

OTTO profil

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



31

MEHR DURCH TEILEN.

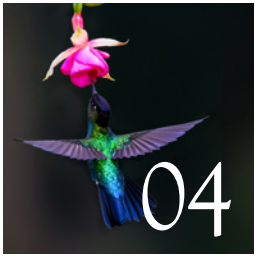
Phänomen Partnerschaft.

BEZIEHUNGSWEISE.

Drei Perspektiven der Partnerschaft.

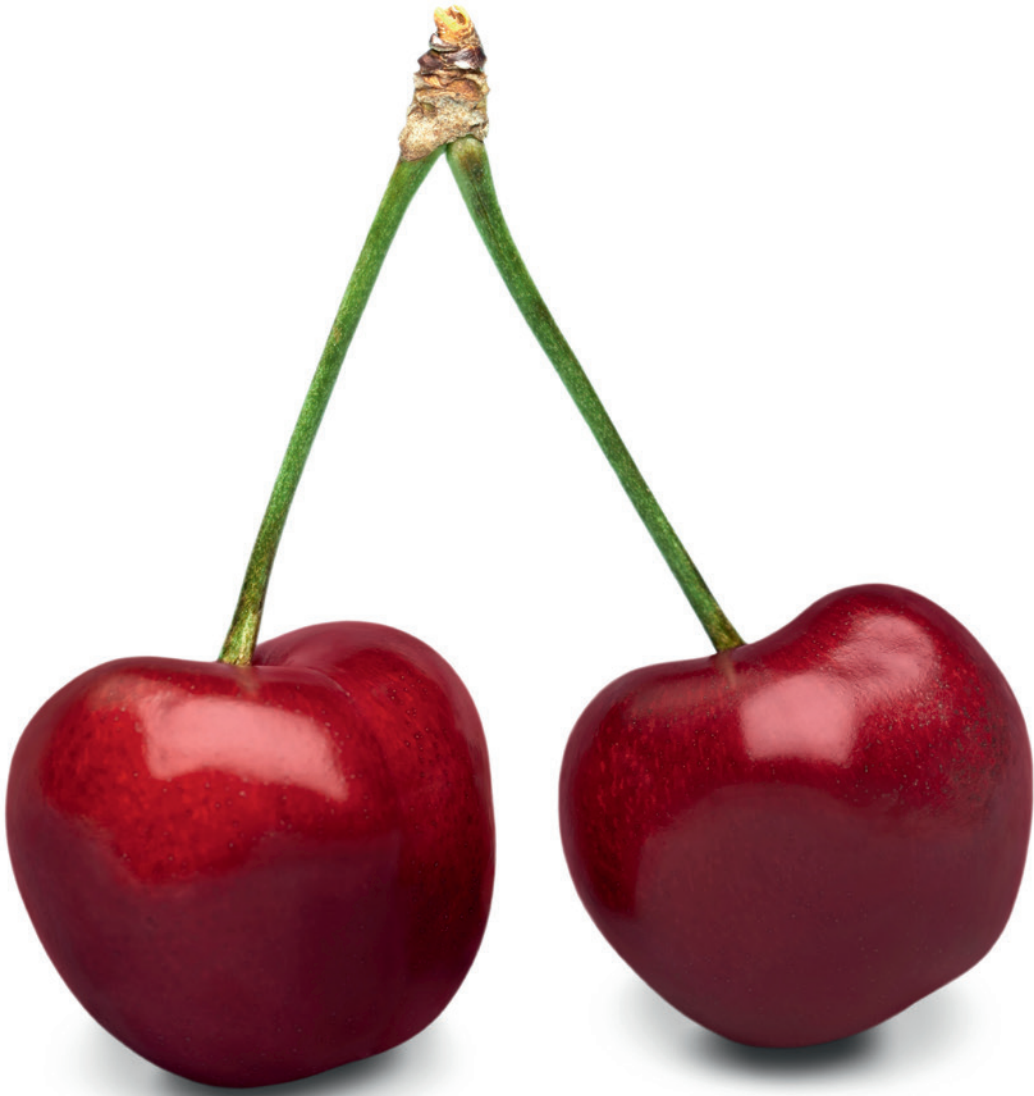
ZEITREISE.

140 Jahre OTTO-CHEMIE.



- 04 **Mehr durch Teilen.**
Phänomen Partnerschaft.
- 10 **Ich habe Polymerketten geträumt.**
Weiterbildung zur Klebfachkraft.
- 14 **Beziehungsweise.**
Drei Perspektiven der Partnerschaft.
- 20 **OTTO art.**
Zeit-Kapseln.
- 22 **Sonnenaufgang.**
20 Jahre Photovoltaik.
- 26 **BK.**
Das Amt.
- 30 **Jung bleiben. Alt werden.**
Spezialisierung im Holzhandwerk.
- 34 **Feuer und Flamme für den Neuanfang.**
Glastrennwand in der Kirche von Limmen.
- 36 **Zeitreise.**
140 Jahre OTTO-CHEMIE.

Aus gutem Grund.



140 Jahre wird OTTO dieses Jahr alt. In dieser Zeit hat das Unternehmen nur deshalb wachsen und Früchte tragen können, weil es immer Wegbegleiter mit gleichen Werten hatte. Aus diesem Grund richten wir unsere Aufmerksamkeit mit dieser Jubiläumsausgabe von OTTOprofil auf die Partnerschaft im Allgemeinen und unsere Partner im Besonderen. Wir blicken zurück auf Erreichtes, schauen hinter die Kulissen und betrachten die kleinen Details, ohne die das große Ganze nicht möglich wäre. Über OTTO als Unternehmen ebenso und über die Art und Weise, wie es einen kleinen Beitrag zur Verbesserung der Welt leistet. Viel Freude beim Lesen und Entdecken wünscht Ihnen das Redaktionsteam von OTTOprofil!

IMPRESSUM
Herausgeber: Hermann Otto GmbH, 83413 Fridolfing, Tel.: 0049-8684-908-0, info@otto-chemie.de, www.otto-chemie.de
Redaktionsteam: Birgit Schuster, Tamara Wimmer, Mathias Leukert, Sophia Huber, Elena Brodschelm, Hanna Jäger
Konzeption, Redaktion, Gestaltung: WMW Werbeagentur GmbH, 83404 Ahring, www.wmw-online.de
Bilder: OTTO – Birgit Schuster/ Mario Lindner, Schlütersche/Gille, Heckert Solar GmbH, Paul Langrock/Agentur Zenit, Nico Pudimat, SAIER Management GmbH, Marc Hillesheim, REINHOLD KELLER GmbH, CURA Glass, Titelbild: Karsten Eggert, Roberts Designs, Jörg Northe GmbH, Tischlerei Wilbrand GmbH, depositphotos/vova130555@gmail.com/lightsource/vikarus/KseniyaOmega/Koldunov/Andrew282/shock/alexkich/n.nonthamand.gmail.com/fransz/FreeProd/wuttichok/OlegGerasymenko
Druck: F&W Druck- und Medientcenter GmbH, 83361 Kienberg, Artikel-Nr. 9999919



MEHR — DURCH — TEILEN

PHÄNOMEN PARTNERSCHAFT.

ES KLINGT ZUNÄCHST PARADOX, ABER WER ETWAS TEILT, KANN MEHR DAVON HABEN. DAS IST DIE IDEE EINER PARTNERSCHAFT. ZWEI INDIVIDUEN FINDEN SICH, BAUEN EINE BEZIEHUNG AUF UND PFLEGEN SIE, UM GEMEINSAM EIN ZIEL ZU ERREICHEN. DOCH NEBEN DEM ZIEL TEILEN SIE AUCH GEMEINSAME WERTE, WISSEN, KÖNNEN, ERFAHRUNGEN, TALENTE, HERAUSFORDERUNGEN UND ERFOLGE. KEIN ZUFALL ALSO, DASS DER BEGRIFF „PARTNER“ AUF DAS LATEINISCHE WORT „PARTIRI“ FÜR „TEILEN“ ZURÜCKGEHT.

Das Prinzip Partnerschaft ist die Grundlage einer Familie, der kleinsten Einheit der Gesellschaft, ebenso wie die vieler Unternehmen. Ja, es hat sogar sprachlich als schönes Bild im technischen Bereich Einzug gehalten, wenn man von Klebpartnern spricht. Was umgekehrt genauso passt. Dann heißt es gern, dass zwei zusammenhalten wie Pech und Schwefel.





Evolutionär unschlagbar!

