

sto



Bewusst bauen.

50 Jahre

**Bewusst bauen
in Österreich**

50 Jahre Bewusst bauen in Österreich

Ein Rückblick auf 50 Jahre Sto lässt
optimistisch in die Zukunft blicken.

Inhalt



Technologieführer seit Jahrzehnten

10 Technik, Marke und Menschen bei Sto vor 1970

12 Die Ersten am Markt: Sto Österreich in den 1970er-Jahren

13 Sto-Superlit: Buntsteinputz mit Geschichte
15 Die erste Preisliste in Österreich: 18 Produkte

18 1980er-Jahre: Vom Baushop zur Sto Ges.m.b.H.

19 StoColor System: Immer nahe am Menschen
23 Stolit: Der organische Oberputz-Klassiker

24 Die 1990er: Aufbruchsstimmung beim Schrittmacher

25 Werbung mal anders machen – auffallend anders
26 StoDeco & StoDesign: Arbeiten Hand in Hand
26 Sto-Glocknerweiß: Beliebt wegen seiner außergewöhnlichen Deckkraft
27 25 Jahre Sto in Österreich – ein Grund zum Feiern
27 StoCretec-Produkte für Betoninstandsetzung und Bodenbeschichtung
28 VHF und weitere WDV-Systeme
30 Ab in den Süden: Exportgeschäft geht los

32 2000-2010: Revolutionäre Sto-Produktfunktionalität

33 StoLotusan: Schmutz perlt mit dem Regen ab
33 Änderungen in der Geschäftsleitung
34 Naturstein bei Sto
34 Interessengemeinschaft Passivhaus mitbegründet
35 Der Krise getrotzt
35 Traurige Nachricht im Jahr 2008
36 Niederlassungen in Südosteuropa gegründet

38 Die nächsten 10 Jahre Sto vergehen wie im Flug

38 Innendämmung als neues Produktsegment
39 Erstmals die Milliarde-Schilling-Umsatzgrenze erreicht
39 Aus dem Sto-InfoCenter wird Kommunikationsabteilung
39 Verkaufszentrum Wien im Passivhausstandard
40 Produktneueiten im Segment VHF und harte Beläge
40 StoColor Dryonic: Schneller trocken, länger sauber
40 Innenraumprodukte relauncht
41 Naturstein-Portfolio erweitert
41 StoSustain R: Kletten statt Kleben
42 StoSignature und StoBrick werden vorgestellt
42 Änderungen in der Vertriebsorganisation
43 Produkte durch Nachhaltigkeitsstrategie beeinflusst
43 Bionik-Kampagne wird gestartet
43 Neue High-Tech-Produktionsanlage geplant
44 Exportbemühungen gegen Süden und Osten hin



Nachhaltiges Denken seit 50 Jahren

48 Nachhaltigkeit hat bei Sto Österreich Tradition

52 Umweltfreundlich: Das Schlagwort der 80er-Jahre

53 Der Vorläufer von StoClimate?

54 Über die Erderwärmung nachgedacht: Die 90er

55 1992: Symposium für bewusstes Bauen

58 Nachhaltigkeitsinitiativen ab dem Jahr 2000

59 StoSolar: Dämmung nach dem Eisbärprinzip
61 StoTherm Cell mit dem Bienenwaben-Prinzip

64 Nachhaltigkeit als Kernkompetenz verankert

67 Natürlich mit Verantwortung: Die Nachhaltigkeitsstrategie
69 Der Sto-Nachhaltigkeitsbericht
71 Der Trigos Award: Ausgezeichnet für Nachhaltigkeit
73 Das Sto-Klimaforum in Linz, Innsbruck & Graz



Service & Dienstleistungen

78 Damals wie heute: Top-Service rund ums Bauen

- 78 Service und Dienstleistung als Kernkompetenz
- 79 30 Jahre StoDesign
- 80 Der Sto-Außendienst: Beste Betreuung für Kundinnen und Kunden
- 82 Die Sto-Anwendungstechniker: Profi-Hilfe vor Ort
- 83 StoSilo- und Maschinenteknik:
Der Beschleunigungsfaktor
- 83 Fortbildungsmaßnahmen: Mehr wissen, mehr erreichen
- 83 Konstruktionsdetails, Ausschreibungstexte und Bauphysik
- 84 Online-Service und Web-Auftritt
- 86 Zahlen, Daten & Fakten



Menschen bei Sto

- 194 Word Cloud mit wichtigsten Begrifflichkeiten

Interviews mit 50 MitarbeiterInnen

- 90 Kuttin Helga
- 94 Gruber Edmund
- 96 Gotsmy Franz
- 98 Petutschnigg Paul
- 100 Wassermann Reinhold
- 102 Imler Erwin
- 104 Gruber Heribert
- 106 Greiderer Josef
- 108 Neuhold Ronald
- 110 Felber Alois
- 112 Muhr Hans
- 114 Kuttin Thomas
- 116 Mauhart Alois
- 118 Neubauer Herbert
- 120 Ausserwinkler Christian
- 122 Schratzenholzer Hans-Günter
- 124 Mitterer Heinz
- 126 Rauter Hans
- 128 Sattlegger Ferdinand
- 130 Brötzner Lisa
- 132 Schada Helmut
- 134 Hetzenauer Peter
- 136 Kathan Gerard
- 138 Angermeier Jürgen
- 140 Feuer Leo
- 142 Kreitmayer Tihomil
- 144 Stupnik Erich
- 146 Bucar Johann
- 148 Umele Martina
- 150 Hetzl-Hartdegen Robert
- 152 Huber Markus
- 154 Kager Karl
- 156 Stroitz Sabine
- 158 Weissenberger Viktor
- 160 Pöttschacher Harald
- 162 Wiedenbauer Walter
- 166 Wasserer Gerald
- 168 Rauter Ewald
- 170 Reinisch Martin
- 172 Lercher Bernd
- 174 Moser Josef
- 176 Pritz Claudia
- 178 Jannasch Tanja
- 180 Kober Kurt
- 182 Truskaller Erwin
- 184 Seidel Wolfgang
- 186 Fraisslich Markus
- 188 Oberortner Gloria
- 190 Langenfeld Adrian
- 192 Fleischhacker Florian

Vorwort der Geschäftsführung

Liebe Leserinnen und Leser,
liebe Mitarbeitende, liebe Partner
und Freunde des Unternehmens!

Am Anfang stand eine Vision – die Vision unseres Firmengründers Walter Kuttin, dass ein Fertigputz im Eimer das Bauwesen in Kärnten revolutionieren könnte.

Seither sind 50 Jahre vergangen, und die Zukunftshoffnung von damals ist längst Realität geworden. In der vorliegenden Ausgabe möchten wir zeigen, wie ein gelber Eimer und viele tüchtige Mitarbeiter zur Realisierung des Zieles unseres Gründers beigetragen haben. Seine Werte bilden bis heute die Grundlagen unserer Unternehmenskultur, und viele seiner Leitsätze haben uns geholfen, unser Unternehmen, die Sto Ges.m.b.H., jung und agil zu halten, wie zum Beispiel:

- „Wir müssen alles, was wir tun, stets infrage stellen und nach Verbesserung suchen.“
- „Unsere Grenzen sind nie dort, wo wir sie sehen!“
- „Mut zur Veränderung haben.“

Die Basis jedes stabilen Bauwerkes besteht aus belastbaren Steinen und gutem Mörtel, der diese

zusammenhält. Für das Gebäude Sto sind seine Mitarbeiter die starke Basis und deren Geschichten der Mörtel, der alles zusammenhält.

So ist diese Jubiläumsschrift vor allem den Menschen bei Sto gewidmet. Mit ihren Geschichten und Erlebnissen als Ausdruck von faszinierenden und spannenden Zeiten bei Sto.

Wir können daher mit Stolz behaupten:
50 Jahre Sto in Österreich – Für immer jung!

Ich darf Sie einladen, weiterzublättern und in unserer Jubiläumsschrift sehr Interessantes, aber auch Emotionales über unsere Firma zu erfahren. Für uns und vielleicht auch für Sie Anregung und Inspiration zugleich für die kommenden Jahrzehnte.

Herzliche Grüße

Ihr
Walter Wiedenbauer

Widmung

Dieses Buch ist allen Mitarbeitenden gewidmet, die das Unternehmen mit ihrem Engagement und ihren Talenten seit Jahrzehnten tragen, bereichern und weiterentwickeln. Sie alle stehen für die Faszination Sto.

Vorwort der Redaktion



2020 ist ein besonderes Jahr für uns: Wir feiern 50 Jahre Sto in Österreich! Grund genug für die Sto-Kommunikationsabteilung, etwas zu diesem besonderen Ereignis beizutragen.

Bald stand die Entscheidung fest, eine Sto-Chronik zu schreiben und zu gestalten. Der Titel war schnell gefunden: „50 Jahre Bewusst bauen in Österreich“ – es fehlte lediglich der Inhalt.

Sobald wir mit unseren Recherchen begannen, war uns klar, dass das Ziel unserer Chronik sein musste, die gesamte Geschichte von Sto Österreich zu erzählen und eine lückenlose Zeitachse der Unternehmensentwicklung zu präsentieren. Aber auch die vier Kernkompetenzen des Unternehmens sollten ihren Platz finden: Technologieführerschaft, Serviceleistungen, Nachhaltigkeit und Menschen bei Sto. Diese vier Säulen bildeten das Gerüst für unsere Chronik. Auf ihnen ruht der Erfolg von Sto – und sie werden Sto auch in eine erfolgreiche Zukunft führen.

Die wichtigste Säule des Erfolgs bilden die Sto-Mitarbeiter und -Mitarbeiterinnen. Ohne ihr Engagement, ihren Arbeitseinsatz und ihren Glauben an das Unternehmen könnten weder Produkte noch Serviceleistungen an die Kunden gebracht werden. Daher ist der größte Teil der Chronik den Menschen bei Sto gewidmet. Stellvertretend für alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen erzählen 50 Kollegen und Kolleginnen ihre persönliche Geschichte bei Sto, ganz nach dem Motto „50 Menschen hinter 50 Jahre Sto“. Wir bedanken uns an dieser Stelle bei allen Kollegen und Kolleginnen, die für die Interviews zur Verfügung gestanden sind, uns ihr Vertrauen geschenkt und uns ihre Geschichten erzählt haben. Gleichzeitig möchte ich mich bei all jenen entschuldigen, die wir nicht befragt haben, um die Obergrenze von 50 Interviews nicht zu überschreiten.

Unsere Sto-Produkte, eine weitere wichtige Säule des Erfolgs, zeichneten sich von Anfang an durch hohe Qualität, Sicherheit und Innovation aus und bildeten dadurch die Basis für die Marke Sto. Parallel dazu war Sto immer schon Vorreiter bei Serviceleistungen im Liefer-, Tön- und Designbereich sowie bei technischen Unterlagen und Ausschreibungstexten. Dadurch assoziierte man Sto bald mit Kompetenz und umfassendem Know-how.

Dass das Thema Nachhaltigkeit, das heute eines der wichtigsten Schlagworte überhaupt ist, von Sto schon in den frühen 1980ern aufgenommen wurde, ist heute kaum jemandem bewusst. Wir fanden zahlreiche Zeitungsberichte, Umweltzeichen und Werbeanzeigen mit Eisbären aus jenen Jahren, die das Engagement von Sto für Umwelt und Klima in diesen frühen Zeiten belegen. Auch in den Interviews wurde immer wieder deutlich, welche lange Geschichte Umweltschutz, Nachhaltigkeit und Klimaschutz bei Sto haben.

Die Gespräche, die ich mit 50 Kollegen und Kolleginnen machen durfte, zählen zu meinen persönlichen Highlights meiner Tätigkeit bei Sto. Beeindruckend für mich war, dass der Name Walter Kuttin fast in jedem Gespräch erwähnt wurde und wie stark das Wirken unseres Firmengründers im Unternehmen immer noch spürbar ist.

Claudia Pritz und das Team
Kommunikation & Design

Widmung

Die Redaktion widmet diese Chronik den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie ganz besonders dem Firmengründer Walter Kuttin.

Technologie- führer seit Jahrzehnten

- 10 Technik, Marke & Menschen bei Sto vor 1970
- 12 Die Ersten am Markt: Sto in den 1970er-Jahren
- 18 1980er-Jahre: Vom Baushop zur Sto Ges.m.b.H.
- 24 Die 1990er: Aufbruchsstimmung beim Schrittmacher
- 32 2000–2010: Revolutionäre Sto-Produktfunktionalität
- 38 Die nächsten 10 Jahre Sto vergehen wie im Flug

Die Kernkompetenz „Technologieführer“ steht nicht umsonst an erster Stelle dieser Chronik: Die Abhandlung zeigt neben dem Produktvorsprung und dem fortschrittlichen Handeln auch die Veränderungen des Unternehmens auf, die jeweils notwendig waren, um führend voranzugehen. Daher ist dieser Chronikteil auch verbunden mit vielen relevanten Zeitmarken, die für die Entwicklung des Unternehmens Sto in Österreich wesentlich sind.

Nach dem Vorbild der Natur

Ganz besonders an den funktionellen Fassadenbeschichtungen wird der technologische Vorsprung von Sto spürbar. Der Fassadenplanet ist das Kampagnenmotiv für die Bionik-Thematik.



Technik, Marke & Menschen bei Sto vor 1970

Ein Blick über den Tellerrand Österreichs, um die Entwicklung einer Tochtergesellschaft einer weltweit agierenden Unternehmensgruppe zu beschreiben.

Eugen Ribbeck, seines Zeichens Betriebsberater aus Saarbrücken, bietet 1954 „Kaufleuten mit Kapital“ den Erwerb eines Produktionsrechts für ein bewährtes Wandbelagsmaterial – Innen- und Außenputz – via Zeitungseinschaltung an.

Hinter dem „Wunderputz“ wird alsbald Erfinder Silvio Pietroboni ausfindig gemacht. Das Material wird hinreichend in Stuttgart geprüft und durch eine neu gegründete Schwesterfirma des Kalk- und Zementwerks, der ISPO Putz KG, produziert und vertrieben.

Anfangs ist die Produktion in einem Ziegenstall des Kalkwerks in Weizen untergebracht. Man bemustert aus Platzgründen im Pausenraum. Die Blechgebäude mit 40 kg Gewicht müssen natürlich manuell befüllt und verladen werden.

Bereits 1957 wird fugenlose Wärmedämmung mit einer armierten Deckschicht vom Produkt her entwickelt. Ein erstes Wohnhaus in Berlin bekommt eine Fassadendämmung, es folgt ein Praxisversuch an drei Wohnhäusern in Stuttgart.

Eine Patentanmeldung in Deutschland im Jahr 1959 sowie in der Schweiz im Jahr 1963 bleibt allerdings erfolglos.

1962 kommt das Aus für Ispo, man löst sich vom Lizenzgeber. Die ehemalige ISPO Putz KG firmiert alsbald unter Stotmeister + Co. Farben und Baustoff K.G. Die Produktnamen werden von ISPO auf Stotmeister (kurz Sto) getauscht. Es gibt von nun an

Sto-Putz, Stolit usw. Erste Zweigwerke werden aufgebaut, die Ära Kalkwerk endet in Weizen im Jahr 1964, es werden nur noch Putze und Farben produziert.

Als bald startet in Frauenfeld (CH) eine weitere Testbaustelle mit Wärmedämmung – in diesem Fall ein Zuckersilo. Das Projekt wird mit wissenschaftlicher Akribik begleitet. Und so kommt es, dass 1963 bereits andere Firmen mit dem Vertrieb von Fassadendämmung beginnen. Das Fassadendämmsystem der Firma Stotmeister wird zunächst auf den Namen Dryvit getauft.

Aufgrund der geografischen Nähe zum Firmenstandort wird das Fassadendämmsystem Dryvit zuerst im Jahr 1964 in der Schweiz getestet. 1965 beginnt die Firma Stotmeister + Co. Farben und Baustoff K.G. damit auch in Vorarlberg. Dreh- und Angelpunkt auf österreichischer Seite ist dabei Joseph Harangozo, der erste Vertriebspartner in der Region Vorarlberg. Er ist als Verkaufsberater und Einführmeister bis 1986 tätig.

1964 wird das erste vollständig gedämmte Gebäude am Golm, dem Hausberg der Gemeinde Tschagguns in Vorarlberg, mit Fassadendämmung und Oberputz ausgeführt. Joachim Gilberts, Verkaufsberater der Niederlassung, berichtet: „Das Sto-Testhaus auf dem Golm im Österreichischen Montafon war eine Baubaracke aus Holz, in der die Touristen fast erfroren sind – bis sie gedämmt wurde. Damals wurden die Styropor-Platten mit Dispersionskleber befestigt und zusätzlich

Hinweis:
Referenzjahr für 50 Jahre Sto bildet das Jahr 1970

Die einleitende Abhandlung bildet daher die Tätigkeiten auf österreichischem Verkaufsgebiet vor dem Referenzjahr ab.



1964 wird das erste Haus in Österreich Fassadengedämmt
Die Tafel aus dem Jahr 1985 erinnert bis zum Abbruch des Gebäudes an die Herkunft des Vollwärmeschutzes.

angetackert! Da die Touristen im Sockelbereich immer mit ihren schweren Skischuhen zum ‚Schneeabschütteln‘ gegen die Wand getreten haben, kam bald das Panzergewebe zum Einsatz.“ (Quelle: StoAktuell, Jubiläumsausgabe 2005, Interview mit Joachim Gilberts) Sto gilt seitdem als Pionier in Sachen Fassadendämmung in Österreich.

Später wird das Schild sogar noch aktualisiert. Leider wird das Testhaus mit der ersten Fassadendämmung Österreichs in den späten 1990er Jahren abgetragen.

Unter Fassadendämmung versteht man bisweilen 3–5 cm Dämmstoffdicke, zumeist wird Polystyrol unter dem Namen „Styropor“ vertrieben. Dazu heißt es: „In den letzten Jahren werden immer mehr Außenwandflächen mit Styroporplatten vollisoliert. (...) Unsere Erfahrungen, besonders in der Schweiz und Österreich, wo solche Systeme schon seit Jahren mit Erfolg praktiziert werden, sollen Ihnen helfen, auch mit diesem System einen dauerhaften und zufriedenstellenden Erfolg zu erzielen.“ (Quelle: Auszug aus „Das schwarze Sto-Taschenbuch“, 12. Auflage, Jahrgang 1975, Seite 22)

1966 folgt das erste gedämmte Wohnhaus in Lustenau. Die Fassadendämmung wird in den 2000-er-Jahren mit Sto-Produkten aufgedoppelt, und das Gebäude ist nach wie vor vollständig bewohnt.

Erst im März 1980 montiert Joachim Gilberts, Verkaufsberater der Niederlassung Gelsenkirchen, während seines Skiurlaubs das erste Werbeschild an der Fassade des Sto-Testhauses am Golm. Der Auftrag dazu kam von Seniorchef Fritz Stotmeister persönlich. „Mein Bruder und ich haben das Schild während unseres Skiurlaubs im Sto-Ferienhaus in Latschau mit dem Lift auf den Berg genommen – was wegen der Größe nicht ganz einfach war – um in 2.100 m Höhe am Testhaus angebracht.“



Hochhaus in Lustenau mit Fassadendämmung aus dem Jahr 1966
Das Wohngebäude wird nach wie vor genutzt.

Die Ersten am Markt: Sto Österreich in den 1970er-Jahren

Mit ihrer Verkaufstätigkeit in Vorarlberg startet die Firma Stotmeister ihre Österreich-Aktivitäten. Erste Objekte und Testfassaden werden erfolgreich ausgeführt. Doch wie geht's weiter im Rest Österreichs?

Joseph Harangozo (in der Branche als „Joschi“ bekannt), ist als Verkaufsberater in der Region Vorarlberg sehr umtriebig. 1972 wird ein Einfamilienhaus in Götzis gedämmt. Dennoch versteht man an Gebäude montierte Fassadendämmung nach wie vor als Testobjekte. Das sollte sich 1973 zu Beginn der Energiekrise ändern, die erst den richtigen Durchbruch für die bereits 15 Jahre am Markt befindlichen Wärmedämmverbundsysteme bringt. (Quelle: Interview mit Josef Harangozo, geführt mit Robert Hetzl-Hartdegen im Jahr 2011) Doch schon zuvor hat die Stotmeister + Co. Farben und Baustoff K.G. einen Schritt gemacht, der die

Marke Sto nachhaltig in Österreich beheimatet. Am 10. Juni 1970 wird Walter Kuttin aus Zlan in Kärnten mit einem Einstellungsvertrag für den Vertrieb von Sto-Produkten in ganz Österreich (ausgenommen Vorarlberg) gewonnen. Der gelernte Maurer hatte die Putzprodukte in Vorarlberg kennengelernt und beginnt den Vertrieb aus einer Garage im Keller des Einfamilienhauses in Zlan heraus. (Quelle: Einstellungsvertrag von Walter Kuttin, 10. Juni 1970)

Kurz vor der ersten globalen Ölkrise präsentiert man den Sto-Vollwärmeschutz, bereits mit ▶

Bild rechts:
Blechgebände von Sto-Superlit in den 1970-er Jahren
Die Gebinde aus Blech haben 30 kg Füllgewicht und sind schwer zu transportieren.



Mitarbeiter der ersten Stunden
Im Bildvordergrund Joseph Harangozo mit Ehefrau, weiter links Franz Gotsmy mit Ehefrau, im Hintergrund Helga und Walter Kuttin.



Sto-Superlit: Buntsteinputz mit Geschichte

„Des is eigentlich da Sto-Putz“

Noch heute kommen Kunden in das StoDesign-Studio nach Villach und berichten voller Stolz, dass sie eine Fassade sanieren möchten, die vor 30 bis 40 Jahren bereits mit Sto-Produkten ausgeführt wurde. Als unverwundlich gilt daher der Buntsteinputz Sto-Superlit. „I hätt gern wieder so an guatn Putz, der so long lebt!“ Und natürlich wird der Kunde nicht enttäuscht, wenn er über die Technologiefortschritte aufgeklärt wird und sich wiederum für eine zeitgemäße Beschichtung von Sto entscheidet.

Anfänge in Deutschland

Adolf Rendler, Produktionsmeister der Stotmeister + Co. Farben und Baustoff K.G. von 1961-1994 in Weizen, berichtet: „Um Sand für die Superlit-Produktion färben zu können, hat unser Schlosser Paul Fischer aus einer

Saatgutbeiztrommel eine Mischtrommel gebaut. Dazu haben wir einen Elektromotor gebraucht, den ich aus dem Gerümpelhaufen, auf den alles geworfen wurde, was im Kalkwerk nicht mehr gebraucht wurde, herausgezogen habe. Wilhelm Stotmeister war sehr interessiert, hat aber sofort gefragt, wo der Motor her sei. Der gehöre dem Kalkwerk und müsse noch bezahlt werden!“ (StoAktuell, Jubiläumsausgabe 2005)

Hoch robust und unverwechselbar

Der aus Steingranulat hergestellte Putz mit klarem Bindemittel sorgt seit jeher für unverwechselbare Akzente. Da er weder schmutz anfällig noch schwer zu verarbeiten ist, hat er sich über die Jahre vor allem als der Sockelputz schlechthin etabliert. Auch für Durchgänge und andere stark beanspruchte Flächen findet das Produkt noch immer vor Anwendung. Daher gibt es nach wie vor 25 verschiedene Buntsteinmischungen im Sortiment von Sto.



Die Ersten am Markt: Sto Österreich in den 1970er-Jahren (Fortsetzung)

offizieller Zulassung vom Institut für Bautechnik. Die Verklebung und Armierung erfolgt mit der zementvergüteten Sto-Betonspachtel, die Dämmplatten sind in der Regel nur drei Zentimeter dick. Stolit dient bereits seit den 1960er-Jahren als Deckputz.

Verarbeitungshinweise sind zunächst sehr einfach gefasst, auch gibt es noch wenig konkrete Anleitungen, wie mit Anschlüssen zu anderen Bauteilen umzugehen ist. Meist beschränkt man sich auf einfache Anleitungen, die auf Büropapier gedruckt werden, manche Hinweise werden direkt auf Eimeretiketten aufgedruckt. Bei StoSuperlit wird

man nach dem Öffnen der Gebinde mit dem Sto-Pfiffikus begrüßt, eine einfarbig bedruckte Folie mit drei Verarbeitungshinweisen bezüglich Verdünnung und einem Comicbild eines Verarbeiters. (Quelle: StoAktuell, Jubiläumsausgabe 2005)

Auch werden Schulungen für Erstverarbeiter angeboten. Zum Einlernen wird baustellenseitig ein Einführmeister zur Verfügung gestellt – natürlich gegen Bezahlung von 285 Schilling je Arbeitstag (Quelle: Ö-Preisliste 1970, Verkaufs- und Lieferbedingungen). Der erste Einführmeister ist Rudolf Sturmer, er ist wie Walter Kuttin direkt bei der ►

Bild rechts:
Ö-Preisliste 1970
Der Vierseiter im Quartformat listet 18 Produkte.



Harte Arbeit
„Dieser Kuttin Walter hat so hart gearbeitet, er hätte damit zwei Leben füllen können. Er war auch immer einer der Ersten in der Früh, die da waren“ (Auszug aus einem Interview mit einem langjährigen Mitarbeiter).

Ö



STO-Preisliste 1/1970

Alle Materialpreise in der Gesamtpreisliste 1968 werden damit ungültig.

Über 15 Jahre **Sto** Kunstharzputze und Farben - Über 15 Jahre **Sto** Erfahrung

Mat. Nr.	Material-Benennung	Gebinde		Art des Materials
		kg	Preis/kg øS	
Sto Putze				
100-102	STO-CO-PUTZ	40	12,- 12,-	Mineralisch gebundener, mit Kunstharz veredelter Reibputz für innen und außen. Für Sgraffitto-technik besonders gut geeignet.
120-122	STO-PUTZ	40	11,50 11,90	Kunstharz-Reibputz für innen und außen
130-134	STOLIT	40	9,- 9,50	Kunstharzgebundener Wand- und Fassadenputz mit Kratzputz-Charakter, ohne zu kratzen
105-108	STO-COMBI-PUTZ	40	11,50 12,50	Mineralisch gebundener Außenputz in Pulverform mit Kratzputz-Charakter
150-154	STO-SUPERLIT	35	11,50 12,-	Edelsteinbelag für innen und außen mit Waschputz-Charakter
160-161	STO-EDELSPRITZPUTZ	40	11,50 12,-	Kunstharz-Spritzputz für innen und außen
300-	STOLUR	35	13,- 14,-	Kunstharz-Wandbelag für Glättetechnik mit Veloureffekt
Sto Hilfsstoffe				
710	STO-BETONSPACHTEL Typ A 00	40	7,50 9,90	Kunstharz-Spachtelputz für außen. Zu verarbeiten mit Zusatz von 20 Prozent Zement
700/701	STO-BETONSPACHTEL * Typ J 000 und Typ 68	40	7,- 7,-	Kunstharz-Spachtelputz in Pastenform für Innen-spachtelung
863	STOLIN-Binderkonzentrat	28	21,50 21,90	farblose Kunstharz-Dispersion zur Selbstherstellung von Binderfarben und als Zusatz zu Leimfarben
800	STO-ISOLIERGRUND	28	14,- 15,90	Kunstharz-Dispersion zum Vorgrundieren und Absperren saugender Untergründe

Mat. Nr.	Material-Benennung	Gebinde		Art des Materials
		kg	Preis/kg øS	
Sto Hilfsstoffe				
180-	Edelspritzputz K060	38	15,- 16,70	Pigmentierter, griffiger Voranstrich
170	STO-GRUNDEX-GRUNDHÄRTER	22	31,50 32,80	Alkydharz-Tiefgrundier- und Härtemittel
830	STOPLEX-SIEGELGRUND	25	31,50 32,80	in Lösungsmittel gelöstes Kunstharz, als Haftgrund für problematische Untergründe
730	NEUTRALPUTZ	40	7,30 7,50	alkaliefreier Feinputz in Pulverform
862	STO-MÖRTELHAFTER	28	14,- 15,90	konzentrierte Kunstharz-Dispersion als Zusatz zur Haftverbesserung von normalem Mörtel
558	STO-ABBEIZER	25	32,- 37,-	auf Lösungsmittel aufgebaute Abbeizpaste mit großer Tiefenwirkung
559	HELGGÖL	5	50,- 95,-	zum Reinigen von Glas, Steinplatten, Fenstersimsen usw.

Rabatte: Auf diese Preise vergüten wir je nach Rechnungsbetrag und Jahresumsatz sofort an jeder Rechnung einen Umsatzbonus und Partierabatt. Fordern Sie von uns oder unserem Vertreter das Hinweisblatt hierzu an.

Ab 15. 10. 1970 gelten die roten Preise!

Verkaufs- und Lieferbedingungen

Notizen

Alle Aufträge werden zu den nachstehenden Bedingungen angenommen und ausgeführt.

Bei Bestellungen ist anzugeben: Genaue Materialbezeichnung (innen oder außen) mit Angabe der nebenstehenden Artikel-Nummer. Menge in kg oder Anzahl der Quadratmeter. Kugröße, Farbtonnummer oder Mischungsnummer.

Farbtonnummern können der Farbkarte oder den Mustern entnommen werden. Evtl. Farbtonschläge bei Intensiv-Tönen sind auf der Rückseite der Farbton-Kärtchen vermerkt. Farbnummern mit * erhalten nur bei Putzen (StoSto-co-putz usw.) einen Farbtonschlag von 10%. Bei Putzen wird für „weiß“, Farbtonnummer 3333, ein Zuschlag von 10% berechnet.

Bei telefonischen Vereinbarungen oder Bestellungen übernehmen wir keine Haftung für Folgen, die durch Missverständnisse oder Hörfehler entstanden sind.

Alle Preise verstehen sich brutto für netto, frechtzufrei. Gebinde sind Einweggebände und werden nicht zurückgenommen. Versand erfolgt auf Gefahr des Empfängers. Bei Rechnungen unter 65 360,- trägt der Empfänger die Versandkosten. Transportkosten an Gebinden und Säcken sind sofort beim Empfang unter Zeugen bei der Bundesbahn oder dem Spediteur zwecks Erstattung des Schadens anzumelden.

Eine Garantie für die mit dem Material hergestellten Flächen kann nicht übernommen werden, da der Hersteller keinen Einfluß auf die sachgemäße Verarbeitung hat.

Bestandungen müssen innerhalb 8 Tagen vorgebracht werden. Bei berechtigten Bestandungen kann Umtausch, Nachlieferung oder Rücknahme des Materials vom Käufer verlangt werden. Welche Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen. Bestandungen der Liefermenge sind sofort in Gegenwart des Transportführers festzustellen und von diesem auf dem Empfangs- bzw. Lieferschein zu vermerken.

Übergebliches Material von der Verarbeitung kann nicht zurückgenommen werden. Es kann bei späteren Arbeiten durch Vermischen aufgebraucht werden. Bei Erstverarbeitung unserer Materialien steht zum Einleimen ein Einführmeister zur Verfügung, für den eine Einführungsgelbühr von 65 285,- pro Tag zu zahlen ist.

Rechnungen sind zahlbar: innerhalb 10 Tagen mit 2% Skonto oder innerhalb 30 Tagen netto Kasse.

Bis zur Bezahlung bleibt die Ware auch in verarbeitetem Zustand Eigentum des Lieferanten.

Erfüllungsort: Weizen - Gerichtsstand: für beide Teile Waldshut. Anwendbar ist deutsches Recht.

Die erste Preisliste in Österreich: 18 Produkte zu verkaufen!

18 Produkte gelistet

Die erste Preisliste für Österreich wird ab Jänner 1970 aufgelegt und umfasst sieben Putz- und elf Hilfsprodukte. Die Preisliste besitzt den Vermerk auf eine Preissteigerung ab November des Jahres, die beträchtlich höheren Preise werden in Rot dargestellt. Anstatt umfangreicher Produktabbildungen wie in Bildpreislisten gibt es einzeilige Beschreibungen der Art des Materials. Hauptprodukte sind Stolit und Sto-Superlit-Kunstharzputze. Aber auch Betonspachtel und Putzgründe dürfen nicht fehlen. Allerdings gibt es weder Innenraum-Produkte noch Werkzeuge.

Strenge Lieferbedingungen

In den Verkaufs- und Lieferbedingungen ist zu lesen, dass keine Garantie für die Herstellung von Putzflächen übernommen wird, da darauf kein Einfluss genommen werden kann. Weiter heißt es: „Bei telefonischen Vereinbarungen

oder Bestellungen übernehmen wir keine Haftung für Folgen, die durch Missverständnisse oder Hörfehler entstanden sind.“ (Quelle: Ö-Preisliste 1970, Verkaufs- und Lieferbedingungen, Seite 4 der Preisliste)

Hörfehler oder nicht?

Als einen solchen Hörfehler versteht die Stotmeister + Co. Farben und Baustoff K.G. im deutschen Weizen eine unerwartet umfangreiche Bestellung von Sto-Superlit. Also wird telefonisch Rücksprache gehalten, und es stellt sich heraus, dass der fleißige Walter Kuttin nach zahlreichen Architekten- und Firmenbesuchen und vielen Produktvorführungen den Auftrag bekommen hat, ein großes Mehrparteien-Wohnhaus in Klagenfurt mit einer Putzfassade zu beliefern. (Quelle: Interview mit Helga Kuttin, 2019 geführt von Claudia Pritz)

Spätere Preislisten

Die Preisliste für Stotmeister-Produkte im Jahr 1972 unterscheidet sich nur marginal von ihrer Vorgängerin. Aber in den späten 1970er-Jahren ändern sich die Markendarstellung als auch das Produktangebot wesentlich. Mit der Einführung des Sto-Vollwärmeschutzes als Markteinstiegsmodell für heute gängige Wärmedämmverbund-Systeme verschwindet das Quartformat und wird durch ein DIN-A4-Broschürenwerk ersetzt. Erste Bilddarstellungen sind ab den 1980er-Jahren gängig, hinzu kommt bald dank Vierfarbdruck die Abbildung ganzer Produktserien, Umweltzeichen und anderer kommunikativer Elemente. Ab den 1990er-Jahren werden Bildpreislisten verwendet, in den 2000er-Jahren wird das Produktprogramm schließlich von der Preisliste getrennt. Heutige Produktprogramme sind über 400 Seiten dick und listen mehr als 10.000 Produkte und deren Variationen auf.

Die Ersten am Markt: Sto Österreich in den 1970er-Jahren (Fortsetzung)

Stotmeister + Co. Farben und Baustoff K.G. angestellt. Schnell wird klar, dass es zusätzliche Produkte benötigt, um die Materialien an die Firmen zu bringen. Und so wird die Preisliste noch im November des Jahres um Lacke, Lasuren, Werkzeuge, Armierungsgewebe und Mineralputze erweitert.

1973 werden bereits Fassadenfarben und Wandbeläge mit Raufaser-Effekt angeboten. Es ist klar, dass die Verarbeitung der Materialien auch Anforderungen an die Planung eines Bauvorhabens stellt. Die Stotmeister + Co. Farben und Baustoff K.G. reagiert schnell und entwickelt nach und nach sichere Detaillösungen, schult die Verarbeiter und baute die Beratungsleistung auf der Baustelle stark aus. Die Nachfrage nach dem Sto-Vollwärmeschutz ist so groß, dass bald Lieferengpässe auftreten. Aber auch im Beratungs- und Verkaufsgeschäft kommt Walter Kuttin trotz tatkräftiger Unterstützung seiner Frau Helga bald an seine Grenzen. Daher wird Edmund Gruber am 31. Dezember 1975 – zuerst zur Unterstützung bei Lieferung und am Telefon, später für den Außendienst – eingestellt.

Weiters werden Auslieferungslager in ganz Österreich gegründet. Josef Harangozo ist in Höchst stationiert, während für die Steiermark Günther Kriegl aus Raaba bei Graz die vorwiegend manuelle Logistikleistung übernimmt. 1976 stößt Franz Gotsmy zum Unternehmen, er vertreibt Produkte zunächst auch aus der Garage seines niederösterreichischen Wohnhauses. Eine zusätzliche Vertriebstätigkeit findet durch die Firma Slupetzky in Oberösterreich statt. Dennoch bezieht der Österreich-zuständige Vertriebsleiter Walter Kuttin

vehement Stellung gegen eine Kooperation mit weiteren Distributionspartner-Firmen. Das geschieht vor allem aus dem Grund heraus, dass die Vertriebsmannschaft sich exklusiv auf den Verkauf von Sto-Produkten konzentrieren sollte.

1976 wird Joschi Harangozo zur Einschulung von Verarbeitern sogar nach Nigeria entsandt, da dort Betonfertigteilhäuser mit Fassadendämmung ausgeführt werden sollten.

Währenddessen wird in Kärnten klar, dass die Lagerkapazität einer Garage im Bergdorf Zlan, die Stationierung eines Anhängers in Möllbrücke und ein kleines Privatlager beim angestellten Einführmeister Rudolf Sturmer in Villach-Landskron bei weitem nicht ausreichen.

Bild rechts:
Lieferbetrieb Ende der 1970er-Jahre
Dieter Ausserwinkler im Mai 1980 mit vollem Lieferbus. An den Dämmplatten ist die allgemein verwendete Dämmstoffdicke erkennbar.

Bald zu klein: das Haus in Zlan
Aus der Garage heraus wurden erste Gebinde der Marke Stotmeister im Gebiet Kärnten verkauft.





1980er-Jahre: Vom Baushop zur Sto Ges.m.b.H.

Nachdem auch neu gemietete Lagerräume in Villach-Lind zu klein geworden sind, entsteht das erste Verkaufszentrum Österreichs am heutigen Standort. Willkommen bei Sto '80!

Meilenstein in der Firmengeschichte ist die Gründung der Baushop Ges.m.b.H. am 14. Jänner 1980. Sie ist notwendig geworden, um dringend benötigtes Personal bei einer österreichischen Firma anzustellen. Bis dato ist jeder Sto-Mitarbeiter direkter Angestellter der Stotmeister + Co. Farben und Baustoff K.G., danach werden alle Vertreter in Österreich übernommen. Als Unterstützung werden Frau Stroitz im Sekretariat sowie Dieter Ausserwinkler und Franz Grischenig als Fahrer angestellt. Der Umsatz bei Vollwärmeschutz explodiert förmlich. Auch wenn die Dämmstoffdicke weit unter heute üblichen Werten liegt, etabliert sich das Prinzip des Dämmstoffs als Putzträgerplatte. Dämmstoffe werden von weit her angeliefert und durch eine Mauerwerksöffnung in das Obergeschoss des Auslieferungslagers befördert und anschließend geschichtet. Oft kommt die Ware frühmorgens an, wird nach oben verbracht und muss noch am selben Tag wieder zum Lieferrn nach unten gebracht werden.

Als auch die Fläche im Auslieferungslager Villach-Lind schließlich zu klein wird, beschließt man den Grundstücksankauf an der Kreuzung Richtstraße/Handwerksstraße in Villach-Auen. Der Bau eines neuen Gebäudes wird aus eigener Hand finanziert. Wiederum ist eine Wohnung für Mitarbeiter Teil der Lokalität. Im Winter 1980 wird das Gebäude fertiggestellt und bezogen. Neue Mitarbeiter müssen beim Umzug bereits Hand anlegen. Die Ehefrauen der Mitarbeiter reinigen alljährlich die gesamte Fläche von oben bis unten – und das am Wochenende!

Aus technischer Sicht hat die Stotmeister + Co. Farben und Baustoff K.G. die Nase dank durchdachter Anschluss-Detailzeichnungen für Architekten und Ausführende vorne. Fridolin Fluck, zuerst Konsulent und später verlässlicher Mitarbeiter in Weizen, entwickelt praxisnahe und verbindliche Planungs- und Produktlösungen. Sie sind offensichtlich so gut, dass Mitbewerber in den 1980er-Jahren branchenweit mit augenscheinlich identischen Kopien aufwarten. Egal, ob Thermodübel, Anschlussprofil, Fugendichtband, Sockelabschlussleiste oder Fensterbänke: Alles wird gnadenlos kopiert und nachgebaut.

Eine Neuerung bringen normierte Ausschreibungstexte, die von Planungsbüros zunehmend Verwendung finden. Sto spielt diesbezüglich relativ früh die

Bild rechts:
StoColor Farbtonfächer und Marke
Die ersten Farbtonfächer werden im gesamten Verkaufsgebiet verteilt und sind noch bis heute tönbar.

Betriebsausflug
Der Sto-Fuhrpark ist auch Ende der 1970er-Jahre noch sehr überschaubar.



stocolor system



StoColor System: Immer nahe am Menschen

Der Klassiker von Sto

Die Grundlage für dieses System bildet die visuelle menschliche Wahrnehmung. Dieser direkte Bezug zur emotionalen Seite der Farbe ist der Schlüssel zum StoColor System und zu seiner intuitiven Benutzung.

Die Basisfarben, der Systemaufbau und die Ausmischungsreihen lassen sich schnell erfassen. Die farbmetrische Katalogisierung bleibt stets diskret im Hintergrund und macht bei der Farbtönauswahl weder Vorgaben noch Einschränkungen. Dieses Minimum an Abstraktion, gepaart mit einem Maximum an Praxisorientierung, macht das StoColor System extrem anwenderfreundlich.

Ausgabe 877 / 978

Die Ausgaben 877 und 978 mit je 347 Farbtönen finden auch in Österreich Verbreitung. Sogar 45 Jahre später wird vom Designstudio berichtet, dass vereinzelt Anfragen von verarbeitenden Betrieben mit den Farbtönen dieser Edition gestellt werden.

Serie 10.000/11.000

Die Edition von 1988 wird bereits stark an das NCS-Farbtönsystem angeglichen. Viele Farbtöne stimmen mit Codes des international anerkannten Systems überein. Neben den dreieckigen Farbtonfächern werden auch Farbkarten in DIN A4 aufgelegt.

Serie 20.000/21.000

Starke Verbreitung findet der Doppelfächer dieser Auflage, die sich besonders der Tönbarkeit von mineralischen Produkten widmet. Noch heutige Fassaden-Farbtonkarten erinnern in Nuancen an dieses System, obwohl die Abstufungen einzelner Reihen später präzisiert wurden. In die Einführung des Nachfolgers (System 30.000) werden bereits mehrere Millionen Euro investiert. Einzelne Produktfächer komplettieren das System.

