber oder Fugenmörtel im Sortiment. Das hat sich aber geändert, weil die Handwerker zunehmend auch Produkte zum Verlegen nachgefragt haben. Vor 10 Jahren waren die Mörtelfugen am Boden grau und die an der Wand weiß – jetzt will der Endkunde die Wahl haben zwischen vielen verschiedenen Farbtönen. Die Siliconfuge muss sich dem Ton der Mörtelfuge anpassen oder dem der Fliese, ganz nach Geschmack. Wir können und wollen nicht alle Farben lagern, aber sie müssen rasch verfügbar sein – dies konnte

uns nur OTTO bieten. Ceramica lagert vier Standardfarben. Wir stellen die verschiedenen Möglichkeiten, dank der OTTO-Farbkarten für OTTOSEAL® S 70 und S 100, aus und bestellen Zug um Zug die anderen Farbtöne.

OTTOprofil: Welche anderen Produkte bezieht Ceramica von OTTO?

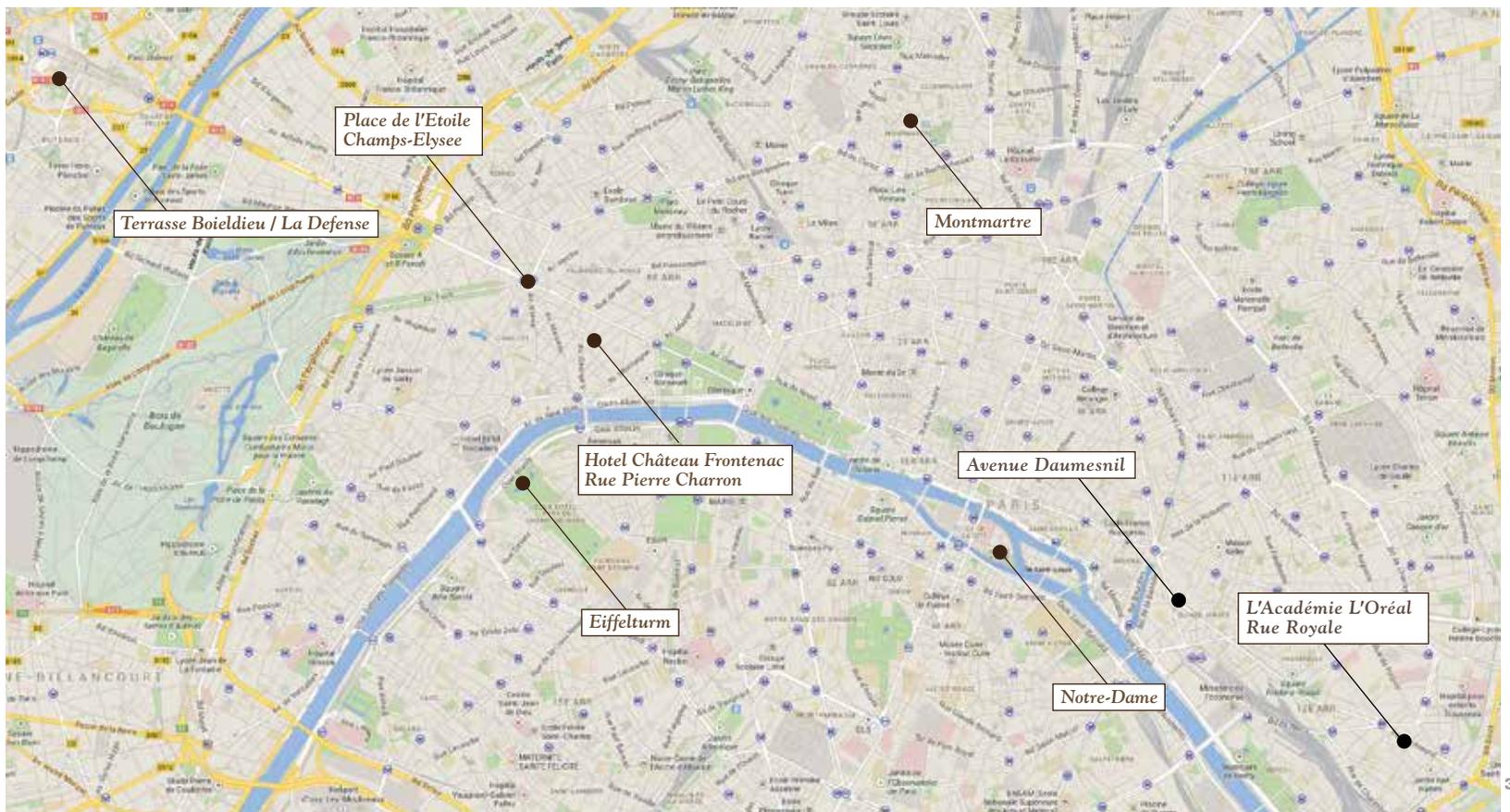
Enzo Fusaro: OTTO bietet ein komplettes Allround-Programm für den Fliesen- und Natursteinbereich. Dies war ein wichtiges Argument bei unserer Entscheidung. Von der Schwimmbadfuge bis zur Bauelementeverklebung hat OTTO immer eine Lösung für den Profi.



Büroeingang im Tour Franklin



Ile de la cité mit Notre-Dame





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