Die wohl bekannteste und kulturell am meisten eingebundene Partnerschaft ist sicher die zwischen Mann und Frau. Das kommt nicht von ungefähr, denn auf ihr baut unsere Gesellschaft auf. Die Sexualität mag dabei zwar der Auslöser für zwischengeschlechtliche Paarbeziehungen sein, doch die Gegensätze machen aus Zweien erst mal nur ein Paar. Richtig spannend wird es aber eigentlich erst, wenn man beschließt, das Leben gemeinsam zu verbringen. Das geht nur, wenn beide Partner trotz ihrer jeweils individuellen Persönlichkeit die gleichen Werte haben. Dazu leistet jeder in enger Abstimmung mit dem anderen seinen Beitrag, ob Kindererziehung oder Sicherung der gemeinsamen Existenz. Ein Konzept, das sich nicht nur in der Evolution als clever erwiesen hat, denn durch Einheit und Einigkeit lässt sich deutlich mehr erreichen, als es einem Einzelnen möglich wäre.

Seilschaft zu zweit.

Partnerschaften existieren in den unterschiedlichsten Bereichen und für die unterschiedlichsten Ziele. Es können beispielsweise Bergsteiger sein, die eine schwierige Route gemeinsam meistern. Und das ohne viele Worte, wenn sie gut aufeinander eingespielt sind. Oder Rallyefahrer, bei denen die Aufgaben zwischen dem Piloten und dem Co-Piloten klar geregelt sind, die aber nur zusammen wie ein Ganzes funktionieren. Die Charaktere können dabei trotzdem sehr unterschiedlich sein, wie bei Walter Röhrl und Christian Geistdörfer, die zusammen 53 WM-Läufe absolvierten, viermal die Rallye Monte Carlo gewannen und zweimal Weltmeister wurden. Der eine eher intro- der andere extrovertiert, aber im gemeinsamen Ziel vereint. Ja, sogar Tiere nehmen eine Rolle als Partner ein wie bei Hundeführern und Gebrauchshunden für die Jagd, im Rettungseinsatz oder in der Drogenfahndung. Oder wie bei Reiter, die professionell mit ihren Pferden arbeiten, das immer wieder bestätigen.

„Durch Einheit und Einigkeit lässt sich deutlich mehr erreichen, als es einem Einzelnen möglich wäre.“

Die Komponenten des Beziehungsklebstoffs.

Worin aber besteht nun das Geheimnis einer erfolgreichen Partnerschaft, sei es auf einer geschäftlichen oder einer privat-persönlichen Ebene? Von Anfang an sollten sicherlich Eigenschaften, wie Einfühlungsvermögen in die Bedürfnisse des anderen, Toleranz, Anpassungsfähigkeit sowie Dialogfähigkeit, vorhanden sein. Die Macht kann zwar unterschiedlich aufgeteilt sein, gleicht sich aber unterm Strich wieder aus. Und: Jeder Partner begegnet dem anderen respektvoll auf Augenhöhe, weil er um die beidseitigen Stärken und Schwächen weiß. Ohne das Mit-Teilen, also den Austausch von Ideen und Ansichten, aber auch von Emotionen, kann diese Form der Zusammenarbeit nicht funktionieren. Erst im Laufe der Partnerschaft mit zwischenmenschlichen Hochs und Tiefs oder den gemeisterten Herausforderungen wachsen dann auch die Dinge, die man als echten Beziehungskitt bezeichnen könnte: Vertrauen und Verbundenheit.



Faszinierend – auch für Außenstehende.

Eigentlich ist es ja egoistisch: Man tut sich mit einem anderen zusammen, um seine Ziele besser erreichen zu können. Allerdings ist dies nur vordergründig so simpel, denn gerade durch die Überwindung von Hindernissen oder in der Zusammenarbeit entstehen tiefe emotionale, freundschaftliche Bindungen, die ein Leben lang halten können und stärker sind als flüchtige Gefühle. Aus zwei Menschen wird so eine Einheit, die sich Außenstehende gar nicht mehr getrennt voneinander vorstellen können.

Die Faszination „Partnerschaft“ zieht sich auch durch die Literatur und fängt eigentlich dort an, wo das romantische Märchen aufhört: bei der Problembewältigung. So fehlt uns bei Namen von Helden wie Batman, Asterix oder Sherlock Holmes automatisch der Gegenpart, den wir dann intuitiv ergänzen: Robin, Obelix und Dr. Watson gehören einfach dazu.



Das & entscheidet.

Neben genialen Einzelkämpfern gibt es auch in der Wirtschaft immer wieder Partnerschaften als Start von Unternehmen, die uns aufhorchen lassen oder die mit ihrem Wirken Spuren hinterlassen: Hennes & Mauritz, Bang & Olufsen, Dolce & Gabbana, Fichtel & Sachs oder C&A. Was diese Firmen auf den ersten Blick und rein äußerlich verbindet, ist ein rätselhaftes Zeichen, das man ohne nachzudenken identifiziert, weil man es verinnerlicht hat: Das kaufmännische „Und“ weist auf eine Partnerschaft der Gründer hin. Es entstand als vereinfachte grafische Verbindung aus den Buchstaben „E“ und „T“, die wiederum für das lateinische „Et“ („und“) stehen. In historischen Formen des „Et“ sind beide Ursprungsbuchstaben noch gut zu erkennen. Als Symbol und Hinweis auf eine nicht nur wirtschaftlich erfolgreiche Verbindung zweier Persönlichkeiten lässt es interessante Rückschlüsse auf die Gründung eines Unternehmens zu.

Persönlichkeiten auf höherer Ebene.

Partnerschaften sind nicht allein auf Personen begrenzt. Auch ganze Unternehmen können sich projektweise oder dauerhaft zum gegenseitigen Erfolg verbünden und verbinden. Die Idee dahinter, nämlich, dass unterschiedliche Persönlichkeiten sich in ihren Kompetenzen ergänzen, Schwachstellen bzw. blinde Flecken eliminieren und vorhandene Ressourcen gemeinsam besser nutzen, wird damit auf höherer Ebene fortgeführt. Die Grundregeln sind dabei die gleichen wie zwischen zwei Individuen: Ohne ein gemeinsames Ziel und eine Wertebasis geht es nicht. Die Chemie muss einfach stimmen, wenn man eng zusammenarbeiten will. Diese Zusammenarbeit kann dann die gesamte Wertschöpfungskette betreffen: von der Forschung und Entwicklung über die Beschaffung, die Fertigung bis hin zum Vertrieb. Die Kommunikation erfolgt hinterher im Rahmen eines besonderen Vertrauensverhältnisses über Firmengrenzen hinweg.

Partnerschaft als effiziente Alternative zum Alleskönner.

In der Automobilindustrie sind Partnerschaften schon länger ein bewährtes Mittel für effizientere Prozesse. Im Rahmen dieser engen Zusammenarbeit werden beispielsweise die Entwicklung und Fertigung ganzer Bauteilgruppen, wie Antriebsstrang, Elektronik oder Fahrwerk, ausgelagert. Die anfängliche Macht durch Abhängigkeit von der Automobilfirma hat sich mittlerweile zugunsten des Zulieferers verschoben, sodass beide inzwischen auf Augenhöhe agieren. Nicht einmal vor einer partnerschaftlichen Kooperation mit Konkurrenten schreckt man zurück, wenn die Vorteile für die Partner überwiegen. So arbeiteten z. B. Opel und Renault bei leichten Nutzfahrzeugen zusammen. Die Ähnlichkeit des Opel Vivaro und des Renault Trafic war also kein Zufall, sondern das Ergebnis einer systematischen partnerschaftlichen Kooperation, wie sie auch andere Hersteller der verschiedensten Branchen zumindest auf Zeit eingehen.

Die unterschiedlichen und ungewöhnlichen Formen, die Partnerschaften mit OTTO im Laufe der Zeit angenommen haben, stellen wir Ihnen in unserer Fortsetzung zu diesem Thema ab Seite 14 vor. ■



„Die Grundregeln sind die gleichen wie zwischen Individuen: Ohne ein gemeinsames Ziel und eine Wertebasis geht es nicht.“

„Ich habe **Polymerketten** geträumt.“

ERKENNTNISSE AUS DER WEITER- BILDUNG ZUR KLEBFACHKRAFT.