1980er-Jahre: Vom Baushop zur Sto Ges.m.b.H. (Fortsetzung)

Rolle des Technologieführers. Die Texte werden in dem Dateiformat des verarbeitenden Computerprogramms auf 5,25-Zoll-Disketten kopiert und durch den Außendienst direkt in die Geräte der Planer und Architekturbüros eingespielt. Dadurch hält man direkten Kontakt und bekommt Zugang zu den besten Büros des Landes.

Am 25. Mai 1983 wird die Stotmeister Ges.m.b.H. ins österreichische Firmenbuch eingetragen. Von da an laufen Vertriebstätigkeiten parallel durch zwei Unternehmensformen, jedoch mit derselben Postadresse.

Besonders in der zweiten Hälfte der 1980er-Jahre wächst die Nachfrage nach Sto-Produkten enorm. In der Verwaltung werden dringend Arbeitsplätze benötigt. Ein Zubau wird 1988 geplant und alsbald errichtet. Die betriebseigene Wohnung wird zugunsten von Büros aufgelassen. Die Sackgasse Handwerksstraße wird daher fast als exklusive Zufahrt für Sto genützt.

Nicht nur Detailzeichnungen und digitale Ausschreibungstexte machten Sto zum Technologieführer. Auch die Produktpalette wird stark erweitert. Die Preislisten wachsen von Vierseitern zu 40-seitigen Produktprogrammen im Vierfarbendruck und mit Themenregister. Neu sind Weiterentwicklungen der Dispersionsfarbe zu Dispersionslackfarben, Holzlasuren, Akustikputze und Schwedengewebe.

Auch die jeweiligen Geschäftsformen der einzelnen Länderorganisationen verändern sich. In Weizen folgt die Inbetriebnahme einer in Europa einmaligen hochmodernen Produktionsanlage für Kunstharzputze und Dispersionsfarben – kurz „Sto '80“ genannt. Der Meilenstein in der bisherigen Firmengeschichte erfolgt 1988: die Umwandlung des Familienunternehmens in eine Aktiengesellschaft. Stotmeister wird nun durch das Kürzel „Sto“ ersetzt. Fritz Stotmeister überträgt seinem Sohn Jochen die Geschäftsführung und wechselt in den Aufsichtsrat. Der Börsengang ist für 1992 geplant. ►

Bildstrecke rechts:
Eröffnung im Jahr 1981 in der Richtstraße 47
Unten im Bild links: Walter Kuttin im Gespräch mit Max Duttlinger aus Weizen.

1. Ausbaustufe 1981
Gesamtansicht der Gebäudestruktur, im 1. Obergeschoss war eine Wohnung untergebracht. Das Gebäude erhielt erst später einen Anbau hin zum Kreuzungsbereich.





1980er-Jahre: Vom Baushop zur Sto Ges.m.b.H. (Fortsetzung)

Besonders der Sto-Vollwärmeschutz bringt der neu gegründeten Sto Ges.m.b.H. enorme Umsatzzuwächse. Die Räumlichkeiten, die 1981 eröffnet wurden, werden alsbald zu klein.

Bauleiter Heinz Mitterer wird 1989 angestellt, mit ihm wird auch das hauseigene Planerservice StoDesign mitbegründet. Als bald folgen auch Entwürfe für eigene Gebäude. Stark im Trend ist nun, dass Gebäude an den Ecken abgefast werden. Fensterflächen müssen stets mit eingelegten Sprossen bestückt sein. Die Fassade wird zur Werbefläche.

Eine breite Diskussion um die Namensgebung der aus dem Boden schießenden Sto-Niederlassungen wird konzernweit geführt. Eine Zeit lang heißen sie Sto-Stützpunkte. Bald darauf einigt man sich auf den Begriff Sto Verkaufszentrum. Im Innenraum wird jede Fläche als Testfläche für neue Beschichtungen und deren Anpreisung angesehen. Oft haben Räume mit vier Wänden auch vier Farben und unterschiedliche Strukturen. Hauptsache, man kann zeigen, was man im Portfolio hat.

Kunden werden bei der Abholung ihrer Produkte oft mit Kaffee oder anderen Getränken empfangen. Viele nützen die kurze Einkehr, um sich über Produktneuheiten und deren Verarbeitung zu informieren. Dennoch wird der Einführmeister (frühere Bezeichnung des Sto-Anwendungstechnikers) täglich auf oft mehr als eine Baustelle geschickt, um Verarbeiter zu schulen oder hier und da Verarbeitungsfehler auszubessern.



1988 umgeplant
Bald werden die Büroräume im 1981 eröffneten Bürotrakt zu klein. Der Bürotrakt als auch die Lagerhalle erhalten Werbeaufschriften.

Bild rechts:
Stolit Carrara im Kunststoffgebäude
Mit Beginn der 1980er-Jahre wird allmählich von Blechgebüden auf 25-kg-/15-lt-Kunststoffgebüde umgestellt.



Stolit: Der organische Oberputz-Klassiker

Atmet der Putz wirklich?

Nicht alles, was atmet, hat eine Lunge oder Kiemen. Tatsächlich hat die menschliche Haut eine Atmungsfunktion, das bedeutet, es gibt einen Austausch von Sauerstoff und Kohlendioxid durch die Haut (Perspiration).

Die Fassade eines Hauses wird auch oft als „dritte Haut des Menschen“ bezeichnet, gleich nach der menschlichen Haut und der Kleidung, die wir alle tragen. Letztere trägt des Öfteren auch das Attribut „atmungsaktiv“.

Physikalisch beruht die Hautatmung auf Diffusion, also der ausgleichenden Molekularbewegung in Flüssigkeiten oder Gasen.

Besonders in den 1990er-Jahren wird das Thema „Feuchtetransport“ öffentlich diskutiert. In Mode kommen Oberputze, die „besonders“ dampfdiffusionsoffen sind.

Stolit „atmet“

Wasserdampfdurchlässigkeit ist das Schlagwort, wenn es um das Oberputz-Produkt Stolit geht. Gleichzeitig ist der organische Oberputz aber hoch wasserabweisend und witterungsbeständig. Die Marmorkörnung aus natürlichen Vorkommen sorgt für eine optimale Verarbeitung als Kratz-, Rillen- oder Modellierputz.

50 Jahre am Markt

Stolit ist bereits über 50 Jahre am Markt erfolgreich. Millionen Quadratmeter Putzfassade wurden ausgeführt. 2012 wird das Produkt in seiner Tönbarkeit und Witterungsstabilität durch eine neue Rezeptur noch verbessert. Die Qualität wird ammoniakfrei gestellt. Unverändert bleibt die Vorbeugung gegen Algen und Pilze dank eines verkapselten bioziden Filmschutzes.



Die 1990er: Aufbruchsstimmung beim Schrittmacher

Neue Produkte dank neuer Einkaufsquellen und neue Verkaufsgebiete im Süden dank zahlreicher Exportinitiativen bilden die Highlights der 1990er-Jahre.

Auf die Frage der Fachzeitschrift „Farbenkreis“, welche Ziele man sich gesteckt habe, antwortet Walter Kuttin wie folgt: „Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Schrittmacher zu sein für eine umweltbewusste, menschliche Lebensraumgestaltung. Deshalb wollen wir unser Leitbild ‚Bewusst bauen‘ am österreichischen Markt noch stärker etablieren.“ Gesagt, getan.

Am 4. September 1990 fusioniert der von Edmund Gruber und Walter Kuttin gegründete Baushop zur Stotmeister Ges.m.b.H. Neuer Gesellschafter ist die StoAG. Als Geschäftsführer wird Walter Kuttin ernannt. Am 3. März 1992 wird umfirmiert: Der Name Stotmeister wird gegen das Kürzel „Sto“ getauscht – die Niederlassung trägt dann den Namen Sto Ges.m.b.H.

Die Sto-Aktie wird ab dann in Frankfurt und Stuttgart gehandelt und entwickelt sich gut. In Weizen wird ein riesiges Logistikzentrum gebaut. 1995 feiert das Unternehmen sein 40-jähriges Bestehen, und pünktlich zum 70. Geburtstag von Fritz Stotmeister wird 1997 die Landmarke des Wutachtals eingeweiht: das K-Gebäude.

Anfang der 90er-Jahre fließen über drei Prozent des Umsatzes der Sto-Gruppe in die Entwicklung neuer Produktsysteme und Applikationsverfahren. Entsprechend diversifiziert sich das Produktportfolio, der Innovationsmotor läuft auf Hochtouren – nicht nur bei der Perfektionierung der Fassadendämmsysteme, bei denen die StoAG inzwischen zu einem weltweit führenden Hersteller aufgestiegen ist. So stellt das Unternehmen 1991



**Bauholding AG,
Spittal/Drau**
Sto-Produkt:
StoTherm Classic
Fertigstellung: 1993

Bild rechts:
**Unverwechselbare
Bildsprache**
Ganz besonders das
Großformat ist das Ziel
der neuen Werbekam-
pagne. Bald hängen im
ganzen Land
Gerüstpläne mit den
einzelnen Motiven.



Werbung mal anders machen, auffallend anders

Nicht nur sympathisch, sondern bewegend und motivierend

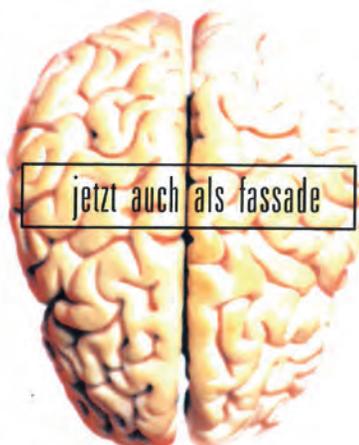
Die neuen Motive zeigen dazu Dinge, die von Sto keiner erwartet. Die aber die wichtigsten Sto-Vorteile zielgruppengenau auf den Punkt bringen. Hierzu bedient man sich spannender, verblüffender Vergleiche, die, wie jeder gute Vergleich, ebenso naheliegend wie überraschend sind: Das Gehirn steht für die Idee hinter Sto und die Innovationskraft rund um die Fassade. Die Wärmeflasche steht für die effiziente Sto-Wärmedämmung. Das Nashorn steht für die Robustheit der Sto-Beschichtungen. Der Bierkrug sagt: So ökologisch ist die Sto-Therm-Fassade 2000.

Medienplan mit Vision

„Ab Oktober 1996 werden die ersten Fachzeitschriften bei Verarbeitern und Planern für reichlich Gesprächsstoff sorgen“, meint die Agenturbroschüre. „In großen Publikumsmedien erreichen wir erstmals den privaten Bauherrn direkt. Damit erschließen wir nicht nur eine neue Zielgruppe, sondern helfen auch dem Handwerk. Dorthin schicken wir alle, die sich für unsere Anzeigen interessieren. Denn der private Bauherr erhält auf Anforderung eine Liste mit qualifizierten Verarbeitern.“

Sich unterscheiden

Die von der Agentur Wüschner und Rohwer entwickelten Motive polarisieren. Warum sollten sie das? „Brav werden [von Marktbegleitern] ein paar Referenzobjekte im Abendlicht abgebildet, ein Eimer sagt, dass hier ein Farbenhersteller wirbt. Alle tun das gleiche, sagen das gleiche, meinen das gleiche – Austauschbarkeit, wohin man blickt. Was aber austauschbar ist, kann nicht erfolgreich sein. Darum setzen wir bei unserer Kampagne (...) auf den intelligenten Unterschied.“



Die 1990er: Aufbruchsstimmung beim Schrittmacher (Fortsetzung)

Holzschutz-beschichtungen auf Wasserbasis vor und ist entscheidend beteiligt an der Einführung silikonharzgebundener Putze und Farben.

StoDeco & StoDesign: Arbeiten Hand in Hand

Bereits 1989 wurde das Unternehmen StoPoraver GmbH gegründet, welches granuliertes Altglas zu witterungsbeständigen, leichten Fassadenelementen verarbeitet. 1992 wird die StoPoraver GmbH in die StoVerotec GmbH als 100-prozentige Tochter der Sto AG umgewandelt. Bis 1994 werden die Geschäftsfelder Architekturelemente, Fassade und Akustik entwickelt. Auch in Österreich entsteht 1993 durch das eifrige Zutun von Produktmanager Heribert Gruber und einem arbeitsamen Team in Ober-Grafendorf die StoDeco Werkstätte. Erste Objekte werden mit dem neuartigen Material Verofill ausgeführt. Doch nicht ohne Zutun einer weiteren Fachabteilung.

Der 1989 eingestellte Bauleiter Heinz Mitterer begründet das StoDesign Studio Villach. Getreu nach deutschem Vorbild werden Farbseminare durchgeführt sowie Farb- und Materialkonzepte erstellt. Besonderes Augenmerk liegt vorerst auf dem Mehrwert durch Fassadendekoration. Die StoDeco-Werkstätte entwickelt gleichzeitig das Gießen und Abgießen von Zierelementen. Auch Profile werden durch Fräsen hergestellt, wobei das Grundmaterial von der StoVerotec GmbH in Lauingen (Deutschland) importiert wird.

Sto-Glocknerweiß: Beliebt wegen seiner außergewöhnlichen Deckkraft

Als ein Projekt der Regionalisierung wird Anfang der 1990er-Jahre im benachbarten Bayern das Sto-Bayernweiß eingeführt. Die Produktetikette zeigt neben dem Umweltzeichen im Hintergrund eine Bergkette. „Könnte man das auch in Österreich machen?“, lautet alsbald die Anfrage aus Villach. Dank des Österreich-Fans Eberhard Gantner bei der StoAG wird Sto-Glocknerweiß in Österreich eingeführt. Der vorher stattgefundene Namensworkshop mit Eberhard Gantner und Alois Mauhart bleibt unvergessen: Es wurde zwischen Palettenweiß und anderen, eher unvorteilhafteren Namensvariationen bei einem Gläschen Wein entschieden. Wiederum zielt ein Berg die Etikette: der 3.798 m hohe Großglockner, der höchste Berg Österreichs. Vor allem durch die hohe Deckkraft wird die Innenfarbe von Kunden sehr geschätzt.



Sto-Glocknerweiß
Besonders wegen seiner hohen Deckkraft war die Farbe bei Kunden sehr beliebt.



**Fest der Farben
anlässlich 25 Jahre
Sto in Österreich**
Walter & Helga Kuttin
mit Fritz Stotmeister im
Festzelt.

**25 Jahre Sto in Österreich –
ein Grund zum Feiern**

1995 feiert Sto in Österreich sein 25-jähriges Bestandsjubiläum. Das erste „Fest der Farben“ findet auf dem Gelände des gerade errichteten Verkaufszentrums in Villach auf der gegenüberliegenden Straßenseite statt. Bisherige Logistikbereiche werden in Verwaltungsbüros und einen Vortragssaal umgewandelt. Die neu geschaffenen Bereiche werden auch dringend benötigt, denn alsbald wird die Sto-Silotechnik als Verkaufsmultiplikator eingesetzt. Doch auch das Verkaufsgebiet der Sto Ges.m.b.H. erweitert sich ab 1997 nach Süden.

**StoCretec-Produkte für
Betoninstandsetzung und Bodenbeschichtung**

Bereits 1992 wird die Marke StoCretec eingeführt. Doch erst 1996 erfolgt seitens der StoAG die Umwandlung in eine eigenständige Gesellschaft. StoCretec wird 100-prozentiges Tochterunternehmen der StoAG. Auch Österreich startet in der Zeit zwischen 1992 und 1996 mit dem Vertrieb der Betoninstandsetzungs-, Abdichtungs- und Bodenbeschichtungsprodukte. Das einst höchste Gebäude am Wienerberg – das sogenannte Philips-Hochhaus am Wienerberg – wird mit StoCretec-Produkten instandgesetzt. Das Gebäude gilt als erster Spannbetonhochbau Österreichs und ist mittlerweile unter Denkmalschutz des Bundesdenkmalamtes. 2016 wird das Gebäude in ein Wohngebäude

umgestaltet und erhält auch eine Innendämmung von Sto. Auch das Malerhandwerk erkennt die Chance in Bezug auf Betoninstandsetzung. Denn als Spezialist für den Schutz und die Gestaltung von Gebäudeoberflächen ist der Maler prädestiniert, Fassaden von vornherein gegen die Witterung und schädliche Umwelteinflüsse zu schützen.

Wie man die Spannung erhält.

9. Mai 1969: Wien: Philips feiert die Fertigstellung des ersten Spannbetonhochbaus in Österreich. Das heißt, die eingesetzten Betonplatten wurden durchgehend vorgespannt. Eine Technik, die man vorher nur zum Brückenbau einsetzte.

2. November 1969: Der Beton zeigt Risse. Eine gründliche Sanierung steht an. Weil Spannbeton höher belastet ist, stellt man besonders hohe Ansprüche an die nicht-überbrückenden Eigenschaften des Sanierungsmaterials. Zum Einsatz kommt das StoCretec System für Betoninstandsetzung und Betonschutz: Reprofilierung und anschließende Beschichtung mit dem elastischen StoCrete ES.

Schlußbeschichtung mit Iloxemittelarmem StoCryl V100. Bei 10.000 qm Sanierungsfläche ein gewichtiges Argument zur Schonung unserer Umwelt. Ohne Spannungen verlief das Management der Sanierung. Dafür garantierte, nach der Diagnose durch die StoCretec Technik-Spezialisten, die Sto Objektberatung gemeinsam mit der Planungsgruppe.

10. Mai 1990: Das Philipshaus ist nach nur sieben Monaten saniert. Was Philips ganz entgegen zur Kenntnis nahm. Mehr über spannende StoCretec Systeme in der Broschüre »Betoninstandsetzung/Bodenbeschichtung«. Bitte anfordern.

StoCretec

**Philips-Hochhaus,
Wienerberg, Wien**
Die erste Fassade mit
Spannbeton wird mit
StoCretec-Produkten
instandgesetzt und
danach in Fachmedien
präsentiert.

Die 1990er: Aufbruchsstimmung beim Schrittmacher (Fortsetzung)

VHF und weitere Fassadendämmsysteme

Aus der Entwicklung der StoVerotec GmbH heraus entsteht 1993 ein völlig neues Fassadensystem: die StoVerotec Fassade 2000. Kernstück ist die Verotec-Platte, die beidseitig armiert, unbrennbar und somit widerstandsfähig gegen mechanische Belastungen und unempfindlich gegen Umwelteinflüsse ist.

Der Zuschnitt erfolgt mit einem Messer, die Kantennachbearbeitung mit dem Schleifklotz. Im fugenlosen, hinterlüfteten Fassadensystem erweitert sich die Platte zusätzlich als feuchtigkeitsunempfindlich und dehnungsarm. Durch die Verbindung mit einer zunächst weichen Holzunterkonstruktion entstehen keine Zwängungsspannungen.

Als Innovation gilt das 1996 eingeführte Fassadendämmsystem StoTherm Solar, eine transparente Wärmedämmung, die nicht nur Energieverluste minimiert, sondern erstmals auch Sonnenenergie als Wärmeeintrag über die Fassade nutzbar macht.

1999 wird der Verkauf des ökologisch vorbildlichen Dämmsystems StoTherm Cell gestartet. Es setzt neue Maßstäbe hinsichtlich Verarbeitung und Formstabilität.



StoVerotec Fassade 2000: Recycling an der Wand

Das hinterlüftete Fassadensystem mit Wärmedämmung, bauphysikalische, ökonomische und ökologische Vorteile haben, ist unbestritten. Wenn aber ein Hersteller von WDVS-Systemen, der sich (umwelt-) Bewusstes Bauen auf die Fahnen geschrieben hat, ein neues hinterlüftetes Fassadensystem entwickelt, dann kommt dabei gleich ein doppelter ökologischer Vorteil heraus. Nicht nur der sparsamere Energiever-

brauch und die geringere Schadstoffbelastung der Luft. Die natürlichen Ressourcen der Erde sind begrenzt, ihre Deponieplätze auch. Andererseits werden in unserer Gesellschaft immer mehr Rohstoffe verarbeitet, die am Ende immer größeren Mengen von Haushalts- und Industrieabfällen bilden. Um unsere Rohstoffverfälle zu schonen und die Umweltbelastung zu mindern, müssen wir umdenken und wiederverwertbare Rohstoffe in neue Produkte umsetzen. Aus dieser Aufgabenstellung heraus entwickelte die Sto-Forschung die Verotec-Trägerplatte.

Alles an der Fassade
Die Verotec-Platte besteht ebenso wie die StoDeco-Profil- und Deco-Platten 2000 zu 96% aus Angles-Aus-Recyclingglas und in einem besonderen Verfahren Blähglasgranulat gewonnen. Zuschlagstoffe wie ein spezielles Epoxidharz als Bindemittel und beidseitig armiertes Glasgewebe machen die restlichen vier Prozent aus. Die so entstandene Platte weist außergewöhnliche Eigenschaften auf. Sie ist leicht, unbrennbar, dauerhaft. Sie ist widerstandsfähig gegen mechanische Belastung und unempfindlich gegen Umwelteinflüsse. Und sie lässt sich einfach und problemlos verarbeiten. Der Zuschnitt kann mit einem Messer erfolgen, die Kantennachbearbeitung mit dem Schleifklotz.

Alles Eigenschaften, die diesem neuen Werkstoff zu einem besonders geeigneten Material für Trägerplatten machen.

Hinterlüftetes Fassadensystem
StoVerotec-Platten aus Angles – zwölf Millimeter stark und 80 x 120 cm groß – sind die Basis der fugenlos verputzten, hinterlüfteten Fassade. Das System ist schlag- und rüttel-, feuchtigkeitsunempfindlich und dehnungsarm. Durch die Verbindung mit der weichen Unterkonstruktion entstehen keine Zwängungsspannungen. Gedämmt wird die Fassade in herkömmlicher Weise mit Mineralwollplatten, be- und erfüllt über gleiche Lüftungspalte. Die Trägerplatte, mit Edelstahlschrauben auf der Lattenrost-Unterkonstruktion befestigt, wird mit Gewebe und Armerungsputz armiert.

Für die fugenlose Schlüsselbeschichtung eignen sich besonders Putze auf Kunstharz- oder Silikonharzbasis.

Die unterschiedlichen Putzstrukturen in Verbindung mit den 360 Farbönen des Sto-Color-Systems ermöglichen vielfältige und auch gestalterisch anspruchsvolle Lösungen.
Sto Ges.m.b.H.
9500 Villach

Neue Mietstation GEMBA GmbH

Die Gemba Maschinenhandels GmbH, der Spezialist für Dachdecker- und Baunebengewerbe, erweitert seinen Dienstleistungsbereich durch eine neue Mietstation. Neben der Vermietung von Schrägbauführungen und den kompakten ALP-Personen- und Montageleitern wurde das Programm durch die moderne Gelenkarm-Personenhubbühne ABT 13/15 K mit einer Arbeitshöhe von 15 m erweitert. Bei dieser Hubhöhe kann durch die integrierte Teleskopstange eine seitliche Arbeitsweite von 0,5 m erreicht werden. Stabile Sicherheit bei 200 kg Tragfähigkeit ist in jeder Arbeitsposition gewährleistet. Selbstverständlich wird bei Bedarf der Zu- und Abtransport kostengünstig durchgeführt.

Falls geringe Platzverhältnisse oder Arbeiten in Innenräumen den Einsatz einer großen Hubhöhe nicht zulassen, helfen Ihnen die ALP-Personenleitern viel Zeit und damit Geld zu sparen. Die preiswerten Gemba-Mietgeräte mit einer Arbeitshöhe von 9 m für Arbeiten auf engstem Raum können sogar durch Türen mit einer Breite von nur 0,7 m transportiert werden.

Die Mitarbeiter der Gemba GmbH in 1120 Wien, stehen Ihnen für eine Beratung jederzeit gerne zur Verfügung.

24 10/93

StoVerotec Fassade 2000: Recycling an der Fassade
Redaktioneller Beitrag im „Farbenkreis“, Oktober 1993.



**Volksschule
Völkendorf, Villach**
Sto-Produkt:
StoVentec Fassade
Fertigstellung:
September 1998



**Verwaltungsgebäude
der Allgemeinen
Versicherungsan-
stalt, Wien**
Sto-Produkte: StoCrete
TK, StoCrete TH 200,
StoCrete TG 202,
StoCrete TF 200,
StoCryl V 100
Fertigstellung:
1995



Bild links:
**Kleine Konzerthalle
der „Vatroslav
Lisinski“, Zagreb, HR**
Sto-Produkte: StoSilent
Panel 2000, StoSilent
Board, Sto Silent Reflex
Fertigstellung:
Dezember 1997



Bild rechts:
**Moschee Ensar,
Zenica, BIH**
Sto-Produkte:
StoVentec
Putzträgerplatte
Fertigstellung:
1998

Ab in den Süden: Exportgeschäft geht los



Erste Partnertagung 1997

Mit der Einstellung von Jürgen Angermeier als Produktmanager werden seit 1993 neue Vertriebskanäle für Beschichtungen mit Sto-Produkten erschlossen. Zunächst wird der in Slowenien gut vernetzte Architekt Tihomil Kreitmayer angeworben. Erste Projekte bahnen sich bald an.

1998 werden Handelsbeziehungen mit dem Vertriebspartner Terin d.o.o. in Rijeka und STC d.o.o. in Zagreb aufgenommen. Auch in Slowenien vertriebt der Vertriebspartner Pegas d.o.o. aus der Hauptstadt Ljubljana heraus Sto-Produkte. Karl Sitter und Tihomil Kreitmayer übernehmen entsprechende Vertriebsfunktionen. Erst später werden sie von Harald Heuwieser im Projektgeschäft unterstützt.

Die Marktaufbereitung für die Exportländer am Balkan verläuft aber schleppend. Marktbegleiter sind bereits mit eigenen Produktionsstätten vor Ort tätig. Außerdem mangelt es an Kaufkraft.

Doch sobald die ersten prestigeträchtigen Projekte umgesetzt sind, geht es Schlag auf Schlag im Objektgeschäft. Jedes Jahr werden auf der Partnertagung neue Projekte präsentiert.

In Bosnien und Herzegovina werden Handelsbeziehungen mit Bojorad d.o.o und Percon d.o.o. ausgehandelt. Gifiks d.o.o. wird als Partner in Serbien und später Alpos d.o.o. in Mazedonien angeworben.

Die Sto Ges.m.b.H. setzt in den 1990er Jahren verstärkt auf das Exportgeschäft. Natürlich ist man von der Gründung einzelner Niederlassungen noch weit entfernt. Zunächst muss erst das Objektgeschäft gestärkt werden. Doch zahlreiche Initiativen sind gesetzt, um die richtigen Partner für den Verkauf von Sto-Produkten zu finden.



2000–2010: Revolutionäre Sto- Produktfunktionalität

Erste funktionelle Fassaden- und Innenraumfarben werden in das Produktprogramm aufgenommen. Im Export erreicht das Objektgeschäft eine neue Dimension. Walter Kuttin übergibt die Geschäftsführung an Walter Wiedenbauer und wird zum Export-Berater für die StoAG.

Grundlage für die Implementierung ist zunächst eine weitere Anpassung in der Unternehmensstruktur. Mit der Gründung des Sto-InfoCenters in Villach wird dem Bedarf an Kommunikation entsprochen. Im Jahr 2000 eröffnet Sto einen neuen Bürotrakt, der als Sitz der InfoCenter-Abteilung, des Produktmanagements, von StoDesign und der Geschäftsführung fungiert. Walter Kuttin berichtet in einem Zeitungsinterview vom rasanten Wachstum: „Vor genau 30 Jahren war ich der einzige Mitarbeiter

von Sto in Österreich. Innerhalb von 15 Jahren haben wir den Umsatz auf 3,63 Mio. Euro geschraubt. Weitere 15 Jahre später erwirtschafteten wir das Zwölfwache.“ Trotz der rückläufigen Entwicklung am österreichischen Bausektor verbessert die Sto Ges.m.b.H. ihren Umsatz von 1999 auf das Jahr 2000 um 13 Prozent auf 42,22 Millionen Euro. Das Grundmuster des Erfolges von Sto ist im Prinzip ganz einfach: Es ist die Arbeit mit Menschen, die eine ganz klare Vision für ihre



2000 wird der Sto-InfoCenter eröffnet

Im ersten Obergeschoss des Neubaus arbeiteten Produktmanagement und InfoCenter eng miteinander zusammen.



Lotus-Effekt im Schlammtest vorgeführt
v.l.n.r.: Alexander Schauerl, Prof. Dr. Wilhelm Barthlott, Bernhard Schrammel.

Leistung vor Augen haben. Darüber hinaus die Ehrlichkeit, die Freundlichkeit, das Verständnis und der Wille, diese Werte mit und für die Kunden zu leben, die ausschlaggebend für den Aufstieg sind.

Katalysator, der für die Photokatalyse das Kunstlicht von Glühlampen oder Leuchtstoffröhren nutzen kann. Bisher konnte die Photokatalyse nur mit Hilfe des UV-Anteils des Sonnenlichts gestartet werden.

StoLotusan: Schmutz perlt mit dem Regen ab

2003 erwirbt die StoAG die Ispo GmbH. Die aus der Ispo Putz- und Farbenwerk (früherer Eigentümer Dyckerhoff AG) hervorgegangene Firma ist bekannt für den Putz Ispolit als auch den in grüne Gebinde abgefüllten Putz Lotusan. Das Übertragen von Naturphänomenen auf die Technik eröffnet in vielen Bereichen revolutionäre Funktionalitäten und so die Chance, Produkte mit ganz neuen Qualitäten zu konzipieren. Lotusan, jene Fassadenfarbe, die auf dem Prinzip analog der Reinigung eines Lotus-Blattes basiert, vereint bereits Erkenntnisse der Wissenschaft und der Bionik in einem Produkt.

Diesen erfolgreichen Weg geht Sto konsequent weiter – beispielsweise mit dem Fassadenputz StoLotusan, der den Selbstreinigungseffekt auch ohne zusätzlichen Farbanstrich bietet und im Zusammenspiel mit Fassadendämmsystemen besonders wirtschaftlich ist. Zusatzfunktionen bietet auch die Innenfarbe StoColor Climasan. Sie nutzt den Effekt der Photokatalyse. StoColor Climasan aber kann noch mehr: Die Innenfarbe baut Gerüche und Schadstoffe in der Raumluft ab. Die bahnbrechende Entwicklung dabei ist ein

Änderungen in der Geschäftsleitung

2005 gibt es eine Änderung in der Geschäftsleitung: Der Firmengründer Walter Kuttin ist fortan als Area Manager der Verkaufsregion Südosteuropa tätig, die Geschäftsführung der Sto Ges.m.b.H. übernimmt Walter Wiedenbauer. Gefeiert wird

Lotusan im Jahr 2003
Eingeführt wird das Produkt in grünen Gebinden.



2000–2010: Revolutionäre Sto-Produktfunktionalität (Fortsetzung)

dieser Schritt mit allen Mitarbeitern und Partnern bei einem festlichen Abend im Congress-Hotel Salzburg im Frühjahr.

Naturstein bei Sto

Mit dem Kauf der Hemm GmbH & Co. KG erhält die StoVerotec GmbH im Jahr 2006 eine eigene Tochtergesellschaft, die das Leistungsspektrum der Lauinger im Bereich der vorgehängten hinterlüfteten Fassadensysteme um Natursteinprodukte ergänzt. Die in HemmStone GmbH umbenannte Gesellschaft in Kirchheim bei Würzburg betreibt ein Natursteinwerk mit eigenen Steinbrüchen mit Muschelkalk.

Interessengemeinschaft Passivhaus mitbegründet

Besonders bemüht sich Produktmanager Robert Hetzl-Hartdegen darum, das Konzept des Passivhauses bekannt zu machen. Er wird Teil des Vorstandes der neu gegründeten Interessengemeinschaft Passivhaus, deren Gründungsmitglied auch die Sto Ges.m.b.H. ist. Die Idee: ein zertifiziertes Baumodell für Wohnhäuser zu etablieren, das einen ausgeglichenen ökologischen Fußabdruck hinterlässt, sprich den Heizenergieverbrauch minimiert. Entsprechende Produkte werden als Passivhaus-geeignete Komponenten angeboten,

beispielsweise das hagelfeste Dämmsystem StoTherm Classic.

Der Erfolg der Bemühen wird vor allem im Westen Österreichs sichtbar, wo ganze Wohnhausanlagen nach dem Konzept des Passivhauses errichtet werden.

Rekonstruktion Barok, Tuzla, BIH
Sto-Produkte:
StoTherm Classic,
StoDeco-Zierelemente
Fertigstellung: 2006



**Passivhaussiedlung
Lodenareal,
Innsbruck**
Sto-Produkt:
StoTherm Vario,
Fertigstellung: 2010



Der Krise wird getrotzt

2008 erfasst die weltweite Wirtschaftskrise auch Österreich und die Exportländer der Sto Ges.m.b.H., allerdings bleibt das Umsatzwachstum bis 2012 stabil. Hauptgrund dafür ist neben der konstanten Leistungsbereitschaft aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Errichtung einer neuen Produktionsanlage für pastöse Produkte in Villach. Hierzu wird in der Richtstraße 42 eine Halle gemietet, Mischer und Silos aufgestellt und ab sofort der Bedarf für Österreich und die Exportländer produziert. Neben einer Produktionsstätte in den USA und China ist damit Österreich die dritte Tochtergesellschaft der StoAG, die eine Produktionsstätte für Kernprodukte betreibt.

Ausgeweitet wird zunächst auch die Produktion von Recycling-Materialien, ein Verfahren, das bereits in den 1990er-Jahren entwickelt wurde und nun im großen Stil mit Rücklaufprodukten aus anderen Ländern abläuft. Als bald wird eine Zelthalle als Zusatzlager errichtet.

Traurige Nachricht im Jahr 2008

Leider verstirbt im März 2008 der langjährige Geschäftsführer und Begründer der Vertriebstätigkeiten von Sto-Produkten in Österreich, Walter Kuttin, im 68. Lebensjahr.

Der gesamte Mitarbeiterstamm stellt sich am Friedhof Spittal/Drau ein, um sich zu verabschieden.

Noch zehn Jahre später berichten Mitarbeiter davon, dass sie anlässlich einer Dienstreise nach Villach den Brauch pflegen, am Grab von Walter I, wie er oft genannt wird, vorbeizuschauen. Er wird jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter, die mit ihm gearbeitet haben, als Vorbild in Menschenführung in Erinnerung bleiben.



**Vorbild in
Menschenführung**
Walter Kuttin verstirbt
im März 2008.

Niederlassungen in Südosteuropa gegründet



Exportgeschäft wächst

Neben dem florierenden Objektgeschäft in Kroatien und Slowenien werden Bemühungen unternommen, Exportaktivitäten weiter im Süden zu stärken. Hierzu wird ein Netzwerk an Sto-Vertriebspartnern in Bosnien-Herzegowina, Serbien und Albanien aufgebaut.

Aufwendige Rekonstruktionsprojekte, gefördert mit Mitteln aus der Europäischen Union, werden mit Sto-Fassaden gestaltet. Besonders in bosnischen Städten wie Tuzla und Sarajevo floriert zunächst das Geschäft mit StoDeco-Zierelementen und -profilen. 2006 wird das Bosmal City Center im Herzen Sarajevos mit den markanten 23-stöckigen Doppeltürmen mit einer StoVentec-Fassade verkleidet.

Nicht nur Handels-, sondern auch Produktionsbeziehungen werden geknüpft. Nachdem die Sto-Verotec-Glasfassade des MP09 in Graz fertiggestellt worden ist, erlebt das vorgehängte, hinterlüftete Fassadensystem mit Glasapplikation im Objektbereich einen gewaltigen Schub, der nur mit Hilfe von bosnischen Lieferanten zeitgerecht abgearbeitet werden kann.

Partnertagung 2011
Tagungsteilnehmer,
Vertriebspartner und
Mitarbeiter.

Sto-Produkte bewähren sich in den Balkanländern auf besondere Art und Weise. Einerseits finden sie in der Rekonstruktion von Gebäuden eine breite Anwendung. Andererseits erfreuen sich Planer und Verarbeiter an der guten Qualität und dem Service von Sto - ganz besonders aber am Engagement der jeweils lokalen Verkaufsteams.



Die nächsten 10 Jahre Sto vergehen wie im Flug

Eine Veränderung im Leitbild motiviert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Produktvorteile von Sto in ihrer Kommunikation zu etablieren. StoColor Dryonic, StoSignature Exterior und StoSustain R bewegen als Innovationsmotor. Auch in der Vertriebsstruktur gibt es Veränderungen.

Um dem im Sto-Leitbild verankerten Anspruch gerecht zu werden, „Technologieführer für die menschliche und nachhaltige Gestaltung gebauter Lebensräume“ zu sein, bedarf es einer intensiven Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Mit innovativen Lösungen und Produkten sowie der stetigen Kompetenzerweiterung ist es Sto in den vergangenen Jahren gelungen, bestehende Beziehungen zu Marktpartnern auszubauen und neue Märkte beziehungsweise Kundengruppen zu erschließen.

Innendämmung als neues Produktsegment

Als Meilenstein in der Produktentwicklung kann die Einführung der innovativen Innendämmsysteme StoTherm In Comfort mit der feuchtigkeitsregulierenden Wärmedämmplatte aus natürlichem Perlit im Jahr 2010 und StoTherm In Aevero mit einer sehr dünnen und hochwärmedämmenden Platte auf Aerogel-Basis im Jahr 2011 betrachtet werden.



Farbenpower-Fest 2011.

v. l. n. r.: Walter Wiedenbauer, Bürgermeister Helmut Manzenreiter, Helga Kuttin.



MP09, Graz
Sto-Produkte:
StoVerotec Glass
Fertigstellung: 2009

Erstmals die Milliarde-Schilling - Umsatzgrenze erreicht

Aufgrund des beständigen Umsatzwachstums erreicht die Sto Ges.m.b.H. die im Businessplan verankerten Zielvorgaben rasch und überschreitet die Schallmauer von 1.000 Millionen Schilling (73 Millionen Euro) im Jahr 2011. Das wird mit dem Farbenpower-Fest im Congress Center Villach mit allen Mitarbeitern gefeiert.

Aus dem Sto-InfoCenter wird Kommunikationsabteilung

Die Abteilung für Kommunikation und strategisches Marketing entspringt aus der Abteilung InfoCenter, nachdem der langjährige Mitarbeiter Edmund Gruber 2011 aus dem Unternehmen ausgeschieden ist. Seine Kompetenz ist nicht durch lediglich einen neuen Mitarbeiter zu ersetzen. Seit 2011 befasst sich eine ganze Abteilung mit den diversen und stark wachsenden Kommunikationswegen – parallel mit der Organisation des StoDesign-Studios. Letzteres bearbeitet seit 2011 bis zu 900 Farb- und Materialkonzepte im Jahr.

VerkaufsCenter Wien im Passivhausstandard

Sto entschließt sich dazu, das Bürogebäude mit 35 Arbeitsplätzen am Standort Wien-Liesing in

Passivhausbauweise zu errichten und zertifizieren zu lassen. Das im Mai 2012 eröffnete, dreigeschossige Sto-VerkaufsCenter in Wien wird für sein innovatives Energiekonzept von der Klimaschutzinitiative des österreichischen Lebensministeriums klima:aktiv mit der Klima-Goldmedaille ausgezeichnet. Bei der Realisierung des im Passivhausstandard errichteten Gebäudes kommen das vorgehängte hinterlüftete Fassadensystem StoVentec Glass und – in bauphysikalisch kritischen Bereichen – ein Innendämmsystem zum Einsatz. StoCretec Bodenbeschichtungen, diverse Sto-Innenbeschichtungen sowie die Kühl-, Heiz- und Akustikdecke StoSilent Cool tragen ihren Teil zur Höchstwertung bei.

Sto VerkaufsCenter Wien im Passivhausstandard errichtet
Über den Winter verbraucht das Gebäude die Heizenergie von 312 Teelichtern.



Die nächsten 10 Jahre Sto vergehen wie im Flug (Fortsetzung)

Produktneuheiten im Segment VHF und harte Beläge

Im Jahr 2013 gelingt es Sto, vorgehängte hinterlüftete Fassadensysteme durch integrierte Photovoltaik-Module in ertragreiche Stromlieferanten zu verwandeln. Die beiden Systeme StoVentec ARTline Invisible (unsichtbar befestigt) und StoVentec ARTline Inlay (mit Schienenbefestigung) kombinieren moderne Dämmstandards mit der aktiven Energieerzeugung und erfüllen gleichzeitig höchste ästhetische Ansprüche.

Im Jahr 2013 kommt ein zweites Natursteinwerk hinzu: Mit 1. Jänner übernimmt Sto die Natursteinindustrie Johann Neumeyer & Briggl im oberbayerischen Eichstätt, einen führenden Hersteller von Jura und Solnhofer Kalkstein. Vor allem die Produktionsmöglichkeiten für dünne Natursteinplatten sind für die Sto-Gruppe von Bedeutung.

StoColor Dryonic: Schneller trocken, länger sauber

Von einem kleinen Insekt, dem Nebeltrinker-Käfer aus der Namibwüste Westafrikas, ließen sich die Forscher bei der Entwicklung einer neuen, äußerst wasserabweisenden Fassadenfarbe inspirieren, die 2015 auf den Markt kommt und zugleich Deutschlands erste CO₂-neutrale Fassadenbeschichtung ist: StoColor Dryonic führt das Regen- und vor allem

das Tauwasser aufgrund ihrer mikrostrukturierten Oberfläche gezielt ab und sorgt für eine trockene und dadurch saubere Fassade.

Innenraumprodukte relauncht

Im Innenraum entwickelt Sto gleichzeitig ein neues mineralisches Putzsystem zur Feuchteregulierung, das in seiner Fähigkeit, Feuchtigkeit schnell aufzunehmen und wieder abzugeben, selbst Lehmputze um mehr als 30 Prozent übertrifft. Das

**Testfassade
StoSystain R**
Am TechnikCenter wird
2017 die erste
Testfassade appliziert.





StoSystain R feiert Premiere
Walter Wiedenbauer montiert symbolisch die erste Putzträgerplatte auf den Befestigungselementen.

StoCalce-Functio-System besteht aus einem Regulier-Unterputz, einem Funktionsspachtel und zwei Deckputzen. Abgerundet wird die Produktreihe durch Kalk- und Silikatfarben, edelste Marmor-Kalkspachtel sowie Regulier- und Oberputze auf mineralischer Basis, die aufeinander abgestimmt sind und so ein optimales Feuchtigkeitsmanagement im Raum übernehmen – egal, ob es sich um Neubauten oder Bestandsgebäude handelt.