DREI WOCHEN, 120 UNTERRICHTSEINHEITEN, TÄGLICHE LEISTUNGSTESTS, DREI PRÜFUNGEN (SCHRIFTLICH, PRAKTISCH, MÜNDLICH) – DIE WEITERBILDUNG ZUR KLEBFACHKRAFT BRINGT SELBST ERFAHRENE PROFIS INS SCHWITZEN. DREI EXPERTEN AUS DEM VERTRIEB FÜR INDUSTRIELLE KLEBSTOFFE BEI OTTO WOLLTEN ES WISSEN UND STELLTEN SICH DIESER HERAUSFORDERUNG.

MANFRED PRÜFER

MARKUS FALTER

THOMAS SCHNEIDER



Die drei Gebietsleiter von OTTO traten an, um ein noch tieferes Klebstoff- und Klebe-Know-how speziell für unsere Industriekunden bieten zu können.

Natürlich kannten sie sich davor bereits hervorragend in ihrem Fachgebiet aus, doch das Zertifikat für den erfolgreich abgeschlossenen Kurs dokumentiert diese Expertise nun auch nach außen.





Neben den rein fachlichen Inhalten ging es aber noch um die tägliche Routine und um die persönliche Selbstbestätigung: Kann man in einem Alter knapp über oder unter 50 Jahren, was das Lernen angeht, mit den Jungen noch mithalten? Wie zählen sich in diesem Zusammenhang die Erfahrung, der Wissensschatz und die Gelassenheit aus – Werte, die man in den Jahren der Berufstätigkeit angesammelt hat? Diese Gedankengänge flößten den drei Mitarbeitern von OTTO im Vorfeld einen Riesenrespekt vor den Herausforderungen des dreiwöchigen Kurses ein.



Dann ging es los: Fünf Tage die Woche fand von 8 Uhr morgens bis 18 Uhr abends mit drei Pausen der Unterricht statt. Jeder Tag fing mit einer Überprüfung des Lehrstoffs vom Vortag an. Auf diese Weise konnte man frühzeitig mögliche Wissenslücken aufspüren und verlor auch Prüfungsängste. Während des Unterrichts waren die nicht mehr so ganz jungen Schüler vielfach gefordert: zuhören, verstehen, reflektieren, mitschreiben – gar nicht so einfach, wenn man das Lernen nicht mehr gewohnt ist. Über 280 Seiten an mitgeschriebenen Notizen zählte einer der OTTO Kollegen.



Nach Feierabend war der Tag noch nicht vorbei, denn dann ging es ans Lernen. Bestand am Anfang das Ziel noch darin, nur nicht durchzufallen, so war spätestens nach der ersten Woche der Ehrgeiz geweckt: Jeder der drei Kursteilnehmer wollte so gut wie möglich abschneiden! Ähnlich wie bei Sprachen, die man bei längeren Auslandsaufenthalten auch im Denken verinnerlicht, spukte bald das Fachwissen selbst durch die Träume. „Ich habe Polymerketten geträumt“ – so erinnert sich einer der Teilnehmer an die intensive Zeit des Lernens und Verarbeitens teilweise sehr abstrakter Informationen.

Etwas Auflockerung und Abwechslung zur reinen Kopfarbeit boten die praktischen Übungen. Im Rahmen der Ausbildung prüften die Teilnehmer Klebeverbindungen mit unterschiedlichen Materialien und unterschiedlicher Oberflächenvorbereitung. Dabei standen Verbundfestigkeit, Aushärtung, Reproduzierbarkeit und Langzeitbeständigkeit auf dem Prüfstand. Sie wurden in zerstörenden Prüfverfahren, bei denen die jeweiligen Grenzwerte ermittelt werden, durchgeführt und entsprechend dokumentiert. Neben dem Ziel der selbst praktizierten, korrekten Herstellung solcher Proben ergab sich dabei die Erkenntnis, dass sich Ergebnisse aus den Normversuchen nicht immer auf reale Bauteile übertragen lassen.



Irgendwann waren dann auch die drei anstrengenden und fordernden Wochen vorbei und die letzte Hürde stand bevor: die mündliche Abschlussprüfung. Während bereits jede Lehgangswoche mit einem schriftlichen Test endete, der sogar wiederholt werden konnte, und die praktische Prüfung bereits in der zweiten Kurswoche zu absolvieren war, mussten die Teilnehmer in „der Mündlichen“ noch einmal alles geben. Externe Prüfer stellten wiederholt Fragen über alle in den letzten Wochen gelernten Inhalte und ließen sich Zusammenhänge erläutern. Zwar dauerte dieser Wissenstest nur 30 Minuten je Teilnehmerpaar, wer hier jedoch Lücken erkennen ließ, für den konnte es eng werden. Für die OTTO Mitarbeiter war es letztlich kein Problem, wohl auch, weil sie dieser Fortbildung mit dem nötigen Respekt, hoher Motivation und viel Fleiß begegneten. Dafür gab's am Schluss dann das begehrte Zertifikat „Klebfachkraft (EAS)“ nach den Richtlinien DVS®/EWF 3301 und EWF 516.



Sobald die Corona-Einschränkungen vorbei sind, ist im OTTO Schulungszentrum auch wieder die Ausbildung zum Klebpraktiker (Veranstalter: Fraunhofer/IFAM) geplant. Termine und weitergehende Informationen gibt es auf der Website von OTTO.

BEZIEHUNGS WEISE

1

FERNBEZIEHUNG

ZUR ANDEREN SEITE DES ERDBALLS.

Nahezu auf der – von Europa aus gesehen – anderen Seite der Erde befindet sich Australien. Auf dem Kontinent der Koalas, Kängurus und Schnabeltiere ist OTTO ebenfalls zu Hause.

Die Firma, der das zu verdanken ist, heißt Roberts Designs. Hier finden Händler und Verarbeiter alles, was man zur Gestaltung für Sanitärräume oder Natursteinabdeckungen benötigt. Nach ersten Geschäften in Australien im Herbst 2000 übernahm Roberts Designs drei Jahre später die Aufgabe als offizieller Distributionspartner von OTTO. Zwar wechselte das Unternehmen 2015 den Eigentümer, doch prinzipiell blieb alles beim Alten. Den ausgewählten Silikon von OTTO, die Roberts Designs an den Fliesen- und Platteneinzelhandel, aber auch an große

Baufachmärkte verkauft, kennt man ihre Herkunft auf den ersten Blick nicht an, denn OTTOSEAL® heißt in Australien Maxisil, die Gestaltung der Kartuschen ist anders und auch die Bewerbung wurde den australischen Zielgruppen angepasst. Dennoch preist Roberts Designs diese Produkte unter der Überschrift „From the Bavarian Alps to Australia“ an und bezeichnet Maxisil als Botschafter von OTTO in Australien. Der Erfolg gibt den Machern recht. Im Rahmen der Partnerschaft konnten die Umsätze stark und kontinuierlich wachsen. Und die Verbindungen der Australier reichen neben Neuseeland sogar über den Kontinent hinaus nach Südostasien, in den südpazifischen Raum bis hinein in die USA und nach Kanada.

Web-Tipp WWW.MAXISIL.COM

Drei **Perspektiven** der Partnerschaft.

Partnerschaften mit OTTO können die unterschiedlichsten Formen und Ausprägungen annehmen. Da gibt es Fernbeziehungen bis zur anderen Seite des Erdballs, die trotz der ungünstigen Entfernung vom Geist der gleichen Werte belebt werden, oder den direkten Draht fast in der Nachbarschaft. Die Haltung und Herzlichkeit als Familienunternehmen verbinden genauso wie professionelle Produkte, die das Verständnis für den Partner im täglichen Arbeitseinsatz bezeugen.

© Foto: Roberts Designs



2 PERFEKT VERPACKT.

Mit GFV, einer Firma der Familienunternehmensgruppe Saier aus Alpirsbach, verbindet OTTO seit 1986 eine ununterbrochene partnerschaftliche Zusammenarbeit. Impulsgeber für Verbesserungen, Sparringspartner, Wegbegleiter – GFV war in diesen 35 Jahren immer mehr als nur ein Lieferant. Diese enge Verbindung und ihre Werte lassen sich auch aus den Antworten der Fragen erkennen, die wir GFV gestellt haben.

Welche Eigenschaften schätzen Sie am Unternehmen OTTO am meisten?