Zudem wird das Segment Akustik mit vier Systemen für unterschiedliche Anforderungen neu aufgestellt. Das fugenlose Plattensystem StoSilent Distance ermöglicht als abgehängte Decken- und Wandverkleidung fugenlose Flächen bis 200 Quadratmeter. Für eine direkte Montage an Wänden und Decken ist das fugenlos verlegbare System StoSilent Direct mit Sandwichplatten aus Steinwolle und Blähglasgranulat konzipiert.

Das variable Deckensegelsystem StoSilent Modular eignet sich ideal für die nachträgliche Montage in bereits genutzten Räumen. Und in Räumen, in denen abgehängte Verkleidungen nicht möglich sind, kommt das formflexible Putzsystem StoSilent Compact zum Einsatz.

Naturstein-Portfolio erweitert

HemmStone und Neumeyer & Briggl fusionieren im Januar 2015 zur VeroStone GmbH mit Hauptsitz in

Kirchheim. Das Tochterunternehmen der Verotec GmbH (Lauingen) bietet ein gemeinsames Produktportfolio für Architekten, Landschaftsplaner und Steinmetze an. Mit Muschelkalk, Jura und Sandstein aus eigenen Steinbrüchen und mit kompetenter Beratung setzt VeroStone die rund 130-jährige Erfahrung der Unternehmen im Dialog mit den Planern fort.

StoSystain R: Kletten statt Kleben

2017 wird auf der internationalen Fachmesse „Bau“ in München das revolutionäre Fassadensystem StoSystain R präsentiert. Vorarbeit dafür wird in Österreich geleistet, indem man die TU Graz mit dem Forschungsprojekt „Facade4zeroWaste“ beauftragt.

Die Forschungsergebnisse fließen in die weitere Entwicklungsarbeit des Systems ein. Erste Testfassaden werden noch im selben Jahr erfolgreich abgeschlossen. Die wegweisende Klettfassaden-Technologie entspricht den zukünftigen Anforderungen an die Baubranche bezüglich Recyclingrate von Baustoffen, die von der EU zwingend vorgegeben werden.

Das System wird der Öffentlichkeit in einer äußerst spektakulären Veranstaltung am Wolfgangsee präsentiert. Die über 500 Anwesenden erfahren aber noch mehr, wie wir gleich lesen werden.

Die nächsten 10 Jahre Sto vergehen wie im Flug (Fortsetzung)

StoSignature und StoBrick werden vorgestellt

2017 wird die neue kreative Putzoberflächen-Matrix StoSignature am Markt ausgerollt. Die zahlreichen Innen- und Fassadenoberflächen sorgen für Unverwechselbarkeit und folgen dem Trend hin zur Individualität. Jährlich wird die Putzmatrix seitdem erweitert. Im ganzen Verkaufsgebiet greifen Planer und Ausführende auf das Know-how von über 50 Jahren Markterfahrung bei Sto zurück.

2018 erwirbt die seit 2014 als StoSE firmierende Muttergesellschaft den Klinker- und Keramikproduzenten Ströher GmbH in Deutschland. Das Klinkerfliesen-Produktprogramm wird mit der neuen Lieferverfügbarkeit massiv erweitert. Über 40 Steine in drei Formaten werden in diversen Abendveranstaltungen vom neu gegründeten Spartenvertrieb und dem bewehrten Breitenvertrieb präsentiert. Die leichte Verarbeitung der hochwertigen Verkleidung wird an zahlreichen Objekten umgesetzt.

Änderungen in der Vertriebsorganisation

Ein Spartenvertrieb wird auch für Sto-Cretec-Produkte sowie für Holzbau- und Industriekunden gegründet. Zielgruppen wie Handwerksbetriebe für Zimmerei oder auch ausländische Systemhausanbieter werden punktgenau angesprochen. Schon in

der Frühphase eines Projektes werden Produkte aus mehreren Geschäftsfeldern an den jeweiligen Objektplaner herangetragen. Insbesondere Umsätze bei StoCretec, aber auch an der Fassade legen kräftig zu.

**Privates Wohnhaus
in Graz**
Sto-Produkt:
StoSignature Exterior,
Besenzugoptik
Fertigstellung: 2018





**Wohnhausanlage
Vorgartenstraße,
Wien**
Sto-Produkte:
StoBrick Klinkerfliesen
Fertigstellung: 2019

Produkte durch Nachhaltigkeitsstrategie beeinflusst

2018 und 2019 stehen ganz im Zeichen der Nachhaltigkeitsstrategie. Einzelne Produkte werden CO₂-neutral gestellt, die Boden- und Wandfarbe StoCryl BF 700/750M als emissionsfreie Beschichtung wird eingeführt. Dem Ruf nach Klimaschutz wird mit einer breiten Fassadenkampagne geantwortet.

Bionik-Kampagne wird gestartet

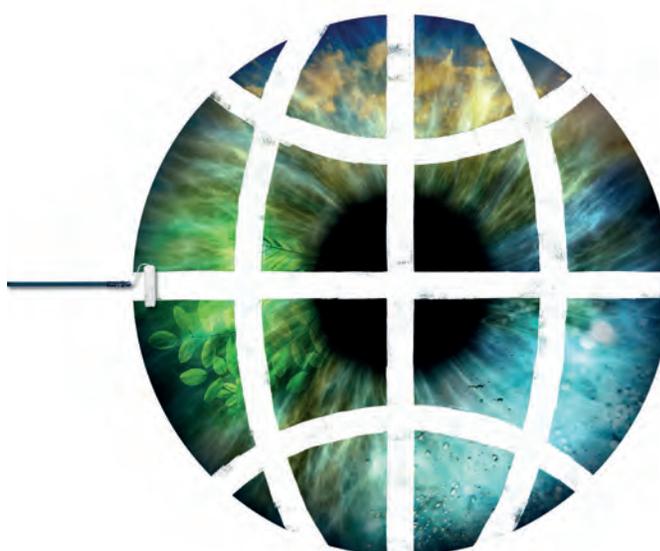
Nachdem Sto seit über 20 Jahren Bionik-Produkte vertreibt, erfahren die Beschichtungsprodukte eine neue Kommunikationsoffensive. Als Produktvorteil wird die strahlende Farbkraft, UV- und Witterungsschutz, sich selbst reinigende Oberflächen und ein längerer Lebenszyklus der Fassaden beschrieben. Sto vereint damit Wirtschaftlichkeit und Ökologie unter dem Motto „Bewusst bauen“.

Eben diese Markenaussage von Sto wird auch dazu verwendet, eine weitere international durchgeführte Kampagne zu initiieren, welche Entscheidungsträger zu qualitativem Bauen animieren möchte. Sto entwickelt Lösungen für den Gebäudebau und hat viele Jahrzehnte Erfahrung, die für eine hochwertige Ausführung elementar ist.

Neue High-Tech-Produktionsanlage geplant

2019 wird vom Vorstand beschlossen, am Standort Villach eine Produktionsanlage auf einer Fläche von über 8000 m² zu errichten. Die Anlage sollte binnen zwei Jahren errichtet werden und den Betrieb aufnehmen. Zu Redaktionsschluss dieser Chronik läuft die Planungsphase der Anlage.

Bionik
Die neue Fassadenkampagne steht ganz im Zeichen der Produktentwicklung nach dem Vorbild der Natur.



Exportbemühungen gegen Süden und Osten hin



Tiefer in die Regionen

Über den externen Handelspartner Harald Heuwieser gelingt der Aufbau eines Objektgeschäftes in Kirgistan und Tadschikistan. Gleichzeitig wird die Handelspartnerstruktur in Südosteuropa gestärkt.

Nach Kroatien und Slowenien wird die dritte Handelsniederlassung in Serbien 2019 gegründet. Mit Serbien verbindet die Sto Ges.m.b.H. eine lange Geschichte. Diverse Partnervereinbarungen mit lokalen Händlern gab es immer wieder, etwa mit der Kužet Trade d.o.o. aus Novi Sad. Im Jahr 2014 wird von Villach aus eine Marktstudie gestartet, deren Ziel es war, das wirtschaftliche Umfeld vor Ort genauer zu durchleuchten. DI Walter Wiedenbauer, Geschäftsführer der Sto Ges.m.b.H., und Erwin Truskaller, Leitung Vertrieb International/

Niederlassungsleiter Kroatien, leiteten einen kooperativen Prozess ein, der zu einer Reihe von erfolgreichen Partnerschaften in Serbien führte. „Unser langfristiges Ziel war schon damals eine eigene Niederlassung in Belgrad“, sagt Truskaller. „Zuerst mussten wir allerdings den Markt noch genauer beobachten und haben uns für einen Zwischenschritt entschieden.“

Sto etabliert sich zusammenfassend gesehen als der Anbieter mit der größten Breite an kreativen Beschichtungen und führenden Produkttechnologie. Aus einer gewachsenen Struktur sind über die Jahre ganze Fachabteilungen entstanden, die Hand in Hand zusammenarbeiten.

**Aussenministerium,
Skopje, MK**
Sto-Produkte: StoDeco
Element, StoDeco Line

Einzelne Aktivitäten von Handelspartnern setzen neue Maßstäbe, was den Export in weit entferntere Regionen angeht. So wird Ware vom Verkaufszentrum Villach über 6000 km in die weit entfernten Länder Kirgistan und Tadschikistan geliefert. Aber auch am südlichen Balkan brummt das Objektgeschäft.



Nachhaltiges Denken seit 50 Jahren

48 Nachhaltigkeit hat bei Sto in Österreich Tradition
52 Umweltfreundlich: Das Schlagwort der 80er-Jahre
54 Über die Erderwärmung nachgedacht: Die 90er
58 Nachhaltigkeitsinitiativen ab dem Jahr 2000
64 Nachhaltigkeit als Kernkompetenz verankert

Nachhaltigkeit ist bei Sto nicht nur Modewort. Bereits 1992 löst der Begriff das Eigenschaftswort „umweltfreundlich“ ab. Zuerst werden einzelne Initiativen gesetzt, später folgt strukturiertes Handeln entlang einer ausgeklügelten Nachhaltigkeitsstrategie. Diese wird auch in einem Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert.

Sto Verkaufszentrum Villach
Moderner Fuhrpark, Elektrotankstelle und Photovoltaik am Dach. Nicht im Bild: die StoClimate-Bienentankstelle nahe dem Mitarbeiter-Parkplatz und die Feinstaub-Luftfiltergeräte für die Richt- und Handwerksstraße.



Nachhaltigkeit hat bei Sto Österreich Tradition

Bereits seit mehr als 50 Jahren leistet Sto einen wertvollen Beitrag zum Klimaschutz.

Das Sto-Wärmedämmverbundsystem ist das älteste Österreichs – seit 1965 hält es das Innere von Gebäuden bei Wind und Wetter warm.

Von 1965 bis 2012 konnten durch den Einsatz von Sto-Wärmedämmverbundsystemen insgesamt 69 Milliarden Liter Heizöl sowie CO₂-Emissionen in Höhe von 214 Millionen Tonnen eingespart werden. Jährlich werden durch neue Fassadendämmung zusätzlich CO₂-Einsparungen von rund 15 Millionen Tonnen erzielt. Die nachfolgenden Berichte zeigen, wie tief der Umweltgedanke im Leitbild des Unternehmens verankert ist und wie stark sich Sto für umweltfreundliches Bauen einsetzt.

Kurz vor der ersten globalen Ölkrise 1973 präsentiert man dann den Sto-Vollwärmeschutz, bereits mit offizieller Zulassung vom Institut für Bautechnik. Die Verklebung und Armierung erfolgt mit dem zementvergüteten Sto-Betonspachtel, die Dämmplatten sind in der Regel nur drei Zentimeter dick, Stolit dient als Deckputz. Verarbeitungshinweise sind zunächst sehr einfach gefasst, auch gibt es noch wenig konkrete Anleitungen, wie mit Anschlüssen umzugehen ist. Sto reagiert schnell und entwickelt sichere Detaillösungen, schult die Verarbeiter und baut die Beratung stark aus. Die Nachfrage nach dem Sto-Vollwärmeschutz ist so groß, dass Lieferengpässe auftreten.

Bild rechts:
Joahim Gilberts (VB der NL Gelsenkirchen) und sein Bruder montieren ein Werbeschild am Haus am Galm
Quelle: StoAktuell, Jubiläumsausgabe 2005



Das Haus am Galm, die erste Fassadendämmung in Österreich

In Vorarlberg wird im Bereich des Montafon-Gletschers ein Gebäude gedämmt – das erste WDVS in Österreich – natürlich von Sto.



WVS-Langzeitbewährung in Vorarlberg: 20 Jahre Wind und Wetter getrotzt

Der Zahn der Zeit hat ihm nichts anhaben können, dem Wärmedämm-Verbundsystem. Auch nach 21 Jahren erfüllt die Wärmedämmung die Anforderungen der ÖNORM. Diese Feststellung traf die Versuchs- und Forschungsanstalt Wien, nachdem sie im Jahre 1990 Materialproben aus der Fassade eines Hochhauses in Feldkirch (Vorarlberg) auf ihre Funktionalität untersucht hatte.

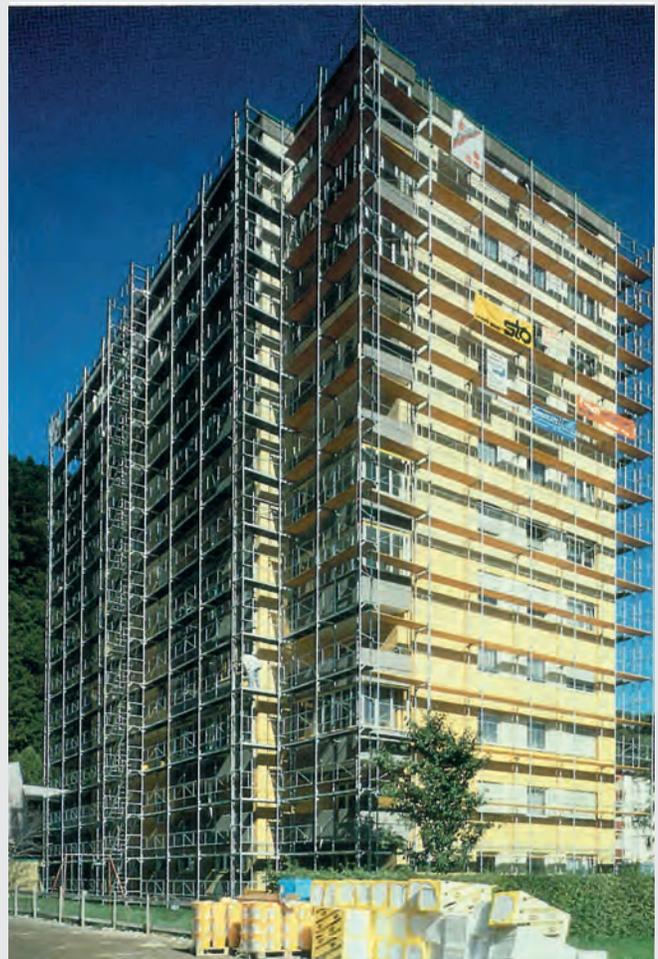
Stolit K 2 in der Farbe Grau beschichtet. Eine die damalige Zeit ausgesprochen fortschrittliche Entscheidung, die sich vor allen in den rauen Wintern des Vorarlpenlandes Jahr für Jahr bewährt hat.

Nach zwanzig Jahren zeigten sich an den Balkonbrüstungen leichte Betonschäden, die einer Sanierung bedurften. Außerdem wurde bei der Eigentümergemeinschaft der Wunsch laut,



Zur Vorgeschichte: Im Jahre 1969 wurde in der Mutterstraße 64 in Feldkirch ein elfgeschossiges Hochhaus mit Eigentumswohnungen errichtet. Die ganze Fassade wurde mit dem Wärmedämm-Verbundsystem K von Sto – heute StoTherm-Classic – ausgestattet und mit

bei dieser Gelegenheit die ganze Fassade optisch aufzufrischen. Das Sto-Design Studio entwarf dazu einen Farbgestaltungsplan, der mit abgestufter, nach oben hin abnehmender Farbigkeit dem Hochhaus optisch seine Schwere nahm.



Für die Anstricharbeiten ließ Malermeister Armin Fleisch aus Weiler das ganze Gebäude einrüsten. Obgleich Putz und Wärmedämmung von unten betrachtet vorher keine sichtbaren Schäden aufwiesen, nutzte die Sto Ges.m.b.H. die Gelegenheit, die Fassadenfläche eingehend auf ihren Zustand untersuchen zu lassen.

Am 16. August 1990 entnahm die Versuchs- und Forschungsanstalt der Stadt Wien zwei Probestücke des Wärmedämm – Verbundsystems mit einer Fläche von je 80x80cm. Die beiden Proben wurden in Höhe des 10. Stockwerks von der Südost- und der Südwestfassade entnommen, in einem Fassadenbereich also, der von der Witterung besonders stark beansprucht wird.

In Wien unterzogen die Materialprüfer diese Proben einer eingehenden Funktionsprüfung: Schlagregenfestigkeit, Wasseraufnahme, Frost-Tau-Wechselbeanspruchung nach der Wasseraufnahme, Wasseraufnahme nach der Frost-Tau-Wechselbeanspruchung, Haftzugversuche ... Die Ergebnisse dieser Prüfungen überzeugten, und so schlossen Obersenatsrat Prof. Dr. techn. B. Schütz, Leiter der Versuchs- und Forschungsanstalt, und Laboratoriumsleiter Senatsrat Dipl.-Ing. Dr. techn. K. Miedler ihren Prüfbericht mit dem Urteil ab:

„Zusammenfassend kann ausgesagt werden, daß, ausgenommen die aufnehmbare Schlagenergie, sämtliche Anforderungen der seit 1.12.1998 gültigen ÖNORM

Bericht über das
Hochhaus in
Lustenau, erstes
Wohngebäude mit
WDVS in Österreich
Magazin „Farbenkreis“,
Ausgabe 12/1992

Werbeeinschaltung
Magazin „Farbenkreis“,
Ausgabe 12/1996

B 6110 und ÖNORM B 6123 vom 21 Jahre alten, der Witterung in exponierter Lage des Hochhauses ausgesetzten Wärmedämm-Verbundsystem erfüllt werden. Bemerkenswert ist das hohe Verformungsverhalten und die relativ geringe Wasseraufnahme der Deckschicht trotz der kurzen Schwindrisse in der äußersten Zone der Endbeschichtung (Stolit K 2,0), woraus auf eine nach wie vor volle Funktionsfähigkeit des Wärmedämm-Verbundsystems geschlossen werden kann.“

Ein günstiges Urteil nicht nur für Sto, sondern auch für die Eigentümer. Denn von der Balkonsanierung abgesehen genügte es, die Patina von zwei Jahrzehnten einfach abzuwaschen und das alte WVS-System mit einem

neuen Sto-Crylan-Anstrich zu versehen. Soto-Fachberater Hubert Ketterle: „In frischen Farben wirkt das Gebäude so attraktiv wie am ersten Tag. Und alles spricht dafür, daß das Hochhaus auch in den nächsten Jahrzehnten dem rauen Klima des Vorarlberges trotzen wird wie bisher.“

Projekt: Fassadenrenovierung und Betonsanierung am Hochhaus Mutterstraße 64 in Feldkirch/Vorarlberg

Bauherr: Eigentümergemeinschaft Mutterstraße
Ausführender: Malerbetrieb Armin Fleisch, Weiler

Sto Service: StoDesign-Farbgestaltungsentwurf

Sto Produkte: StoTherm Classic, Sto-Crylan, Sto Feinspachtel plus, StoCrete, ES StoCryl V 100

Sto Ges.m.b.H., 9500 Villach



Wer sich im Leben am liebsten die Decke über den Kopf zieht und sich auch bei drängenden Fragen wie der Erhaltung unserer **Umwelt** gerne gähmend auf die andere Seite dreht, für den gibt es ohne Frage Alternativen zu einer **effizienten Wärmedämmung.**

Alle anderen, wie zum Beispiel Sie, werden von unseren Ideen zum **Energie- und Heizkosten-sparen** begeistert sein. Denn weil wir wissen, daß Ihr Haus eine Investition fürs Leben ist, bieten wir **Wärmedämm-Verbundsysteme**, die ein Leben lang halten und Freude machen. Mit optimalen ökologischen Werten, kurzer Amortisationszeit und einem Aussehen, daß Sie stolz auf Ihr Haus machen wird.

Und da wir die Nummer 1 unter den Fassadenherstellern sind, leisten wir es uns, ausschließlich mit Spezialisten im Handwerk zusammenzuarbeiten – zu Ihrem Vorteil. Am besten, Sie schwingen sich jetzt aus den Federn und fordern gleich mal unsere ausführlichen Informationen an. Tel: 07744/57-1230. Oder Sie schicken uns ein Fax: 07744/57-2178.

Bewußt bauen 

Umweltfreundlich: Das Schlagwort der 80er-Jahre

Mit seinen Broschüren leistet Sto einen wichtigen Beitrag zur allgemeinen Bewusstseinsbildung. Denn nur mit dem nötigen Bewusstsein kann der Umweltschutz vorangetrieben werden.

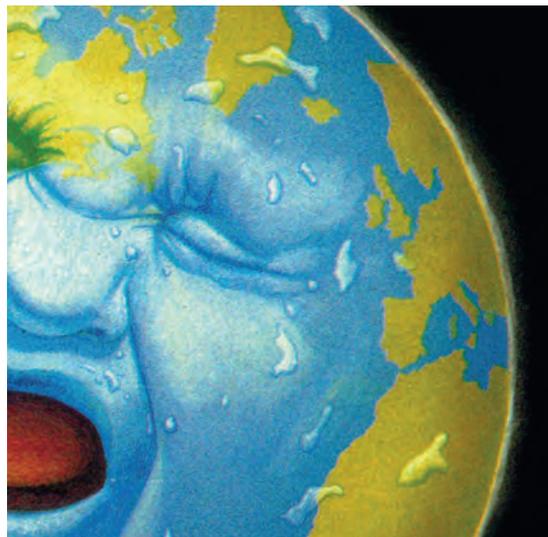
In seiner Broschüre „Bauen und Umwelt“ mit dem Leitsatz „Agieren statt reagieren“ weist Sto erstmals darauf hin, dass die Lebenselemente Erde, Wasser und Luft in Gefahr sind und die Grenzen ihrer Belastbarkeit nicht überschritten werden dürfen. Es gilt, eine neue Art des Fortschritts zu verfolgen, bei dem die Interessen kommender Generationen berücksichtigt werden. Auch auf die Klimaerwärmung weist Sto hin: Der Meeresspiegel steigt, Unwetter häufen sich, Gletscher schmelzen. In der Broschüre „Wärmstens zu empfehlen“ zeigt Sto daher auf, dass es nötig ist, den massiven Einsatz von Heizenergie durch eine ausgeklügelte, umweltfreundliche Bauweise zu reduzieren, und informiert über Produkte, mit denen dies gelingen kann: StoTherm-Systeme. Diese schützen vor Kälte und verhindern gleichzeitig einen Wärmeüberschuss.

Doch auch unternehmensintern zieht Sto den Schluss, dass mit begrenzten Rohstoffen behutsam umgegangen werden muss. Es folgt eine Reihe wichtiger Klimaschutzmaßnahmen – von der Produktion bis zur Entsorgung. Um den CO₂-Ausstoß bei der Herstellung seiner Produkte zu senken, steht Ressourcenschonung am Plan: Erstmals wird Altglas zur Herstellung neuer Produkte eingesetzt. Der Werkstoff von StoDecoprofil 200 zur Fassadenprofilierung und der StoVerotec Fassade 2000 besteht von nun an zu 97 Prozent aus Altglas.

Der Klimagedanke greift auch bei der Entsorgung – ganz nach dem Motto „Abfallvermeidung ist die beste Entsorgung“. Ein wiederverwendbarer Container für Putze wird anstelle von

Kunststoffeimern eingesetzt. So können 40 Kunststoffeimer mit nur einer Fuhre ersetzt werden. Das verkleinert Müllberge, spart Transportwege und reduziert den CO₂-Ausstoß. Aber auch bei Verpackung und Transport wird angesetzt. Auf Kunststoff wird so weit wie möglich verzichtet: Umweltfreundliche Papiersäcke ersetzen den Plastikeimer. Das eingesetzte Papier soll recycelbar sein und die Umwelt weniger belasten, deshalb setzt Sto von nun an auf Papiere mit chlorfreiem Bleichverfahren. Aber auch andere Sto-Produkte sollen weniger umweltbelastende Bestandteile enthalten: Die ersten lösemittel-, cadmium- und bleifreien Lösungen entstehen.

Bild rechts:
Werbeeinschaltung mit Klimazeichen, „BAU-Zeitung“, 1985
Der Sto-Vollwärmeschutz wird als klimaschonende, aber auch praktische Sanierungsmethode etabliert.



Thema Nummer 1: das Ozonloch
Anhand von Overhead-Folien wird in Vorträgen auf den Treibhauseffekt hingewiesen. Fassadendämmung etabliert sich zunehmend als Klimaschutzmaßnahme.

sto®

**Wärmedämmung
auf alten Fassaden:
Tiefe Risse, abplatzender Putz
ein Untergrund, der nichts
mehr trägt***

*** die Lösung: STO-Vollwärmeschutz- System M mit Schienenbefestigung.**

Mit dem mechanischen STO-Vollwärmeschutz-System M steht Ihnen jetzt ein Wärmedämm-System zur Verfügung, mit dem Sie selbst da noch dämmen können, wo Sie es bisher nicht für möglich hielten.

STO-Vollwärmeschutz- System M

das sichere System für die Sanierung unsicherer Untergründe:

- keine Untergrundbehandlung mehr
- dadurch auch keine Fehlbeurteilung des Untergrundes
- kein Abschlagen des Putzes mehr
- für Untergründe, die sich nicht zum Kleben eignen
- ideal für den Einsatz an Fachwerkhäusern
- Gutachten für alle STO-VWS-Systeme

- einfache und problemlose Verarbeitung: Montageschienen anbringen, Dämmplatten einschieben, Armierung aufbringen, Endbeschichtung, fertig.

Mineralisches STO-Vollwärmeschutz-System K

Geklebtes und je nach Untergrund zusätzlich gedübeltes Wärmedämm-Verbundsystem mit mineralischer Putzbeschichtung. Einsetzbar auf allen Ebenen, trockenen und tragfähigen Untergründen.

sto®

Stotmeister Ges. m. b. H.
Richtstraße 47
9500 Villach
Telefon 04242 / 33133



STO-Beratung

Bitte ausschneiden
Stotmeister Ges. m. b. H.,

Wir haben momentan folgendes Sanierungsproblem und bitten um einen kostenlosen Lösungsvorschlag:

Kurze Beschreibung des Untergrundes und Wandaufbaus

Absender

Der Vorläufer von StoClimate?

Erstes Umweltzeichen bei Sto

Auf die Umweltfreundlichkeit seiner Produkte weist Sto das erste Mal im Jahr 1985 hin. So werden etwa in der österreichischen "BAU-Zeitung" und im "Farbenkreis" Anzeigen mit dem Siegel „Umweltfreundlich – Putze und Farben für Fassade und Wand“ geschaltet.

Dem Stand der Technik voraus

In den 1980er-Jahren gilt es zunächst, Produkte zu kennzeichnen, die umweltverträglich sind. Auf Seite 2 der Preisliste 1985 wird erklärt, warum Sto ein eigenes Umweltzeichen entwickelte: „Das Umweltzeichen 'Blauer Engel' des Umweltbundesamtes ist der Öffentlichkeit zwar vorgestellt worden, leider aber sind die Kriterien für die Verleihung dieses Umweltzeichens noch weitgehend unbekannt. Der 'Blaue Engel' wird nur an solche umweltfreundliche Produkte verliehen, die ein weniger umweltfreundliches Produkt ersetzen können. So will man z. B. wässrige Lacke wie Sto-Unicryl gegenüber lösungsmittelhaltigen Lacken fördern.“

Wirklich umweltverträgliche Produkte eingeführt

Bereits 1985 werden Lacke auf Dispersionsbasis für wetterbeständige Außenanstriche auf Holz, Metall und Mauerwerk ins Produktprogramm aufgenommen. Auch Sto-Holzlasuren auf Dispersionsbasis, die mit Wasser verdünnt werden können, sowie die Abdichtungsmasse StoFlexyl und der mineralische Sto-Akustikputz werden eingeführt. Produkte, die tatsächlich vollständig umweltverträglich sind, werden daher mit hauseigenem Prüfzeichen versehen. Das entspricht auch weitgehend den Ansichten des Umweltbundesamtes, das „umweltfreundlich“ als beschreibenden Begriff für tatsächlich für die Umwelt völlig unbedenkliche Produkte verwendet.

Über die Erderwärmung nachgedacht: Die 90er

1991 macht Sto vermehrt auf die Zerstörung der Ozonschicht, den Treibhauseffekt und die daraus resultierende Erderwärmung aufmerksam. Eine entsprechende Anzeige lautet: „Verheizen wir unsere Zukunft?“

Sto betont die überlebensnotwendige Dimension von Klimaschutz; umwelt- und klimabewusstes Bauen stehen im Vordergrund.

Deshalb arbeitet Sto hart an der Entwicklung umweltfreundlicher Systeme – ganz nach dem Motto „Verheizen wir nicht unsere Zukunft – es steht zu viel auf dem Spiel“. Mit Workshops zum Thema „Wie können wir Sto-Produkte noch umweltfreundlicher machen?“ treibt Sto die Suche nach noch umweltfreundlicheren Alternativen an. Gleichzeitig setzt man immer noch stark auf allgemeine Bewusstseinsbildung mit Slogans wie

„Solange das Baumsterben nicht an die Wurzeln unserer Existenz geht, können wir ruhig weiterheizen“.

1992 – Sto-Forum unter dem Motto „Bewusst bauen“

Im Rahmen des Sto-Forums unter dem Motto „Bewusst bauen“ ruft Sto alle am Bau Beteiligten dazu auf, Vorreiter für eine umweltbewusste Lebensraumgestaltung zu werden. Walter Kuttin plädiert für einen bewussten Umgang mit der „gebauten und nicht gebauten Umwelt“. In seiner Begrüßungsrede mahnt er eindringlich: „Bauen ►

Bilder rechts:
Symposium „Bewusst bauen“ mit über 500 Anwesenden in Graz

Vortragende wie Prof. Horst Gamerith (unten links) und Prof. Dr. Karl Gertis (unten rechts) plädieren für umweltbewusstes Bauen.

Werbesujets aus den 1990er-Jahren

Mit Alltagsobjekten und Kuriositäten wird viel Aufmerksamkeit auf die Herleitung von Dämmprinzipien gelegt.





1992: Symposium für bewusstes Bauen

Ein Symposium für Schrittmacher

Unter diesem Leitgedanken findet im November 1992 in Graz ein Symposium besonderer Art statt. Hochkarätige Referenten wie Prof. Dr. Karl Gertis (Direktor des Fraunhofer-Instituts Stuttgart) und Prof. Horst Gamerith (TU Graz) sichern der Veranstaltung überregionale Aufmerksamkeit. Rund 200 Architekten, Baumeister und Investoren folgen der Einladung der Sto Ges.m.b.H.

Erkenntnisse aus der Forschung

„Bauen bedeutet, Verantwortung“, so Walter Kuttin von Sto. Bewusstes Bauen bedeutet, Erkenntnisse aus Forschung und Entwicklung, bezogen auf Umwelt und Raumgestaltung, in die Praxis umzusetzen. Eine Forderung, die im Alltag häufig untergeht, weil die Entscheidungen von Wirtschaftlichkeit und Gewinnorientierung geprägt sind.

Nicht erst im Jahr 2002 handeln

Dipl.-Ing. Dr. Horst Gamerith (TU Graz) fordert frühzeitiges Handeln ein. „Es gilt, nicht erst im Jahr 2002 zu handeln, sondern früh Energie einzusparen.“ Gamerith selbst geht mit der „Freistil“-Architektur hart ins Gericht und spricht sich für eine bewusste Flächennutzung und Bebauungsplanung aus.

CO₂-Einsparung durch Dämmung

„Heute mehr wärmedämmen, morgen weniger CO₂, übermorgen bessere Umwelt!“ So spricht sich Dr. Gertis über die Fassadendämmung als Beitrag zur Verhinderung der drohenden Klimakatastrophe. „Der einzige Sektor, in dem schnell nennenswerter Brennstoff und damit Energie eingespart werden können, ist der Alt- und Neubau, wenn es gelingt, den baulichen Wärmeschutz drastisch zu verbessern.“

Ein Plädoyer für Qualität

Gegen die Wegwerfmentalität am Bau spricht sich Horst Gamerith besonders aus: „Es gibt eine Billigbauweise ('low cost'), die Standardbauweise ('economic class') und eine wertbeständige Exklusivbauweise ('high quality').“ Letzteres hält die Benutzung durch mehrere Generationszyklen hindurch stand, wobei die Qualität der Baustoffe über die Nutzungsdauer gerechnet das beste Preis-Leistungs-Verhältnis aufweise. „Auch im Bauen ist die Durchlaufwirtschaft in eine Kreislaufwirtschaft kontinuierlich umzuleiten. Es sei auch jedem bewusst, dass Bauen nichts anderes ist als ein Hinhalten, der Kampf gegen die Kräfte der Erosion. Was schnell schadhafte wird, muss leicht auswechselbar sein.“ Deshalb plädiert Gamerith dafür, die Wegwerfbauweise durch höhere Entscheidungspreise in eine Langzeitbauweise mit erneuerbaren Komponenten überzuleiten. Dieser Gedanke wird im Anschluss natürlich heftig diskutiert.

Über Erderwärmung nachgedacht (Fortsetzung)

bedeutet Verantwortung“, und führt weiter aus: „Bauen bedeutet, Erkenntnisse aus Forschung und Entwicklung hinsichtlich der Umwelt- und Raumgestaltung in die Praxis umzusetzen.“

1992 und 2003 – Die Eisbärenproblematik

Auf die Problematik des schmelzenden Eisschildes weist Sto erstmals 1992 mit einer entsprechenden Anzeige hin. 2003 nimmt Sto sich der Problematik noch einmal an und startet eine Werbekampagne mit Eisbärmotiv und der Aufschrift „Fassadendämmung ist Klimaschutz“. Sto forciert weiterhin die Verwendung wiederverwertbarer Rohstoffe in neuen Produkten und wirbt unter anderem für die StoVerotec Fassade 2000 mit dem Slogan „Recycling an der Wand!“.

1994 – Innenfarben werden umweltfreundlich

Die Sto-Nachhaltigkeitsinitiative setzt auch bei den Innenfarben an: Lösemittel und Weichmacher werden ersatzlos gestrichen. Bestätigt und laufend überprüft wird dies vom TÜV.

1996 – Vom Altglas bis zur Solarenergie

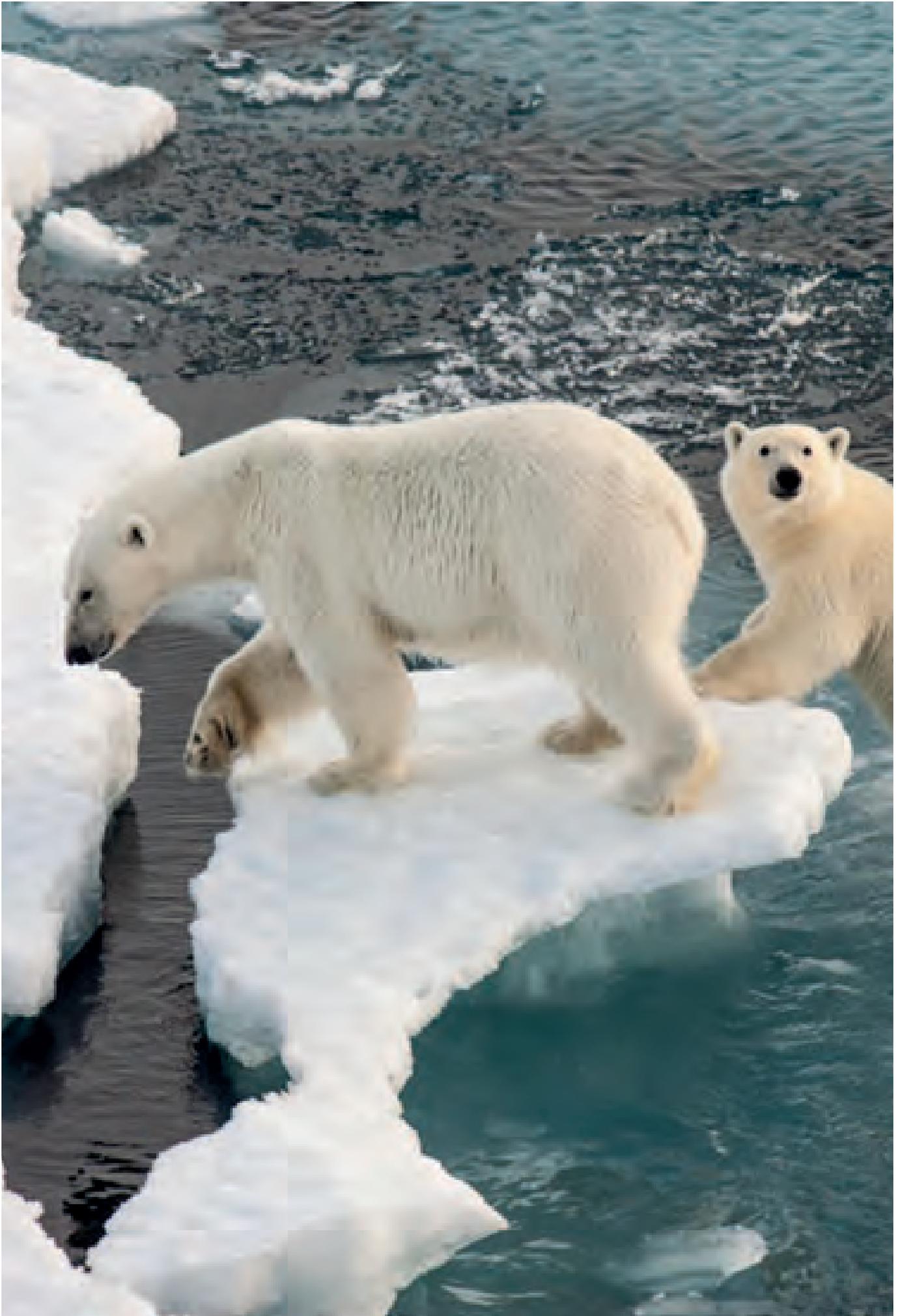
Mittlerweile hat Sto eine stattliche Palette an Produkten aus Altglas entwickelt: die StoVerotec Fassade 2000 mit Altglas-Trägerplatte, StoTherm Reno zur Renovierung von Fassaden, die StoVerotec-Bossenfassade 2000 und StoDeco Profil 2000 zur stilvollen Fassadengestaltung. Die StoVerotec Fassade 2000 hat als einzige hinterlüftete Fassade eine Trägerplatte aus Altglas. Dabei ergeben 100 alte Flaschen zehn Quadratmeter an neuen StoVerotec-Trägerplatten. Mülldeponien werden dadurch entlastet und Rohstoffe geschont.

Unter dem Motto „Wir zapfen jetzt die Sonne an!“ verknüpft Sto erstmals Solarenergie mit Wärmedämmung. Das neue, transparente Wärmedämmverbundsystem StoTherm Solar reduziert nicht nur den Energieverbrauch, sondern bewirkt sogar einen Energiegewinn. Die völlig schadstofffreie Solarenergie ersetzt wertvolle Rohstoffe wie Erdöl und Erdgas. StoTherm Solar hilft so nicht nur beim Sparen von Heizkosten, sondern reduziert außerdem die Belastung des Klimakillers Kohlendioxid in bisher ungekannter Dimension.

Bild rechts:
Eisbären-Familie beim Überqueren von abgerissenen Eisplatten
Foto: Josef Friedhuber

Eisbären-Plane „Fassadendämmung ist Klimaschutz“
Erstmals mit einem Fotomotiv des Dokumentarfotografen Sepp Friedhuber auf der Baustelle des Holiday Inn in Villach, Aufnahme aus dem Jahr 2003.





Nachhaltigkeitsinitiativen ab dem Jahr 2000

Vor dem strategischen Ausrichten der Nachhaltigkeit werden zahlreiche Initiativen und Schwerpunkte gesetzt, die als Maßnahmen für den Klimaschutz gelten.

2004 bis 2012 – Schwerpunkt Passivhaus

Von 2004 bis 2012 legt Sto seinen Schwerpunkt auf Passivhausbau. Im Jahr 2004 wird Sto Gründungsmitglied der IG Passivhaus Kärnten, 2008 folgt die Gründung der IG Passivhaus Österreich. Im Zeitraum von 2008 bis 2013 finden außerdem gleich drei wichtige IG-Passivhaus-Österreich-Veranstaltungen statt: Tri Alpe Adria, Tri Donau und Tri Bregenz. Auch bei seinen eigenen Verkaufsgebäuden setzt Sto an. So wird 2012 das erste Sto-Verkaufscenter in Wien als Passivhaus eröffnet.

Sto sorgt zusätzlich dafür, dass das Thema Passivhaus auch in der Schulbildung nicht zu kurz kommt, und initiiert im Jahr 2007 einen österreichweiten HTL-Schulwettbewerb zum Thema Passivhaus. Als Abschluss findet sogar eine Veranstaltung mit dem „Universum“-Dokumentarfilmer Josef Friedhuber statt.

2003 und 2004 – Sto erhält Klimabündniszertifizierung

Sto will als gutes Beispiel vorangehen und sich ganz klar zu ökologisch bewusstem Bauen bekennen – das zeigt die Tatsache, dass in den Jahren 2003 und 2004 alle acht Sto-Niederlassungen in Österreich als „Klimabündnisbetriebe“ zertifiziert werden. Mag. Brigitta Helga Schicho vom „Klimabündnis Steiermark“: „Das Besondere an Sto ist die freiwillige Initiative. Klimaschutz wird nicht als bloße Erfüllung gesetzlicher Rahmenbedingungen gesehen. Es wäre schön, wenn es auch im privaten Bereich ähnliche Initiativen gäbe!“

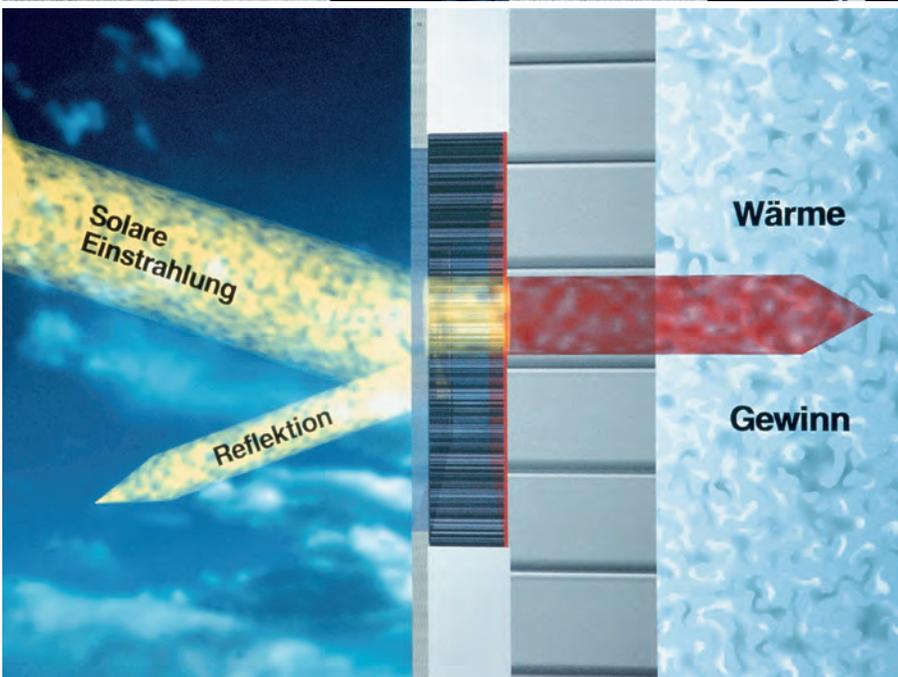
2004 – Sto wird Musterhaus-Partner

Um die Häuser der Zukunft so energieeffizient und kostensparend wie möglich zu gestalten, ruft das Lebensministerium die Initiative „klima:aktiv Musterhäuser“ ins Leben. Sto wird Projektpartner und zeigt damit einmal mehr sein Engagement in den Bereichen Klima- und Umweltschutz. Im Rahmen der Partnerschaft unterstützt Sto die Errichtung von Häusern mit optimalem Raumklima, und das alles mit minimalem Energieverbrauch und unter Einsatz von erneuerbaren Energieträgern und Umweltzeichen-Produkten. Wer ein neues Haus baut, kann damit einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten. Beim ersten klima:aktiv-Musterhaus sorgt Sto für eine hochwertige, ökologische Dämmung mit StoTherm Wood. ▶

Bild rechts:
**Malerbetrieb
Federlechner,
Karlsruhe-Neureuth,
Deutschland**
StoTherm Vario und
StoSolar

**Auszeichnung als
Klimabündnisbetriebe,
28.2.2003**
Wolfgang Sobotka
übergibt Erwin Imler,
Walter Kuttin und
Walter Wiedenbauer
die Urkunde des
Lebensministeriums.





StoSolar: Dämmung nach dem Eisbärprinzip

Nach dem Vorbild der Natur

Bei der Entwicklung von StoSolar steht die Natur Pate. Genauer gesagt, das Fell des Eisbären. Die einzelnen Haare eines Eisbärfells sind hohl, durchzogen von einem Luftkanal. Ähnlich wie Glasfasern leiten diese Luftkanäle das Sonnenlicht direkt zur Haut. Die Haut der Eisbären ist schwarz und somit in der Lage, das Licht vollständig zu absorbieren, in Wärme umzuwandeln und an den Körper weiterzuleiten.

So funktioniert StoSolar

StoSolar-Fassadenelemente funktionieren ähnlich: Das Sonnenlicht trifft auf den lichtdurchlässigen Glasputz an der Oberfläche. Die darunter liegenden Kapillarröhrchen leiten das Sonnenlicht nach innen auf eine schwarze Absorberschicht, die die Sonnenenergie mit einem Wirkungsgrad von etwa 95 Prozent in Wärmeenergie umwandelt. Das Mauerwerk speichert diese Wärme und gibt sie als angenehme Strahlungswärme, vergleichbar mit einer Wandheizung, an den Innenraum ab.

Wärme im Winter, Schutz im Sommer

Im Gegensatz zu Solarkollektoren auf dem Dach erzielt StoSolar die höchste Wirkung im Winter. Aufgrund der tief stehenden Sonne treffen die Sonnenstrahlen im Winter fast frontal auf das Fassadenelement. Dadurch wird die Sonnenenergie optimal zur Umwandlung in Heizenergie genutzt. Im Sommer hingegen steht die Sonne hoch und der Einstrahlwinkel ist entsprechend flach. Dadurch reflektiert der Glasputz von StoSolar die Sonnenstrahlen und verhindert so das Aufheizen der Innenwände.

Nachhaltigkeitsinitiativen ab dem Jahr 2000 (Fortsetzung)

2004 bis 2019 – Eisblockwetten in ganz Österreich

Gemeinsam mit Schulen werden Eisblockwetten veranstaltet, bei denen auf beeindruckende Art und Weise veranschaulicht wird, wie effizient Wärmedämmung vor Kälte und sommerlicher Hitze schützt. Sto zeigt: Mit konsequenter Wärmedämmung können wir das Weltklima, unsere Ressourcen und unsere Brieftasche schonen. Richtige Dämmung ist eine der effizientesten und preisgünstigsten Maßnahmen zur Einsparung von Energie und somit von Treibhausgasen wie CO₂.

2005 bis 2009 – Mehrere Auszeichnungen zeugen vom Engagement von Sto

Im Rahmen der Energiesparmesse Wels 2005 erhält StoTherm Cell als erstes Wärmedämmverbundsystem das natureplus-Qualitätszeichen. Die Auszeichnung bestätigt die herausragenden Eigenschaften von StoTherm Cell und die Spitzenstellung der Sto Ges.m.b.H. in Sachen Wärmedämmung. Produkte, die das natureplus®-Zeichen erhalten, werden vom Institut für Baubiologie und -ökologie (IBO) strengsten Prüfungen unterzogen. So wird gewährleistet, dass natureplus nur an umweltgerechte, gesundheitsverträgliche und funktionelle Bauprodukte vergeben wird. „StoTherm Cell überzeugt vor allem durch folgende Eigenschaften: Das System ist rein mineralisch, weist eine sehr gute Ökobilanz auf und ist faserfrei, das heißt, es gibt keine gesundheitlichen Belastungen“, meint Mag. Hildegund Mötzl vom IBO. Gleichzeitig bietet StoTherm Cell ein enormes Einsparungspotenzial im

Energiebereich: Bis zu 60 Prozent des jährlichen Heizenergiebedarfs lassen sich mit StoTherm Cell einsparen.

Doch damit nicht genug: 2005 geht der Umweltpreis der Stadt Villach an den „Klimaschützer“ Sto, und 2007 erhält StoClimasan Color das Österreichische Umweltzeichen. Das Österreichische Umweltzeichen wird jenen Produkten und Unternehmen verliehen, die besonders verantwortungsvoll mit unseren natürlichen Ressourcen umgehen. Mit der Frischluftfarbe StoClimasan Color wird dabei ein Produkt ausgezeichnet, dessen Qualitäten weit über sein eigentliches Einsatzgebiet hinausgehen: Denn die Frischluftfarbe reinigt die Raumluft durch einen einzigartigen photokatalytischen Effekt und ist durch ihre hervorragenden Eigenschaften für einen vielfältigen Einsatz bestens geeignet. ▶

Bild rechts: **Energie-Plus-Haus Weber, Hermagor** Forschungsprojekt mit Unterstützung des „Haus[es] der Zukunft“ vom Architektenpaar Ronacher. Fassadendämmung mit StoTherm Cell.

Verleihung des natureplus®-Zertifikats für das mineralische Dämmsystem StoTherm Cell Walter Wiedenbauer übernimmt die entscheidende Urkunde vom Hildegund Mötzl (IBO).





StoTherm Cell: Dämmung mit dem Bienenwabenprinzip

Nach dem Vorbild der Natur

Die Vergrößerung zeigt: Die Mineralschaumplatte orientiert sich am Aufbau einer Bienenwabe. Die stabile Struktur sorgt in der Natur und bei StoTherm Cell für sehr gute physikalische Werte. StoTherm Cell überzeugt bei Material und Aufbau mit rein natürlichen Komponenten – zertifiziert nach internationalem Label. Die Technologie dafür stammt übrigens von der klügsten Wissenschaftlerin aller Zeiten: der Natur.

Die Dämmplatte

Herzstück des intelligenten Wärmedämm-Verbandsystems ist eine Mineralschaumplatte, die nicht nur erstklassige Dämmleistung bietet, sondern auch so stabil, druckfest, leicht und gleichzeitig massiv ist, dass sie ohne jegliche Stützfaster auskommt. Sie besteht aus den natürlichen Stoffen Kalk, Zement, Quarzsand sowie einer wässrigen Hydrophobierung.

Den Treibhauseffekt ausbremsen

Die CO₂-Emissionseinsparungen durch StoTherm Cell entsprechen nach 40 Jahren Gebäudenutzung in etwa der Emissionsmenge einer fünfmaligen Erdumrundung mit dem Auto.

Aktiv zum Klimaschutz beitragen

Wärmedämmung mit StoTherm Cell zahlt sich aus – für Mensch und Umwelt. Die rein mineralische, kompakte Dämmplatte mit dem einzigartigen Wabendesign zeigt bei allen gängigen Dämmstoffdicken eine hervorragende Performance und ist sogar im Hochhausbau einsetzbar. Größere Dämmstoffdicken ermöglichen den Passivhausstandard – ein weiteres Plus in Sachen Klimaschutz. StoTherm Cell ist nicht brennbar, und durch den dünn-schichtigen Putzaufbau hält sich der Materialverbrauch in umweltfreundlichen Grenzen.

Verifizierte Ökobilanz

Sto hat sein innovatives Mineralschaumsystem einer unabhängigen Ökobilanzierung nach ISO 14040 unterzogen und die Umwelt-Produktdeklaration (EPD) nach ÖN EN 15804 verifizieren lassen.

Im Vergleich: StoTherm Cell sowie bereits etablierte WDVS auf Basis von „Mineralwolle“ und „EPS“ (Polystyrol).

Im Test: die Umweltverträglichkeit.

Die Kriterien: die Emissions- und Energiebelastung während der Herstellung, Nutzung und Entsorgung der Dämmsysteme.

Das Ergebnis: trotz strengster Prüfkriterien des IBO (Institut für Baubiologie und -ökologie): Testsieger ist StoTherm Cell.

Nachhaltigkeitsinitiativen ab dem Jahr 2000 (Fortsetzung)

Trigos in Kärnten gewonnen

Auch im Jahr 2009 darf sich Sto über eine Auszeichnung freuen: Für die zahlreichen Leistungen und Aktionen im Bereich des nachhaltigen Umweltschutzes, insbesondere des Klimaschutzes, erhält Sto erstmals den TRIGOS Kärnten – die Auszeichnung für Unternehmen mit Verantwortung.

2007 bis 2011 – Der Eisbär rückt wieder in den Fokus

Die arktischen Riesen zählen zu den vom Klimawandel am stärksten bedrohten Arten. Deshalb unterstützt Sto das WWF-Projekt „Schutz der Eisbären“, ganz nach dem Motto „Fassadendämmung ist Klimaschutz ist Eisbärenschutz“.

2008 bis 2013 – Sto investiert in Hightech-Produktionsanlage

Kunden von Sto profitieren von einer neuen Produktionsanlage für hochwertige Putze, Farben und Kleber am Standort Villach. 2013 wird die Produktionsanlage um 1,5 Millionen Euro erweitert – so können auch pastöse Produkte lokal produziert werden.



Verleihung des Trigos Kärnten
Sto gewinnt die Auszeichnung als Unternehmen mit Verantwortung.

Bilder rechts oben:
Eisblockwette und Eisbärenvorträge
Anwendungstechniker beim Aufstellen einer Eisblock-Wettstation und wie viel davon nach mehreren Monaten unter Fassadendämmung übrig bleibt.

Bild rechts unten:
Teilnehmer der Ökostaffel
Mitarbeiter wie Edmund Gruber oder das Verkaufsteam der Niederlassung Graz nehmen an einer Fahrradveranstaltung teil.



Nachhaltigkeit als Kernkompetenz verankert

Nachhaltigkeit ist eine der vier Kernkompetenzen von Sto – neben Technologieführerschaft, Service & Dienstleistungen sowie sozialer Verantwortung.

Dies zeigt einmal mehr, wie stark der Umweltgedanke in der Unternehmenskultur von Sto verankert ist. In den Jahren 2009 bis 2012 findet eine Reihe von Kundenveranstaltungen zum Thema Nachhaltigkeit und Energieeffizienz statt. Als Referenten werden bekannte Umweltbotschafter wie Hermann Scheer, Franz Josef Radermacher, Franz Alt und Daniele Ganser eingeladen. Im Rahmen des Sto-Klimaforums diskutieren der Meteorologe Marcus Wadsak, die Klimaforscherin Helga Kromp-Kolb und der „Universum“-Dokumentarfilmer Josef Friedhuber über den Klimawandel und seine Auswirkungen auf das lokale Wetter. Sto unterstützt außerdem zahlreiche Klimaschutzaktivitäten wie „24h biken“ in den Jahren 2010 und 2016 oder – gemeinsam mit dem Klimabündnis Österreich – eine Sto-Klimatour im Jahr 2009.

2012 – Sto als Klimaschutz-Vorreiter

Auch im Jahr 2012 erhält Sto wieder eine Reihe von Auszeichnungen, die von seinem Einsatz zum Schutz des Klimas und der Umwelt zeugen. Zwei Sto-Innenfarben werden mit dem „Green Brands“-Gütesiegel ausgezeichnet. Das Gütesiegel wird Produkten verliehen, die einen maßgeblichen Beitrag für Umwelt und Natur leisten. 2012 erhält Sto außerdem ein zweites Mal den Kärnten-TRIGOS für sein verantwortliches unternehmerisches Handeln. Dabei haben das einfühlsame Personalmanagement sowie der starke Fokus auf Ökologie die TRIGOS-Jury überzeugt. Auch das neue, im Passivhausstandard gebaute Sto-VerkaufsCenter in Wien wird honoriert: 958 von 1.000 möglichen

Punkten erreicht der innovative Gebäudekomplex im klima:aktiv-Bewertungsverfahren und erhält die klima:aktiv-Goldplakette. klima:aktiv, die Klimaschutzinitiative des Lebensministeriums, prämiiert Bauprojekte, die mit Energieeffizienz, ökologischer Qualität, Komfort und Ausführungsqualität überzeugen. ▶



Sto-Innenfarben erhalten das "Green Brands"-Gütesiegel
Gebietsverkaufsleiter Michael Wlach übernimmt die Trophäe und Urkunde im Jahr 2012.



Trigos Award Österreich & Kärnten verliehen

Der Trigos Österreich wird für engagierte CSR-Aktivitäten verliehen. Den Preis nimmt Walter Wiedenbauer bei der Trigos-Gala in Wien entgegen.

Bei seinen Verkaufszentren geht Sto noch einen Schritt weiter: Im Rahmen des Projekts „Save energy@sto“ soll tägliches Monitoring der Bewusstmachung des unternehmensinternen Energieverbrauchs dienen und auch bei den eigenen Verkaufszentren zu deutlichen Einsparungen führen.

Auch bei Transport und Logistik will Sto ressourcenschonender vorgehen und CO₂ einsparen – Sto ruft daher ein Mobilitätsprojekt ins Leben: Touren werden effizienter geplant, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter regelmäßig zum Thema umweltschonendes Fahren geschult. Auch in modernster Fahrzeugtechnik wird investiert. Ein neuer Lkw-Fuhrpark arbeitet jetzt noch effizienter und somit ressourcenschonender, die dazugehörigen 44 Sto-Stapler fahren elektrisch. Zusätzlich wird ein Projekt in Angriff genommen, mit dem Spritersparnisse bei Fahrten mit Firmenautos erzielt werden sollen.

2013 – Einführung einer CO₂-neutralen Produktlinie und von „LEO“ für alle Lkws

Die Produktion von hochqualitativen und innovativen Bauprodukten verursacht unvermeidbare CO₂-Emissionen. Sto ist sich dessen bewusst und handelt: Durch den freiwilligen Ankauf von Humus-Zertifikaten der Ökoregion Kaindorf entsteht für jedes Kilogramm CO₂, das durch die Produktion von Sto-Produkten anfällt, wieder fruchtbare Erde. Als erstes Unternehmen Österreichs und erste Konzerntochter der Sto AG bringt Sto CO₂-neutrale Baustoffe auf den Markt.

Auch im Außendienst wird angesetzt: Seit 2013 sind alle Sto-Lkws mit GPS-Sendern ausgestattet. So lässt sich die jeweils kürzeste Route für jeden Lkw in Echtzeit bestimmen. Das Tool „LEO“ errechnet nach Eingabe sämtlicher Lieferadressen automatisch die kürzeste Route. Dadurch konnte Sto den CO₂-Ausstoß allein in den Jahren 2012 bis 2014 um 4,35 Prozent senken.

2014 – Sto erhält erneut Kärnten-Trigos sowie erstmals Österreich-Trigos und Ethik-Gütesiegel

Bei Sto ist Corporate Social Responsibility (CSR) seit vielen Jahren Teil der Unternehmensstrategie und -vision. Die Jury beeindruckt dabei die Weiterentwicklung des Betriebes in den letzten Jahren. Durch einen konzernweit gültigen Lieferantenkodex sowie den Fokus auf regionale Produktion und Beschaffung beweist Sto, dass ihm Nachhaltigkeit in der Lieferkette ein echtes Anliegen ist. Auch der Fokus auf ökologische Produktinnovationen sowie die kontinuierliche Verkürzung der Transportwege überzeugen die Jury von der nachhaltigen Ausrichtung des Kerngeschäftes und führen zur verdienten Auszeichnung in dieser Kategorie.

Erstmals in der Firmengeschichte wird Sto außerdem mit dem bundesweiten Österreich-Trigos für sein Engagement im Bereich CSR ausgezeichnet. Sto punktet mit seinen vorbildlichen Maßnahmen im Bereich Ökologie und Mitarbeiterentwicklung.

Außerdem erhält Sto im Rahmen des Ethikforums 2014 im Stift Sankt Georgen das Ethik-Gütesiegel in

Nachhaltigkeit als Kernkompetenz verankert (Fortsetzung)

Gold des Wirtschaftsethik-Instituts für besonders nachhaltiges Handeln. Ein Beweis dafür, dass Sto „zukunftsfähig & enkeltauglich“ ist.

2015 – Erweiterung der CO₂-neutralen Produktlinie und weitere unternehmensinterne Nachhaltigkeitsmaßnahmen

Sto erweitert seine CO₂-neutrale Produktlinie: CO₂, das bei der Produktion von StoColor Sil In, StoColor Lotusan, StoTherm Wood, StoColor Climasan, StoSilco® blue und der StoVentec-Trägerplatte anfällt, wird durch den Ankauf von Zertifikaten der Ökoregion Kaindorf kompensiert. Insgesamt werden im Jahr 2015 1.062 Tonnen CO₂ durch Zertifikate in Höhe von 33.983 Euro kompensiert. So gibt Sto den von der Natur geschenkten Vertrauensvorschuss wieder zurück – und seinen Partnern gibt Sto die Sicherheit, CO₂-neutral zu handeln und aktiv zum Klimaschutz beizutragen.

Außerdem startet Sto 2015 die Nachhaltigkeitskampagne „Klimabewusst bauen“ und bewirbt damit seine CO₂-neutralen Produkte. Doch auch bei den eigenen CO₂-Emissionen setzt Sto wieder an: Firmenautos werden nach ökologischen Kriterien wie Treibstoffverbrauch und Kilometerleistung ausgesucht. Auch die Routenplanung wird optimiert. Zusätzlich bemisst Sto seinen eigenen ökologischen Fußabdruck nach internationalen Standards. Messen alleine reicht Sto aber nicht aus – das eigene Unternehmen soll noch nachhaltiger werden: Ökostrom aus Wasserkraft, Gratis-E-Tankstellen für Kunden und Mitarbeiter, umfassendes betriebsinternes Energiemonitoring und ein eigenes ►



CO₂-neutrale Produkte von Sto
Mit Zertifikaten eines lokalen Umweltprojektes in der Ökoregion Kaindorf wird der Humusaufbau gefördert und Produkte klimaneutral gestellt.



Natürlich mit Verantwortung: Die Nachhaltigkeitsstrategie

Fünf vor zwölf

Die Ressourcen unseres Planeten sind begrenzt. Wie stark wir unsere Erde überfordern, hat der WWF (World Wide Fund for Nature) errechnet: Nur ein paar Monate im Jahr leben wir von Energie, die sich erneuern kann. Den Rest des Jahres leben wir „auf Pump“ – wir nehmen der Erde Ressourcen weg. Die Anzahl der Tage bis zum „Welterschöpfungstag“ wird mit jedem Jahr geringer. Die Zeit läuft uns davon. Diese bittere Erkenntnis dringt immer mehr ins Bewusstsein der Menschen. Insbesondere auch bei jenen, die für uns Lebensräume schaffen: Bauherren, Architektinnen und Architekten sowie das Handwerk. Der Energieaufwand von Gebäuden macht ein Drittel der gesamten CO₂-Emissionen aus – ein starker Hebel, an dem jeder ansetzen kann und mit dem alle mit gemeinsamer Kraft die Entwicklung umkehren können: in Richtung Natur, Natürlichkeit und verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen.

Was Sto beiträgt

Gelebte Nachhaltigkeit zieht sich bei Sto als – grüner – Faden durch die gesamte Unternehmensphilosophie. Die Mission lautet: Bewusst bauen. Und dabei nachhaltig handeln. Die hochwirksamen Fassadendämmsysteme tragen dazu bei, dass Millionen Tonnen von CO₂ erst gar nicht in die Atmosphäre gelangen. Aber das ist nur ein kleiner Teil des Beitrags: Bei den Produkten achtet Sto bereits bei der Herstellung auf geringen CO₂-Ausstoß. Die Rohstoffe sucht Sto nach Umweltkriterien aus. Das Unternehmen hält seine Emissionen gering. Schließlich spielt auch die soziale Verantwortung von Unternehmen – CSR – eine große Rolle bei Sto. Es wird auf Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz geachtet. Mit der neuen Marke StoClimate bekennt sich Sto zur Nachhaltigkeit als umfassendem Prinzip, das die Unternehmensphilosophie ebenso prägt und durchdringt wie die Produktstrategie.

Transparenz

Sto-Produkte zeigen Profil. Das Nachhaltigkeitsdatenblatt ist die Umweltvisitenkarte unserer Produkte. Übersichtlich schlüsselt es alles rund um die ökologischen Auswirkungen eines bestimmten Produkts auf – von Zertifizierungen, Kennzahlen und Gütesiegeln über genaue Inhaltsstoffe und Emissionen bis zur korrekten Entsorgung. Das schafft Transparenz und Vertrauen.

Der Sto-Nachhaltigkeitskompass gibt Auskunft darüber, wo sich ein bestimmtes Produkt auf der Landkarte der Nachhaltigkeit lokalisieren lässt und welche Route das Unternehmen Sto eingeschlagen hat, um es zu entwickeln, zu produzieren und zu vertreiben. Der Kompass teilt das Thema Nachhaltigkeit in die vier „Himmelsrichtungen“ Ökologie, Ökonomie, Soziales und Wohlbefinden.

Nachhaltigkeit als Kernkompetenz verankert (Fortsetzung)

Photovoltaik-Kraftwerk auf dem Dach in Villach und Wien zeugen vom großen Engagement. Das 1.000 Quadratmeter große Photovoltaik-Dach der Lagerhalle in Villach erzeugt bei einer Spitzenleistung von 156 kWp 168.000 Kilowattstunden Strom pro Jahr – damit könnten etwa 50 Haushalte ein Jahr lang versorgt werden. Der Überschuss wird ins Netz eingespeist – ein Beitrag also auch für die Allgemeinheit. Auch das 1.400 Quadratmeter große Dach des Sto-VerkaufsCenters in Wien ist ein perfekter Photovoltaik-Standort. Insgesamt 404 Solarmodule mit einer Gesamtmodulfläche von rund 685 Quadratmetern werden installiert – davon werden 24 Module am Dach des Bürogebäudes verbaut, 380 Module am Dach der Lagerhalle. Das hauseigene Kraftwerk produziert bei einer Leistung von 115 kWp jährlich rund 107.000 Kilowattstunden sauberen Strom.

2016 – Die Sto Ges.m.b.H. ist klimaneutral!

Die Reduktion des betrieblichen CO₂-Ausstoßes ist bei Sto seit Jahren Teil der Unternehmensstrategie. Um die noch verbleibenden unvermeidlichen Emissionen zu kompensieren, unterstützt Sto ein von der UNO zertifiziertes Klimaschutzprojekt: Sto erwirbt über Zukunftswerk, einen nicht gewinnorientierten Spezialisten für klimaneutrale Unternehmensführung, einen CO₂-Emissionsausgleich von 10.000 Tonnen für das Projekt „Wasserkraftwerk DakRTih in Vietnam“. Die damit erworbenen und

gleichzeitig stillgelegten Emissionsrechte stellen das Unternehmen laut Emissionsregister der EU offiziell „klimaneutral“.

2017 – Nachhaltigkeitsstrategie „StoClimate. Natürlich bauen. Natürlich leben“ und Stakeholdermanagement

Mit der Marke StoClimate bekennt sich Sto zur Nachhaltigkeit als umfassendem Prinzip, das die Unternehmensphilosophie ebenso prägt und durchdringt wie die Produktstrategie. StoClimate steht für Sto als klimaneutrales Unternehmen und für eine sorgfältig ausgewählte nachhaltige Produktlinie.

Seit 2017 bindet Sto aktiv Mitarbeiter und Kunden in die Nachhaltigkeitsstrategie ein. Kunden können StoClimate-Botschafter werden – das bedeutet, dass sie die Unternehmensphilosophie und die nachhaltigen Unternehmenswerte von Sto teilen. Sto stellt mit dieser Initiative ein nachhaltiges Engagement auf eine breitere Basis. Durch die Einbindung von Kunden in das Programm werden gezielte Botschaften in Richtung Umweltschutz und Ressourcenschonung noch breiter in den Markt kommuniziert.

Neben den Kunden werden auch die eigenen Sto-Mitarbeiter und -Mitarbeiterinnen stärker miteinbezogen. Im Rahmen der Initiative ►

Der StoClimate-Nachhaltigkeitsbericht 2016/17

2018 erstmals entlang der GRI-4-Kriterien veröffentlicht (mehr dazu auf den nächsten Seiten).



Der Sto-Nachhaltigkeitsbericht

Ziel & Vergleichbarkeit

Der Nachhaltigkeitsbericht gibt einen umfangreichen Überblick über die CSR-Aktivitäten der Sto Ges.m.b.H., die Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie sowie die Herausforderungen für eine nachhaltige Entwicklung in der Zukunft. Der Bericht bezieht sich auf den Kernmarkt in Österreich. Ergänzt wurden Inhalte und Daten, die nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI-4 Kern- und erweiterte Anforderungen) auszuweisen sind. Ein GRI-Index befindet sich im Anhang dieses Berichts, der nach diesem Standard zum ersten Mal erstellt wird.

Globale Nachhaltigkeitsziele

Alle Aktivitäten von Sto werden an den verabschiedeten 17 Zielen für „Nachhaltige Entwicklung“ der UNO (Sustainable Development Goals, SDGs) ausgerichtet.

Breiter Stakeholderdialog

Der kontinuierliche Dialog mit Stakeholdern – also Behörden, Kunden, Dienstleistern und Lieferanten sowie Interessenvertretungen, Mitarbeitern, Medien und Wettbewerb – ist Sto ein großes Anliegen. Mit einer Analyse erfasst Sto die spezifischen Interessen der beteiligten Parteien und bewertet ihre Bedeutung für das Unternehmen. All das wird für ein aktives Stakeholdermanagement mit aktivem Beziehungsmanagement und einer gezielten Kommunikationsstrategie genutzt. Auf Verbandsebene ist Sto in der „Qualitätsgruppe Wärmedämmsysteme“, beim „Verband hinterlüfteter Fassaden“ und beim „Österreichischen Fertighausverband“ involviert. Wichtige wissenschaftliche und praktische Arbeit rund um Baubiologie und Bauökologie leistet unter anderem das Österreichische Institut für Baubiologie und Bauökologie (IBO) in Wien und die IG Passivhaus Tirol, die Experten aus der Bauwirtschaft vernetzt.

Beispiel Energieverbrauch

Sto möchte seinen Energieverbrauch kontrollieren und dadurch den Ausstoß von Treibhausgasen den weltweiten Klimaschutzziele anpassen. Das Unternehmen ist bemüht, die internen Energiekosten zu senken, und lässt seit 2011 den Strom- und Heizkostenverbrauch mittels eines Energiemonitoring-Systems überwachen. Dadurch wird das Bewusstsein bei Mitarbeitern, Kunden sowie Besuchern größer, sinnvoll mit Ressourcen umzugehen, sowohl in der Arbeit als auch zu Hause. Viele kleinere und größere Maßnahmen konnten so in den letzten Jahren optimiert werden, um Energie einzusparen. So wurden zum Beispiel alle Heizregler in den Büroräumen kontrolliert und serviert und Thermostate aufgehängt, um den Mitarbeitern einen besseren Überblick über die Raumtemperatur zu ermöglichen. Eine komplette Umstellung auf LED-Beleuchtung wird schrittweise in ganz Österreich vollzogen.

Nachhaltigkeit als Kernkompetenz verankert (Fortsetzung)

„StoClimate@ich bin dabei“ wird ein eigener Arbeitskreis eingerichtet, um Initiativen auszuarbeiten, mit denen man die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen besser für das Thema Nachhaltigkeit motivieren kann. Beim StoClimate-Ideenwettbewerb werden einige dieser Ideen dann präsentiert. Manche davon wurden mittlerweile bereits erfolgreich umgesetzt und erhielten eine sehr positive Resonanz aus der Belegschaft.

2018 – Sto veröffentlicht ersten Nachhaltigkeitsbericht und erhält Auszeichnung für StoSystain

Die Themen Nachhaltigkeit und ökologisches Bewusstsein ziehen sich bei Sto wie ein Leitfaden durch die gesamte Unternehmensphilosophie. Mit der Veröffentlichung des ersten Nachhaltigkeitsberichts nach internationalen Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) gibt Sto einen umfangreichen Überblick über die CSR-Aktivitäten, die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie sowie die Herausforderungen für eine nachhaltige Entwicklung in der Zukunft. Nachhaltigkeit bedeutet für Sto, wirtschaftliche, ökologische und soziale Ziele miteinander zu verbinden und Stakeholder in das unternehmerische Handeln miteinzubinden. Mit dem ersten Nachhaltigkeitsbericht setzt die Sto Ges.m.b.H. weitere Schritte in Richtung Transparenz sowie verantwortungsvolles Handeln und zeigt, wie sie ihre Verantwortung gegenüber der Umwelt, den

Mitarbeitern und Kunden sowie der Gesellschaft wahrnimmt und in das Kerngeschäft integriert. Der Bericht aus den Geschäftsjahren 2016 und 2017 bezieht sich auf den Kernmarkt Österreich und dokumentiert sämtliche Aktivitäten als ökologisch, wirtschaftlich und sozial nachhaltiges Unternehmen.

Im selben Jahr erhält das nachhaltige Fassaden-dämmsystem StoSystain® R außerdem sowohl die Kärnten- als auch die Österreich-TRIGOS-Auszeichnung. StoSystain® R verzichtet komplett auf Kleber. Stattdessen hält ein Hochleistungsklett, bekannt aus Luft- und Raumfahrt, die Dämmplatten sicher am Untergrund fest – bis sie am Ende ihrer Lebenszeit problemlos wieder gelöst werden können. ►

Bild rechts:
Trigos Österreich
Höchste Auszeichnung für nachhaltiges Handeln in Österreich.

Energy Globe Award
2018 gewinnt Sto den Energy Globe Award in Kärnten.





Der Trigos Award: Ausgezeichnet für Nachhaltigkeit

Aus 125 Einreichern und 27 Nominierten wird Sto für das recycelbare Fassadendämmsystem StoSustain R mit dem bundesweiten Trigos-Award ausgezeichnet. Vor rund 200 Gästen nimmt Sto am 27. Juni 2018 im Rahmen einer feierlichen Gala im MuTh im Wiener Augarten die begehrte CSR-Trophäe für das nachhaltige Fassadendämmsystem entgegen.

Mit der Innovation StoSustain R geht Sto einen großen Schritt in Richtung noch nachhaltigere Fassadendämmsysteme. Das Fassadendämmsystem StoSustain R verzichtet auf Kleber. Stattdessen hält ein Hochleistungsklett die Dämmplatten sicher am Untergrund fest – bis sie am Ende ihrer Lebenszeit problemlos wieder gelöst werden können. „Jetzt ist StoSustain R ausgereift und bereit für den praktischen Einsatz: Pilotprojekte in Österreich und Deutschland wurden bereits erfolgreich realisiert“, so Walter Wiedenbauer.

Hinter dem Trigos steht eine einzigartige Trägerschaft aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft, die den Preis seit 2004 einmal jährlich an österreichische Vorzeigeunternehmen mit besonderer Verantwortungsübernahme vergibt. Die Träger des Trigos 2018 sind Caritas, Global 2000, Industriellenvereinigung (IV), Österreichisches Rotes Kreuz, RespAct – austrian business council for sustainable development, Umweltdachverband sowie die Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ).

Die Gewinnerunternehmen des Trigos 2018 zeichnen sich durch Verankerung von verantwortungsvollem Handeln im Kerngeschäft, innovative Initiativen, Maßnahmen und Projekte, die über den „State of the Art“ hinausgehen sowie durch Beiträge zu den globalen Nachhaltigkeitszielen der UNO – den Sustainable Development Goals (SDGs) – aus.

Nachhaltigkeit als Kernkompetenz verankert (Fortsetzung)

Diese Technik macht das neue Fassadendämmsystem in seinen Hauptbestandteilen größtenteils recycelbar – ein Durchbruch in der Nachhaltigkeit.

2019 – Sto kämpft in puncto Klima weiterhin an vorderster Front

Die allgemeine Bewusstseinsbildung nimmt weiterhin einen großen Stellenwert bei Sto ein. Im Rahmen des Klimaforums 2019 gehen ORF-Meteorologe Marcus Wadsak, Meteorologe Johannes Vergeiner, Energie- und Klimaexpertin Angela Köppl, Klimaforscherin Helga Kromp-Kolb und ORF-Dokumentarfilmer Josef Friedhuber auf die Themen Klimaschutz, Klimawandel und nachhaltiges Bauen ein und zeigen auf, wie jeder Einzelne zum Klimaschutz beitragen kann. Zusätzlich bietet das Forum eine Ausstellung, in der klimaschützende Produkte und Maßnahmen im Rahmen der StoClimate-Initiative präsentiert werden. Außerdem werden Produkte aus der StoClimate-Produktlinie gezeigt, die Schutz gegen extreme Wettersituationen bieten und Langlebigkeit garantieren.

Die Nachhaltigkeitsverantwortlichen von Sto glauben ganz besonders an die Chance eines nachhaltigen Wachstums, insbesondere in Entwicklungsländern. Deshalb unterstützt Sto 2019 das „Wind Power Project“ bei Jaibhim von SILL sowie das „Grid Connected 25 MW PV Solar Power Project“ in Indien und das „Bujagali Hydropower

Project“ in Uganda. Aber auch Projekte in Österreich werden unterstützt, wie zum Beispiel das Projekt „Humusaufbau in der Ökoregion Kaindorf“ in der Steiermark.

Aber auch Transparenz ist Sto ein großes Anliegen: Um leichter zu erkennen, welche Sto-Produkte und -Produktgruppen im Sinne des Umweltbundesamtes als umweltfreundlich einzustufen sind, werden diese in der Sto-Preisliste mit dem inzwischen bereits bekannten Sto-Umweltzeichen ausgewiesen.

Außerdem werden im Jahr 2019 die Wärmedämm-Verbundsysteme StoTherm Mineral, StoTherm Cell und StoTherm Wood als Komplettssysteme mit dem „Blauen Engel“ (RALUZ 140) ausgezeichnet. Bestehend aus natürlichen Rohstoffen und ausgestattet mit einer großen Gestaltungsvielfalt sowie hervorragenden Dämm- und Brandschutzzeigenschaften, erfüllen beide Systeme die Bedürfnisse moderner Bauherren nach Sicherheit, Umweltschutz und Wohngesundheit. Als ältestes und weltweit sehr erfolgreiches Umweltzeichen genießt der „Blaue Engel“ großes Vertrauen bei den Verbrauchern. Eine unabhängige Jury zeichnet seit 1978 Produkte und Dienstleistungen mit dem Siegel aus, die im Vergleich zur Konkurrenz besonders umweltfreundlich und gesundheitschonend hergestellt sind. Beim „Blauen Engel für Klimaschutz“ stehen energieeffiziente Produkte im Mittelpunkt, die besonders energiesparend sind.

Prof. Helga Kromp-Kolb klärt über den Klimawandel auf
Das Sto-Klimaforum wird 2019 von Kunden und Mitarbeitern hervorragend besucht.



Das Sto-Klimaforum in Linz, Innsbruck & Graz

Hochkarätige Veranstaltung

In Graz im Dom im Berg ging die Veranstaltungsreihe Sto-Klimaforum nach dem Auftakt in Linz und Innsbruck am 26. September 2019 in die dritte Runde und nahm mit Klimaforschern und Meteorologen den Klimawandel und seine Auswirkungen auf das lokale Wetter ins Visier. ORF-Meteorologe Marcus Wadsak, Klimaforscherin Helga Kromp-Kolb und "Universum"-Dokumentarfilmer Josef Friedhuber zeichneten ein Bild aktueller Klimaveränderungen – und zeigten Wege auf, wie man ihnen begegnen kann.

Die spannenden und schönen, aber auch beunruhigenden Vorträge der Expertinnen und Experten sorgten für mehr Bewusstsein in Sachen Klimawandel.

Klimaforscherin: Greta hat recht

Helga Kromp-Kolb von der Universität für Bodenkultur in Wien lieferte wissenschaftliche Fakten rund um den Klimawandel und seine Gefahren für die Menschen. Ist die Zukunft tatsächlich in Gefahr, wie Greta Thunberg wirkungsvoll vor der UNO-Vollversammlung mahnte?

Ja, sagt Helga Kromp-Kolb, ihres Zeichens Forscherin am Institut für Meteorologie und Klimatologie der Universität für Bodenkultur, und sie lieferte gleich die Fakten dazu. Sie rollte 130 Jahre Temperaturgeschichte auf und zeigte die Kurve, die ab 1970 nach oben schnellte und weiter steigt. Selbst das 2-Grad-Ziel des Pariser Abkommens wäre noch zu viel, die Veränderungen wären dramatisch: vom Artensterben über Korallenbleiche bis zum Flächenverlust durch steigende Meeresspiegel, Stürme und Hitze, die Millionen von Menschen in die Flucht treiben würden.

Meteorologe: Es geht steil bergauf

ORF-Meteorologe und Geophysiker Marcus Wadsak brachte mit beeindruckenden Grafiken Fakten auf den Tisch und konterkarierte damit beliebte Klimavorteile der Marke "Fake and Fiction".

Der ORF-Wettermann schaffte es, einem komplizierten Thema wie dem Klimawandel unterhaltsam eine Bühne zu bieten. Wadsak zeigte Grafiken und Statistiken, die beunruhigen: 127 Tage über 25 °C im Burgenland, dazu Hitzerekorde von 24 °C im Februar. Nirgends in Österreich gab es 2018 eine Temperatur unter dem Schnitt. Die letzten fünf Jahre waren gleichzeitig die wärmsten fünf Jahre. Wadsak räumte auch mit einigen gängigen Missverständnissen zum Thema auf: Der Treibhauseffekt ist in der Tat durchaus natürlich und wichtig, aber erst durch unser Zutun geriet er aus dem Ruder.





50 Jahre Service & Dienstleis- tungen

Damals wie heute: Sto steht stets für Top-Service in allen Bereichen. Seit Anbeginn gibt es beispielsweise den Sto-Einführmeister (heute Sto-Anwendungstechniker) als Problemlöser und Schulungsmann auf der Baustelle. In den 1990ern werden die Services ausgebaut: StoDesign Farb- und Materialkonzepte, Silotechnik und Online-Content. Ein Überblick über die Dienstleistungen von Sto.

Vielseitige Serviceangebote

Ob Online-Content oder Putzmuster, ob Silotechnik oder Farbkonzept: Serviceleistungen von Sto sind vielfältig und gehen Hand in Hand.



Damals wie heute: Top-Service rund ums Bauen

Unter „Bewusst bauen“ versteht Sto nicht nur erstklassige Produkte, sondern auch Leistungen, die unseren Partnern am Bau handfeste Vorteile liefern. Und das schon seit Jahrzehnten.

Darunter verstehen sich Serviceleistungen und umfassende Informationen für den Fachhandwerker, vom Lieferservice auf die Baustelle über die Anwendungstechnik bis hin zu Sofort-Profilhilfe auf der Baustelle, persönliche Betreuung durch unseren Sto-Außendienst, StoDesign, StoSilo und -Maschinenteknik sowie die Fortbildung unserer Kundinnen und Kunden.

Service und Dienstleistung als Kernkompetenz

Service am Kunden hat eine lange Tradition bei Sto Österreich und ist – neben hochwertigen

Bauprodukten und innovativen Lösungen – zentraler Baustein der Sto-Kompetenzen und unserer Unternehmensphilosophie. Service ist absolut notwendig, um am Markt erfolgreich zu sein – die Erfolgsgeschichte von Sto gibt uns recht. Im Jahr 2000 gründete Sto das StoInfo Center mit dem Ziel, unsere Partner mit größtmöglicher Fachkompetenz in ihren täglichen Belangen zu unterstützen und dringende technische Anfragen zeitgerecht und fachkundig zu beantworten.