Bei den Kontakten spürt man einen ausgeprägten Teamgeist, ein starkes „Wirgefühl“. Die Zusammenarbeit mit uns basiert auf Vertrauen, Offenheit, Transparenz und Ehrlichkeit. Wir fühlen uns ernst genommen, sind in Entscheidungen eingebunden und man pflegt ein respektvolles Miteinander. Wir bekommen ein ehrliches Feedback über unsere erbrachte Leistung. OTTO versucht nicht, den kurzfristigen Erfolg zu erzielen, sondern hat eine langfristige, nachhaltige Strategie. Man ist gegenüber Neuerungen aufgeschlossen, versucht sich permanent zu optimieren, ohne dabei Bewährtes sofort über Bord zu werfen.

Welche Eigenschaften zeichnen die OTTO Produkte aus Ihrer Sicht besonders aus?

Es sind Produkte vom Profi für Profis. Sie zeichnen sich durch höchste Qualität aus, man geht keine Kompromisse ein. OTTO sucht nach innovativen Lösungen und bedient ebenso Nischen mit individuell auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittenen Produkteigenschaften. Durch die kompromisslose Qualität erzeugt OTTO Produkte, die langfristig funktionieren, und handelt dadurch gleichzeitig auch nachhaltig. Parallel zu den Produkten bietet man zudem eine hohe Beratungskompetenz, so ist die korrekte Anwendung gesichert.

Was war das bisher interessanteste gemeinsame Erlebnis mit OTTO und warum?

Bis zu den Anfängen der 1990er-Jahre hatten Kartuschen alle eine flache Schulter. Das führte dazu, dass sie sich nicht restlos entleeren ließen. OTTO war eines der ersten Unternehmen in der Branche, das wir trotz anfänglicher Bedenken davon überzeugen konnten, Kartuschen mit runden Schultern einzusetzen. In Kombination mit dem gewölbten Kolben hat sich dieses Design danach als Standard im Markt etabliert.

Was gibt es aus Ihrer Sicht sonst noch zu OTTO zu bemerken?

Angenehm aufgefallen sind uns die freundlichen Mitarbeiter und freundschaftlichen Umgangsformen und dass das Unternehmen kontinuierlich in die Zukunft investiert. Die Mitarbeiter sind dabei das wichtigste Kapital und werden breit gefördert. Außerdem ist es ein reizvoller Firmenstandort, man arbeitet dort, wo andere gerne Urlaub machen. OTTO ist dabei tief in der Region verwurzelt.

Was bedeutet „140 Jahre OTTO“ für Sie und Ihr Unternehmen?

Die Freude auf eine weiterhin langfristige, erfolgreiche Zusammenarbeit und die Motivation, fortlaufend am Erfolg von OTTO teilzuhaben und sie mit innovativen, qualitativ hochstehenden Verpackungsprodukten zu beliefern. Wir zollen OTTO tiefen Respekt für die bisherige außergewöhnliche unternehmerische Leistung. Während 140 Jahren hat sich das Familienunternehmen durch Innovationen und weitsichtige Investitionen kontinuierlich auf die Zukunft ausgerichtet. Es erfüllt uns mit Stolz, seit vielen Jahren Sparrings- und Geschäftspartner von OTTO sein zu dürfen. Gerne möchten wir im gemeinsamen Austausch auch in Zukunft dazu beitragen Großes zu bewegen sowie gemeinsame Werte zu pflegen und zu entwickeln.



3 **MENTALITÄTSUNTERSCHIEDE?** VON WEGEN!

Matthias Northe, Geschäftsführer von Northe Spezial-Baustoffe in Hamburg und Kiel, schwärmt im Online-gespräch geradezu von der Partnerschaft mit OTTO. Sein Vater machte sich 1977 mit dem Thema „Kleben und Dichten“ selbstständig und erkannte, wie wichtig persönliche Beratung in der Bauchemie ist und dass eben nicht der Preis allein zählt.

Acht Jahre später wurde die Jörg Northe GmbH gegründet, ab 1989 war der Sohn mit an Bord. Mit OTTO kam er 1992 erstmals in Berührung: Fugendicht-Silikon, heute OTTOSEAL® S 100, das Premium-Sanitär-Silikon, machte den Anfang. Von da an wuchsen der Dicht- und Klebstoff-Hersteller aus der bayerischen Provinz mit dem Baustoff-Händler aus der Hansestadt immer mehr zusammen. Eine Verbindung, die nun seit fast 30 Jahren hält. Die Komponenten: Professionalität und Persönlichkeit von zwei Familienunternehmen, die eine gemeinsame Haltung teilen. Über diese beiden Seiten der Medaille weiß Matthias Northe zahlreiche Geschichten zu erzählen, zum Beispiel zum Thema „Kundenorientierung“. Gerade, wenn Kunden etwas Besonderes wollten, Sonderfarben oder Sonderprodukte zum Beispiel, traf er bei seinen Ansprechpartnern von OTTO auf offene Ohren. Um die Fugen einer Marmorfassade besanden zu können, musste das Silikon eine längere Hautbildungszeit aufweisen. Anderen Herstellern ist das zu mühsam. Bei OTTO nimmt man die Wünsche der Kunden ernst. Gesagt, getan. Oder der Kunde, der für das Einfahren seiner Anlage zur Herstellung von Fenstern kurzfristig einen Dicht- und Klebstoff mit einer ganz bestimmten Viskosität und Anfangsbelastung benötigt. Auch hier konnten die Spezialisten aus Fridolfing „Feuerwehr spielen“.

Ein Projekt gut abzuschließen, ist das Eine, aber es jeden Tag gut durchzuführen, das ist das Besondere für Northe. Dies beginnt eben schon in der Beratung. Er verweist auf das Systemverständnis von OTTO. Die Marke sei extrem stark gewachsen, weil Farbvielfalt, Qualität der Produkte und die handwerkliche Komponente immer sehr ernst genommen werden. OTTO verstehe sehr gut, welche Wünsche der Kunde hat: Verträglichkeit, schnelle Verfügbarkeit, Sonderfarben – eben Lösungen, wie der Markt sie benötigt. Der Preis steht dann nicht mehr im Vordergrund, wenn alles andere stimmt. Hier kommt für Northe wieder der Einfluss des Familienunternehmens ins Spiel, den er aus seinem eigenen Unternehmen kennt: „Man spürt das Familienunternehmen, dass die Werte auf die Mitarbeiter übertragen werden, man spürt das Große und Ganze und auch, dass wir als Partner da gut wahrgenommen werden“. Aus diesem Grund gab es vor Jahren auch einmal einen Betriebsausflug nach Fridolfing. Die Hanseaten besuchten die Bayern, um die Beziehungen noch enger zu knüpfen, denn: „Wenn du immer mit den gleichen Leuten zu tun hast, zeigt sich ja auch, dass sich die Leute bei OTTO wohlfühlen. Das ist ein tiefes Vertrauen, das sich über die vielen Jahre, ja Jahrzehnte entwickelt.“

Und für den Abschluss hat er sich noch ein paar Worte zum 140-Jahr-Jubiläum zurechtgelegt: „Herzlichen Glückwunsch OTTO! Du bist ein verlässlicher Partner in allen Belangen. Ich freu mich auf das, was da kommt. Toll, dass alles auch in Familienhand bleibt, wir sind froh, ein Teil des Ganzen zu sein. Es macht Spaß, denn es geht nicht nur ums Geldverdienen, es geht auch um die Freude an der Zusammenarbeit.“

Web-Tipp WWW.NORTHE.DE



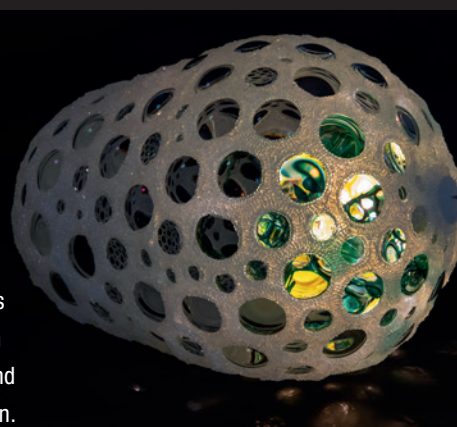
© Fotos: Jörg Northe GmbH



ZEIT KAPSELN

NEUE OBJEKTE VON JÜRGEN REICHERT

Wie Hinterlassenschaften von Aliens muten die eiförmigen Skulpturen des Künstlers Jürgen Reichert an. Ihre Schale besteht aus einer Vielzahl von optischen Linsen, die einerseits wie Augen wirken, andererseits ein lockendes Licht aus dem Inneren verbreiten und so zum Erforschen und Entdecken des Innenlebens verführen. Je nach Blickwinkel auf die Linsen verändern sich die visuellen Eindrücke: Einmal ist der Blick auf die Innenwelt scharf, ein anderes Mal verschwommen wie die eigene Selbstwahrnehmung.



Als Auftragsarbeit kann die Innenwelt der Leuchtobjekte individuell gestaltet werden. Bildliche Erinnerungen jeder Art lassen sich auf diese Weise in den Zeitkapseln konservieren.

Zur Herstellung positionierte der Künstler zunächst alte Kameralinsen auf einer Basisform und verband sie mit Silikon von OTTO miteinander. Nach Aushärtung entfernte er die Basisform. Für das Innenleben wurden Segmente alter 35-mm-Spielfilmtrailer auf eine Form geklebt. Als Letztes setzte Reichert die Innenkonstruktion in die äußere Hülle und montierte ein Leuchtmittel im Kern des Objekts. Reicherts Licht-Skulpturen gibt es auch im Web unter: www.juergenreichert.info.





© Foto: Heckert Solar GmbH

Sonnen aufgang

Ein Rückblick.

Vor etwa 20 Jahren begann OTTO das Thema „Solarenergie“ systematisch für sich zu entdecken. Eigentlich naheliegend, denn mit Verbindungen von Glas und Rahmen kannte man sich aus, und ebenso mit den besonderen Anforderungen und Beanspruchungen. Die Branche war gerade im Aufbruch und man hatte – aus heutiger Perspektive betrachtet – den perfekten Zeitraum gewählt, um an und mit einer innovativen Industrie zu wachsen. Als früher Begleiter der noch jungen Photovoltaik-Unternehmen konnte OTTO so von deren Erfolg profitieren.



Bei der direkten Nutzung der Sonnenenergie gibt es prinzipiell zwei Möglichkeiten. Entweder fängt man über Solarkollektoren die langwelligeren Wärmestrahlen ein und erwärmt damit Wasser, das dann wieder zum Heizen verwendet wird. Oder man wandelt die Energie der kurzwelligeren Lichtstrahlen mithilfe von Solarzellen in elektrische Energie um. Der zweite Weg hat den Vorteil, dass der so erzeugte Strom vielseitiger genutzt und in die Stromnetze eingespeist werden kann. Doch wo kommt da OTTO ins Spiel?



Dicht- und Klebstoffe spielen für die Stromerzeugung selbst keine Rolle, sind aber ein unentbehrliches Element im Gesamtsystem eines Photovoltaik-Moduls. Mit ihrer Hilfe werden Glasflächen im Metallrahmen und die Backrails befestigt. Backrails sind Metallprofile, die rückseitig auf Photovoltaik-Module, in erster Linie Dünnschicht-Module, geklebt werden, um eine einfache Montage auf das Untergerüst zu ermöglichen. Zudem verbessern sie die Stabilität der üblicherweise rahmenlosen Dünnschicht-Module. Die Junction Box, eine elektrische Verbindungseinheit, wird ebenfalls geklebt und – zum Schutz ihres empfindlichen Innenlebens – mit einem Spezialdichtstoff als Vergussmasse gegen Feuchtigkeit, Staub und chemische Einflüsse von außen geschützt.

Dabei müssen die Dicht- und Klebstoffe neben ihrer eigentlichen Funktion über Jahre hinaus härtesten Beanspruchungen standhalten. Dazu gehören Temperaturschwankungen von weit mehr als 100 °C, Feuchtigkeit, chemische Beanspruchungen durch sauren Regen oder Salze, UV-Strahlung durch Sonnenlicht oder unterschiedliche Krafteinwirkungen, verursacht durch das Eigengewicht der Module sowie Wind- und Schneelasten. Um Herstellern und Betreibern von PV-Anlagen höchstmögliche Sicherheit zu bieten, betreibt OTTO aufwendige Tests in eigenen Labors. So wurde zum Beispiel Novasil® S 49 im Klebeverbund Langzeit-Stresstests unterzogen. Messungen der Widerstandskraft gegenüber Temperaturschwankungen, UV-Strahlung, chemischen Substanzen sowie der Haftung und Dehnungsfähigkeit bei unterschiedlichen Dicken der Klebeschicht belegen die hohe Qualität unter extremen Bedingungen.

Trotz höchster Beanspruchungen zeigte der Klebstoff keinerlei signifikante Ermüdungserscheinungen und blieb weit über den von internationalen Institutionen geforderten Normwerten. Ein Nebeneffekt der akribischen Arbeit: Mithilfe der Messungen konnte OTTO Kennzahlen ermitteln und somit die optimale Klebstoffverwendung in der Industrie sicherstellen. Aber OTTO steht für die Forschung auch immer wieder als Partner zur Seite: Bei einem Projekt der Fachhochschule Joanneum in Kapfenberg wurde ein Toyota Prius mit einem neuartigen Solarmodul bestückt. Hocheffizientes Schaltungsdesign, sowie die Integration der Bauteile auf und unter dem Dach und in den Himmel des Innenraums stellten die Ingenieure vor einige Herausforderungen. Doch zumindest die Befestigung machte keine Probleme: Für ein erstes Präsentationsfahrzeug wurden die Module mit einem 2K-Hybrid-Klebstoff direkt auf das Autodach geklebt.

Zusammen mit der Firma Vaber Industriale und OTTO entwickelte das italienische Unternehmen Soland Fotovoltaica eine innovative Lösung, um mit der Kühlung von Solareinheiten die Effizienz der Solarzellen zu steigern. Auf den Rückseiten der Paneele wurden Aluminiumplatten zur Ableitung der Wärme angebracht.

Durch die Aluplatten fließt kühles Wasser aus einem unterirdischen Brunnen. 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. Für die „Solardachziegel“ Solrif® der Firma Schweizer lieferte OTTO ebenso Dicht- und Klebstoffe wie für die Firma Konscha aus Remscheid mit ihren innovativen GfK-Beton-Unterkonstruktionen. Und natürlich glänzt es auch von den Dächern der OTTO Betriebsstätten: An zwei Standorten wurden auf einer Fläche von ca. 1.400 m² insgesamt 829 Photovoltaik-Module mit einer Nennleistung von 264 kWp verlegt.



Den Anfangsjahren, mit nur 265 MW europaweit installierter Leistung im Jahr 2001, folgte ab dem Jahr 2005 ein steiles Wachstum mit heute über 150.000 MW. In Europa war Deutschland anfangs Vorreiter, später zogen andere Länder bei der Installation nach. Während der Herstellermarkt lange Zeit fest in deutscher Hand war, verschob sich die Massenproduktion zunehmend nach Fernost, nicht zuletzt aufgrund massiver Subventionen. So mancher

Partner von OTTO überstand diesen Preisdruck auf Dauer nicht und verschwand vom Markt. Inzwischen hat sich der Wind wieder gedreht. Neben soliden deutschen und europäischen Herstellern entwickeln Start-ups mit spannenden Ideen eine neue Generation von Photovoltaik-Lösungen. Und OTTO ist einmal mehr als Innovationsbegleiter dabei.

Höchste Qualität war von Anfang an der Leitsatz von OTTO, um sich in diesem, in allen Bereichen hart umkämpften Markt zu behaupten. Dieser Anspruch galt und gilt nicht nur für die Produkte, sondern auch für die Art und Weise der Zusammenarbeit, denn bei den harten Preisverhandlungen konnte OTTO seine besondere Flexibilität,

Lieferfähigkeit, Problemlösungskompetenz und Kundenorientierung mit in die Waagschale werfen. Werte, die für viele Hersteller mehr zählen als nur ein günstiger Preis. Nicht zufällig findet man die Spezialprodukte von OTTO deshalb in PV-Anlagen namhafter europäischer Anbieter und vielen anderen auf der ganzen Welt.

Zu den skurrilsten Orten gehören wohl die Dächer des Bundeskanzleramts (Hersteller: Heckert Solar), die Audienzhalle des Vatikans neben dem Petersdom oder die U-Boot-Basis der US-Navy in Pearl Harbor auf Hawaii.





Protokollarisch nimmt das Amt des Bundeskanzlers in Deutschland den dritten Platz in der Rangfolge nach dem Bundespräsidenten und dem Bundestagspräsidenten ein. Doch politisch bekleidet der Bundeskanzler bzw. aktuell die Bundeskanzlerin das mächtigste Amt. Das spiegelt sich auch in der Architektur wider. Das Bundeskanzleramt in Berlin repräsentiert letztlich auch die Macht, die von hier ausgeht.



DAS AMT.