Die Serviceleistungen für Kunden umfassen eine schnelle und zuverlässige Lieferung sowie die tägliche Zustellung direkt auf die Baustelle, was den



StoDesign Farb- und Materialkonzepte als kostenlose Serviceleistung

An die 900 Konzepte werden jährlich entwickelt. Die Abteilung feiert 2020 ihr 30-jähriges Bestehen.



StoDesign in den 1990ern

Eine Delegation kroatischer Architekten besucht das Designstudio. Mit bunter Krawatte: Studioleiter Heinz Mitterer. Rechts Christian Schellander und Hans Rauter.

direkten und persönlichen Kontakt zum Kunden sicherstellt. Technischer Rundumservice bei Konstruktionsdetails und Ausschreibungstexten sowie Support durch Sto-Anwendungstechniker als Problemlöser vor Ort gehören zum Portfolio bei Sto. Tönereien in allen Verkaufszentren österreichweit sorgen für einen schnellen Service. Durch eine dezentrale Organisationsform wird echte Kundennähe möglich. Das StoDesign-Studio, das kostenlose Musterservice sowie die Gestaltung eines Schauraums, spezielle technische Kundens Schulungen und Unterstützung bei Messeauftritten für Qualitätspartner vervollständigen die Serviceleistungen von Sto.

30 Jahre StoDesign

Seit 1989 gibt es StoDesign in Österreich. Erstmals in der gesamten Fassadenbaubranche eröffnete Sto damals ein eigenes Designstudio für Fassadengestaltung. Seit dieser Zeit entwickelt das professionelle Team Farb- und Materialkonzepte für Fassaden und Innenräume, vom Einzelgebäude bis zur kompletten Stadtbildgestaltung. Im StoDesign-Studio arbeiten ausgebildete Farbdesigner an rund 900 Designkonzepten im Jahr. Hauptzielgruppe dieser Dienstleistung sind Verarbeiter sowie Wohnbaugesellschaften und Investoren. Sie erhalten für ihre Bauvorhaben zwei bis vier Varianten von Fassadengestaltungen in mehreren Ansichten, ausgedruckt mit farbkalibrierten Druckern und versandt in hochwertigen und großformatigen Designermappen. Pro Auftrag entspricht diese Dienstleistung, die wir für unsere Kunden erbringen, einem Wert

von 300 bis 500 Euro. Für Großaufträge werden außerdem 3D-Visualisierungen und Renderings in unserem Studio angeboten. StoDesign veranstaltet auch Schulungen und Vorträge zum Thema Farbe und Gestaltung sowie Architekturevents aller Art. Regionale Kontexte, eine differenzierte Betrachtung der gegebenen Architektur bzw. die angestrebte Nutzung und Funktion des Gebäudes sowie des Umfeldes werden untersucht und berücksichtigt. Technische und gestalterische Varianten werden dem Kunden anschließend durch den Außendienst oder die Designer selbst präsentiert.

Der Sto-Außendienst: Beste Betreuung für Kundinnen und Kunden

Seit Gründung der Sto Ges.m.b.H. ist eines der großen Ziele bei Sto, Kunden und Partner bestmöglich zu betreuen und in allen Belangen zu unterstützen. Unsere Verkaufsberater waren schon in der Anfangszeit von Sto ein wichtiger Pfeiler unseres Unternehmens – bis zum heutigen Tag hat sich die Vertriebsmannschaft ständig erhöht und zählt derzeit an die 40 Mitarbeiter; so können wir den Anforderungen am Markt gerecht werden. Die Aufgabengebiete unserer Außendienstmitarbeiter reichen von Verkauf und Beratung über persönliche Baustellenbetreuung vor Ort und Qualitätssicherung bis zur Angebotslegung und der Erstellung von Leistungsverzeichnissen und Ausschreibungen. Jedes Verkaufszentrum wurde bereits in den Anfängen von einem Verkaufsberater und einem Anwendungstechniker unterstützt. ▶

6 aus 390. Mit Zusatznutzen.

Wand- und Fassadenbeschichtungen bestimmen nicht nur den äußeren Charakter, sondern auch den Energieverbrauch und die Widerstandsfähigkeit eines Hauses. Und entscheiden somit über Wohnqualität und Wertbeständigkeit.



6 von 390 Farbtönen aus dem Stocolor System. Der Zusatznutzen: Das Sto Design-Studio entwickelt Farbgestaltungskonzepte im Innen- und Außenbereich.

Sto beendet das Lotteriespiel um Farbgestaltung und Mate-

rialien. Mit den Sto Beschichtungssystemen: 390 Farbtöne eröffnen alle Möglich-

keiten kreativer Farbgestaltung. Sto Außen- und Innenputze sind diffusionsoffen (atmungsaktiv) sowie widerstandsfähig gegen Frost, Hitze und aggressive Umwelteinflüsse. Sto Wärmedämm-Verbundsysteme senken die Heizkosten. Und ganz wichtig: Alle Sto Produkte sind umweltverträglich.

Mehr über Sto Produkte in der Broschüre »Das Programm«. Bitte anfordern.

Stotmeister Ges. m. b. H.
Fürstenweg 87
6020 Innsbruck
Telefon 0512/86722
Telefax 0512/8926214

sto

Bewußt bauen.



StoDesign: Farb- & Material- konzepte

30 Jahre alte Expertise

Seit 1989 gibt es StoDesign in Österreich. Erstmals in der gesamten Fassadenbaubranche eröffnete Sto damals ein eigenes Designstudio für Fassadengestaltung. Seit damals entwickelt das professionelle Team Farb- und Materialkonzepte für Fassaden und Innenräume, vom Einzelgebäude bis zur kompletten Stadtbildgestaltung.

Leistungstark dank Erfahrung

Das Angebotsspektrum der Sto-Designexperten ist breit gefächert und umfassend. Das fünfköpfige Team erstellt pro Jahr etwa 900 Farbkonzepte für Projekte unterschiedlichster Größe. StoDesign erstellt einzelne Farbkollektionen für das Produktdesign genauso wie Komplettlösungen für die Corporate Architectural Identity – also das baulich-visuelle Gesicht – von Firmen und Institutionen. In Workshops und Events bringen die Designexpertinnen und -experten ihr interdisziplinäres Wissen einem breiten Publikum näher.

International vernetzt

Alle Jahre bringt das StoDesign Studio die „Design Collection“ bzw. StoSignature-Kollektionen heraus. Ausgehend von unterschiedlichen Materialien, entwickeln die Designer so Visionen, die in ihren jeweiligen Ländern wichtige Trends bei der Gestaltung widerspiegeln. Die mittlerweile 43 Teammitglieder aus acht Ländern arbeiten dafür eng zusammen. Regelmäßige Treffen forcieren den internationalen Austausch von Know-how und schaffen ein kreativ-offenes Klima, in dem Ideen ausgetauscht und neue Kontakte geknüpft werden.

Damals wie heute: Top-Service rund ums Bauen (Fortsetzung)

Die Sto-Anwendungstechniker: Profi-Hilfe vor Ort

Wenn bei einem Sto-Produkt ein Handgriff noch nicht ganz klar ist oder während der Verarbeitung unerwartete Schwierigkeiten auftauchen, helfen die Sto-Anwendungstechniker direkt vor Ort. Bereits seit den 1970er-Jahren unterstützen qualifizierte technische Ansprechpartner unsere Kundinnen und Kunden in der richtigen Anwendung und einem schadenfreien Einsatz der Sto-Produkte. Der erste Anwendungstechniker war Rudi Sturmer in Villach, der laut Edmund Gruber 1975

begann. Nach Rudi Sturmer, der sich später selbstständig machte, kam Reinhold Wassermann 1981 als Anwendungstechniker zu Sto.

Anfangs gab es stets ein Dreierteam in Villach, also etwa bestehend aus Kuttin, Gruber und Sturmer, und in allen anderen Bundesländern, in denen Sto aufgebaut wurde, arbeitete immer ein Team aus einem Verkäufer, einem Lkw-Fahrer und einem Anwendungstechniker. Die Anwendungstechniker mussten damals selbst tönen und auch Material mit Bussen liefern. Die Arbeit wurde aufgeteilt, wie sie angefallen ist. Viele Verkäufer waren früher selbst



Service-Fachkräfte wie Martin Maierhofer, Anwendungstechniker aus Tirol
Er schraubt, klebt und verputzt quer durch sein Bundesland. Hier auf der Testbaustelle für StoSustain® R in Villach. Aufnahme aus dem Jahr 2017.



Silotechnik als Multiplikator
 Als besonders nachhaltig gilt die Verarbeitung von Sto-Produkten mittels Silotechnik.

Handwerker und konnten auf den Baustellen selbst einschulen. Diese Serviceleistung war Sto von Anfang an wichtig, denn das Material musste ja den Handwerkern direkt auf der Baustelle nähergebracht und gezeigt werden. So konnte man sie von der Qualität überzeugen.

StoSilo- und -Maschinentechnik: Der Beschleunigungsfaktor

Um Sto-Produkte zu optimieren, müssen auch die Verarbeitungstechniken stetig mit der Zeit gehen. Erst wenn Material, Silotechnik, Maschinentechnik und Applikationswerkzeug sich optimal ergänzen, lassen sich Rationalisierungspotenziale konsequent ausschöpfen. Sto fördert den Einsatz maschineller Hilfsmittel auf der Baustelle, weil sich damit die Arbeit gezielt beschleunigen lässt und sich die unproduktiven Tätigkeiten deutlich reduzieren. Zu Beginn gab es 96 Mischmaschinen, heute sind es etwa 350 Stück. Am Anfang waren das nur Durchlaufmischer, die jedoch bald zu klein wurden: Nur drei bis vier Säcke konnte man damit befüllen. Mit der Idee, Aufbauten für einen Big Bag auf Durchlaufmischer zu errichten, konnten dann bis zu drei Tonnen befüllt werden. Später ging die Entwicklung hin zu Großsilos für Großbaustellen, vom Sto-MiniMix für das Anmischen von Pulvermaterial über den Ninicom für Pulvermaterial mit Förderpumpe bis zu pastösen Silos: den SiloComb 2.0 für zwei Tonnen Material, etwa StoArmat Classic oder StoLevell In XXL. Seit vielen Jahren ist die Trockenförderung auf bis zu 120 Meter Distanz zu einem Sto-MiniMix/MiniComb möglich: ideal für Objekte, bei denen vor Ort kein Platz für eine

Lagerung besteht. Neue Materialien entstehen bereits im Hinblick auf die spätere Verarbeitungstechnik oder werden neuen Applikationsmethoden fließend angepasst. Hier bewährt sich einmal mehr die enge Verbindung zum Markt, die sich als stetige Quelle für weitere Optimierungen sowohl bei den Produkten als auch bei der Silo- und Maschinentechnik erweist.

Fortbildungsmaßnahmen: Mehr wissen, mehr erreichen

Die Verbindung von Innovationskraft und Praxis-tauglichkeit hat bei Sto eine lange Tradition. So bergen die zukunftsweisenden Lösungen und Produkte ein großes Erfolgspotenzial für unsere Handwerkskunden. Das Programm aus Theorie und Praxis mit facettenreichen Themen sowie kompetenten Referenten und Experten aus der Praxis bietet größten Nutzen für ihre tägliche Arbeit und ist sofort und effektiv umsetzbar. Sto vermittelt den Kundinnen und Kunden den neuesten Stand der Technik und bietet neben Tipps und Tricks für die Praxis auch die Möglichkeit, die neuesten Produktinnovationen in der Praxis zu testen, um sie so in ihrem täglichen Geschäft handwerklich professionell zu verarbeiten.

Konstruktionsdetails, Ausschreibungstexte und Bauphysik

Sobald die ersten Computer Einzug gehalten hatten, stellte Sto Ausschreibungstexte und Konstruktionsdetails Planern und Genossenschaften ►

Damals wie heute: Top-Service rund ums Bauen (Fortsetzung)

zur Verfügung. Diese Initiative kam sehr gut an und machte Sto damit führend am Markt. Der große Erfolg bestand darin, dass Sto durch die Ö-Normen gezwungen war, selbst Leistungsbeschreibungen zu erstellen, die im Sto-Wortlaut gefasst waren. Wohnbaugenossenschaften waren dafür dankbar, und bei den Architekturbüros wurden die jeweiligen Texte eingespielt. Von großem Nutzen erwiesen sich die perfekt ausgeführten technischen Unterlagen, die Sto damals schon zur Verfügung stellte und die Kundinnen und Kunden ebenso wie Architekten wirklich beeindruckten.

Online-Service und Web-Auftritt

Sto stellt technische Informationen für Kundinnen und Kunden seit Anbeginn des Internetzeitalters auch online zur Verfügung. Das Angebot umfasst detaillierte Produktinformationen auf sto.at sowie in der Sto-App, Informationen zur normgerechten und sicheren Verarbeitung durch Konstruktionsdetails und Ausschreibungstexte. Übersichtlich ausgearbeitete Verarbeitungsrichtlinien und eigene YouTube-Tutorials erleichtern den Umgang mit Sto-Produkten auf leicht zugängliche und einfache Art – mit dem Tablet sogar direkt auf der Baustelle. Regelmäßige Newsletter geben anschauliche Praxistipps, ausgewählt und gestaltet von Profis für Profis.



Newsletter
Neuigkeiten und Veranstaltungen werden seit fast 20 Jahren über einen E-mail-Newsletter kommuniziert.

Bildstrecke rechts:
Das Leben eines Sto-Anwendungstechnikers
Die Tätigkeit reicht von Baustellenarbeit, Tönen bis hin zur Beratung und Schulung.



Zahlen, Daten & Fakten



Foto von 2011 (IkonMedia, N. Sagmeister)

Wien

1. Juli 1983

Dreherstraße 5, 1110 Wien
Erste Tätigkeiten durch Franz Gotsmy, 1985 wird das Team um Walter Weber erweitert

1. Juli 1992

Riccoweg 31, IZ NÖ Süd II, 2355 Wiener Neudorf
Umzug in den Industriepark der Vorstadt

15. März 2012

Voralberger Allee 35, 1230 Wien
Zurück nach Wien in den 23. Bezirk



18.11.2011 (IkonMedia, N. Sagmeister)

Ober-Grafendorf

9. Juni 1976

Aus der Garage des privaten Wohnhauses heraus vertreibt Franz Gotsmy mit Hilfe seiner Frau Stotmeister-Produkte

1. Mai 1983

St. Georgener Hauptstraße, 3151 St. Pölten
Umzug der Verkaufsräumlichkeiten, das Team wird zwei Monate später um Erwin Imler erweitert

1. April 1987

Industriestraße 14, 3200 Ober-Grafendorf
Umzug an den heutigen Standort (früher eine Schuhfabrik)



17.10.2011

Graz

1. Februar 1984

Gustav Steinkellner beginnt die Vertriebstätigkeit in Graz

11. März 1985

Bodenfeldgasse 8, 8020 Graz
Das Team wird um Hans Muhr erweitert

18. Juni 1991

Otto-Baumgartner-Straße 7, 8055 Neuseiersberg
und ab 1. August 2000 auf Hausnummer 7a
im neu eröffneten Standort auf gegenüberliegender Seite



03.11.2011 (Foto: Christian Schellander)

Innsbruck

14. Oktober 1983

Fürstenweg 97, 6020 Innsbruck
Drei Monate zuvor wird Hans Fojan angestellt
1984 wird das Team um Josef Greiderer erweitert

1. März 1996

Valiergasse 14, 6020 Innsbruck
Umzug an den heutigen Standort

Die Entwicklung der einzelnen Sto VerkaufCenter in den Bundesländern im Überblick. Die Daten basieren auf Eintragungen in das österreichische Firmenbuch und die Gewerberegister der Bundesländer.



19.10.2011 (KoneMedia, N. Sagmeister)

Linz/Pasching

1. Juli 1984

Aus der Garage heraus vertreibt Ernst Reitstätter Sto-Produkte

5. Juni 1987

Poststraße 4, 4061 Pasching
Alois Mauhart hat nach zwei Monaten bei Sto eine neue Bleibe in einer alten Postautogarage gefunden

1. Juli 1997

Gewerbepark Wagram 7, 4061 Pasching
Umzug an den heutigen Standort



21.11.2011

Salzburg

14. August 1984

Mayrwies 39, 5028 Hallwang-Esch
Wie in Linz vertreibt Ernst Reitstätter Sto-Produkte

23. Jänner 1990

Lagerstraße 2, 5071 Wals/Sietzenheim
Umzug an den heutigen Standort



04.11.2011 (Foto: Christian Schellander)

Altach/Röthis

1. Juli 1983

Lirerstraße 19, 6844 Altach
Franz-Karl Stark wird mit dem Vertrieb betraut, am 11. August 1983 startet der VC-Betrieb mit Lagerleiter Walter Linke, Hubert Ketterle übernimmt am 2. April 1990

2. Dezember 2002

Interpark Focus 14, 6832 Röthis
Umzug an den heutigen Standort

Gründungsdaten

10. Juli 1970

Walter Kuttin wird bei der Stotmeister + Co. KG angestellt, um Sto-Produkte im Süden Österreichs zu vertreiben; er wird von seiner Frau Helga tatkräftig unterstützt

1. Dezember 1975

Edmund Gruber wird zur Unterstützung eingestellt, zuerst in der Logistik, später als VerkaufsBerater und Gebietsverkaufsleiter

14. Jänner 1980

Gründung des Baushops, lautend auf Edmund Gruber

25. Mai 1983

Gründung der Stotmeister Ges.m.b.H.

4. September 1990

Fusion des Baushops mit der Stotmeister Ges.m.b.H.

3. März 1992

Firmenname wird auf Sto Ges.m.b.H. geändert

50 Geschichten hinter 50 Jahren Sto

Aus einem halben Jahrhundert Unternehmensgeschichte ist klar ablesbar: Der Erfolg von Sto in Österreich ist dem schier unermüdlischen Einsatz vieler eifriger Menschen zu verdanken. Grund genug, zum 50-jährigen Jubiläum 50 Menschen bei Sto zu porträtieren. Sie erzählen von ihrem persönlichen Einsatz sowie dem Engagement ihrer Lebenspartner und Kollegen.

Die vorliegenden Erzählungen sprechen nicht nur über Mut und Geschäftssinn. Sie schildern auch so manch schwierige Phasen der Gründerjahre, die aber dank kluger Führung und echten Engagements gemeistert wurden. Einerseits war es das Vertrauen der Familie Stotmeister aus dem Schwarzwald, andererseits die Umsicht der österreichischen Unternehmensleitung, die es erlaubten, dass Mitarbeiter über sich hinauswuchsen. So wurden aus Lkw-Fahrern geschickte Verkäufer, aus Einführmeistern erfolgreiche Gebietsverkaufsleiter und aus Buchhaltern clevere Strategen.

Was gibt es Schöneres, als Menschen bei ihrer erfolgreichen Entwicklung zu beobachten und sich darüber zu freuen, dass sie gemeinsam mit anderen Schrittmacher und Technologieführer werden?





Der Anfang vom Anfang

Interview mit Helga Kuttin
Mit Sto verbunden seit Juni 1970

Es begann in Bregenz, als Walter Kuttin bei Baumeister Burtscher mit Stotmeister-Produkten in Kontakt kam. Als es das Ehepaar wieder nach Kärnten zurückzog, sagte Walter Kuttin: „Dieses Material nehme ich mit!“

Helga und Walter Kuttin waren erst in ihren frühen 20ern, als sie sich entschlossen, mit einer bis dato noch unbekanntem Marke in Österreich ihr Business zu starten. Auch wenn für den deutschen Firmenchef Fritz Stotmeister aus Weizen der kleine Ort Zlan in Kärnten nicht der bevorzugte Standort für eine Markteroberung der Marke Sto in Österreich war, konnte sich der junge Kärntner mit seiner Überzeugungskraft durchsetzen. Am 10. Juni 1970 erhielt er den Einstellungsvertrag von der Firma Stotmeister und begann sogleich, seine Garage zu Hause in Zlan auszuräumen, um Platz für den Sto-Putz zu machen.

„Neukundenakquise“ ist heute für viele Verkaufsberater ein gefürchtetes Wort, doch für Walter Kuttin war es der Beginn einer Erfolgsgeschichte. Während er potenzielle neue Kunden in ganz Kärnten und Osttirol aufsuchte, um das neue Material vorzustellen und auch gleich zu demonstrieren, bediente seine Frau Helga Kuttin zu Hause das Telefon, um Bestellungen entgegenzunehmen und diese gleich an Weizen weiterzuleiten. „Ich lieferte hin und wieder auch selber Material mit dem Kastenwagen zu den Firmen. Das war immer ein großer Spaß, da ich gerne mit den Chefs plauderte“, erzählt sie über diese Zeit. Stolz berichtet sie ►

Bild rechts:
Schwerer Schneefall in Zlan, Kärnten
Auch im Winter musste der Lieferbetrieb gewährleistet sein. Walter Kuttin legte beim Schneeschieben selbst Hand an.



Helga Kuttin berichtet über die ersten Jahre von Sto
„Die größte Freude und Zufriedenheit für meinen Mann Walter war, dass er einen würdigen Nachfolger für sein Lebenswerk gefunden hat. Ich erinnere mich noch gut, mit welcher Begeisterung er den großen Schlüssel mitsamt einem Rucksack an ‚Walter II‘ übergeben hat, denn er wusste, dass dieser sein Erbe mit Sorgfalt, Engagement und viel Liebe weiterführen würde.“



Aller Anfang ist schwer

Die Zeit in Vorarlberg

Walter Kuttin wächst in der Gemeinde Stockenboi, zwischen Spittal/Drau und Villach gelegen, auf und erlernt den Beruf des Maurers. Noch jugendlich zieht es ihn nach Vorarlberg, wo er mit den Materialien der Firma Stotmeister + Co. Farben und Baustoff K.G. Bekanntschaft macht. Vor ihm führte Joseph Harangozo Vertriebs-tätigkeit in Vorarlberg durch. Testobjekte mit Dämmung wurden noch abgeschlossen, bevor Walter Kuttin Vertriebstätigkeit beginnt.

Rückkehr nach Kärnten

Gemeinsam mit Frau Helga wird ein Haus in Zlan errichtet, aus dessen Garage heraus das Vertriebsgebiet Kärnten ab 1970 beliefert wird. Der erste Mitarbeiter, Edmund Gruber, wird 1975 eingestellt. Bis dahin wird alle Arbeit vom Ehepaar Kuttin alleine erledigt. Bald werden die Räumlichkeiten zu klein. Zwischen-lager helfen, der Umzug wird bald notwendig.

Baushop und Stotmeister

Im Jahr 1980 gründet Edmund Gruber als Geschäftsführer den Baushop, Walter Kuttin bleibt bei Stotmeister beschäftigt. 1981 wird am Standort Richtstraße 47 eine Niederlassung eröffnet. Das Vertriebsgebiet weitet sich zunächst auf Südösterreich aus. Besonders der Vollwärmeschutz lässt sich gut verkaufen, was die Firma stets dazu zwingt, neues Personal und neue Räumlichkeiten zu erwägen.

Die Sto Ges.m.b.H.

Schon 1983 wird die Stotmeister Ges.m.b.H. gegründet, erst 1990 wird der Baushop dann geschlossen. In den 1990er-Jahren wird das Exportgeschäft nach Südosteuropa initiiert. Heute zählt das Unternehmen 310 Mitarbeiter, davon 28 Beschäftigte im Nachbarland Slowenien und in Kroatien. Der Hauptsitz Villach ist demnach auch die Niederlassung für Südosteuropa.

Der Anfang vom Anfang (Fortsetzung des Interviews mit Helga Kuttin)

weiter über eines der ersten Projekte in Klagenfurt, das ihr Mann an Land gezogen hatte. „Ein ganzes Hochhaus mit Superlit! Als ich einen ganzen Lastenzug mit Material in Weizen bestellte, wurde mir zuerst gar nicht geglaubt, und sie nahmen das Telefonat mit einem Tonband auf, um ganz sicherzugehen!“

Bald wurden die Aufträge mehr und die Arbeit nicht mehr alleine bewältigbar. Der Einführmeister Rudi Sturmer und ein weiterer Mitarbeiter, Edmund Gruber, vergrößerten das Team. Die rechtliche Basis für diese Neueinstellungen bildete 1980 der neu gegründete Baushop, der aber ganz bewusst nie in Konkurrenz zur Firma Stotmeister treten sollte und eher im Hintergrund gehalten wurde. Bekannt machen wollte man ja die Marke Sto mit dem neuen Kunstharzputz, der fertig und ohne weiteres Zumischen verarbeitet werden konnte. Diese Innovation schlug in der Kärntner Baubranche sofort ein – und bald schon konnte der Standort österreichweit erweitert werden. Die ersten Verkaufsberater in Niederösterreich, Salzburg, Tirol und Linz wurden gesucht, die ebenso erfolgreich begannen, den Markt mit Sto-Produkten zu bearbeiten.

Das gemeinsame Haus in Zlan wurde bald zu klein, vor allem wegen der begrenzten Lagermöglichkeiten, weshalb man im Jahr 1978 nach Villach-Lind in ein Verkaufslokal umzog. Diese erste Expansion war zwar ein Fortschritt, doch ganz optimal war die Lösung immer noch nicht, denn das Dämmmaterial musste in die Lagerräume in den ersten Stock hinaufgehievt werden. Daher wagte man nach weiteren vier Jahren den nächsten Schritt: Ein

neues Bürogebäude wurde gebaut, das 1981 in Villach-Auen feierlich eröffnet wurde. Die Familie Stotmeister, die die Entwicklung in Österreich mit großem Interesse und mit Bewunderung für Walter Kuttin immer im Auge behielt, entschloss sich im selben Jahr noch zur Übernahme des Standorts, und so erhielt Walter Kuttin 1983 den Geschäftsführervertrag für die Sto Ges.m.b.H. Österreich. Helga Kuttin besuchte auch am neuen Standort regelmäßig alle Mitarbeiter, um deren Sorgen zu erfahren. „Abends besprachen wir dann alles und suchten nach den passenden Lösungen“, erzählt sie heute. „Die Mitarbeiter waren alle wie eine große Familie, und man fühlte sich einfach zu Hause. Mein Mann Walter versuchte stets, alle Mitarbeiter nach ihren Talenten und Fähigkeiten einzusetzen. Bei dem einen oder anderen hat es vielleicht etwas länger gedauert, bis die richtige Position gefunden wurde, aber letztendlich gab es immer eine zufriedenstellende Lösung.“

Die nächsten Jahre waren geprägt von Wachstum, Expansion und Erfolg, und Walter Kuttin konnte mehr denn je seine Fähigkeiten als Stratege und Manager unter Beweis stellen. Als er am 7. Juli 2003 seinem Nachfolger Walter Wiedenbauer die Geschäftsführung übergab, galt der laute Applaus der gesamten Belegschaft dem großartigen und hochgeschätzten „Chef der Herzen“, Walter Kuttin. Die Zeit als Area Manager nach der Übergabe der Geschäftsführung war für das Ehepaar eine besonders schöne. „Wir genossen gemeinsam die Besuche bei den Partnern in den Balkanländern, wo wir immer sehr herzlich empfangen wurden. Ich habe immer noch viele tolle Erinnerungen an diese Zeit“, schwärmt Helga Kuttin.



Hauptsitz und Sto-VerkaufsCenter Villach

Bergdorf Zlan

Nach dem Umzug aus privaten Gründen von Vorarlberg nach Kärnten wird das Verkaufsgebiet Südösterreich vom kleinen Bergdorf Zlan aus beliefert. Waren werden in einer Garage zwischengelagert, im Obergeschoss wohnt das Ehepaar Helga und Walter Kuttin. Als Transportmittel steht ein VW-Bus zur Verfügung, die Verkaufsgespräche führt Walter Kuttin mit einer Limousine durch. Legendar wird nicht nur der Umstand, dass es jeweils eine Mercedes E-Klasse war, sondern auch die Vergabeordnung der Kennzeichen: Der jeweils beste Verkäufer darf VI-STO-1 fahren.

Firmengebäude in Villach-Lind

Bereits nach zehn Jahren wird ein erstes Mietobjekt in Villach-Lind als Lagerstätte, Tönerei, Musterei und Büro genützt. Der Standort ist nur vorübergehend, da bereits größere Standortvisionen gehegt werden.

Eröffnung in Villach, Richtstraße

1981 wird der erste Bauabschnitt am anderen Ende der Stadt als Standort eröffnet. Teil des Gebäudes ist eine Betriebswohnung. 1989 wird der Bürotrakt erweitert. Heute wird das Gebäude von der Verwaltung genützt.

Erweiterung der Erweiterung

1995 wird der lokale Verkauf von Sto-Produkten auf die andere Straßenseite der einst als Sackgasse endenden Handwerksstraße verlegt. Das neue Lager- und Bürogebäude wird in der Form über 20 Jahre verwendet und erst 2012 um ein Kaltlager und einen Schauraum erweitert. Freigewordene Lager- und Tönerräume auf der gegenüberliegenden Straßenseite werden zeitgemäß adaptiert. Im Jahr 2000 wird das Info-Center (heute „Gelber Würfel“) eröffnet. In Zuge dessen entsteht ein großer Vortragssaal mit Foyer und Pausenraum. 2008 wird weiteres Gelände für Parkflächen und Büros erworben.

Recycling-Produkte

Ein Dorn im Auge des Geschäftsführers ist stets getönte Ware, die zwangsweise zu reduzierten Preisen zurückgenommen werden muss. Das Team rund um Alois Felber und Franz Ramsbacher entwickelt schließlich eine RC-Produktion, in der getönte Putze zu Armierungsmasse verarbeitet werden. Die Mahlanlage steht inmitten der Lagerhalle, wird später aber in die Richtstraße 42 verlegt.

Produktionsstätte

Aus der RC-Produktion wird 2008 eine Produktionsstätte für pastöse Produkte in einem Mietgebäude in der Richtstraße 42. Bis zu 23 Meter hohe Silotürme verwandeln die Niederlassung in eine Industrieanlage. Im Jahr 2019 wird vom Vorstand der StoSE & Co. KG die Erweiterung der Produktionsanlage gegen Süden beschlossen. Zusätzlich soll ein Zentrallogistik-Lager errichtet werden.

Wer wagt, der gewinnt

Interview mit Edmund Gruber, i. R.
Im Unternehmen seit Dezember 1975

Wer würde leichtfertig eine sichere Anstellung aufgeben und in ein Start-up wechseln? Noch dazu, wenn die neue Firma lediglich aus einer Garage heraus unbekannte Produkte verkauft? Über den Mut von Edmund Gruber.

Im Dezember 1975 hängte Edmund Gruber seinen bisherigen Beruf als Kontrolleur bei der AKM an den Nagel, um Walter Kuttin beim Aufbau eines neuen Unternehmens zu begleiten. Das Risiko war ihm bewusst – sein Vertrauen in das Material und in Walter Kuttin jedoch größer.

Während dieser bei der deutschen Firma Stotmeister GmbH angemeldet war, meldete Gruber den „Baushop“ auf seinen Namen an, der die Basis für das weitere Wachstum der Firma bildete. Denn alle weiteren Mitarbeiter in Villach wurden in den folgenden Jahren bei der Firma Baushop

angemeldet, die exklusiv Sto-Produkte vertrieb – sieht man von den Radio- und Fernsehgeräten ab, die Gruber als Hobbyelektriker nebenbei verkaufte.

„Meine erste Lieferung waren 1.200 Kilogramm Superlit“, erinnert er sich an seinen ersten Arbeitstag. Das Material musste beim Kunden über eine Hühnerleiter in den Keller getragen werden. Mit je zwei 30-Kilogramm-Eimern mit Drahtenkel balancierte ich in diesen Keller – und musste dann an meinem zweiten Arbeitstag schon das erste Mal in Krankenstand gehen, da ich mich nicht mehr rühren konnte.“



**Edmund Gruber,
InfoCenter-Leiter i.R.**
„Für mich steht Sto immer noch für Qualität und Fortschritt. Im Rückblick verbinde ich fast mein ganzes Leben mit Sto – immerhin habe ich 35 Jahre lang dem Aufbau und der Vision von Sto gewidmet.“



VerkaufsBerater Edmund Gruber
 Im Bild mit Kunden, die gerade im Hause Sto geschult wurden, sowie dem Geschäftsführer Walter Kuttin (rechts).

Ausliefern, Tönen, Lagern und Verkaufen – Edmund Grubers Aufgaben waren vielfältig. Zuerst arbeitete er in einer zu einem Büro und Materiallager umgebauten Garage in Zlan, danach in einem angemieteten Lager in Lind/Villach, wo die Dämmstoffe noch händisch vom Lkw in den ersten Stock durchs Fenster hinaufgehoben werden mussten. Das Risiko und alle Anstrengungen lohnten sich: Das Team wuchs, und schon 1981 konnte der heutige Standort in der Richtstraße in Villach gebaut werden. Zugleich wurde der Baushop in eine GesmbH umgewandelt, die in den 1990er-Jahren von der Stotmeister GmbH übernommen wurde.

Edmund Gruber wechselte in den Innendienst und reizte seine technischen Fähigkeiten und Interessen voll aus. Die neuen, fortschrittlichen Technologien, die nach und nach in den Büroalltag Einzug hielten, faszinierten ihn dabei besonders. Als purer Luxus galt die Schreibmaschine, bei der man ganze zwei Zeilen tippen und korrigieren konnte. Mit dem neuen Schneider-Commodore-PC mit 3,0- und 5,4-Zoll-Disketten konnte man Ausschreibungstexte an die Ö-NORM im Sto-Wortlaut anpassen und an Wohnbaugenossenschaften sowie Architekturbüros weitergeben. Eine Serviceleistung, die bei den Kunden hoch geschätzt wurde und mit der sich Sto als Technologieführer am Markt deutlich abheben konnte.

Schulungen waren für Edmund Gruber auch immer ein wichtiges Thema. „Einerseits gab es die vielen fachbezogenen Schulungen von der Zentrale in Weizen für Töner, Lageristen, Innendienst und Verkauf, andererseits besuchte ich viele technische

Schulungen am WIFI – gemeinsam mit Baumeistern und Architekten. Bald hat man mich selbst als Experten und Vortragenden bei Fachtagungen eingeladen.“ Er wechselte dann vom Innendienst in den Verkauf – zuerst als Verkaufsberater und schließlich als Gebietsverkaufsleiter für Kärnten und Salzburg.

Als weitere Herausforderung widmete er sich ab dem Jahr 2000 der Sto-Homepage und der Kommunikation in einer neu gegründeten Abteilung, dem InfoCenter. Internet, Intranet und Extranet sowie der Newsletterversand waren bis zu seiner Pensionierung im Dezember 2010 seine Hauptaufgaben.



Vom VerkaufsBerater über Gebietsverkaufsleiter zum Kommunikations-experten

Aufgrund seines umfangreichen Wissens konnte Edmund Gruber nur durch die Gründung ganzer Fachabteilungen ersetzt werden.

„Putz“-munter um 4:30 Uhr frühmorgens

Interview mit Franz Gotsmy, i. R.
Im Unternehmen seit Juli 1976

Ein Tag im Juli 1976. Um 20:00 Uhr läutet es an der Türe von Familie Gotsmy. „Guten Abend, Herr Gotsmy, mein Name ist Ritter von der Stotmeister GmbH.“ Er lächelt und macht eine kurze Pause. „Es wär jetzt so weit!“

Was klingt wie die Anfangsszene aus einem Krimi, war die Einstellung von Franz Gotsmy bei Sto. Er sollte das Marktgebiet Niederösterreich, Wien und Burgenland aufbauen.

Der Szene vorausgegangen war ein Bewerbungsschreiben an die Firma Stotmeister in Weizen im Jahr 1974, nachdem Franz Gotsmy erstmals bei der „Bau“ in München auf das Unternehmen aufmerksam geworden war. „Es gab damals ganz neuartige Putze von dieser Firma, die erst in Kärnten durch Walter Kuttin und in Vorarlberg durch Joschi Harangozo bekannt geworden sind. Es war Letzterer, der Franz Gotsmy zu seinem Bewerbungsschreiben animierte: „Wirst schon sehen, diese Firma wird auch in Österreich noch groß herauskommen. Jetzt soll der österreichische Markt intensiver bearbeitet werden“, hatte ihm sein Bekannter gesagt.

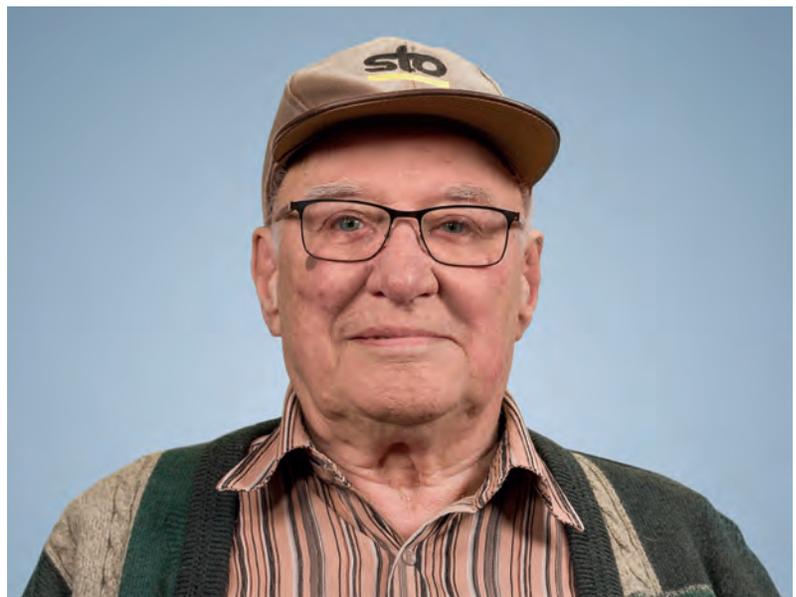
Es sollte noch zwei Jahre dauern, bis die Stotmeister GmbH positiv auf das Bewerbungsschreiben reagierte. Dafür kam dann gleich ein Mitarbeiter aus Deutschland persönlich bei Franz Gotsmy vorbei. Walter Kuttin hatte in der Zwischenzeit schon gute Aufbauarbeit in Kärnten geleistet, sodass man nun damit beginnen konnte, die Bundesländer „stofit“ zu machen.

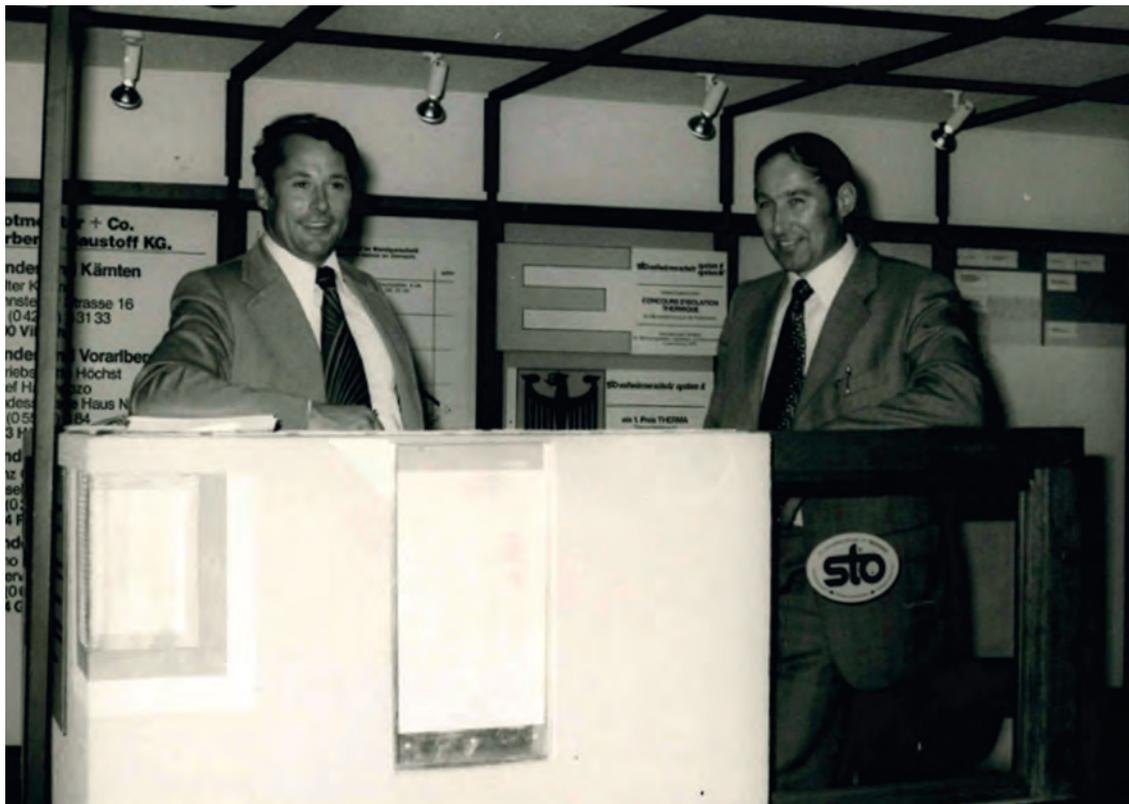
Die neue Aufgabe, ein ganzes Marktgebiet aufzubauen, reizte den gelernten Maurer und Polier Franz Gotsmy. Er freundete sich rasch mit den Produkten von Sto an und konnte diese auch bald geschickt verarbeiten – eine wichtige Voraussetzung für einen Vertriebsmann damals, denn schließlich musste man den Kunden die neuen

Putze auch vorführen können. Seine Einschulung in Weizen konnte er nach 14 Tagen frühzeitig beenden, da er sich als guter Praktiker erwies und man bald erkannte: Dieser Mann kann nun auf den Markt Niederösterreich losgelassen werden!

In den Anfangsjahren arbeitet er mit seiner Frau in der Garage seines Hauses. Tönen, Aufladen, Liefern, Einschulen, Verkaufen – so sah der Arbeitsalltag aus. Nebenbei fuhr er zwischen 200 und 300 Kilometer täglich, um Kunden aus Niederösterreich und Wien bis ins Burgenland zu erreichen. Nicht selten begann sein Arbeitstag um 4:30 Uhr, denn die Ware musste oft um 6:00 Uhr schon auf der Baustelle sein. Seine Frau saß zu Hause am Telefon, um die Bestellungen entgegenzunehmen.