Mit einer Bruttogeschossfläche von rund 64.000 m², rund achtmal so groß wie das Weiße Haus, und mit 32 m das höchste Regierungshauptquartier wird es gerne wegen der typischen Fassade des zentralen Hauptgebäudes auch als „Waschmaschine“ bezeichnet. 2001 wurde das monumentale Ensemble fertiggestellt. Dennoch waren bereits in den ersten 20 Jahren immer wieder Sanierungen und Erneuerungen notwendig. An der Fassade und auf dem Dach, in zwei komplett unterschiedlichen Bereichen, gehört heute auch OTTO fest zum Bundeskanzleramt.

16 PROZENT MEHR SONNE INS NETZ

Die 2001 installierte Photovoltaik-Anlage auf den Flachdächern der

beiden Nord- und Südflügel gehörte von Anfang an zum Gesamtenergiekonzept aus regenerativen Quellen. Mit rund 1300 m² Fläche erzeugte sie eine Nennleistung von 150 kWp.

2016 gewann der PV-Spezialist MR SunStrom aus Dresden die Ausschreibung für das Repowering. Mit den Solarmodulen NeMo® 60 P 265 Wp von Heckert Solar (Chemnitz) konnte die Leistung um 16 % auf nunmehr 174 kWp gesteigert werden.

Die Module wurden in Chemnitz gefertigt, entsprechen in ihrer Fertigungsqualität den höchsten Ansprüchen von „Made in Germany“ und sind unter anderem aufgrund der aus der Klebung von Glas und Rahmen resultierenden Robustheit für eine mechanische Belastung von bis zu 8.000 Pa zertifiziert. Eine Eigenschaft, die nur sehr wenige Solarmodule am Markt vorweisen können. OTTO steuerte für die NeMo®-Solarmodule mit Novasil® S 49 einen eigens konfigurierten Spezialklebstoff bei.

© Foto: Paul Langrock / Agentur Zenit

MIT FUG UND RECHT VIEL SACHVERSTAND

10 Kilometer – das ist in etwa die Gesamtlänge der elastischen Fugen in der Fassade des Bundeskanzleramts aus Main-Sandstein. Nach 20 Jahren zeigten sie massive Schäden. Im Vorfeld einer geplanten Sanierung nahm unser OTTO Mitarbeiter Mario Lindner am 19.07.2019 die Fassade unter die Lupe, notierte und fotografierte akribisch Schadensbilder, analysierte ihre möglichen Ursachen und gab Empfehlungen für eine grundlegende, fachgerechte Neuverfugung. Was einem Laien kaum auffällt, sprang dem Experten natürlich sofort ins Auge: Alle älteren Fugen wiesen eine „Elefantenhaut“ auf, also flächige Rissmuster an der Oberfläche, bei einem Teil waren schon Ablösungen an der Fugenflanke oder tiefe Risse in der Fuge selbst zu erkennen. Von der ursprünglichen Besandung der Fuge, die durchgeführt wird, um die Fuge dem Naturstein anzupassen, war nichts mehr zu sehen. Für die Schadensbilder machte Herr Lindner mehrere Ursachen aus. Die Bewegungen in der vorgehängten Fassadenkonstruktion hatten zu

einer Überdehnung des Fugenmaterials und infolgedessen zu Rissen oder zu einer kompletten Ablösung des Dichtstoffs geführt. An einigen Elementen der Fassade hatte sich die Fugenbreite im Verhältnis zur vorgefundene Dichtstoffbreite fast verdoppelt. Ablösungen an den Fugenflanken ließen fehlenden Primer vermuten oder eine Unterwanderung des Dichtstoffs durch Feuchtigkeit. Zur Hinterfüllung der Fugen wurde eine PUR-Rundsnur vorgefunden, die sich durch Feuchtigkeit und Frost fast vollständig zersetzt hatte. Der eingehenden Schadensanalyse folgte eine detaillierte Sanierungsempfehlung, die sowohl die einzelnen Arbeitsschritte als auch die Wahl der sachgerechten OTTO Produkte einschloss, vom Primer über das natursteinverträgliche OTTOSEAL® S 70 in der passenden Farbe bis hin zum Glättmittel. Ausgeführt wurden die aufwendigen und komplizierten Sanierungsarbeiten schließlich von den Fugen-Spezialisten der Firma Götze & Rabe Fugentechnik aus Saalburg-Ebersdorf.

© Fotos: OTTO – Mario Lindner



JUNG
BLEIBEN

ALT
WERDEN

SPEZIALISIERUNG IM HOLZHANDWERK

ZWEI FAMILIENBETRIEBE AUF DEM HOLZWEG UND GLEICHZEITIG AUF DER ÜBERHOLSPUR. DIE SPEZIALISIERUNG MACHT'S MÖGLICH UND DIE IHNEN EIGENE PHILOSOPHIE, DASS MIT DER ZEIT GEHT, WER NICHT MIT DER ZEIT GEHT.

Die Chefs der Tischlerei und Zimmerei Wilbrand aus dem niedersächsischen Ohne und der REINHOLD KELLER Group aus Kleinheubach kennen sich wahrscheinlich nicht. Und doch haben beide Unternehmen mehr gemeinsam, als man auf den ersten Blick wahrnimmt, denn ihnen wurde das Thema „Holz“ sozusagen in die Wiege gelegt. Zusammen existieren die Unternehmen seit weit über 100 Jahren, haben sich in ihren Bereichen spezialisiert und arbeiten beide mit OTTO. Ein spannender Blick auf zwei Unternehmensevolutionen, wie sie unterschiedlicher nicht sein könnten.



Der erste „Timmermann“ (Zimmermann) mit dem Nachnamen Wilbrand lässt sich durch Aufzeichnungen aus dem Jahr 1775 nachweisen. Damals gab es mehrere Zimmerleute in Ohne, die sich gegenseitig aushalfen und zusätzlich noch mit einer kleineren Landwirtschaft das erzeugten, was sie zum Leben brauchten. Um 1890 wurde die Tischlerei und Zimmerei Wilbrand von Heinrich Wilbrand geführt, der ab 1923 durch seinen Sohn Johann Verstärkung bekam. 1966 übernahm der Tischlermeister Gerhard Wilbrand die Firma, der das Unternehmen schließlich 1993 in die Hände von Johann Wilbrand legte. Seit 2006 sind auch Mark und Steffen, die sich mit einem Meisterabschluss und einem Diplom-Ingenieur Holztechnik in das Unternehmen mit dabei. Gerade wegen der langen Vergangenheit war die Zukunft immer ein Thema bei Wilbrand. Seit 1987 arbeitete man mit PC, ab 1995 wurde in die ersten CNC-Maschinen investiert. Heute verfügt das Unternehmen nicht nur über eine umfangreiche CNC-Stabbearbeitung, auch die etwa 50 Mitarbeiter, darunter immer zwei bis drei Auszubildende, sind stets auf dem neuesten Stand der Technik. Doch wenn die Wilbrands ihr Handwerk so wie alle anderen machen würden, gäbe es sie heute vermutlich kaum mehr. Deshalb haben sie sich auf übergroße

DIE HANDWERKER-DYNASTIE WILBRAND

Fenster und Türen spezialisiert. Die können schon mal bis zu 3,60 Meter in der Höhe haben. Mit herkömmlichen Herstellungsmethoden kommt man bei diesen Maßen für hochwertige Holz-Alufenster nicht mehr weiter. Deshalb kam Wilbrand aufs Kleben als Fügetechnik und damit auf OTTO. Dabei halten die Klebeverbindungen nicht nur unterschiedlichste Materialien zusammen, sondern sorgen auch für eine statische Einheit von Glas und Rahmen. Die Rahmenprofile können dabei sehr schmal ausfallen, was wiederum ästhetische Vorteile bringt. Neben der guten Verarbeitbarkeit und den kurzen Trockenzeiten spielt die Materialverträglichkeit des OTTO Klebstoffs mit dem anliegenden Holz, Lack oder Dichtungsmaterial eine wesentliche Rolle. Der 2K-Kleb- und Dichtstoff OTTOCOLL® S 81 verursacht keine Probleme in der Produktion und führt somit zu keinen Reklamationen. Auch für einbruchshemmende Fenster bis zur RC3-Norm eignet sich das Produkt und kann mit entsprechenden Tests und Zertifikaten aufwarten. Für das Unternehmen Wilbrand öffnet der Einsatz der Klebetechnik mit OTTO ganz neue Türen – zuletzt vermehrt im Fassadenbau, mit energiesparenden Fenstern im Einfamilienhausbau und immer stärker auch bei wirtschaftlich genutzten Gebäuden.