**Franz Gotsmy,
Verkaufsleiter in
Niederösterreich i. R.**
„Es gibt keine zweite
Firma wie Sto – ich
möchte keinen Tag
missen. Sto war immer
korrekt und ehrlich.“





Ganzer Einsatz
Walter Kuttin und
Franz Gotsmy.

Entlastet wurde er schließlich durch seine ersten Mitarbeiter, seinen Sohn Franz Gotsmy junior und den Anwendungstechniker Erwin Imler. Von nun an konnte er sich auf den Verkauf konzentrieren.

Das Geschäft wuchs rasch und die Räumlichkeiten in der Garage wurden bald zu eng. Man übersiedelte nach St. Georgen in ein Lager – nicht gerade mit idealen Voraussetzungen in Hinblick auf die Größe und die Schotterzufahrt, aber trotzdem war es eine deutliche Verbesserung. Lageristen, Lkw-Fahrer, Töner und Innendienst wurden nach und nach besetzt und machten die Mannschaft komplett. „In keinem anderen Verkaufsstandort von Sto in Österreich arbeiten heute noch so viele Mitarbeiter, die bereits in dieser Aufbruchszeit ihren Dienst begonnen haben. Die meisten davon haben sich durch alle Tätigkeiten durchgearbeitet und dadurch alle Abteilungen kennengelernt! Es ist heute noch wie eine große Familie“, erzählt Franz Gotsmy.



Franz Gotsmy mit Ehefrau
Aufnahme aus dem Jahr 1980. Beide arbeiteten zuerst aus der Garage des privaten Wohnhauses heraus.

Die Basis dafür hat er gelegt. Als Auszeichnung für sein Verdienst luden Walter Kuttin und Fritz Stotmeister ihn und seine Frau zu einer Reise nach Atlanta und Florida, USA, ein. „Dieses Erlebnis habe ich bis heute nicht vergessen“, sagt Gotsmy. Auch das Lager in St. Georgen platzte bald aus allen Nähten, und man übersiedelte nach Ober-Grafendorf in eine ehemalige Schuhfabrik. Nach einem kurzen Umbau, der nicht der letzte bleiben sollte, konnte man sich hier neu entfalten und sich auf weitere Wachstumsjahre freuen.

Über Disketten, Commodore und Cognac

Interview mit Paul Petutschnigg
Im Unternehmen seit März 1981

Es gab lustige und auch schöne Momente, erzählt Paul Petutschnigg von seiner Anfangszeit bei Sto. „Vor allem mit den Kunden, die alle ‚Sto-Freunde‘ wurden.“

„Sie haben ihr bestelltes Material nicht einfach abgeholt und sind wieder gegangen, wie es heute oft der Fall ist, sondern es hat immer auch genügend Zeit für Gespräche und Kaffee gegeben – und ab und zu sogar einen Cognac.“

Im Frühjahr 1981 trat Paul Petutschnigg seine Stelle als Lkw-Fahrer bei der Firma Baushop/Stotmeister an. Er war einer der ersten Mitarbeiter. Obwohl er extra für den Job den Lkw-Führerschein gemacht hatte, verlagerte sich sein Schwerpunkt schnell vom Lkw ins Lager. „Die Arbeit machte Spaß, und das Team war motiviert“, schwärmt er immer noch, wenn er an seine Anfangszeit bei Sto denkt. „Alle haben alles gemacht und auch zusammengeholfen, wenn etwas schiefgegangen ist.“ Eines Tages musste etwa die gesamte Belegschaft ihre Arbeitsplätze verlassen, weil eine ganze Palette Putzgrund umgekippt war, und den weißen Putzgrund vom Asphalt entfernen. „Über solche Missgeschicke lacht man erst später“, sagt Petutschnigg. Ebenfalls schmunzeln muss er heute noch über seinen Kollegen Manfred Schimitz, der, um zu den Dübeln im oberen Regal zu gelangen, auf ein Fass mit Farbe gestiegen war. „Der Ring ist gebrochen und der Kollege in der Crylanfarbe versunken! Wir haben ihn mitsamt dem Fass ins Freie transportiert und ihn anschließend mit einem Schlauch gereinigt!“

Paul Petutschnigg bezog nach dem Umzug in die Richtstraße die Dienstwohnung im ersten Stock, was für ihn ein großes Glück war. Vom Lager wechselte er dann weiter in den Innendienst, wo er 1988 seine technische Kompetenz mit der Installation eines neuen Commodore-Schneider-PC unter

Beweis stellte. Nur ein Jahr später wurde der IBM-Computer zum allgemeinen Sto-Standard. „Lieferscheine haben wir auf Disketten gespeichert und nach Deutschland geschickt. Von dort aus haben wir dann die Rechnungen an die Kunden versandt“, erinnert er sich. Alsbald übernahm Petutschnigg die Verantwortung für die neugegründete Abteilung IT. 1993 gab es ein erstes Buchhaltungssystem, die AS400, und vier Jahre später unterstützte das Kundenverwaltungsprogramm Adis den Vertrieb. Die IT-Abteilung wuchs auf drei Personen an – und arbeitet heute in derselben Konstellation. Für Petutschnigg eröffneten sich stets neue Berufslaufbahnen, die ihn voll und ganz ausfüllt – und für die er sich auch heute noch in seiner Altersteilzeit mit Herzblut einsetzt.

Bild rechts:
Erster Personal Computer bei Sto
Verwendet wurde die Ausrüstung zum Erstellen von Lieferscheinen.

IT-Leiter Paul Petutschnigg
„In 40 Jahren Sto hat sich viel verändert. Eine wichtige Basis für unsere Firmenkultur und unseren heutigen Erfolg ist sicher die Aufbauphase des Unternehmens unter Walter Kuttin.“





Eine Hand wäscht die andere

Interview mit Reinhold Wassermann, i. R.
Im Unternehmen seit März 1981

Ihm war nie ein Weg zu weit und keine Mühe zu groß, um als Anwendungstechniker und später als Verkaufsberater stets Bestnoten hinzulegen.

So konnte Reinhold Wassermanns Arbeitstag schon einmal über die Verkaufsgrenzen von Kärnten hinausgehen und in Innsbruck enden. Kein Wunder, dass er über all die Jahre hinweg im Vertrieb stets ganz oben auf dem Umsatzpodest stand.

„Niemand hat nach Arbeitszeiten gefragt. Man hat einfach seine Arbeit erledigt und auch meistens den Erfolg bald gesehen“, erinnert sich Reinhold Wassermann an seine Anfangszeit. Ein Grund für seine tiefe Überzeugung von Sto war sicher, dass er bereits im März 1981 zu dem damals noch kleinen Team dazugestoßen ist. Als einer der ersten Einführmeister in ganz Österreich lernte er bald auch die anderen Standorte kennen, die er in den Anfangsjahren unterstützte.

Seine Erfahrungen als Anwendungsexperte führten Reinhold Wassermann bis nach Warschau, wo er in einer Blitzaktion eine Reklamation an einem Wasserturm klärte und die Baumannschaft vor Ort in der richtigen Konsistenz von Stolit schulte, bevor es wieder zurück nach Villach ging. „Schon damals musste immer alles schnell gehen“, schmunzelt er über diese Aktion, auch wenn die lange Nachtfahrt mit seinem Bus ziemlich anstrengend war. Vor allem durch sein Expertenwissen im Bereich Betoninstandsetzung und Rissverpressung wurde er zu prominenten Baustellen in ganz Österreich gerufen. Das unter Architektenkreisen bekannteste Projekt war dabei wohl die Terrassenhaussiedlung in Graz, zu der heute noch junge Architekten und Studenten pilgern. Aber auch die Sanierung von Wasserbehältern, die durch Felsstürze beschädigt wurden, sowie Mauertrockenlegungen gehörten zu seinem Berufsalltag.



Reinhold Wassermann, Sto-VerkaufsBerater i. R.
„Ich habe Sto immer so erlebt, dass der Mensch stets im Mittelpunkt stand.“



Bild oben:
Prüfender Blick, alles unter Kontrolle
Reinhold Wassermann vor dem Fuhrpark im Jahr 1981.

1993 wechselte er in den Verkauf und übernahm das Verkaufsgebiet Villach Stadt. Später kamen das Drautal, Gailtal, der Lungau und Osttirol dazu. Dass sein Arbeitstag regelmäßig um 6:00 Uhr begann und mindestens zwölf Stunden dauerte, lag auch an der Größe seines Verkaufsgebiets. Sein Ehrgeiz und Arbeitseinsatz sicherten ihm aber bis zu seiner Pensionierung einen Platz in der Liste der erfolgreichsten Verkaufsberater. „Jedes Jahr habe ich diesen Rang verteidigt und sogar ein Jahr vor meiner Pensionierung im Jahr 2009 noch einen Umsatzrekord zustande gebracht“, erzählt er. Dabei ließ er keine Zielgruppe aus: Neben den Malerbetrieben und Stuckateuren besuchte er Bauämter, Wohnbaugenossenschaften und Architekten. Kein Wunder also, dass die Begriffe „Fleiß“ und „Einsatzbereitschaft“ immer noch eng mit dem Namen Reinhold Wassermann verbunden sind.

Wenn heute über unnötige Bürokratie in Bezug auf Kundenmanagement gesprochen wird, kostet ihn das nur ein Schmunzeln. „Ohne genaue Besuchsberichte, Neukundenanalysen und Gesprächsnotizen über anstehende Projekte hätte ich meine vielen Kontakte und Kunden nie organisiert bearbeiten können.“ Es gehörte schlichtweg zur Arbeit dazu – auch wenn diese „Schreibarbeit“ oftmals auch am Wochenende erledigt werden musste.

Natürlich war es manchmal nötig, auf Kollegen in der Tönerei oder im Innendienst Druck auszuüben, damit die eine oder andere Ware noch am Abend getönt wurde oder Lieferungen noch kamen – auch das war damals nicht anders als heute. „Die Kiste Bier für die Töner, um Dinge noch erledigt zu bekommen, würde jedoch heute wegen des Alkoholverbots nicht mehr funktionieren“, lacht er,

„doch damals hat es immer funktioniert!“ Denn auch die Zusammenarbeit mit den Kollegen war Teil seines Erfolges. Zusammenhalt war unheimlich wichtig. „Innendienst und Außendienst mussten ein eingespieltes Team sein – ein Thema, das aktueller ist denn je.“ Auch Weiterbildung sieht er als immens wichtig an: „Das Unternehmen hat viel in Schulungen und Seminare investiert. Wenn man durch die Abteilungen ging, konnte man das geballte Wissen fast spüren. Dass das auch die Kunden spüren und schätzen lernen, war das große Ziel und gleichzeitig die Herausforderung.“



Experte für alles
Besonders in der Rissanierung und Mauerwerkstrockenlegung entwickelte Reinhold Wassermann Spezialwissen. Ein Grund mehr, ihn bei der Arbeit im internationalen Flyer für Betoninstandsetzung abzulichten.

ZTV-RISS heißt Zusätzliche Technische Vorschriften und Richtlinien für das Füllen von Rissen in Betonbauteilen. Sie wird vom Bundesminister für Verkehr herausgegeben und enthält Regelungen für die Lieferung, Prüfung, Ausführung, Abnahme und Abrechnung vertraglicher Leistungen für das Füllen von Rissen durch Injektion oder Tränkung in Brückentunnel und vergleichbaren Ingenieurbauwerken.

Im Team erfolgreich

Interview mit Erwin Imler
Im Unternehmen seit Juli 1983

Zwölf Handwerker für ein Produkt zu schulen, das man selber noch nie gesehen und nie verarbeitet hat, ist eine Herausforderung. Wenn das Ganze aber auch noch der erste Arbeitstag in einem neuen Unternehmen ist, liegen die Nerven blank.

Am 1. Juli 1983 begann Erwin Imler seinen neuen Job als Anwendungstechniker für Sto in St. Pölten. Einige Tage zuvor hatte er ein Bewerbungsgespräch mit Franz Gotsmy und Walter Kuttin gehabt, bei dem er einen Ordner mit Produktunterlagen bekommen hatte und dazu die Information, dass er am Montag darauf eine Schulung für Superlit in Wien abzuhalten hätte. Das, was er dann auf der Baustelle den Handwerkern zeigte, kannte er also zwar theoretisch aus den Unterlagen, doch er musste sich blitzschnell mit dem Material praktisch vertraut machen. Alles gelang wunderbar, nicht zuletzt, weil Erwin Imler selbst ein guter und geschickter Handwerker war. Dass der erste Arbeitstag nach dieser eintägigen Einschulung in Wien noch lange nicht vorbei war und danach noch einige Stunden Lagerarbeit auf ihn warteten, schreckte ihn nicht ab. „Ich war jung und voller Energie“, erinnert er sich heute noch genau an diesen ersten Tag bei Sto.

Einer der ersten Arbeitsaufträge war die Übersiedlung in das neue Lager nach St. Georgen. Der Schotteruntergrund dort stellte ihn mehrfach auf die Probe, denn das Auf- und Abladen der Waren auf den bzw. vom Lkw gestaltete sich mit dem Stapler schwierig. Nicht selten kippten Eimer um, und man verbrachte den herbeigesehnten Feierabend mit Putzen und Entfernen der Farb- und Putzreste vom Schotter. Seine Aufgaben umfassten neben der Arbeit als Anwendungstechniker auch das Tönen und klassische Lagerarbeiten.

Nach zwei Monaten ging es für Erwin Imler vier Wochen lang zur Einschulung nach Weizen. „Vier Wochen in Weizen, ohne Auto, das ist eine sehr lange Zeit“, schmunzelt er heute noch. „Meine tägliche Beschäftigung war es, die Strecke zwischen Weizen und Stühlingen hin- und herzulaufen. Und ich dachte immer, ich sei das Landleben gewöhnt, da Mank in Niederösterreich ja auch eine sehr ländliche Gegend ist, aber das ist nichts gegen den Schwarzwald!“ Auf jeden Fall hatte er so genügend

Erwin Imler,
Gebietsverkaufsleiter
Niederösterreich

„Die Motivation und der überdurchschnittliche Arbeitseinsatz der Mitarbeiter wurden durch das Vertrauen der Geschäftsleitung unterstützt. Das alles konnten die Kunden spüren und haben uns daraufhin auch ihr Vertrauen geschenkt.“



083 - VC Obergrafendorf

Tel.: 02747/7430-0

TOP SECRET

Sto Österreich

Hauptmenü



Martina Bandion - Auftragsannahme, DW 21



Franz Gotsmy, GVL, DW 30



Heribert Gruber - VC-Leiter, DW 27



Erwin Imler - VB, DW 31



Anton Kerschner - VB, DW 29

[\[Zurück\]](#) [\[Hauptmenü\]](#)

© Sto Ges.m.b.H.
Aktualisiert am: 01.05.1998



Engelbert Luger - AWT



Heribert Neubauer - Auftragsannahme, DW 23



Robert Pfrendl - VB



Hans Schrattenholzer - Auftragsannahme, DW 22



Franz Streimelweger - VB, DW 28

Zeit, sich auf das Erlernen der Produkte, das Tönen nach Rezepturen und die Verarbeitung zu konzentrieren. Nach der Einschulung kehrte er mit geballtem Wissen zurück und arbeitete am Aufbau von Sto in Niederösterreich mit: „Unter den Mitarbeitern gab es eine Aufbruchsstimmung, und alle haben die Ärmel hochgekrempelt und angepackt! Die Arbeitszeit war total egal – es hat niemand gejamert.“

Drei Jahre später wechselte Imler in den Außendienst nach Wien, da es dort noch jede Menge unberührtes Terrain gab. In dem Verkaufsgebiet, das ihm zugewiesen wurde, gab es erst einen einzigen Sto-Kunden. Das Thema Neukundengewinnung und Potenzialkunden war also damals schon aktueller denn je. „Man hat spontan und intuitiv gehandelt – und diese Rechnung ist aufgegangen“, erinnert er sich. Er schrieb alle Telefonnummern von Baustellentafeln ab und rief die potenziellen Kunden von Telefonzellen aus an, um Termine zu vereinbaren. Er setzte damals alles auf ein Produkt, die Sto-Silikatfarbe, denn damit konnte man sich deutlich vom Mitbewerber, Terra Nova, abheben.

Er gewann ganze Straßenzüge in Wien (Singerstraße, Blutgasse) und konnte nach zwei Jahren schon über 200 neue Kunden vorweisen. Auch während der Bundesheerzeit in Wien blieb er Sto treu und betreute weiterhin Kunden und Projekte. Als Erwin Imler wieder nach Niederösterreich zurückkam,

übernahm er Verkaufsgebiete von Franz Gotsmy und teilte diese wegen ihrer enormen Größe bald mit seinem Kollegen Anton Kerschner, der ebenfalls von der Anwendungstechnik in den Verkauf wechselte. Am 1. Jänner 1999 ging Franz Gotsmy in Pension, und Imler wurde zum Sto-Gebietsverkaufsleiter in Ober-Grafendorf. Vom Kollegen wurde er nun zum Chef, was eine gewisse Herausforderung mit sich brachte. Doch er schaffte es, das freundschaftliche Verhältnis zu seinem Team aufrechtzuerhalten, und bis heute spürt man den familiären Umgang unter der Mannschaft.

Zur Jahrtausendwende musste der Standort Ober-Grafendorf erneut vergrößert werden, da sich auch die Dekoproduktion immer mehr ausweitete, und Heinz Mitterer aus dem Design Studio in Villach begann mit der Planung. An die Eröffnungsfeier des neuen VCs 2005 erinnern sich heute noch viele Mitarbeiter – nicht nur an die Tänzerinnen des Showexpress, sondern auch an die legendären Hubschrauberflüge über das VC und die tolle Stimmung an diesem Tag, die immer noch, nach über 20 Jahren Sto Niederösterreich, mit Motivation und Energie aufgeladen war. „Auch die vielen Infotage, die in Ober-Grafendorf für Kunden und Mitarbeiter in den folgenden Jahren immer wieder organisiert wurden, zeigen eines: Der Zusammenhalt im Team ist bemerkenswert, vor allem, wenn gemeinsam gearbeitet und angepackt werden muss. Und: Im Festefeiern sind wir unschlagbar!“

Screenshot der Sto-Website 1998

Das Team von Ober-Grafendorf vor etwas mehr als 20 Jahren. Bis auf zwei Kollegen im Ruhestand sind noch alle im Unternehmen tätig.

Wie aus einer Idee eine ganze Abteilung entsteht

Interview mit Heribert Gruber, i. R.
Im Unternehmen seit August 1983

1. August 1983: Pünktlich um 7:00 Uhr stand der neue Lkw-Fahrer Heribert Gruber voll motiviert vor dem Sto-Lager in St. Georgen in Niederösterreich und freute sich auf seine erste Tour nach Oberwart.

Als er dann zehn Stunden und 400 Kilometer später nach der erfolgreichen ersten Ausfahrt seinen Lkw vor dem Lager wieder abstellte, freute er sich auf den verdienten Feierabend, bei dem er zufrieden auf seinen ersten Arbeitstag zurückblicken konnte. Doch dieser Augenblick währte nur kurz: Um den Lkw für den nächsten Tag zu kommissionieren und aufzuladen, waren nochmals Grubers Muskelkraft und Einsatz gefragt. Und als er zwei Stunden später am Weg nach Hause war, bog prompt der Lkw der Spedition Heine aus Weizen ums Eck. 38 Paletten und duzende Dämmstoffstapel mussten noch entladen und im Lager verstaut werden – bevor es um 23:00 Uhr endlich hieß: Feierabend!

Für viele wäre dieser Arbeitseinstieg wohl der Anfang vom Ende gewesen, für Heribert Gruber weckte er nur noch mehr Motivation und Energie! Am nächsten Tag war er wieder um 7:00 Uhr zur Stelle, und viele weitere Tage und Jahre bei Sto folgten. Heribert Gruber suchte immer wieder neue Herausforderungen und fand sie in vielen neuen Verantwortungen, die ihm in den Folgejahren schrittweise übertragen wurden. Zunächst übernahm er immer häufiger Aufgaben im Innendienst und wechselte schließlich seinen Arbeitsplatz von der Fahrerkabine des Lkws zu einem Schreibtisch mit Computer. 1985 übernahm er die Führung der Innendienstmannschaft als VC-Leiter, und 1993 gründete er schließlich seine eigene Abteilung, die Decowerkstatt. Als Praktiker und jemand, der

unbürokratisch und erfinderisch an Neues herangeht, war die Decowerkstatt das perfekte berufliche Zuhause für Heribert Gruber. Unermüdlich tüftelte er an neuen Methoden und Prozessen, um schneller liefern zu können und dabei auch noch die Margen zu sichern. „Die zündende Idee, wie man Verkröpfungen schneller und effizienter produzieren konnte, kam dabei von Leo Feurer“, erinnert sich Gruber, der diesen Input sofort aufnahm und weiter ausbaute. Der Grundstein für

**Heribert Gruber,
StoDeco-Werkstätte
Leitung, i. R.**
„Walter Kuttin hat ein Unternehmensklima geschaffen, wo Mitarbeiter sich entfalten können und Gestaltungsfreiheiten zur Entwicklung des Unternehmens haben.“





einen neuen Produktionsstandort für Decoprofile in Österreich war, rechtzeitig für den damaligen Architekturtrend, gelegt! Große Auslandsprojekte in „Kroatien, Bosnien, Mazedonien und Russland brachten die Maschinen und Mitarbeiter in der Decowerkstatt förmlich zum Glühen! Da Bruno Forster 2009 in Villach Verkaufsberater wurde, übernahm Heribert Gruber von ihm das Produktmanagement für den Deco-Bereich.

An ein bestimmtes Projekt erinnert sich Heribert Gruber noch mit gemischten Gefühlen. Der Apple-Flagship-Store in Den Haag reichte 2014 einerseits eine große Reklamation ein, andererseits gab es am Ende dennoch eine Spitzenreferenz und viel Lob für das hervorragende Krisenmanagement des österreichischen Decoteams. „Solche Projekte bringen Erfahrungswerte, die man in keinen Schulungen oder Trainings bekommt. Sowohl technisch als auch aus Projektmanagementsicht haben wir hier enorm viel gelernt. Vor allem aber sind wir stolz darauf, wie groß der Zusammenhalt in der Firma in Ernstfällen ist“, berichtet er. „Wir waren und sind immer noch wie eine große Familie. Wertschätzung, Fleiß und Spaß waren die Erfolgsfaktoren für unser Wachstum.“ Der Zusammenhalt im Team war für Heribert Gruber immer sehr wichtig: „Grillereien oder auch einmal ein ‚Kartler‘ nach Dienstschluss schweißten unser Team zusammen“, schwärmt er heute noch über seine 35-jährige Sto-Zeit.



Bild oben und links:
Hotel Europa, Sarajevo, BIH
Von der zerbombten Nachkriegszeit-Fassade zum Schmuckstück dank unermüdlichen Einsatzes der Deco-Werkstätte - allen voran Heribert Grubers.

Bild unten:
Zeit zum Abschiednehmen
Nach 35 Jahren bei Sto in Ober-Grafendorf wird Heribert Gruber vom ansässigen Kernteam gefeiert.



Einmal Sto, immer Sto

Interview mit Josef Greiderer, i. R.
Im Unternehmen seit April 1984

Sto-Gerüstplanen, Sto-Gerüstnetze, Sto-Lkw, Sto-Pkw – Sepp Greiderer fallen sie auch fünf Jahre nach seiner Pensionierung sofort auf. „Egal, wo ich bin, ich komme auch heute noch mit Sto in Berührung.“

Immer wieder komme ich an Baustellen mit dem gelben Sto-Eimer vorbei oder begegne ehemaligen Kollegen im weißen Sto-Auto. Manchmal werde ich auch noch als ‚Sto-Mann‘ von Hoteliers meiner Umgebung zu Beratungen für ihre Bauvorhaben gerufen“, erzählt Sepp Greiderer stolz. Dass er bei jeder Gelegenheit immer noch Sto-Produkte empfiehlt, ist selbstverständlich.

Begonnen hat die große Identifikation von Sepp Greiderer mit der Marke Sto bereits vor 35 Jahren, als er eine positive Zusage auf seine Bewerbung als Lagerhalter und Fahrer erhielt. „Die Bedingung war, sofort zu beginnen, was ich nach kurzer Überlegung und Umorganisation meiner laufenden Tätigkeiten auch tat“, erinnert er sich zurück. Als er am 18. April 1984 seine Arbeit im Lager antrat, kam es zu einem fliegenden Wechsel, da sein Kollege Hans Fojan gerade am Sprung zu einem zweitägigen Seminar war. So hatte er Zeit, sich im Lager alle Produktnamen genauer anzusehen und sich mit den Materialien vertraut zu machen. Anrufe oder Kundenbesuche blieben weitgehend aus, was ihn doch leicht irritierte. „Als Hans Fojan zurückkam und fragte, wie es mir ergangen sei, war ich etwas unglücklich damit, dass ich nur zwei Eimer Farben verkauft hatte. Ich wollte ja etwas bewegen, und hier war es mir doch etwas zu ruhig“, lacht er heute darüber. Aber diese Ruhe sollte nicht lange anhalten. Kaum waren die Osterfeiertage vorüber, veränderte sich auch sein Arbeitsrhythmus. „Vormittags war ich im Büro, im Lager oder in der Tönerei, und am Nachmittag lieferte ich das Material in ganz Tirol aus“, erzählt er. Vor allem an die kurze und pragmatische Einschulung als Töner von Hans Fojan erinnert er

sich heute noch gut und erzählt amüsiert: „Du brauchst ein Kaffeelöffel, einen Esslöffel und einen Schöpfer – das sind die Maßeinheiten. Den Rest stimmst du dann mit dem Auge ab.“

Diese Methode funktionierte tatsächlich, doch als Sepp Greiderer schließlich doch eine richtige Tönerschulung in Weizen bekam, war er froh über das neue Basiswissen, das ihm die Arbeit als Töner wesentlich erleichterte.

Dass er auch oft mitten in der Nacht zum Abliefern des Lkw aus Weizen gerufen wurde, machte dem jungen, motivierten Sto-Mitarbeiter damals nicht viel aus. „Oft hatte ich einen 15-Stunden-Tag, vor allem wenn ich nach dem Abladen des Lkw in der Nacht gleich weiter die Lieferungen zu den Kunden

**Josef Greiderer,
Gebietsverkaufsleiter
Tirol i. R.**

„Alle haben immer am selben Strang gezogen und dasselbe Ziel verfolgt, und das hat uns zusammenschweißst. Ich bin heute noch dankbar für das Vertrauen, das mir Walter Kuttin und später Walter Wiedenbauer geschenkt haben.“





übernahm, um pünktlich um 7:00 Uhr das Büro wieder aufsperrn zu können“, ist er heute noch stolz auf seinen Arbeitseinsatz. Dass er dann auch die Einschulungen auf den Baustellen als Einführmeister übernehmen durfte, sah er ehrgeizig als weitere Herausforderung an. Der Fleiß und der Arbeitseinsatz des Zweierteams aus Tirol machten sich bald bezahlt, denn die Umsätze wuchsen, und die Mannschaft konnte sukzessive erweitert werden.

1990 wechselte Sepp Greiderer in den Außendienst und bearbeitete fortan das Tiroler Unterland, wo er gleich im ersten Jahr eine Umsatzsteigerung von 180 Prozent verzeichnen konnte. Als Anerkennung und Wertschätzung für diese Erfolge erhielt er Medaillen, die Fritz Stotmeister bei den VB-Tagungen in Weizen persönlich übergab. „Damals gab es auch noch einen eigenen Dresscode bei diesen Treffen“, erinnert sich Sepp Greiderer zurück.

„Jeder VB trug einen schwarzen Smoking und eine rote Fliege. Auch wenn ich dieses Outfit extra kaufen musste, war ich doch unheimlich stolz darauf, Teil dieses einheitlichen Bildes zu sein.“

Nach fünf Jahren im Außendienst bot Walter Kuttin ihm die Stelle als Gebietsverkaufsleiter für Tirol an.

„Anfangs wollte ich das gar nicht, doch Walter Kuttin hatte mir schon kurz nach meinem Beginn bei Sto angekündigt, dass er noch mehr mit mir vorhabe“, lacht er heute darüber. Seine Karriere bei Sto schien schon sehr früh vom damaligen Geschäftsführer bestimmt worden zu sein.

Was machte Sto so erfolgreich in Tirol? „Die Qualität unserer Produkte ist natürlich ein wichtiger Teil des Erfolgs. Aber auch unsere Teamarbeit und

das Zusammengehörigkeitsgefühl, das in Tirol immer sehr ausgeprägt war“, ist Sepp Greiderer fest überzeugt. „Weiters ist es auch der Zugang zu unseren Kunden, den wir durch Vertrauen und Ehrlichkeit aufgebaut haben“, fügt er noch hinzu. Sto ist für Sepp Greiderer zu einer zweiten Familie geworden – und zu einem Lebensgefühl, das er auch heute in seiner Pension noch spürt. An eine Anekdote erinnert er sich in diesem Zusammenhang gerne zurück. Bei einem Meeting mit einigen hochrangigen Chefs aus Deutschland bewunderte einer von ihnen den schönen Ausblick vom Verkaufscenter auf die Berglandschaft und rief dabei entzückt aus: „Oh, ist das wunderschön hier!“ Darauf antwortete Sepp Greiderer: „Ja, und wir müssen hier arbeiten, wo andere Urlaub machen.“

Die Antwort des deutschen Kollegen kam prompt und mit einem Augenzwinkern: „Herr Greiderer, Sie ‚dürfen‘ hier arbeiten. Und jetzt gehen wir wieder an die Arbeit, denn wir sind ja nicht zum Urlauben hier!“



Bild oben:

Präsentation von Aktivitäten

Unvergessen bleiben Kundenfrühstücke und Herbstfeste, wo Sepp Greiderer jeweils ein Bierfass persönlich anstach.

Sepp Greiderer, wie man ihn kennt

Aufnahme aus dem Jahr 1999 bei einer Feier anlässlich der zehnjährigen Firmenzugehörigkeit des VC-Leiters und späteren LKW-Fahrers Werner Brecher.

Der Prokurist mit Herzblut

Interview mit Ronald Neuhold
Im Unternehmen seit Juni 1984

„Zwei Seelen wohnen, ach!, in meiner Brust“ – als Goethe das 1829 schrieb, könnte er damit Ronald Neuhold gemeint haben. Denn bald nach seiner Einstellung im Juni 1984 als Buchhalter übernahm er den Personalbereich.

„Ich bin da praktisch reingerutscht“, erzählt er. Und nachdem er zur Verstärkung im Rechnungswesen seinen ersten Mitarbeiter, Christian Außerwinkler, eingestellt hatte, übergab ihm Walter Kuttin daraufhin die zukünftige Mitarbeitersuche.

Die Arbeit im Personalbereich empfand Ronald Neuhold immer als Ausgleich zum eher harten Finanzgeschäft. In beiden Bereichen erarbeitete er sich schnell einen konzernweit guten Ruf, weshalb ihm vom Konzernvorstand im Juli 1998 die Prokura erteilt wurde.

Gemeinsam mit Walter Kuttin entwickelte er ein besonderes Gespür dafür, welche neuen Mitarbeiter ins Team und zur Firmenkultur passten. Da

brauchte es ein besonderes Commitment, denn in einem Unternehmen, in dem noch Start-up-Atmosphäre herrschte, reichte eine herkömmliche Stellenbeschreibung für einen Job nicht aus. Lkw-Fahrer, die Material tönten, Verkaufsberater, die Anwendungstechniker waren, und Lagerleiter, die Computer installierten: Das alles gehörte damals zum Sto-Alltag. Alle mussten anpacken und Arbeiten und Aufgaben übernehmen, die sich eben ergaben.

So kam es auch schon einmal vor, dass Ronald Neuholds Muskelkraft beim Abladen einer Korklieferung gefragt war. „Das werde ich nie vergessen!“, erinnert er sich. „Ich war von oben bis unten schwarz und bin fast zusammengebrochen! Da



**Ronald Neuhold,
Prokurist, Leiter
Finanz und allgemeine
Verwaltung**

„Ich bin stolz auf die tolle Mannschaft und unsere Mitarbeiter sowie das solide, alteingesessene und bewährte Unternehmen mit einem guten Ruf am Markt. 1984 wusste niemand, was Wärmedämmung war. Heute kennt jeder Sto und seine Produktqualität und das gute Service!“



Übergabe des „Herzens von Sto“
Aufnahme anlässlich der Übergabe von Personalverantwortung an Florian Fleischhacker im Rahmen der VerkaufsBerater-Tagung 2019.

wusste ich, was unsere Kollegen im Lager alles leisten.“

Im Laufe der Jahre hat sich viel im Arbeitsalltag bei Sto getan. Die größte Veränderung während der letzten 35 Jahre sieht Ronald Neuhold in der Geschwindigkeit, mit der heute gearbeitet wird. „Während man heute jedes Mail am besten sofort beantworten muss, dauerten Briefe und Sendungen zu den Anfangszeiten von Sto mehrere Tage“, erzählt er. Schneller ging es nur, wenn man zum Telefon griff, was Neuhold vor allem gerne machte, wenn er nicht bezahlte Rechnungen einfordern musste. Damit führte er unbewusst das telefonische Mahnwesen konzernweit ein.

Um technisch immer am neuesten Stand zu sein, investierte Sto schon damals viel Geld. Als Finanzleiter galt Ronald Neuhold naturgemäß als vorsichtig und bedacht bei Investitionen und wurde von Walter Kuttin oft im unternehmerischen Denken gefordert. Eine Investition von 210.000 Schilling für sieben Autotelefone katapultierte den Sto-Außendienst damals ganz nach oben, sorgte bei Neuhold jedoch für einige schlaflose Nächte. Die Möglichkeit, in einem fahrenden Auto telefonieren zu können, hatte aber viele Vorteile für die Vertriebsmannschaft. Das überzeugte den bedachten Investor dann von der Ausgabe.

Beide Bereiche, Finanz und Personal, wuchsen und entwickelten sich gut unter der Leitung von Ronald Neuhold. An die vielen positiven Bilanzgespräche mit dem Finanzvorstand aus Weizen denkt er heute noch mit Stolz zurück: „Am schönsten war immer

der Moment, wenn die Gespräche vorbei waren und sich ein Gefühl der Erleichterung eingestellt hat, weil alles gutgegangen ist und alle Fragen beantwortet werden konnten“, erinnert er sich an damals.



Ronald prüft Material selbst
Ronald Neuhold greift auch heute noch gerne zu Pinsel und Farbröller.

Veränderung als einzige Konstante

Interview mit Alois Felber
Im Unternehmen seit März 1985

Veränderungen machen Alois Felber keine Angst. Seit seinem Eintritt bei Sto am 11. März 1985 im Innendienst in Villach hat er eine ganze Reihe von Tätigkeiten übernommen.

„Das hat daran gelegen, dass Sachen einfach herumgestanden sind. Jemand musste das ja erledigen“, sagt er ganz pragmatisch. Alois Felber war eben immer schon jemand, der die Ärmel hochkrempelt, wenn es darum geht, Aufgaben umzusetzen. „„Geht nicht‘ gibt’s nicht!“ lautet dabei sein Motto.

Alois Felber startete im Innendienst und übernahm schrittweise die Tätigkeiten von Paul Petutschnigg, welcher sich immer mehr auf den IT-Bereich spezialisierte. „Es gab noch keine IT-Unterstützung“, erzählt er, „Lieferscheine und Töneraufträge wurden händisch erstellt. Heute könnte man sich das in dieser Form nicht mehr vorstellen.“ Mit dem schnellen Wachstum der Firma kam bald auch die Herausforderung, die Strukturen und Abteilungen an die Marktanforderungen anzupassen. Das Team im Innendienst und Lager wuchs schnell, und es wurden neue Verkaufsstandorte in ganz Österreich aufgebaut. Auch in der Zentrale in Weizen arbeitete man an neuen Prozessstrukturen bezüglich Auftragsannahme, Lagerhaltung und Logistik. Alois Felber nahm als Einziger im Innendienst immer wieder an Schulungen und Tagungen für Lagerleiter und Töner in Deutschland teil und erhielt so bald wichtige Einblicke in diese Abläufe. Parallel dazu liefen Workshops zur Namensfindung der heutigen Sto-Verkaufscenter. Wie sollten die einzelnen Niederlassungen der Firma Stotmeister zukünftig einheitlich benannt werden? Der Begriff „Sto-Verkaufscenter“ setzte sich schließlich gegen „Sto-Verkaufsstützpunkt“ durch – zum Glück, denn sonst hießen die „Sto-VCs“ heute „Sto-VStp“.



Alois Felber, Leitung Logistik, Einkauf, Produktion

„Sto wird nach wie vor von außen als besonderes Unternehmen wahrgenommen, dafür habe ich auch immer gekämpft. Ich bin stolz, für das leistungsfähigste Unternehmen in der Branche tätig sein zu dürfen.“



Die Aufgaben von Alois Felber verlagerten sich schließlich immer mehr vom Innendienst auf die Bereiche Lager, Tönerei, Logistik, Fahrzeug- und Silotechnik, die eine echte Herausforderung darstellten. 1994 gab es die ersten Durchlaufmischer im Europaletten-Format: den MiniMix 1.0. „Die Umstellung war eine kritische Zeit, die wir aber zum Glück gut gemeistert haben“, erinnert sich Alois Felber mit Stirnrunzeln. Die Herausforderung dabei war die teure Aufrüstung der Kranfahrzeuge und der gesamten Wartungstechnik bei einem gleichzeitigen Preisverfall der Baukleber von zehn auf drei Schilling! Heute gibt es über 400 Silos in ganz Österreich.

Im schnell wachsenden Abtönwesen gab es immer öfters Zugeständnisse, die nicht benötigten Restmengen zurückzunehmen, welche mühsam eingearbeitet werden mussten. Nachdem diese Einarbeitungsaktionen von den Kollegen aus dem Tönbereich nicht sehr geschätzt wurden und es trotz vieler Bemühungen keine Möglichkeiten einer rationellen Verwertung gab, verfasste Alois Felber am 29. Juli 1996 einen patentfähigen Verbesserungsvorschlag an Herrn Jochen Stotmeister. Sein Ziel war es, alle pastösen Putze und Farben in den unterschiedlichsten Qualitäten, Korngrößen und Farbtönen zu vermahlen, um daraus ein einheitliches Produkt zu produzieren. Zu diesem Zeitpunkt hatte Alois Felber bereits eine Rezeptur entwickelt und eine einfache Versuchsmühle gebaut, um die Machbarkeit seines Verfahrens zu demonstrieren. Trotz aller Bedenken innerhalb des Konzerns gab es am 22. Dezember 1999 einen Produktfreigabebericht von Sto Deutschland, gefolgt von einer Deutschen Patenterteilung am 2. Dezember 1999

und einer Europäischen Patentschrift am 27. Juni 2001.

In den besten Zeiten produzierte Sto alsbald im „Ein-Mann-Betrieb“ 500.000 Kilogramm StoArmat RC und Sto Coll je Geschäftsjahr. Die Produktionsräume mussten daher in eine angemietete Halle übersiedelt werden, die 2008 auf die Produktion von pastösen Produkten ausgeweitet wurde. „Zukünftig wünsche ich mir für den Standort Villach die Erweiterung unserer Produktionsstätte um eine Trockenproduktion“, sagt Alois Felber. Dass dieses Ziel bereits in realistischer Reichweite war, wusste er zur Zeit des Interviews noch nicht.

Bild oben:
Nassproduktion in erster Ausbaustufe
Aufnahme aus dem Jahr 2008.



Recycling-Produktion am Weg zum Patent
Bei der Präsentation der Versuchsmühle im Jahr 1999.

Im Verkauf zählt Fingerspitzengefühl

Interview mit Hans Muhr
Im Unternehmen seit März 1985

Eine verlockende Anzeige 1985 zog die Aufmerksamkeit des Bauleiters Hans Muhr auf sich: „Wir suchen einen kompetenten Mitarbeiter zur selbständigen Führung einer Niederlassung in Graz.“

Auch das anschließende Bewerbungsgespräch mit dem Geschäftsführer der Firma Sto, Walter Kuttin, klang äußerst vielversprechend für Hans Muhr. Der Rest ist Cretec-Geschichte.

„Walter Kuttin war voll Euphorie und Überzeugungskraft. Er versprach den vollen Durchbruch in der Steiermark in kurzer Zeit und dass ich dann sofort in den Außendienst wechseln könnte“, erinnert sich Hans Muhr heute schmunzelnd. Dass diese Prognose nicht ganz so schnell eintraf, merkte der neue junge Lagerleiter bald. Er startete am 1. März 1985 mit seiner Arbeit im Lager und im Büro, und gemeinsam mit einem Kollegen im Außendienst, Gustav Steinkellner, begann er, den steirischen Markt aufzubauen. Hans Muhr übernahm dabei die Rolle des „Mädchens für alles“. Vormittags stand er im Büro, bediente Kunden und übernahm Lager- und Tönarbeiten, nachmittags fuhr er mit einem Lieferbus die Waren aus und besuchte selber auch Kunden in der Oststeiermark. Langsam wuchs das Geschäft, sodass zwei weitere Mitarbeiter für Liefer- und Lagerarbeiten eingestellt werden konnten, und nach drei Jahren, am 1. Jänner 1988, trat Hans Muhr den versprochenen Wunschjob im Außendienst an.

Der Beginn war dabei nicht immer ganz leicht, und er erinnert sich etwa an schwierige Situationen bei Neukundenbesuchen. „Ein Baumeister hat mich einmal wütend und schimpfend hinausgeworfen, weil er zuvor anscheinend schlechte Erfahrungen mit einem selbstständigen Sto-Handelsvertreter gemacht hatte. Da war ich anfangs schon sehr geschockt, doch zum Glück konnte ich mich mit



Hans Muhr, Spartenvertrieb StoCretec

„Heute noch hat Sto einen Ruf am Markt, der selbst die Mitarbeiter, die naturgemäß immer kritisch sind, überrascht. Sto steht für Qualität, Produktvielfalt und Menschlichkeit.“



ihm doch noch ausreden, und er wurde schließlich ein sehr guter Kunde von uns“, kann er heute über diesen Vorfall schmunzeln.

Walter Kuttin erkannte das Potenzial des jungen Mitarbeiters und machte ihn nach weiteren fünf erfolgreichen Jahren zum Gebietsverkaufsleiter für die Steiermark. „Wir waren anfänglich ein kleines, fünfköpfiges GVL-Team in ganz Österreich und hatten sehr gute Kontakte untereinander. Walter Kuttin legte auch Wert darauf, das private Umfeld seiner GVLs kennenzulernen, und besuchte uns gelegentlich zu Hause“, erzählt er weiter, auch über gemeinsame Ausflüge mit der ersten Führungsmannschaft bei Sto.