Hansa Berufskolleg



Johannes Wilbrand, Geschäftsführer



Katholische Hochschule NRW



Sporthalle Senden



Kita Universitätsklinikum Münster

© Fotos: Tischlerei Wilbrand GmbH

Mit „nur“ 145 Jahren Firmengeschichte ist die Schreinerei Keller aus Kleinheubach bei Aschaffenburg vergleichsweise jung – obwohl der Begriff Schreinerei aus heutiger Sicht sehr nach Tiefstapelei klingt, denn aus dem kleinen Handwerksbetrieb wurde durch Ideen, Mut und Innovationen die Unternehmensgruppe REINHOLD KELLER, ein umfassender Partner für Hotels, Systemgastronomie, Fitness und Workspaces/Living. Auch wenn das Selbstverständnis des Handwerks tief im Gencode des Familienbetriebs verankert ist, hat man sich längst am Kunden und seinen Bedürfnissen ausgerichtet und die Grenzen des ursprünglichen Gewerks verlassen. Heute realisiert die REINHOLD KELLER Group für ihre in Kosten und Gestaltung höchst anspruchsvolle Kundengruppe schlüsselfertige Lösungen aus einer Hand: von der Planung bis zur Übergabe. Alles beginnt dabei mit Zuhören und mündet dann meist in einem weiteren von über 7.000 sehr individuellen Projekten in mehr als 60 Ländern der Welt. Der erste schwergewichtige Kunde war McDonald's. Das bedarf natürlich eines exzellenten Managements und einer Mentalität, die man nicht einfach nur in ein Leitbild schreibt oder durch Zertifizierungen, wie der ISO 14001 oder ISO 50001, bestätigt bekommt. KELLER ist einen anderen Weg als andere gegangen, die in der Spezialisierung viele Arbeitsschritte

GESAGT, GETAN ÜBER GENERATIONEN HINAUS

ausgelagert haben. Wertschöpfungskette und Verantwortung für Qualität wurden unter dem Firmendach gehalten, eigene Ressourcen ausgebaut, Kompetenzen erweitert. Fast alles produziert KELLER in eigenen Werkstätten. Vom Hybrid-Klebstoff bis zum Silikon-Dichtstoff – bei der Montage kommt dann ein breites Spektrum von OTTO Produkten zum Einsatz, denn der Qualitätsanspruch zählt für KELLER auch im kleinsten Detail. Von Holz über Metall bis zum innovativen Digitaldruck mit patentiertem Verfahren. KELLER baute Servicebereiche rund um den Innenausbau aus und gründete dafür spezialisierte Tochterunternehmen. Nachhaltigkeit in Bezug auf die Umwelt ist bei dem Familienunternehmen gelebte Selbstverständlichkeit. Man weiß, wo man herkommt und wem man den Erfolg verdankt. So ist die Unternehmensgruppe tief in der Umgebung verwurzelt und die Mitarbeitenden sind mehr als nur Arbeitnehmer. Dabei vergisst die REINHOLD KELLER Group auch die Hilfe in der Region nicht. Neben der McDonald's Kinderhilfe fokussiert sie das Engagement ganz bewusst auf die eigene Heimat und trägt „vor dem Firmentor“ einen Teil zum gemeinsamen Miteinander bei. Und auf eine ausgeglichene Klimabilanz mit Solarenergie und einer CO₂-neutralen Späne-Heizanlage ist man bei der REINHOLD KELLER Group zu Recht stolz.



HOLIDAY INN EXPRESS, Karlsruhe



Manfred Bauer, Geschäftsführer



Ibis Darmstadt City



Lufthansa Senator und Buisness Lounges, München



Mercure Hotel Berlin Wittenbergplatz

© Fotos: REINHOLD KELLER GmbH

FEUER UND FLAMME FÜR DEN NEUANFANG.

Glastrennwand in der Kirche von Limmen.

Der 3. Mai 2018 hat sich in der Kirchengemeinde von St. Cornelius im nordholländischen Limmen fest eingebrannt, denn an diesem Tag zerstörte ein Feuer im Dachstuhl einen Großteil des Gotteshauses. Das Dach und der Innenraum mussten wiederhergestellt werden. Im Rahmen des anschließenden Wiederaufbaus sollte die Kirche durch eine möglichst transparente Wand als Schallschutz und zur Wärmedämmung in der Mitte geteilt werden.



Hand-in-Hand- Arbeit von Profis.

Die Wahl fiel auf eine Glastrennwand mit Einzelscheiben in den Maßen 1.800 x 6.013 x 12 mm aus vorgespanntem Glas sowie drei Hartglastüren. Zur Stabilisierung dienten sechs Glaslamellen aus vorgespanntem Verbundglas. Die Anschlüsse an das detailreiche Profil der Säulen mit ihren korinthischen Kapitellen erforderten höchste Präzision des Glasherstellers CURA Glass. Hier musste jede Rundung und Ecke in der Glasform gegengleich aufgenommen werden. Doch auch die Montage hatte es in sich. Sie erforderte alles an Wissen, Können und Erfahrung des interdisziplinär zusammengestellten Teams aus dem Bauunternehmen Pronk, der Montagefirma De Boer Obdam und OTTO auf die Probe.

Sicherheit bei der Klebe-Montage.

Von OTTO kamen dabei OTTOSEAL® S 9, ein 1K-Dichtstoff zum Dichten der vertikalen Kanten zwischen den Glaselementen und das 2K-Silikon OTTOCOLL® S 81 als Klebstoff zur Verbindung der Stahlprofile mit den laminierten Glaselementen zur Anwendung. Bei OTTOCOLL® S 81 waren vor allem die schnelle Aus- und die sichere Durchhärtung die klaren Vorteile bei diesem Einsatz. Beide Produkte haben sich nicht nur im Innenbereich, sondern auch speziell an besonderen Witterungs- und UV-Einflüssen ausgesetzten Außenfassaden dauerhaft bewährt, weisen eine hohe Kerb- und Reißfestigkeit auf und widerstehen damit auch hohen mechanischen Beanspruchungen.

Selbstverständlich erfüllen sie sämtliche relevanten Normen und Prüfungen, um Handwerksbetrieben, Planern und Bauherren die notwendige Sicherheit zu bieten. Am Sonntag, den 20. September 2020 war es schließlich so weit: Mehr als zwei Jahre nach dem schrecklichen Brand, dem Wiederaufbau und der Wiederherstellung des Inneren der St. Corneliuskirche wurde das Gotteshaus wieder offiziell der Öffentlichkeit übergeben. Zu diesem Anlass weihte Bischof Hendriks von Haarlem-Amsterdam den Altar. Der Abschluss zu einem Werk, zu dem einmal mehr OTTO einen kleinen, aber wesentlichen Beitrag leisten konnte.

ZEITREISE

140 JAHRE OTTO-CHEMIE

140 Jahre Geschichte von OTTO,
das sind auch viele Geschichten von
Mitarbeitern, die das Unternehmen
bedeutend geprägt haben.
Einige davon erzählen wir noch
einmal in unserer Zeitreise.

Von der Kanzlei in die Autowerkstatt.

1961 bewarb sich der spätere Geschäftsführer Jürgen Lohre
als erster kaufmännischer Mitarbeiter in der Rechtsanwalts-
kanzlei von Dr. Herbert Nath. Der hatte eine im Jahr 1881
gegründete Kittfabrik in Berlin von seinem Großvater geerbt.
Die Frage nach dem Umsatz beantwortete Dr. Nath mit
„60.000 DM“. „Im Monat?“ „Im Jahr.“

Der erst 24-jährige Lohre erkannte seine Chance. Nach vier
Jahren Aufbauarbeit und der Einrichtung einer kleinen Produk-
tion in einer ehemaligen Autowerkstatt in München-Giesing
lag der Jahresumsatz schon bei 104.000 DM.



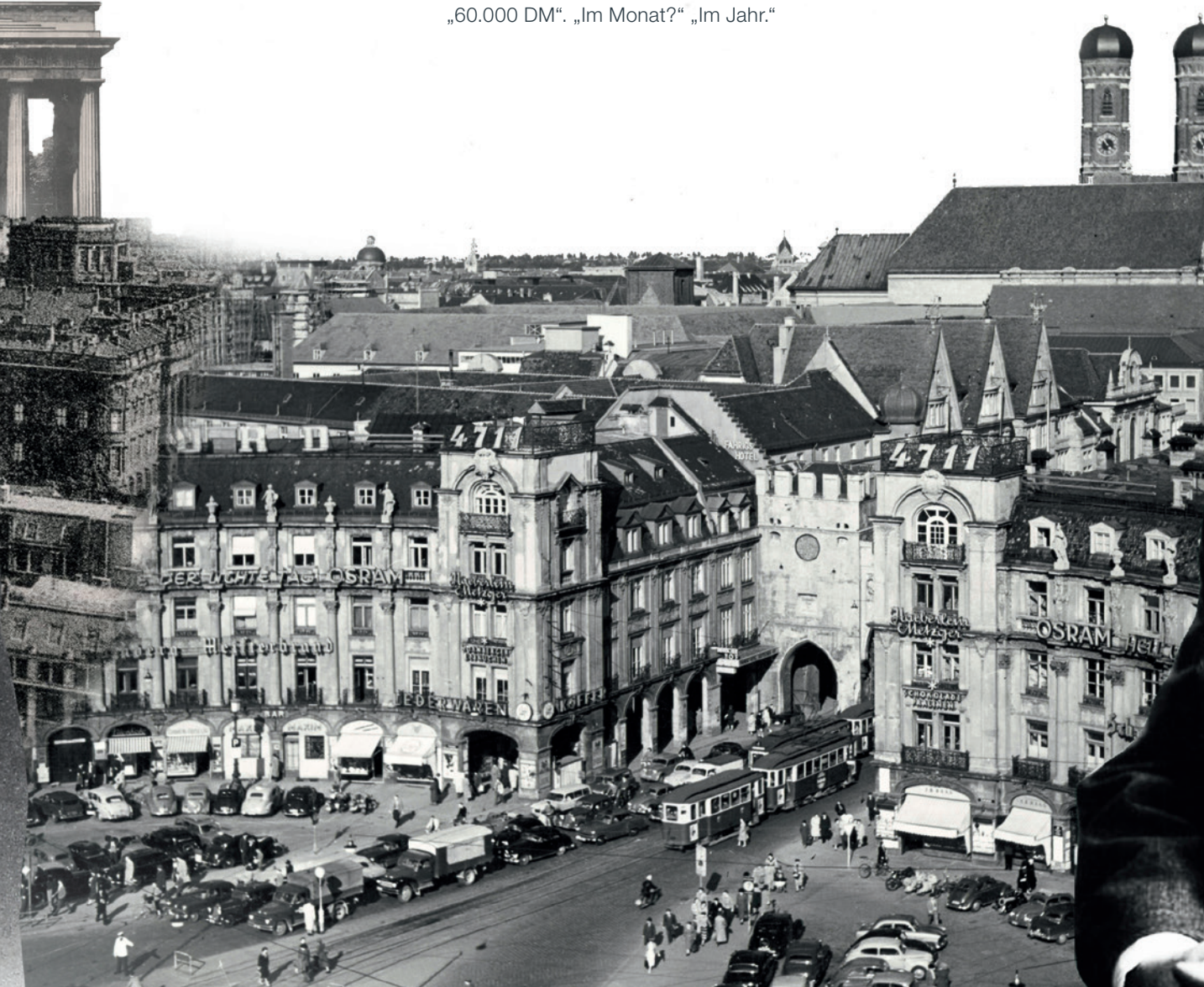
1881

Hermann Otto
gründet in Berlin
die OTTO Kittfabrik.



1932

Dr. Herbert Nath erbt die OTTO
Kittfabrik von seinem Großvater.



1954

Dr. Herbert Nath gründet in Folge der
politischen Entwicklungen eine neue
Gesellschaft in München.



OTTO stellt auf
Silikon-Dichtstoffe um.

1965

Grüß Gott, Herr Kitte!

Den Markennamen „OTTO-CHEMIE“ verdankt die Hermann Otto GmbH einem häufig vorkommenden Missverständnis, denn in den 1960er-Jahren stand auf der Visitenkarte noch groß „OTTO KITTE“. Der Geschäftsführer Jürgen Lohre wurde deshalb des Öfteren mit „Herr Kitte“ begrüßt. Da die Glaszemente und Klebstoffe des Unternehmens der Gruppe der chemischen Produkte zuzuordnen sind, erfand er den neuen Markennamen. Nur ganz selten wurde er darauf hin noch mit „Herr Otto“ angesprochen.

Herausforderung Vertriebsnetz.

Der 1981 neu angestellte Vertriebsleiter Klaus Seebauer dirigierte mit Ralf Tabel, Günter Fiene und Karl Korte zunächst nur drei angestellte Bezirksleiter für Südbayern, Teile von Nordrhein-Westfalen und den norddeutschen Raum. Ihre Aufgabe bestand darin, die ganze Produktpalette an Großhandel und Handwerker zu verkaufen. Sie wurden durch selbstständige Handelsvertreter ergänzt. Eine der Hauptaufgaben von Seebauer bestand darin, dieses noch recht großmaschige Vertriebsnetz zu verdichten. Das Ziel: jedes Jahr ein zusätzlicher Außendienstmitarbeiter. Doch schon damals war es nicht leicht, passende Persönlichkeiten zu finden, zu schulen und ins Team einzufügen. Aber mit der Zeit wurde der Vertrieb immer flächendeckender. Und Spaß machte diese Aufbauarbeit auch.

Kundenorientiert zu Innovationen.

Bei der Entwicklung einer kostengünstigeren Alternative zum Vitroflex E Sanitär-Silikon kam von Vertriebsleiter Klaus Seebauer im Jahr 1985 ein entscheidender Impuls. Bei Villeroy & Boch erkundigte er sich über die Trends bei Fliesenfarben und bat Herrn Schnee, den technischen Leiter, das neue Fugendicht-Silikon in 20 Farbtönen zu modifizieren. Außerdem stellte OTTO entsprechende Farbtafeln her, mit denen man Fliesenleger direkt auf das neue Produkt aufmerksam machte. Dies und die hervorragende Verarbeitbarkeit machten das inzwischen unter dem Namen OTTOSEAL® S 100 bekannte Produkt legendär.

Die Zukunft lässt grüßen.

Mit der neuen Produktionsstätte im Ortsteil Kaltenbrunn im Jahr 2020 setzte OTTO schon beim Bau auf Hightech und Zukunftsoffenheit: Das Bauwerk wurde unter Verwendung von BIM (Building Information Modeling) geplant. Die Produktion erfolgte hier größtenteils vollautomatisiert und digitalisiert. Gebäude und Grundstück bieten ausreichend Reserven für weitere Ausbauschritte.

Wie es morgen aussieht, kann niemand sagen. Aber für die Eventualitäten der Zukunft ist OTTO gewappnet. In der nächsten Ausgabe von OTTOprofil skizzieren wir dazu ein paar spannende Visionen!

Erfolg braucht Raum.

Mit dem neuen Logistik- und Schulungszentrum am Strohofer Feld in Fridolfing erweiterte 2014 OTTO seine räumlichen Kapazitäten im Service erheblich. Ein Teil der Fassade des Gebäudes wurde als Pilotprojekt in der innovativen Holz-Glas-Verbundtechnik erstellt – natürlich mit Spezialprodukten von OTTO zum Kleben und Dichten.



1970

Jürgen Lohre wird Mit-Gesellschafter und Geschäftsführer

1980

Herbert Nath, Urenkel von Hermann Otto, wird geschäftsführender Gesellschafter



2011

Herbert Nath übergibt seine Gesellschaftsanteile an seine beiden Kinder Claudia Heine-mann-Nath und Matthias Nath. Er bleibt Vorsitzender des Beirats.

Neue Produktionsstätte „Kaltenbrunn“

2020

1973

Umzug nach Fridolfing

1975

Produkt-Launch: „Fugendicht Silicon“ heute bekannt unter dem Namen OTTOSEAL® S 100; 1 Mio DM Umsatz

1986

Erste Farbtafel wird bei OTTO „getupft“

OTTOSEAL® S 70: weltweit erster Silikon-Dichtstoff für Naturstein

1989

1998

OTTOCOLL® P 85, 1K-PU-Montageklebstoff

2005

Erster 1K-Hybrid-Klebstoff OTTOCOLL® M 500

2014

Neues Logistik- und Schulungszentrum „Strohhof“

2016

100 Mio € Umsatz

2021 OTTO wird 140 Jahre!



Hermann Otto GmbH
Krankenhausstr. 14
83413 Fridolfing

Telefon 08684-908-0
info@otto-chemie.de
www.otto-chemie.de



Dichtstoffe • Klebstoffe