Die jährliche Vertriebstagung wurde damals in der Zentrale in Weizen veranstaltet, wo der Vertrieb aus ganz Europa zusammenkam. An ein besonderes Zusammentreffen in dieser Runde erinnert sich Hans Muhr gerne zurück. „Sto war eine der ersten Firmen, die nach dem Mauerfall in Berlin Niederlassungen in Ostdeutschland aufgebaut haben. 1990 gab es die erste Jahrestagung, zu der auch ostdeutsche Kollegen eingeladen waren, und diese kamen mit einem Trabi mit einem Sto-Logo, den sie dann Fritz Stotmeister geschenkt haben“, erzählt er, froh darüber, auch solche historischen Momente der Sto-Firmengeschichte miterlebt zu haben.

„Ich bin sehr glücklich darüber, dass ich den Aufbau von Sto in Österreich schon sehr früh miterleben durfte. Ich war 23 Jahre alt, als ich bei Sto eingestiegen bin, und konnte dadurch sehr viel erarbeiten und lernen. So war es auch möglich, in Positionen zu kommen, die später viel schwerer zu

erreichen gewesen wären“, ist er fest überzeugt. Seine genaue Arbeitsweise und sein Interesse, Dingen immer auf den Grund zu gehen, bescherten ihm zusätzlich zu seiner Rolle als GVL auch die Verantwortung über das Reklamationswesen österreichweit. 2017 nahm er eine weitere neue Herausforderung an und wurde zum Spartenleiter für das Geschäftsfeld Cretec.

„Einerseits wächst man mit seinen Herausforderungen, andererseits wachsen die Anforderungen und Aufgaben mit den Personen, die sie ausführen.“ Dies gilt auf jeden Fall für das neue Tätigkeitsfeld von Hans Muhr, der Potenzial hinter dieser neuen Aufgabe sieht und sich schon eine gute Plattform geschaffen hat. „Neu dabei ist, dass man sich als Spartenleiter immer auch selber verkaufen und Eigenmarketing betreiben muss, um die Kollegen von diesem Potenzial zu überzeugen“, erzählt er über die Entwicklungsarbeit seiner ihm anvertrauten Sparte.



**Bild oben:
Fest der Farben &
Rio Carnival**

Am 27. Mai 2000 fand das 30-Jahr-Jubiläum von Sto in Österreich parallel zu der Eröffnung des Verkaufszentrums in Neu-Seiersberg statt (v. l. n. r. Walter Kuttin, Johann Bucar, Walter Wiedenbauer, Hans Muhr und Micha Rust).

**Der Spartenvertrieb
von StoCretec
präsentiert ...**

Aufnahme anlässlich der Verkaufsberater-Tagung im Jahr 1999.

Frühaufsteher vom Dienst

Interview mit Thomas Kuttin
Im Unternehmen seit Juli 1985

Kaum jemand, der den ruhigen, besonnenen Thomas Kuttin als Kollegen kennt, kann sich heute vorstellen, dass dieser laut brüllend vor seinem Lkw stand. Welchen Grund konnte es für so einen Ausbruch geben?

„Damals hat man versucht, den Lkw möglichst voll zu bekommen. Dazu haben wir die Styroporbündel aufgemacht und die Platten zum Schluss noch einzeln hinaufgestapelt. Der kritischste Moment kam zum Schluss, wenn man vom Lkw springen musste, um die Hebebühne zu schließen. Oft ist das gesamte Konstrukt wieder zusammengefallen, und man musste von vorne beginnen“, erzählt er heute lachend über seine Wutausbrüche.

Viele kennen es, dieses Gefühl, dass das Wochenende viel zu kurz ist, und dann denkt man am Sonntagabend mit Bauchweh an den nächsten Arbeitstag ... Thomas Kuttin sagt mit Freude, dass er dieses Gefühl während seiner 34-jährigen Tätigkeit bei Sto nie hatte. „Ich hab immer gerne gearbeitet und kann das auch heute noch behaupten“, sagt er mit Überzeugung. Das Geheimnis seiner positiven Arbeitseinstellung liegt sicher darin, dass er seine gesamte Arbeitszeit bei Sto gut „portioniert“ hat, wie er selber meint – und auch, dass Veränderungen nie zu kurz kamen. „Ungefähr alle zehn Jahre haben sich Veränderungen ergeben, die mir immer zugutekamen, um mich weiterentwickeln zu können“, erinnert er sich zurück.

Am 17. Juli 1985 bewarb er sich bei seinem Onkel Walter Kuttin für die Position als Töner in Villach. Als er nach einer Augenuntersuchung überrascht feststellen musste, dass er Rot von Grün nicht gut unterscheiden konnte, war er flexibel genug, ins Lager zu wechseln und bald darauf als Lkw-Fahrer zu beginnen. „Es war eine schöne Zeit, da man als Lkw-Fahrer damals seine Ware noch selbst in der Früh kommissionieren musste.“



Thomas Kuttin, Sachbearbeitung Produktion

„Walter I‘ und ‚Walter II‘ haben großartige Arbeit geleistet. Das Team war immer engagiert, und das war sicher ein großer Teil des Erfolgs.“



Nach neun Jahren war es erstmals Zeit für eine Veränderung, und er wechselte ins Lager als Kommissionierer. „Hier kamen mir die Arbeitszeiten sehr entgegen. Von 4:00 Uhr bis 12:00 Uhr stand ich jeden Tag im Lager.“ Auf die Frage, ob er ein Frühaufsteher sei, schüttelt er aber dennoch den Kopf und lächelt: „Nein, es war schon hart, so früh aufzustehen, und mit dem Alter wurde es dann auch anstrengend“, gesteht er sich ein. Auch diese Arbeit schonte nicht seine Nerven. „Man wusste, dass der Lkw um 6:30 Uhr wegfahren musste, um die Waren auszuliefern, und kurz davor erhielt man vom Außendienst spontan noch weitere Listen mit Material zum Ausliefern.“ Er genoss dennoch diese Zeit, in der er, trotz der strengen Vormittage, die Nachmittage mit seiner Familie verbringen konnte.

2011 begann die dritte und letzte Phase seiner Sto-Tätigkeiten. Er übernahm die Dispositionsleitung der 2008 eröffneten Nassproduktion. Auftragsbearbeitung, Wareneingangskontrolle, Materialproben und Prüfungen, Organisation der Transporte und Rohstoffbestellungen – viele sehr unterschiedliche Aufgabenbereiche stellten Thomas Kuttin nun vor neue Herausforderungen. „Ich musste mich erstmals auch mit Computerarbeit und SAP beschäftigen“, erinnert er sich zurück. All das stellte jedoch keine Probleme für ihn dar. Auch den Arbeitsplatz im Lager gegen einen Schreibtischarbeitsplatz auszutauschen, sah er gelassen. „Jede meiner Arbeiten war richtig zu ihrer Zeit. Ich habe an allem Gefallen gefunden und schätze nun auch meine derzeitige Arbeit im Büro sehr“, lautet seine positive Sicht der Dinge. „Natürlich ist meine Verantwortung in der Produktion nun gewachsen, und auch hier wird es ab und zu stressig. Oft fahren

wir mit der Produktionskapazität am Limit und müssen dafür sorgen, dass jedes Verkaufsgebiet das nötige Material erhält. Ich muss auch immer darauf achten, dass die Rohstoffe nicht ausgehen, sonst steht die Produktion“, gibt er Einblicke in seine derzeitige Arbeit.

Über die Erweiterung der Produktion durch eine Trockenproduktion 2020 freut sich Thomas Kuttin sehr. „Es sichert wieder Arbeitsplätze und erweitert unsere Kompetenzen“, ist er überzeugt. Auch diesen damit verbundenen Veränderungen am Produktionsstandort steht er offen gegenüber und ist gern bereit, bis zu seiner Pensionierung neue Herausforderungen anzunehmen.

Bild oben:
Teil des Teams
Thomas Kuttin steht allen Mitarbeitern als Ansprechpartner der Produktion Villach stets zur Verfügung.



Langjähriger Mitarbeiter
Thomas Kuttin anlässlich einer Feier zum Jubiläum der Firmenangehörigkeit.

Immer eine Lösung auf Lager

Interview mit Alois Mauhart, i. R.
Im Unternehmen seit April 1987

„Suchen Sie sich ein Lager, ein Büro und gute Leute, und machen Sie etwas aus Oberösterreich!“, waren die Worte von Walter Kuttin bei der Einstellung seines neuen Mitarbeiters Alois Mauhart am 1. April 1987 in Linz.

Das war zugleich der Beginn des 25-jährigen Erfolgskurses für den Sto-Standort in Oberösterreich. Anfangs hatte er nicht einmal ein Büro, und Sto-Produkte waren in Oberösterreich noch dazu unbekannt. Er war lediglich mit einem Produktordner ausgestattet, und so reizte Alois Mauhart die Aufgabe, Neues aufzubauen. Gemeinsam mit seiner Frau richtete er den neuen Standort in einer ehemaligen Busgarage ein, und parallel dazu begann er schon mit seinen Verkaufsaktivitäten. „Der größte Vorteil waren die perfekten technischen Unterlagen, die Sto damals schon zur Verfügung stellte und mit denen ich Kunden und Architekten wirklich beeindrucken konnte“, erinnert sich Mauhart zurück an diese Aufbauzeit.

Ein absolutes Novum und Highlight war das Autotelefon, das den Pkw zum fahrenden Büro machte und einen riesigen Vorteil für eine schnelle Auftragsabwicklung brachte. Als Verkaufsberater hatte man damals mehr als einen einzigen Job: Der Arbeitstag begann mit dem Mischen von Farben, bevor er das Material zu den Kunden auslieferte. Erst am Nachmittag kam er zu seiner eigentlichen Arbeit, dem Verkauf, und das konnte dann schon mal bis in den Abend hinein dauern. Seine Frau Hilde Mauhart war in dieser Aufbauphase ebenfalls bei Sto beschäftigt.

Nie vergessen wird Alois Mauhart die dreiwöchige Einschulung in Weizen, denn zu dieser Zeit hatte er sich längst ein umfangreiches Produktwissen

angeeignet und dachte nervös an den entgangenen Umsatz während seiner Abwesenheit. Erhielt er zunächst noch eine Rüge von den deutschen Kollegen, weil man ihn zu oft ans Telefon rief, kam dann später sogar eine persönliche Einladung ins Büro zu Fritz Stotmeister, um gemeinsam Kaffee zu trinken. „Solche Erlebnisse haben meine Arbeit und meine Motivation stark geprägt“, schwärmt er heute noch über die charismatische Persönlichkeit des Konzernchefs und Gründers.

**Alois Mauhart,
Gebietsverkaufsleiter
Oberösterreich i. R.**
„Während der 25 Jahre bei Sto hat es nur eine geringe Anzahl an Reklamationen gegeben. Für Kunden bedeutet das absolute Produkt- und Systemsicherheit. Für Mitbewerber bedeutet das: Oft kopiert, aber nie erreicht!“





Alois Mauhart mit Kunden bei einer Infoveranstaltung
Aufnahme aus dem Jahr 2005.

Das Team wuchs stetig, und bald musste man sich neue Räumlichkeiten suchen. Auch der Umsatz stieg jedes Jahr, was bei den jährlichen Vertriebstagungen in Weizen mit Golddukaten belohnt wurde. So stand auch das erfolgreiche Vertriebsduo aus Ober- und Niederösterreich, Alois Mauhart und Franz Gotsmy, immer wieder auf der großen Sto-Bühne und wurde von Fritz Stotmeister persönlich geehrt. Die Zentrale in Kärnten hatte ja schon 15 Jahre Vorsprung im Vertrieb von Sto-Produkten, doch die beiden Vertriebsexperten hatten ein gemeinsames ehrgeiziges Ziel: „Irgendwann knacken wir die Kärntner!“ Und bald darauf war es auch so weit.

Als Praktiker war Alois Mauhart als Experte für Produktmanagementaufgaben gefragt. Gemeinsam mit Eberhard Ganter aus Weizen, der die Entwicklung von Sto Österreich maßgeblich begleitete, gab es immer wieder Produktanforderungen speziell für den österreichischen Markt zu erfüllen. So entstand in gemeinsamer Arbeit die Farbe Sto-Glocknerweiß, deren Namensfindung ein paar Gläschen Wein vorausgegangen sein sollen. Aber auch Eigenentwicklungen wie der lösemittelhaltige Stolit, eine eigene Rasenfarbe oder eine rutschfeste Straßenmarkierungsfarbe tragen seine Handschrift. 2001 vergrößerte sich die Linzer Mannschaft durch die Zusammenlegung mit Ispo, und bald darauf schrumpfte sie wieder durch das Zutun eines Villacher Mitarbeiters um eine Person: Ewald Rauter hatte sich in die Sekretärin von Alois Mauhart

verliebt – und so ging sie als Verstärkung in die Zentrale nach Villach.



Neue Betriebsstätte der Bestimmung und Blumen an Helga Kuttin übergeben
1997 wurde der Standort in Pasching zum Sto-VerkaufsCenter in Oberösterreich. 2018 ging der Standort in Eigentum über.

Auf ihn kann man bauen

Interview mit Herbert Neubauer
Im Unternehmen seit August 1986

11. August 1986, 6:00 Uhr: Die Auffahrt zur Baustelle war steil und das Abladen eine große Herausforderung. Große Nervosität herrschte sowieso im Fahrercockpit, denn es war nicht nur Herbert Neubauers erster Arbeitstag, sondern auch seine erste Fahrt in die Bundeshauptstadt.

Ein vollbeladener Sto-Lkw war unterwegs vom Verkaufszentrum in St. Georgen in Niederösterreich nach Wien. Schon der Name der Zieladresse, „Höhenstraße“, löste eine gewisse Vorahnung bei Herbert Neubauer aus, die sich auch bestätigte: Prompt kam ihm der Palettenwagen auf der Steigung aus, die Eimer kippten um, und die neuen Schuhe des Kollegen Manfred Appenauer waren verschmutzt. Die Katastrophe am ersten Arbeitstag schien perfekt – gelacht wurde später dann doch, bei einem gemeinsamen Bier nach Arbeitsschluss.

Dass er in Zukunft das Steuer des Lkw lieber mit dem Bus tauschen würde, war bald klar. Und auch, dass es ihn in das Lager zog, wo nach dem Umzug von St. Georgen nach Ober-Grafendorf ebenso viel Arbeit auf ihn wartete. Bald aber erkannte der damalige VC-Leiter Heribert Gruber das Talent des jungen Kollegen im Bereich Organisation, Administration und Kundenverwaltung und sicherte sich Herbert Neubauer für die Arbeiten im Innendienst. „Die Uhren liefen damals viel langsamer“, erinnert er sich gerne zurück. „Alle Lieferscheine wurden



**Herbert Neubauer,
VC-Leiter Nieder-
österreich**

„Ich bin zu 120 Prozent ein Stoianer und werde es immer bleiben! Am meisten schätze ich die Sicherheit meines Arbeitsplatzes, denn das ist am Land nicht selbstverständlich.“



Infotag im Verkaufszentrum Ober-Grafendorf, 10. März 2017
Veranstaltungen wie diese werden von Herbert Neubauer als Leiter des Verkaufszentrums mitorganisiert und bleiben stets in guter Erinnerung.

händisch geschrieben und dann am Postweg nach Deutschland geschickt. Für die Kunden war es natürlich ein Vorteil, dass die Rechnungen erst mit großer zeitlicher Verzögerung von der Zentrale in Weizen verschickt wurden.“ Mit den ersten technischen Errungenschaften, einem Fernschreiber mit eigenem Bildschirm sowie einem Faxgerät, wurden auch die internen Prozesse viel schneller.

Der Eintritt in das Computerzeitalter 1990 schließlich bedeutete auch, die Mannschaft im Innendienst zu verstärken. Mit Hans-Günter Schratzenholzer kam ein IT-kundiger Kollege ins Team, und gemeinsam stellte man sich ab sofort den Herausforderungen der neuen internen Software StoSoft 1 und 2 sowie AS400. „Heute sprechen wir immer noch wehmütig über diese Zeit zwischen 1990 und 2007, als man die technischen Veränderungen noch nach der ‚Learning by Doing‘-Methode bewältigen konnte“, erinnert sich Herbert Neubauer. Denn die Einführung von SAP im Jahr 2007 stellte die Welt völlig auf den Kopf: „Das war die schwerste Zeit während meiner Sto-Jahre.“ Und mit dieser Erinnerung ist er nicht alleine.

Neben Herausforderungen erinnert er sich natürlich auch an diverse Highlights seiner Karriere, die ihn heute noch zum Schwärmen bringen, etwa als ihn Walter Kuttin anlässlich seines zehnjährigen Jubiläums zu einem feinen Abendessen einlud. „Diese Wertschätzung einem Mitarbeiter

gegenüber vergisst man nicht so schnell, und das lässt einen die einen oder anderen schweren Arbeitseinsätze und Überstunden schnell wieder vergessen.“

Auch die vielen Events und Feste, wie die Eröffnungsfeier des neuen Verkaufszentrums 2005 und die vielen Infotage, die alle gemeinsam organisierten, blieben in guter Erinnerung. „Jeder wusste immer, was zu tun war, jeder packte an und fragte nicht lange. Wenn jemand einmal nicht konnte, sprang sofort ein anderer für ihn ein. Das machte das Team in Ober-Grafendorf immer schon so besonders!“



Prüfender Blick
Herbert Neubauer gemeinsam mit Gebietsverkaufsleiter Erwin Imler.

Zukunftsfit dank Veränderung

Interview mit Christian Ausserwinkler
Im Unternehmen seit Mai 1989

„Der Bua aus dem Stockenboier Graben hat eine Chance verdient“, war der damalige Geschäftsführer von Sto, Walter Kuttin, überzeugt, als er den jungen Christian Außerwinkler am 16. Mai 1989 als Assistenten von Ronald Neuhold ins Team holte.

Wie sehr Walter Kuttin mit seinem guten Gespür für Menschen wieder einmal recht behalten sollte, zeigt die Tatsache, dass der Verkaufsleiter für den Vertrieb Österreich, Christian Außerwinkler, soeben sein 30-jähriges Jubiläum bei Sto feiern konnte. An seinen ersten Arbeitstag kann sich Christian Außerwinkler sehr gut erinnern. „Mein erster Eindruck war: Wow!“, erzählt er, als er das erste Mal einen Fernschreiber in einem Büro sah. Er verbrachte den Tag mit dem Kontrollieren und der Kostenstellenzuordnung von Tankrechnungen. Als bei seiner Rechnungsprüfung am Ende des Arbeitstages einige Groschen fehlten, investierte er viel Zeit in die Suche nach dieser Summe. Seine Sorge über die Reaktion seines Vorgesetzten war jedoch unbegründet. Ronald Neuhold zeigte sich zum Glück großzügig.

Ab sofort begann Christian Außerwinkler, das telefonische Mahnwesen auszubauen, und legte damit den Grundstein für die Entstehung der Abteilung Debitorenmanagement, die er bis 2006 leitete. Den Firmengründer Walter Kuttin hatte der „junge Mann aus Stockenboi“ längst durch sein Engagement und seinen Fleiß überzeugt, sodass er ihn für eine weitere wichtige Aufgabe vorsah. Bevor er am 1. Jänner 2006 die Leitung des Vertriebs Österreich übernehmen konnte, durfte er sich noch einige Jahre als Assistent des Marketingleiters Walter Wiedenbauer auf die Aufgaben im Vertrieb vorbereiten. Sein erster Vortrag damals vor versammelter Vertriebsmannschaft trieb ihm jedoch

die Schweißperlen auf die Stirn. „Das werde ich so schnell nicht vergessen, denn ich war sehr nervös“, erinnert er sich zurück. Aller Anfang ist schwer, denn heute ist Christian Außerwinkler ein geübter und wortgewandter Referent bei vielen Tagungen. „Meine Anfänge im Außendienst zählten zu den schönsten Jahren in meiner Berufslaufbahn, denn damals konnte ich mich noch größtenteils auf Kunden- und VC-Besuche konzentrieren“, schwärmt er noch heute. Im Verkauf zu arbeiten wurde zu

Christian Ausserwinkler, Verkaufsleitung Österreich
„Die Kunden müssen von unserer Leistung und unserem Service überzeugt sein, denn sie sind letztendlich für unseren Erfolg verantwortlich.“





Führungskreis
Seit vielen Jahren vertritt Christian Ausserwinkler die Interessen von Kunden und seiner Verkaufsmannschaft in regelmäßigen Treffen leitender Angestellter.

seiner Profession. „Ich freue mich über jeden Kundenkontakt und die Arbeit mit den Vertriebskollegen.“ Der Umgang mit Menschen entspricht ganz seinem fröhlichen und geselligen Gemüt. Dabei stellt die Personalverantwortung über 55 Mitarbeiter eine besondere Herausforderung dar, denn hier gilt es oft auch, Gewohntes aufzubrechen und die Mannschaft trotz Marktdruck zu motivieren. „Verantwortung, Führung und Entwicklung der Vertriebsmannschaft“ lautet der erste Punkt seiner umfassenden Stellenbeschreibung als Vertriebsleiter, der für ihn auch gleichzeitig den wichtigsten Aufgabenbereich darstellt. Dabei sind auch Spaß und Feierlichkeiten ein unverzichtbarer Teil der Arbeit. „Da gäbe es viele Geschichten zu erzählen“, schmunzelt er über zahlreiche Erlebnisse, die er mit Kollegen und Kunden in den letzten Jahren hatte.

Unsere Veränderungsbereitschaft ist dafür ausschlaggebend, dass wir „fit für die Zukunft“ bleiben, betont Christian Ausserwinkler. Das gilt auch für die eine oder andere Prozess- bzw. Programmumstellung, die neue Markterfordernisse mit sich bringen. Dabei denkt er zum Beispiel an die schwierige Umstellung zu einer effizienteren Kundenbearbeitung und Potenzialausschöpfung (SMC), die Teile der Mannschaft an die Grenzen brachte. Trotz neuer Anforderungen soll schließlich der Spaß an der Arbeit erhalten bleiben. Mit jeder neuen Aufgabe und Herausforderung

wuchs auch das Selbstbewusstsein von Christian Ausserwinkler, den „vor allem die Zusammenarbeit mit meinen Kollegen und mit langjährigen Wegbegleitern ... Tag für Tag neue Freude“ bereitet. Eine Herausforderung für die nächsten Jahre stellt für ihn ein „gesunder“ Generationenmix dar. „Zu den langjährigen und erfahrenen Mitarbeitern brauchen wir in Zukunft junge Menschen mit neuen Ideen, Qualifikationen und neuem Schwung“, ist er fest überzeugt. „Entscheidend wird sein, dass die neuen Kollegen gut in das Unternehmen Sto integriert werden, dass sie sich mit der Marke Sto identifizieren und die Aufgaben sowie das Miteinander in den Vordergrund stellen.“



Ganzer Einsatz
Das Verkaufsteam und Christian Ausserwinkler bilden eine Einheit.

IT, Einschulungen und ein blaues Auge

Interview mit Hans-Günter Schrattenholzer
Im Unternehmen seit Mai 1989

Seit 30 Jahren unterstützt Hans-Günter Schrattenholzer den Verkaufsdienst in Ober-Grafendorf bei St. Pölten. Zu Sto kam er aber nicht wegen der gelben Eimer, sondern wegen eines Computers.

Es war nicht sein Interesse an der Baubranche, das Hans-Günter Schrattenholzer dazu bewog, seinen bisherigen Job zu kündigen, um am 22. Mai 1989 die Stelle im Innendienst bei Sto in Niederösterreich anzunehmen. Vielmehr reizte ihn die Aussicht, dass Sto den technologischen Sprung in die Welt der Computer plante. Dazu suchte man nämlich einen Mitarbeiter mit IT-Kenntnissen.

Von den vertrauten Programmiersprachen Pascal und Basic musste sich der IT-Interessierte auf die erste Sto-Software, StoSoft 1, umstellen, was für Schrattenholzer allerdings kein großes Problem darstellte. Während alle die Lieferscheine noch händisch ausstellten, konnte er diese bereits in den ersten Computer eingeben, sie einfach ausdrucken und dann nach Weizen weiterschicken. „Das war schon eine tolle Verbesserung unseres Arbeitsprozesses“, erinnert er sich. Und das Ende der technologischen Veränderungen war bei weitem noch nicht in Sicht. Mit dem StoSoft-2-Update gab es dann auch die ersten Schulungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Man konnte nun bereits Lieferscheine auf Disketten speichern und diese dann per Post nach Deutschland schicken. Internet und Mail waren damals noch kein Thema.

Vom ersten Tag an fühlte sich Hans-Günter Schrattenholzer in dem Arbeitsumfeld bei Sto wohl. „Das Team und das Klima machen sehr viel aus, ob man sich wohlfühlt und wie sehr man motiviert ist“, ist er überzeugt. Besonders gerne denkt er dabei an den Firmengründer Walter Kuttin zurück, der durch seine Ruhe und Ausstrahlung immer eine besondere Stimmung bei seinen Besuchen mitbrachte.



Hans-Günter Schrattenholzer, Verkaufsdienst

„Das Miteinander bei Sto hat mich von Anfang an beeindruckt. Es gab nie ein böses oder lautes Wort, und das Arbeitsklima in Ober-Grafendorf war immer schon besonders familiär. In diesem Umfeld macht die Arbeit immer noch jeden Tag Spaß!“



Ebenso in Erinnerung bleibt ihm auch ein Besuch des charismatischen Fritz Stotmeister. „Ihm bin ich mit einem blauen Auge begegnet. Ausgerechnet an diesem Tag hatte ich einen Zusammenstoß mit einem Regal und ein ziemliches Veilchen“, kann er heute darüber lachen.

Hans-Günter Schratzenholzer wurde durch sein großes IT-Verständnis bald der wichtigste Ansprechpartner für alle Sto-Experten in Villach und Weizen, und er begann, nach und nach auch die anderen Kollegen in den Bundesländern einzuschulen und zu beraten. Diese Herausforderung machte ihm Spaß und motivierte ihn in seiner Arbeit – auch dann, als einige Jahre später auf das nächste Programm, AS400, umgestellt wurde.

Mit der Einführung des Internets ab dem Jahr 2000 kamen neuerlich große Veränderungen. „Alles ist viel schneller und kurzlebiger geworden“, erzählt er heute. „Dafür hat sich gleichzeitig aber auch der Arbeitsumfang vergrößert, denn die Zeit, die man gewonnen hat, konnte man nun für andere Arbeiten einsetzen.“

Eine Herausforderung – auch für den Experten – war jedoch die Umstellung auf SAP im Jahr 2007. Er wurde zum „Key User“ ernannt, was sich zunächst wie ein „Ehrenjob“ anhörte, doch bald zu einer Mehrbelastung wurde.

Das System an sich reizte und interessierte den EDV-Begeisterten von Anfang an, doch die



R.I.P. AS400!

Nach monatelanger Umschulung und der komplexen Umstellung auf das neue EDV-System wird eine kreativ-morbide Verabschiedung für das alte Computersystem gefeiert.

Einschulung der Kollegen kostete viele Stunden über die normale Arbeitszeit hinaus – und viel Kraft und Energie. Auch heute wird Hans-Günter Schratzenholzer wegen seines großen Wissens und seiner Expertise immer wieder zu Nachfolgeprojekten von SAP hinzugezogen.

„Wir brauchen so jemanden wie dich“

Interview mit Heinz Mitterer, i. R.
Im Unternehmen seit Juli 1989

Nicht nur die flinke Handfertigkeit dieses Einführmeisters, sondern auch das Material selbst erweckte das Interesse des jungen Planers Heinz Mitterer. Er wollte unbedingt mehr über das neue Produkt in den gelben Eimern wissen.

Diese erste Begegnung zwischen Heinz Mitterer, damals noch Angestellter in einem Architekturbüro, und Walter Kuttin war der Beginn einer langen Freundschaft und erfolgreichen Geschäftsbeziehung. Der Chef der Firma Sto fand Gefallen an der Kreativität des Planers und beauftragte ihn mit kleineren privaten Bauaufträgen. Als es Zeit für den ersten Umbau in der Richtstraße 47 wurde und Heinz Mitterer den Entwurf von Deutschland nach den Wünschen von Walter Kuttin erfolgreich überarbeitete, war es für den Geschäftsführer klar: „Wir brauchen so jemanden wie dich, der in Zukunft die Fassadenkonzepte für unsere Kunden macht“, richtete er sein Angebot an Heinz Mitterer.

Dieser war nicht schwer zu überreden, lud ihn Walter Kuttin doch auch gleichzeitig nach Weizen ein, um ihm dort das Farbdesignstudio unter der Leitung von Uwe Koos vorzustellen. „Ich war überwältigt von der Arbeit der Farbdesigner in der Zentrale und konnte mich selbst auch gleich unter Beweis stellen, als ich einen Kühlturm in Kuwait gestaltete. Micha Rust, zuständig für die Auslandsgeschäfte, war begeistert und präsentierte meinen Farbvorschlag den arabischen Investoren“, erinnert er sich immer noch stolz an diesen Einstieg.

Zurück in Österreich, begann er sogleich mit seiner Arbeit, die natürlich noch gänzlich ohne Computer auskam. Für die Farbkonzepete mussten aufwendig Masken aus originalen Farbblättern geschnitten und geklebt werden. Die Vertriebsmannschaft war

schnell überzeugt von dieser neuen Serviceleistung von Sto, die es bis dato am Markt noch nicht gab. Die Kunden schätzten das Angebot ebenfalls, was dazu führte, dass die Nachfrage nach Farbkonzepeten von Sto bald größer wurde und schon wenige Jahre danach das Designstudio mit weiteren Kollegen aufgestockt wurde. Auch junge Architekturstudentinnen und -studenten nutzten in den Sommermonaten diese Gelegenheit, um mehr über Farben in der Architektur zu erfahren und

**Heinz Mitterer,
Leitung StoDesign-Studio i. R.**
„Sto ist ein authentisches Unternehmen mit Bestand. Sto hat mit Qualität und Dienstleistungen einen Spitzenplatz in der Bauindustrie erobert.“



Bewußt bauen heißt bewußt Farbe setzen

Schrille Buntheit ist oft unerträglicher als
Tristesse von Grau in Grau · Farbseminare von
StoDesign leisten wertvolle Aufklärungsarbeit

Dem Einfluß von Farbe und Farbkombinationen auf Körper und Psyche des Menschen wird allzu oft noch eine zu geringe Bedeutung beigemessen. Die Farbauswahl orientiert sich meist am sogenannten „guten Geschmack“, der allerdings von Region zu Region andere Nuancen bevorzugen kann, oder auch am Wunsch, mit farbigen Akzenten ein Kontrastprogramm zur Umgebung zu schaffen. Farben beeinflussen aber in erheblichem Maße die Gedanken- und Gefühlswelt von Menschen und nicht zuletzt ihr Handeln. Im Rahmen seiner Farbseminare leistete das StoDesign-Studio Aufklärungsarbeit.

Unter dem Motto „Treffpunkt StoDesign“ trafen sich Architekten, Baumeister, Malermeister, Referenten von Wohnbaugesellschaften und leitende Mitarbeiter von Bau- und Planungsbehörden bei insgesamt acht in der Saison 1992/93 durchgeführten Seminaren zu einem regen „Erfahrungs- und Meinungsaustausch“. Die Veranstaltungen wurden vom Leiter des StoDesign-Studios in Österreich, Heinz Mitterer, durchgeführt. Der gelernte Hochbautechniker verfügt über eine langjährige Berufspraxis in Architekturbüros und ist Farbberater BGF (Bund der Europäischen Farbberater). Im Mittelpunkt der StoDesign-Treffen stand die Analyse der Wirkung von Farbe am Bau, wobei den Referenten die Verdeutlichung des Unterschieds zwischen Buntheit und Farbgleich besonders Herzanziehung war. Schrille Buntheit lockert oder bereichert Architektur keineswegs, sondern kann unter Umständen noch unerträglicher sein als die Tristesse von Grau in Grau. Bewußt bauen heißt auch, bewußt Farbe zu setzen.

Der unüberlegte Einsatz bunter Farben ist nicht nur eine Frage der Ästhetik. Farbe ist eine prägende Komponente – in objektiver wie in subjektiver Hinsicht. Farbe und Farbgestaltung beeinflussen das psychische und physische Wohlbefinden entscheidend mit. Farben sprechen das Unterbewußte an und wirken im Unterbewußten weiter. Die Wahl der falschen Farbe, zum Beispiel in ei-

nem Lernumfeld (Schule), kann Konzentrationsstörungen verursachen. Ebenso hat die Farbgestaltung Einfluß auf die Produktionsleistung in verarbeitenden Betrieben. Richtig eingesetzt, vermögen Farben die Motivation und den Lernaufwand des Arbeiters zu steigern.

Dies sollte – neben den zu beachtenden Vorschriften, regionalen Traditionen und den Farben der Umgebung – stets beachtet werden.

Heinz Mitterer: „Die Zweidimensionalität des Farbauftrags muß sich der Dreidimensionalität des Gebäudes unterordnen. Es darf keinesfalls zu Farbepochen an Sockel und Kanten kommen!“



Heinz Mitterer, Leiter des StoDesign-Studios Österreich.

„Die Zweidimensionalität des Farbauftrags muß sich der Dreidimensionalität des Gebäudes unterordnen...“

Der erfolgreiche Verlauf der bisher acht Farbseminare und die positive Resonanz haben Heinz Mitterer und seinen Mitarbeiter Hans Rauter in ihrer Initiative bestärkt. Für das Winterhalbjahr 1993/94 sind daher weitere Seminare in Vorbereitung, die voraussichtlich im Januar/Februar durchgeführt werden. Da sich die Planung am Bedarf orientiert, können die genauen Termine erst kurzfristig bekanntgegeben werden.

Interessierten erhalten Auskunft beim StoDesign-Studio Österreich, Sto Ges.m.b.H., 9500 Villach, Richtstraße 47, Telefon (0 42 42) 3 31 33-0.

weiß
das Gelbe vom Ei?“
Heinz Mitterer, Leiter StoDesign Studio Österreich.

Neuer Spielraum
mit den dekorativen
Sto Innenprodukten.

Kreative Innengestalter beleben Wand- und Deckenflächen mit neuen Farben, Formen und Strukturen.

Die dekorativen Sto Wand- und Deckenbeläge eröffnen der Phantasie allen Spielraum. Links beispielsweise Sto-Granit in einer von 24 melierten Kompositionen. Regalrechte Raumerlebnisse inszenieren die Sto Effektbeschichtungen und Designmaterialien. Sie machen auch aus der Rohfaser Sto-Euro-Classic eine „wandfeste“ Überraschung.

Und das StoDesign Studio entwickelt für den Architekten professionelle Innenraum-Farbgestaltungen.

Farbkonzepte zu erstellen. So konnte etwa auch die spätere Mitarbeiterin Claudia Pritz schon 1991 im Designstudio unter dem strengen Lehrmeister Mitterer ihr Farbverständnis schärfen. Um sein umfangreiches Wissen rund um das Thema Farbe noch zu vertiefen, besuchte Heinz Mitterer berufsbegleitend drei Jahre lang die Akademie IACC (International Association of Colour Consultants) in Salzburg, wo er 1994 mit einem Diplom abschloss. Das kontinuierliche Wachstum von Sto führte zur Notwendigkeit, einige Sto-Verkaufszentren in Österreich zu vergrößern oder gar neu zu bauen. Wer war da wohl besser geeignet als der langjährige Planer und Designer des Vertrauens, Heinz Mitterer, der in den 1990er-Jahren die Umbauten in Innsbruck, Salzburg und Linz betreute und neue Standorte in Graz und Ober-Grafendorf plante? Dass weiterhin zuverlässig Farbkonzepte an die Kunden geschickt werden konnten, war der Arbeit der beiden Designer Hans Rauter und Christian Schellander geschuldet, die mittlerweile Teil des Teams waren und Mitterer für die Bautätigkeiten den Rücken freihielten.

Nebenbei konnte Heinz Mitterer auch seine soziale Ader ausleben und die „Sto-Hilfsaktion“ ins Leben rufen, um nach dem Jugoslawienkrieg die leidtragende Bevölkerung mit Hilfsgütern zu versorgen. Dafür organisierte er Sto-Lkw, die im Winter nicht gebraucht wurden und mit denen Lieferungen nach Rijeka gebracht werden konnten. Diese Idee, die Walter Kuttin kräftig unterstützte, wurde zu einem

fixen Projekt, um jedes Jahr in einem anderen Bundesland bedürftigen Menschen zu helfen. Auch lange nach der Pensionierung von Heinz Mitterer setzt nun sein Kollege Hans Rauter dieses Engagement mit dem Projekt „helping hands@sto“ fort.

Exakt nach 15 Jahren, am 1. Juli 2004, übergab Heinz Mitterer die Studioleitung seiner Nachfolgerin Claudia Pritz. Immer noch wird er von seinen ehemaligen Kollegen mit großer Herzlichkeit empfangen, wenn er auf Besuch ins Designstudio kommt. „Nach all den Jahren fühlt es sich noch sehr gut an, zu Sto zu kommen“, freut er sich auch über die Einladung für das Interview anlässlich des 50-Jahr-Jubiläums und staunt bei einem Rundgang darüber, wie schön alle Büros instand gehalten und neu gestaltet wurden.



Heinz Mitterer mit Tochter

Legendär waren die mit Musik begleiteten Gesangseinlagen auf Firmenfeiern.

Ein Farbberater über das Einst und Jetzt

Interview mit Hans Rauter
Im Unternehmen seit März 1990

Ein Zeitungsbericht über StoDesign erregte sofort die Aufmerksamkeit des jungen Schriftenmalers Hans Rauter. „Architektur und Farbgestaltung haben mich immer schon interessiert“, erinnert er sich.

Das richtige Bild macht's: In der Oktoberausgabe von 1990 der deutschen Fachzeitschrift „Die Mappe“ erschien ein Foto des StoDesign-Messestandes samt Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Darunter stand: „Auf der BAU in München präsentierten die Farbexperten von StoDesign eindrucksvoll ihr Portfolio. Dazu zählen neben fachkundiger Farb- und Materialberatung auch hochwertige Farbkonzepte in A2- oder A3-Format mit Originalfarbtönen (...).“

Dass Hans Rauter zwei Monate später in der „Kleinen Zeitung“ über eine Jobanzeige für eine Stelle im StoDesign-Farbstudio stolperte, war fast schon ein Wink des Schicksals. Nach seiner Bewerbung wurde er gleich zu einem Gespräch eingeladen, bei dem er seinen zukünftigen Chef Heinz Mitterer kennenlernte. „Ich fand mich sofort in der Welt eines Farbdesigners wieder und freute mich nach einem zweiten Gespräch mit Walter Kuttin über die Zusage“, erzählt Hans Rauter. Auf die Eindrücke an seinem ersten Arbeitstag am 1. März 1990 kann er sich auch noch sehr gut erinnern. „Maria Ramsbacher empfing mich im Verkauf und stellte mich gleich Edmund Gruber vor. Das Designstudio selber war das heutige Büro von Bernd Lercher, das ich mir mit Heinz Mitterer ab sofort teilte.“

Jedes Farbkonzept, das für Kunden damals angefertigt wurde, war ein Unikat und echte Handarbeit. Planmaterial wurde vom Außendienst mit der Post nach Villach geschickt und die Ansichtspläne anschließend kopiert, ausgeschnitten und auf ein A3-Sternpapier geklebt oder abgepaust. Das

anschließende Bekleben der einzelnen Fassadenflächen mit originalen Farbblättern war eine herausfordernde Arbeit, die viel Geschick und Genauigkeit erforderte. „Speziell wenn es um Fensterrahmen oder kleinere Details ging, musste man schon sehr konzentriert arbeiten, denn schiefe oder ungenaue Zuschnitte beeinflussten sofort das Gesamtbild negativ“, erzählt er über die Anfänge als Farbdesigner. „Ein Farbkonzept konnte naturgemäß einige Tage dauern, wobei es damals natürlich keine weiteren Varianten oder anschließende Änderungswünsche mehr gab“, fügt er noch hinzu.

Seminare und Farbschulungen für Handwerker und Wohnbaugenossenschaften rundeten die Arbeit im

**Hans Rauter,
Farbgestalter
StoDesign**

„Sto steht für mich aber auch für Service, denn ich bin überzeugt, dass Sto durch unser großes Angebot an Serviceleistungen so erfolgreich wurde. StoDesign hat natürlich auch einen sehr großen Teil dazu beigetragen!“





Designstudio ab. „Unsere Veranstaltungen waren wichtig, um StoDesign und unser neues Service auch unter den Kunden bekannter zu machen“, bemerkt er. Der Erfolg dieser Werbung für StoDesign ließ nicht lange auf sich warten, denn immer mehr Farbkonzepte wurden von den Kunden angefordert. Die Einführung digitaler Technologien bei Sto kam schließlich gerade richtig, um die aufwendig geklebten Farbkonzepte durch schnellere Computergrafiken zu ersetzen. „Rund zwei Jahre nach meinem Beginn hatte ich eine dreiwöchige Einschulung für die neue Software in Weizen“, erinnert er sich zurück. „Die ersten Ausdrucke konnten qualitativ natürlich noch keine Farbbechtigkeit wiedergeben, sodass die Farbchips, die nachträglich aufgeklebt wurden, noch unumgänglich waren.“

Mit der neuen, schnelleren Arbeitsmethode kamen noch mehr Aufträge vom Außendienst, sodass bald ein neuer Mitarbeiter gefunden werden musste. Heinz Mitterer widmete sich fortan nur mehr den firmeneigenen Bautätigkeiten, während Hans Rauter gemeinsam mit dem neuen Kollegen Christian Schellander im Farbstudio tätig war. Die zahlreichen Schulungen und Seminare für Designer, die in Weizen von Uwe Koos abgehalten wurden, schweißten das Duo dabei bis heute zusammen. Hans Rauter ist neben seiner Farb- und Gestaltungskompetenz auch für seine stark ausgeprägte soziale Ader bekannt. Diese bewies er unter anderem, als er kurz nach dem Balkankrieg gemeinsam mit Heinz Mitterer und dem Grazer Kollegen Uwe Steinkellner mit einem Sto-Lkw, voll mit gespendeten Lebensmitteln, nach Kroatien in

das verarmte Nachkriegsgebiet fuhr. „Es war sehr abenteuerlich, als wir mit dem Lkw im starken Schneefall und natürlich ohne Navi in ein Dorf in der Nähe von Rijeka fuhren, um einen Pater aufzusuchen, der die mitgebrachten Spenden an die Bevölkerung verteilte“, erzählt er nachdenklich. Dennoch war dieses Erlebnis prägend für den engagierten Sto-Mitarbeiter, der auch heute noch Sozialprojekte in der Firma vorantreibt und sowohl Kollegen als auch die Finanzabteilung der Firma zum Spenden motiviert.

Über ein besonderes Event, das er als StoDesigner mitgestalten durfte, erzählt Hans Rauter mit strahlenden Augen: „Gemeinsam mit Jürgen Angermeier organisierten wir ein Kreativseminar für unsere Kunden. Nachdem die Techniken, die wir schulen wollten, italienische Wurzeln hatten, beschlossen wir, das Seminar in einer alten Villa in der Nähe von Venedig stattfinden zu lassen“, schildert er euphorisch. Dass diese Schulung mitsamt seinem Rahmenprogramm, für das Hans Rauter verantwortlich zeichnete, zu einem absoluten Erfolg wurde, bestätigte bereits Jürgen Angermeier in seinem Interview. „Ich arbeite jetzt noch mit einigen Kunden zusammen, die an dieser Schulung teilgenommen haben“, betont Hans Rauter, der überzeugt davon ist, dass dieses Konzept auch heute erfolgreich wiederholt werden könnte.

Bild oben:
Hoch hinaus mit dem Riesenrad
 Hans Rauter hisst die Sto-Flagge gemeinsam mit Kollegen Christian Schellander am Wiener Riesenrad.

Stolz am Stapler

Interview mit Ferdinand Sattlegger
Im Unternehmen seit März 1990

Jeder kennt ihn, den schlagfertigen Staplerfahrer aus Villach: Ferdinand Sattlegger, der neben dem passenden „Spruch“ immer auch Kärntner Bienenhonig oder steirisches Kürbiskernöl auf Lager hat.

Ferdl Sattlegger ist zu einer Institution im Lager in Villach geworden. Er liefert auch den Beweis dafür, dass Kundenkontakt und Kundenbeziehungen nicht nur zum Jobprofil eines Vertriebsmitarbeiters gehören, sondern auch wichtiger Teil des Arbeitsalltags eines Lkw-Fahrers oder Lageristen sind.

Ferdinand stammt wie viele seiner älteren Kollegen aus dem Stockenboier Graben, jener Gegend, wo auch Walter Kuttin lebte, der den jungen Verkäufer beim Konsum schon lange „im Visier“ hatte. Als Sto im März 1990 einen Lageristen suchte, war Ferdl Sattlegger mehr als bereit für diese Jobveränderung und bewarb sich direkt beim Geschäftsführer. Und

so erhielt er bald eine Zusage, doch diese war mit der Auflage verbunden, für die neue Arbeit den Staplerschein und den Lkw-Führerschein zu machen. „Das war eine große Herausforderung für mich“, erinnert er sich. „Wer denkt, dass Staplerfahren leicht zu lernen ist, der irrt, denn zuerst muss man sich einmal an das verkehrte Lenkrad gewöhnen.“ Doch aller Anfang ist schwer. „Einmal war Fritz Stotmeister zu Besuch in Villach, und just an diesem Tag sind mir ein paar schwere Kartons vom Stapler auf eine Palette Putzeimer gefallen. Zum Glück ist er nicht ins Lager gekommen und hat die Sauerei gesehen“, schmunzelt er verlegen.



Ferdinand Sattlegger, Logistik
„Fehler oder Lieferverzögerungen werden heute von Kunden nicht toleriert, na ja, vielleicht haben wir sie in der Vergangenheit doch ein bisschen zu sehr verwöhnt!“



Logistiker von ganzem Herzen
 Ferdinand Sattlegger auf einer Team-Aufnahme aus dem Jahr 2010.

Doch einen so geerdeten Kollegen wie Ferdinand Sattlegger kann selten etwas aus der Ruhe bringen. Auch nicht, dass er zur Lkw-Führerscheinprüfung zweimal antreten musste, denn diese intensive Vorbereitung war für seinen nächsten Job als Lkw-Fahrer schließlich nur von Vorteil. Schon die erste Ausfahrt als Aushilfe für einen kranken Kollegen sorgte für einige Schweißperlen auf seiner Stirn. Doch während der nächsten fünf Jahre, in denen er als Lkw-Fahrer arbeitete, sollte er noch genügend Gelegenheiten bekommen, sich an das große Gefährt zu gewöhnen. „Auch das Lkw-Fahren hat mir schließlich großen Spaß gemacht. Ich bin gerne zu den Kunden gefahren, habe mit ihnen gerne geplaudert und gute Beziehungen aufgebaut“, erzählt er. „Wer weiß, ob ich dadurch nicht auch Anteil an dem einen oder anderen Verkauf von Sto-Produkten habe“, sagt er selbstbewusst.

Ferdinand Sattlegger freut sich darüber, im selben Jahr wie Sto ein Jubiläum zu feiern. „Es ist zwar nicht das 50. Jubiläum, aber es sind doch immerhin 30 Jahre, die ich bei Sto arbeite. Es hat mir immer gefallen und Spaß gemacht!“

Auch die Arbeit im Lager, die er immer noch betreibt, hat ihm nie etwas ausgemacht. „Mir ist alles lieber als hinter einem Schreibtisch sitzen“, meint Ferdi Sattlegger. Was er nicht leiden kann, ist, wenn Mitarbeiter nörgeln und jammern. „Sto ist ein toller Arbeitgeber, und jeder hat seine Arbeit zu erledigen – ohne Jammern! Das hat sich in den letzten Jahren etwas verändert. Wir hatten immer viel zu arbeiten und mussten einiges leisten, doch Jammern gab es damals nicht“, sagt er. „Ich bin ein Mensch, der selten schlecht gelaunt ist, aber ich bin auch sehr direkt und sage es, wenn mir etwas nicht passt“, beschreibt er sich selbst. „Damit bin ich immer gut gefahren, und meine Kollegen kennen mich ja bereits“, ergänzt er noch mit einem Augenzwinkern.

Mit der nötigen Power geht alles leichter

Interview mit Lisa Brötzner
Im Unternehmen seit September 1990

Als Nichte des Firmengründers Walter Kuttin ist Lisa Brötzner mit den gelben Sto-Eimern in der Garage im Haus nebenan groß geworden. Kein Wunder also, dass sie, gemeinsam mit ihren Geschwistern Maria und Thomas, schon von Beginn an eine enge Verbundenheit mit der Marke Sto aufbaute.

Lisa Brötzner begann ihre Karriere im September 1990 im Verkaufszentrum Salzburg. „Mir war zu diesem Zeitpunkt egal, in welches Bundesland ich gehe. Doch in Salzburg wollte man gerade die Stelle im Innendienst besetzen, also hat es mich hierher verschlagen“, erinnert sie sich. Sie lebt seit fast 30 Jahren in der Stadt. „Ich habe das Vertrauen von meinem Onkel sehr geschätzt und mich vom ersten Tag an bemüht, ihn auch als meinen Chef zufriedenzustellen“, sagt sie.

Anfangs packte Lisa Brötzner überall mit an. Neben der Auftragsannahme und Kundenberatung konnte es schon mal vorkommen, dass sie in der Tönerei und im Lager aushalf. Das Ausladen der Swisstop-Lkw wurde schon fast zur Routine. Beim internen „Wettbewerb“, wer am meisten Styropor-Pakete tragen konnte, war sie mit vier schon vorne mit dabei. An eine Situation erinnert sie sich genau: „Unser Lagerleiter, Herr Hajek, war gerade auf Urlaub und seine Vertretung verletzt. Dazu kam, dass unser Töner in der Früh gekündigt hatte und gleich gar nicht mehr gekommen ist. Natürlich hat man mir sofort aus Villach Verstärkung zugesichert, doch das hat noch einen ganzen Tag gedauert – und bis dahin musste ich den ganzen Laden alleine schupfen!“

An diesem Tag war Lisa Brötzner „Mädchen für alles“: Sie tönte, lud Material mit dem Stapler auf die Lkw und eilte zwischendurch immer wieder ins Büro, um Telefonanrufe entgegenzunehmen.



Lisa Brötzner, Verkaufsinendienst

„Kontinuität ist ein entscheidender Faktor bei Sto. Es gibt sehr viele Menschen, die schon lange bei dem Unternehmen arbeiten und kontinuierlich ihre Leistung bringen. Das hat Sto erfolgreich gemacht!“

**Eintragung ins
Gläserne Buch**
Lisa Brötzner
gemeinsam mit
Martina Bandion und
Walter Wiedenbauer.
Aufnahme aus dem
Jahr 2011.



„Wichtig war nur immer, dass die Kunden möglichst wenig davon zu spüren bekamen, was los war – und das ist mir gut gelungen!“, sagt sie. „Man sollte Frauenpower nicht unterschätzen!“

Dass man Frauen in ihrer Branche immer noch mit Zweifeln und sogar Abschätzung entgegentritt, stört Lisa Brötzner. Sie hatte, wie ihre Kollegen, immer schon ein ausgeprägtes technisches Verständnis und kennt sich bei allen Produkten und Techniken sehr gut aus. Dennoch verlangten manche Kunden immer wieder einen männlichen Kollegen zur Beratung. Erst als eines Tages kein anderer Kollege verfügbar war und der Kunde mit

ihr „vorliebnehmen“ musste, interpretierte sie seine Aussage fast als Lob: „Was, das wissen Sie als Frau auch?“

„Permanente Veränderung“ ist der Ausdruck, mit dem sie die Jahre bei Sto zusammenfasst. „Mitarbeiter haben sich verändert, aber auch die Arbeitsmittel und Arbeitsprozesse. Sogar die Kunden haben sich verändert und sind viel ungeduldiger und anspruchsvoller geworden.“ Lobende Worte findet sie für die SAP-Umstellung und die perfekt organisierten Schulungen, die ja eine der größten Veränderungen mit sich gebracht haben – und viele sogar bis an ihre Grenzen.

Firmenphilosoph, Psychologe und Produktmanager

Interview mit Helmut Schada
Im Unternehmen seit März 1991

Als Helmut Schada 1991, frisch von Walter Kuttin bei einem Gespräch in einem Wiener Kaffeehaus als erster Techniker für Sto angeworben, seinen ersten Arbeitstag antrat, hatte er ein kleines Schockerlebnis: „Seine“ neue Firma bestand nur aus einem winzigen Lager mit Büro!

Aber er war dennoch überzeugt von seiner Entscheidung: Aus diesem kleinen Lager könnte etwas Großes entstehen, dachte er sich – und sollte recht behalten.

Helmut Schada, der zuvor eine gehobene Position in einem großen Unternehmen innehatte, war an seinem ersten Arbeitstag überrascht, denn Sto war damals noch eine unbekannte, kleine Firma (heute würde man es „Start-up“ nennen). Aber er war Walter Kuttins Charisma und Überzeugungskraft erlegen und hatte sich zur Einstellung überreden lassen. „Ich habe vorher noch nie einen Menschen mit so viel Überzeugungskraft, Weitblick, strukturiertem Denken und Weisheit getroffen wie Walter Kuttin, der mich damals in diesem Café in Wien als ersten Techniker für die Firma Sto anzuwerben versuchte“, erinnert er sich. „Walter Kuttin hatte die Gabe, seine Visionen für die Firma so euphorisch zu beschreiben, dass man sofort in seinen Bann gezogen wurde.“

Den Techniker Helmut Schada kennt man auch heute noch als wissbegierig, neugierig und äußerst kommunikativ. Mit diesen Eigenschaften versehen, wurde der neue Job zu einer wahren Spielwiese für ihn. „Es war wie im Paradies. Ich konnte mich mit den deutschen Kollegen des Produktmanagements auf hohem Niveau fachlich austauschen, von ihnen lernen und das neu erworbene Wissen den Kollegen in Österreich weitervermitteln. Alles Tätigkeiten, die ich mir für ein erfülltes Berufsleben

immer gewünscht hatte“, schwärmt er heute noch über seinen Einstieg bei Sto. Als erster „Nichtverkäufer“ unter seinen damals zwölf Verkaufskollegen gab es weder eine konkrete Stellenbeschreibung noch eine klare Bezeichnung für seine Tätigkeit. Als Techniker war er zuständig für alle Produktbereiche und Vermittler zwischen den Produktmanagern aus Weizen und den österreichischen Kollegen. Zudem war er Kontaktperson für alle Zulassungsstellen und Behörden, die ihn auch bald als Experten für Wärmedämmsysteme

**Helmut Schada,
Produktmanagement
StoCretec**

„Sto hat sich immer auf das Wesentlichste konzentriert. ‚Geduld‘ ist dabei ein wichtiges Schlagwort, das man als Mitarbeiter lernen muss. Sto verfolgt seine Ziele langsam und konsequent, aber immer mit einer klaren, stetigen Strategie.“





„Wir machen dicht.“

Helmut Schada, Produktmanagement Bodenbeschichtungen.

Die StoCretec Gewässerschutz-Systeme.

Herkömmliche Betonflächen halten nicht dicht. Chemikalien dringen durch kleinste Risse und verseuchen Boden und Wasser.

Die Beschichtungen der StoCretec Gewässerschutz-Systeme machen ab-

schätzen lernten. „Auf keiner Universität hätte ich jemals so viel lernen können wie in meiner Zeit bei Sto“, ist Helmut Schada fest überzeugt. „Die hohe technische Kompetenz und die Qualität der Unterlagen sind einzigartig bei dieser Firma und nicht zuletzt ein großer Teil unseres Erfolgs.“ Wäre man Kandidat bei der „Millionenshow“, wäre Helmut Schada die beste Wahl für einen Telefonjoker. Immer hungrig nach Weiterbildung, kam der gelernte Chemotechniker auch in seiner Freizeit nie zur Ruhe. Englisch, Spanisch, Kroatisch sowie unzählige Psychologie- und Philosophiethemata füllten Abende und auch lange Autofahrten quer durch Österreich. Der eine oder andere Kollege, der ihn dabei begleitete, kam so auch – gewollt oder ungewollt – in den Genuss der philosophischen und hochkomplexen Wissenswelten von Helmut Schada.

Nachdem das Sto-Produktsortiment in den 1990er-Jahren immer umfangreicher wurde, schuf man schon nach wenigen Jahren neue Positionen im Bereich Produktmanagement in Österreich, und Helmut Schada konnte einige Bereiche den neuen PM-Kollegen Jürgen Angermeier und Robert Hetzl abgeben. Er konzentrierte sich von da an und seit der Gründung der StoCretec GmbH 1997 hauptsächlich auf die Bodenbeschichtung und Betoninstandsetzung und fand seine Erfüllung in diesem sehr komplexen Produktfeld. Das Geschäftsfeld Cretec wuchs stetig. „Etwas stolz bin ich schon, dass wir mittlerweile auch

Sto-Tochtergesellschaften überholen konnten, die Cretec als ihr Hauptgeschäftsfeld betreiben“, gibt der Cretec-Mann zu und meint damit vor allem seine ungarischen Kollegen.

Besonders schätzt er die Menschen im Unternehmen, die zu dem Erfolg beigetragen haben. Eine „menschliche Lebensraumgestaltung“ ist für ihn mehr als nur eine Phrase, hat er doch am Leitbild der Firma persönlich mitgearbeitet. „Wir versuchten, in einem Workshop das Klima und die Atmosphäre in der Firma sowie unsere Ziele und Visionen in Worte zu fassen, und haben somit unser heutiges Leitbild erschaffen“, ist er heute noch stolz auf sein Mitwirken bei diesem Meilenstein-Projekt. „Ich wäre heute nicht dieselbe Person, hätte ich diese Begegnungen nicht gehabt“, erzählt er und meint damit zwei große Firmenväter der Sto-Geschichte: Fritz Stotmeister und Walter Kuttin. „Beide gaben einem das Gefühl, ein wichtiger Teil des Unternehmens zu sein, und waren enorm wertschätzend und charismatisch. Es war schon etwas sehr Besonderes, wenn sich der Konzernchef Fritz Stotmeister persönlich mit dir an einen Tisch setzte und sich nach deiner Arbeit erkundigte“, ist er heute noch beeindruckt über diese Begegnung. „Walter Kuttin war mein Mentor und Lehrmeister, und ich bin dankbar dafür, dass ich in einer Firma gearbeitet habe, deren Führungskräfte immer auf meine Stärken gesetzt haben“, sagt er zum Abschluss des Interviews.

Viele Kunden sind zu Freunden geworden

Interview mit Peter Hetzenauer
Im Unternehmen seit März 1992

Ein Bier mit Harald Juhnke am Tresen auf einer hochkarätigen Tagung in Berlin – und das vor dem Beginn der eigentlichen Arbeit: Hier kann man durchaus von einem fulminanten Einstieg in den Job sprechen!

Für den jungen neuen Verkaufsberater Peter Hetzenauer, der am 1. März 1992 im Verkaufsgebiet Innsbruck seine Tätigkeit begann, war der erste Eindruck von seiner neuen Stelle auf jeden Fall unvergesslich. Diesem „Großereignis“ vorausgegangen war eine dreiwöchige Schulung in Weizen, die er bereits einen Monat vor seinem Beginn bei Sto, im Februar 1992, absolvierte und bei der ihn Jochen Stotmeister persönlich zu der Tagung nach Berlin eingeladen hatte. „Ebenso in Erinnerung ist mir bis heute das Bewerbungsgespräch in Villach mit Walter Kuttin“, erzählt Hetzenauer, dessen Vorgesetzten Sepp Greiderer Kuttin nach dem erfolgreichen Gespräch aufgefordert hatte: „Nun hast du die richtige Unterstützung im Vertrieb – also mach etwas Großes aus Tirol!“ Diesen Satz des damaligen Geschäftsführers verstand Peter Hetzenauer als klaren Auftrag.

Mit vollem Einsatz begann Hetzenauer, neue Kunden im Tiroler Oberland aufzubauen und bestehende Kontakte, die er durch seine frühere Arbeit bereits hatte, wieder zu aktivieren. „Der Arbeitstag begann um 7:00 Uhr und endete nicht selten erst gegen 21:00 Uhr“, erzählt er und deutet zugleich an, dass sich dieser Arbeitseinsatz bis zum heutigen Tag nicht wesentlich geändert hat.

„Während der letzten 30 Jahre sind natürlich aus vielen Kunden Freunde geworden. Viele der jungen Firmenchefs kenne ich von Kindesalter an, als noch deren Väter meine Kunden waren“, berichtet er weiter.



Peter Hetzenauer, Verkaufsberater

„Ich habe ein Viertel meiner Lebenszeit bei Sto gearbeitet und könnte mir mein Leben nicht ohne Sto vorstellen. Auch wenn sich der Markt, die Kunden und die Arbeitsbedingungen während der letzten 25 Jahre natürlich stark geändert haben, mache ich meinen Job immer noch gleich gerne wie am ersten Tag!“



Dass er bald die Erwartungen von Walter Kuttin erfüllen konnte, stimmt Peter Hetzenauer heute noch stolz. Gemeinsam mit Sepp Greiderer und dem Team in Innendienst und Lager bauten sie den Marktanteil von Sto in ganz Tirol beeindruckend aus. Als das erste Mal die „1-Millionen-Schilling-Grenze“ in einem Monat erreicht wurde, stand auf dem Gehaltszettel von Peter Hetzenauer eine persönliche Nachricht von Walter Kuttin: „Gratulation! Bei meinem nächsten Besuch in Tirol trinken wir ein Bier darauf!“ Dieses Versprechen wurde bald darauf auch wirklich eingelöst.

In seiner Arbeit als Verkaufsberater baut Peter Hetzenauer vor allem auf die vielen persönlichen Beziehungen, die er sich über all die Jahre aufgebaut hat. „Man beginnt seinen Arbeitstag oft mit einem Kaffee mit seinen Kunden, denn es ist wichtig, die Kontakte zu pflegen“, erzählt er. Dass vor allem aber die junge Generation von Kunden neue Herausforderungen für einen Verkaufsberater mit sich bringt, hat er ebenfalls erfahren müssen. „Das Kundenbild hat sich schon geändert. Die jungen Unternehmer sind viel mehr vernetzt und lassen sich nicht mehr gerne an eine einzige Firma binden. Sie suchen sich häufig ihre preislichen Vorteile und fordern auch immer besseres Service ein. Da sind wir jeden Tag aufs Neue gefordert, um die Wünsche der neuen Generation erfüllen zu können“, weiß Peter Hetzenauer. Auch über den Nachwuchs im Malergewerbe denkt er laut nach: „Es werden immer weniger Lehrlinge ausgebildet, und die Anzahl der großen Betriebe wird immer geringer. Diese Entwicklung ist schlecht für die ganze Branche.“

Highlights waren und sind für Peter Hetzenauer die jährlichen Verkaufstagungen von Sto, die bis 2004 sogar zweimal jährlich abgehalten wurden. „Es waren immer tolle Veranstaltungen, die informativ waren, aber gleichzeitig auch sehr motivierend, und bei denen bis spät in die Nacht gefeiert wurde“, erinnert er sich mit Schmunzeln daran zurück. Auch seine Teilnahme an einer Sto-Olympiade in Weizen wird der passionierte Tennisspieler nicht vergessen, da er gegen Jochen Stotmeister antreten durfte. „Wir hatten damals viel Spaß und spielten einem Kollegen in der Nacht übermütig einen kleinen Streich, indem wir seine Wanderschuhe versteckten. Als dieser mit seinem Wanderteam frühmorgens losmusste, kam er polternd in unser Zimmer und weckte uns alle mitsamt unserem Kater auf, um seine Schuhe zu suchen“, lacht er über diese Aktion, die damit wohl gehörig nach hinten losgegangen war.

Bild oben:
Immer wieder Prämienjäger
 Über Jahre erarbeitete sich Peter Hetzenauer einen Stockerlplatz in der Rangliste der umsatzstärksten Verkaufsberater. Aufnahme aus dem Jahr 2012 anlässlich der Preisvergabe.



Teampayer
 Mit Kollegen aus anderen Bundesländern. V. l. n. r.: Anton Kerschner, Johannes Plainer, Wolfgang Winter, Erwin Pachoinig, Peter Hetzenauer.

Ein Mann – vier Jobs

Interview mit Gerard Kathan
Im Unternehmen seit März 1992

„Bei uns gibt es keinen Neid, und alle arbeiten eng zusammen – egal, ob im Innendienst, Außendienst oder Lager“, ist Gerard Kathan stolz auf seine Mannschaft.

Dass sich das Ländle auch wegen seiner Größe nicht in den vordersten Umsatzrängen mit den anderen Bundesländern messen kann, sieht er entspannt. Doch nicht jede Konkurrenzsituation lässt ihn kalt: „Unser Chef Walter Wiedenbauer hat immer noch ein besseres Handicap beim Golf als ich“, lacht er und fügt hinzu. „Doch was sind schon zwei Schläge?“

Dass man verschiedene Karrierestufen durchmacht, ehe man seine endgültige Stelle einnimmt, war und ist bei Sto üblich. Dass es aber Mitarbeiter gibt, die Verkaufsberater, Gebietsverkaufsleiter, technischer Berater und Architektenberater gleichzeitig sind, ist wohl nur in einem kleinen Land wie Vorarlberg möglich. Begonnen hat Gerard Kathan am 2. März 1992 in einer eigentlich ganz anderen Position. Der gelernte Maler und Malermeister wollte sich verändern und bewarb sich auf die ausgeschriebene Stelle eines Anwendungstechnikers. „Sto kannte ich damals nur von einer Exkursion, die wir einmal mit der Berufsschule nach Weizen gemacht hatten, ansonsten waren mir die Produkte nicht sehr vertraut“, erzählt er heute über die Anfänge.

An seinen ersten Eindruck von Sto erinnert er sich jedoch noch sehr gut: „Ich war im Februar zu einem Bewerbungsgespräch in dem damaligen Verkaufscenter eingeladen. Ein Sto-Verkaufsberater spielte gerade mit einem Kunden Schach, und alle wirkten unheimlich ruhig und entspannt. Ich dachte mir schon: Cool, da gefällt es mir!“ Zu dem Zeitpunkt wusste der neue Anwendungstechniker noch nicht, dass die Saison bald losgehen sollte und es mit der Ruhe dann vorbei sein würde ...

Das Team in Vorarlberg bestand aus vier Personen – und jede musste mit anpacken. So musste Gerard Kathan neben seinen Aufgaben als Anwendungstechniker auch im Lager und in der Tönerei mithelfen sowie den Lkw-Führerschein machen, um Materiallieferungen zu übernehmen. An seine erste Schulung für Kunden erinnert er sich heute auch noch gut: „Es war ein Sprung ins kalte Wasser. Ich musste das ‚M-System‘ einschulen, ein WDV-System auf Schienen, das ich bis dahin selber noch nicht kannte oder verarbeitet hatte.“ Gut, dass Sto schon immer gutes Prospektmaterial hatte, aus dem sich Gerard Kathan am Abend vor der Schulung die notwendigen Informationen aneignen konnte. „Die Kunst war es, mir meine Unsicherheit auf der

**Gerard Kathan,
Gebietsverkaufsleiter
Vorarlberg**

„Ich schätze besonders die Sto Golf Trophy, weil diese Veranstaltung wirklich ein Top-Kundenevent ist. Die Geschäfte laufen immer mehr über Emotionen und persönliche Beziehungen.“





Baustelle nicht anmerken zu lassen und als Experte aufzutreten“, lacht er heute noch über diese Erfahrung.

Bald nach seinem Start als Anwendungstechniker verbrachte er die vorgeschriebenen Einschulungswochen in Weizen, wo er erstmals mit Cretec-Bodenbeschichtungen in Berührung kam. „Dieses zweikomponentige Material mit seinem Verlauf und Glanz hat mich von Anfang an fasziniert“, schwärmt Kathan noch immer. Kein Wunder, dass er – kaum zurück im Ländle – gleich nach geeigneten Verarbeitern suchte, die ebenfalls Interesse an den neuen Cretec-Bodenbeschichtungen hatten. Der Anwendungstechniker musste neben den Musteranfertigungen und Einschulungen auch das Material selber tönen. „Getönt habe ich damals noch mit einer Waage und den vorhandenen Rezepturen. Um das Geschäft anzukurbeln, hat unser damaliger Verkaufsberater allen Kunden von unserer modernen Reihendosieranlage vorgeschwärmt, die es aber noch gar nicht gab. Und so musste ich bis zu 16 Tonnen pro Monat alleine tönen“, erzählt er.

Kein Wunder, dass er ehestmöglich in den Außendienst wechseln wollte. Drei Jahre später war es schließlich so weit, und Gerard Kathan trat seine neue Stelle als Verkaufsberater an. Er übernahm die Malerkunden in Vorarlberg und musste sowohl neue Kontakte aufbauen als auch bestehende Kunden bearbeiten. Seine Fähigkeiten als Anwendungstechniker waren ihm dabei immer hilfreich, konnte er seinen Kunden doch die Verarbeitung des Materials gleich an Ort und Stelle zeigen und sie somit besser überzeugen.

Das Team in Vorarlberg blieb immer klein und überschaubar, wodurch das Arbeitsklima auch sehr familiär war. Dennoch wurde der Ruf nach einer Führungsperson lauter, die sich neben den Umsätzen auch um die Abläufe und Mitarbeiter kümmern sollte. 2006 wurde Gerard Kathan zum Gebietsverkaufsleiter in Vorarlberg ernannt, ohne jedoch den Status als Verkaufsberater abzugeben. „Einen Verkaufsleiter, der sich nur um die Mannschaft kümmern muss, kann sich ein kleines Land wie Vorarlberg nicht leisten. Daher besuche ich weiter meine Kunden als Sto-Verkaufsberater und bin ab und zu immer noch ein Anwendungstechniker, wenn es gefordert wird“, erzählt er. Dass er auch die Architekten betreut sowie mit seinem Know-how den „Technischen Berater Innendienst“ ersetzt, fügt er noch bescheiden hinzu. „Wir versuchen, das Land mit seinen 394.297 Einwohnern möglichst gut zu bearbeiten, und haben in Zukunft sicher noch Potenzial für einen weiteren Mitarbeiter als Anwendungstechniker oder später einmal als Verkaufsberater“, ist er überzeugt.

Über eine Anekdote kann er heute herzlich lachen. „Bei einer Tagung gab es ein Zimmer zu wenig für alle Teilnehmer, und ich habe mich bereit erklärt, meinen Vorgesetzten Christian Außerwinkler in meinem Zimmer aufzunehmen. Als ich im Folgemonat meinen Lohnzettel bekam, wurde mir ein Betrag abgezogen mit dem Vermerk: ‚Übernachtung für eine weitere Privatperson‘. Man stelle sich vor, welche Ehekrise so ein Kommentar auf einem Lohnzettel verursachen kann!“

Bild oben:
Gerard Kathan nimmt regelmäßig an der Sto-GolfTrophy teil
Aufnahme beim Abstoß um 8:30 Uhr im Mai 2018.

Was macht eigentlich ein Produktmanager?

Interview mit Jürgen Angermeier, i. R.
Im Unternehmen seit Jänner 1993

Wozu braucht Sto Österreich einen eigenen Produktmanager, wo doch alle Unterlagen und Broschüren aus Deutschland kommen?

Über die näheren Details der Aufgaben eines PMs für den österreichischen Markt hatten zu Beginn weder Walter Kuttin noch Jürgen Angermeier Klarheit. Klar war jedoch: Es sollte eine spannende und herausfordernde Tätigkeit werden.

Als Jürgen Angermeier Anfang Jänner 1993 als Produktmanager bei Sto begann, suchte man zuerst einen geeigneten Arbeitsplatz für ihn. Mit wem sollte er zusammenarbeiten? Zu welchen Abteilungen und Bereichen passte ein Produktmanager? Aus der ursprünglichen Ungewissheit wurde bald ein umfangreiches Jobportfolio: Absprachen mit dem Produktmanagement in Deutschland, Schulungen, Marktanalysen und Vorbereitung für Tagungen und Messen standen auf der Agenda. Für Sto war es stets wichtig, die Zielgruppen Investoren, Handwerker und Planer bedarfsgerecht zu bedienen, also am Puls des Marktes zu sein. Um diesem Anspruch besser gerecht zu werden, sollten österreichspezifische Lösungen erarbeitet und umgesetzt werden. Das hatte auch Auswirkung auf das Produktportfolio für den österreichischen Markt, das sich bis heute zum Teil vom konzernweiten Produktsortiment abhebt. Die wichtigste Aufgabe jedoch war, den Verkauf für neue Produkte zu motivieren und mit Verkaufsargumenten zu füttern. Aufbereitet hat man alles immer mit großer Sorgfalt, sodass aus der jährlichen Vertriebstagung ein motivierendes, festliches Event wurde.

Jürgen Angermeier managte das Produktportfolio für den österreichischen Markt mit einem klaren Ziel: „Wir wollten die Verkaufsmannschaft für ein Produkt begeistern und sie dazu ermuntern, immer das große Ganze im Auge zu behalten. Man muss



Jürgen Angermeier, Produktmanagement Innenraum i. R.

„Ich bin heute noch stolz auf die gelben Eimer. Wenn wir auf uns selbst stolz sind, können wir auch unsere Kunden überzeugen. Unser höchstes Gut ist unser Qualitätsanspruch! Den müssen wir uns auf jeden Fall erhalten!“



den Verkaufsberater stolz machen, für Sto zu arbeiten.“ Mit in seinem Team arbeiteten Martina Umele und später Michaela Kanduth. Neben seiner Arbeit in Österreich streckte Jürgen Angermeier schon von Beginn an seine Fühler in Richtung Balkan aus. In Tihomil Kreitmayer fand er einen Partner für Slowenien, Kroatien und Bosnien, um dort erste Sto-Projekte zu realisieren.

Als erster und für lange Zeit auch einziger Produktmanager in Österreich suchte Jürgen Angermeier außerdem auch die Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen. Das StoDesign Studio, die Anwendungstechnik und das Produktmanagement erwiesen sich als eine ausgesprochen kreative und gelungene Kombination für Kundens Schulungen, wie etwa die StoCreativ-Seminare. Ein besonderes Highlight war ein Seminar in Venetien, Italien: Auf Staffeleien in einem Garten vor einer italienischen Villa gab es eine Schulung in kreativen Fassadentechniken, wobei die Stimmung und das Ambiente für alle Beteiligten unvergesslich blieben. „Es sind Kundenbindungsprogramme und Schulungen wie diese, die viel zum Erfolg von Sto beitragen“, ist Angermeier überzeugt.

Die Nähe zu den Sto-Zielgruppen sieht Jürgen Angermeier als besonders wichtig an, ob Investoren, Handwerker oder Planer. „Um die richtigen Produkte auf den Markt zu bringen, musste man in die Zielgruppen hinein hören und mit ihnen in einen Dialog treten“, weiß er.

Jürgen Angermeiers Botschaft an den Verkauf war daher stets ein alter, aber wahrer Spruch: Nicht Kundenzufriedenheit ist das Ziel, sondern

Kundenbegeisterung. „Selbst wenn Kunden einmal zu spät bestellt haben, muss man entsprechend reagieren. Wir dürfen unsere Kunden nicht erziehen, sondern müssen ihre Bedürfnisse erkennen und uns entsprechend aufstellen, um diese bestmöglich zu erfüllen“, sagt Angermeier. Diese Aussage war Teil der vorgegebenen Sto-Strategie, die auch zu der Entscheidung geführt hat, nicht über Speditionen zuzustellen, sondern einen eigenen Fuhrpark zu haben.

Bei seiner Einschulung in Weizen kam es zu einer Begegnung mit dem Seniorchef Fritz Stotmeister, die Jürgen Angermeier in Erinnerung blieb. „Er kam zum Abendessen in den Rebstock, begrüßte jeden Mitarbeiter persönlich und bestellte eine Runde für alle. Mit großer Demut bedankte er sich bei den Mitarbeitern für ihr Engagement und ihre Loyalität zu Sto und betonte, dass sein Erfolg als Firmengründer nur den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu verdanken sei. Diese Ansprache hat viele von uns stark geprägt. Eine so große Firma zu sein und vom Chef persönlich eine derartige Anerkennung zu erhalten – das war nicht selbstverständlich.“ Zurück in Österreich, hat sich bei Jürgen Angermeier der positive Eindruck sogar noch verstärkt. „Walter Kuttin ließ mir sehr viel Gestaltungsfreiraum in meiner Arbeit, das war für mich sehr motivierend (und dadurch konnte ich mich so richtig entfalten).“

Bild oben:
Erste „Partnertagung“, Brka 2004
 V. l. n. r.: Jürgen Angermeier, Walter Kuttin, Resul Mujkić, Tihomil Kreitmayer.

Flexibilität ist Trumpf

Interview mit Leo Feurer
Im Unternehmen seit Februar 1993

Selbst Jahre später wird das Verkaufszentrum in Wien immer noch mit dem Namen Leo Feurer in Verbindung gebracht. Daran, dass der Rasen wegen falscher Düngung braun statt grün war, erinnert sich aber niemand mehr.

Im richtigen Moment umdenken: Dass er das kann, hat Leo Feurer während seiner insgesamt 16-jährigen Sto-Laufbahn schon öfter unter Beweis gestellt. Vom Verkaufsberater, der zugleich auch Praxisschulungen abhielt, über die Selbstständigen-Tätigkeit als Malermeister bis zum technischen Berater, Bauleiter und Architektenberater hat er viele Stationen durchgemacht. Da heißt es eben auch, flexibel zu sein.

1993 begann Leo Feurer bei der Sto-Niederlassung in Wiener Neudorf als Verkaufsberater. Einen besonders positiven Eindruck von der Unternehmenskultur gewann er gleich am Anfang bei der Einschulung in Weizen, als Fritz Stotmeister die Runde neuer Mitarbeiter persönlich begrüßte und

alle auf ein Getränk einlud. „Der Chef bedankte sich bei uns für unseren Einsatz und gab uns das Gefühl, sofort ein Teil der Firma zu sein. Ich dachte mir: Wow, diese Firma ist etwas ganz Besonderes!“, erinnert sich Feurer.

Die Einschulung in Weizen blieb auch aus anderen Gründen in guter Erinnerung: nämlich wegen der professionellen Vorträge und der perfekt organisierten Verarbeiterschulungen. Während bei vielen Teilnehmern schon die Köpfe rauchten, stieg die Motivation bei Leo Feurer mit jeder weiteren technischen Information. „Die Firmenzentrale im Schwarzwald war damals beeindruckend und ist es heute noch“, sagt er, „Alles ist natürlich enorm gewachsen, und viele neue Gebäude sind



Leo Feurer, Technischer Berater im Innen- und Außendienst

„Sto ist und war immer sehr ehrlich. Das erkennt man vor allem bei der Aufarbeitung von Reklamationen, die immer sehr sorgfältig behandelt wurden. Das schafft Vertrauen, nicht nur in die Qualität, sondern auch in die Menschen bei Sto.“



entstanden. Heute wird man am Gate abgeholt und braucht einen Besucherausweis. Dennoch spürt man die Größe nicht wirklich. Es läuft wie in einem Uhrwerk, und alles ist aufeinander abgestimmt. Dadurch herrscht eine fast ‚sto-ische‘ Ruhe in Weizen.“

Als Verkaufsberater war er zuständig für das Burgenland, das bedingt durch den Weinskandal in einer wirtschaftlich sehr schlechten Situation war. In einer Dachbox auf seinem Firmenauto hatte er stets sämtliches Werkzeug mit dabei, um gegebenenfalls gleich einen Silo zu warten oder eine Anwenderschulung durchzuführen. „Der Spirit im Team war damals außergewöhnlich gut. Alle zogen an einem Strang und verfolgten dasselbe Ziel. Es hat richtig Spaß gemacht, und niemand beschwerte sich jemals über die viele Arbeit.“

Dennoch beschloss Leo Feurer nach sieben Jahren als Verkaufsberater die Seite zu wechseln und es als Sto-Kunde zu versuchen. Überzeugt von der Qualität der Produkte, blieb er dem vertrauten Material treu, doch die Branche war durch die Öffnung des Arbeitsmarkts für die Nachbarländer zur Herausforderung geworden.

2010 kehrte er, mit viel neuer Erfahrung im Gepäck, zurück ins Wiener Sto-Team, doch nicht mehr als Verkaufsberater, sondern als technischer Berater im Innendienst. In diesem Bereich verschaffte sich Leo Feurer durch sein enormes technisches Wissen und seine Kompetenz schnell einen Namen bei Mitarbeitern und Kunden. „Doch wie es halt üblich ist: Wer viel kann, darf sich ständig über neue Aufgaben freuen!“, sagt Feurer.

Der Neubau des Verkaufszentrums in der Voralberger Allee stellte Leo Feurer schließlich vor neue Herausforderungen. Sein Arbeitstag dauerte während dieser Zeit von 5:00 Uhr morgens bis 22:00 Uhr abends. Von der Lösung technischer Details über die Bauaufsicht, Bilderdokumentation, Regiestundenprüfung bis hin zum grünen Rasen während der Eröffnungsfeier wurde ihm einiges an Verantwortung übergeben. Dass er seine Aufgaben als technischer Berater trotzdem erfüllen musste, war eine Selbstverständlichkeit. Eine weitere Veränderung brachte ihn schließlich in das Verkaufszentrum nach Salzburg, ganz zum Bedauern der Wiener Kollegen, jedoch zur Freude des Salzburger Teams.

„Leos technische Kompetenz hat uns bei den Salzburger Kunden sehr geholfen und dafür gesorgt, dass wir in Sachen technischer Beratung die Nummer eins am Markt sind“, lobt ihn der neue Vorgesetzte Kurt Kober.

Bild oben:
Ordnung ist das halbe Leben
Material- und Oberflächenbibliothek im Sto Verkaufszentrum Wien, vorbildlich gepflegt durch Leo Feurer.



Bleibender Eindruck
Leo Feurer anlässlich einer Architektenveranstaltung für vorgehängte, hinterlüftete Fassaden im Mai 2018 mit seinen verschärften Visitenkarten.

Der Balkanarchitekt und Gentleman

Interview mit Tihomil Kreitmayer, i. R.
Im Unternehmen seit Juli 1993

Wenn jemand Produkte verkauft, der Kunde aber nie das Gefühl hat, dass ihm etwas verkauft wurde, spricht man von der „hohen Kunst des Verkaufens“. Kaum jemand beherrscht das wie Tihomil Kreitmayer.

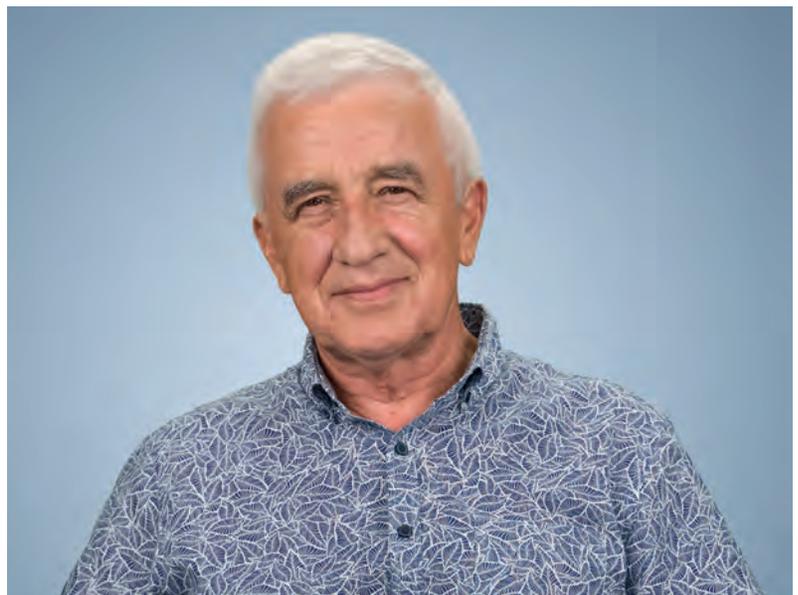
Nicht nur sein Kroatisch, Bosnisch, Slowenisch und Serbisch sind essentiell, sondern vielmehr sein Gespür und seine Empathie für Architekten und Planer. Kein Wunder, ist er doch selbst Architekt und Künstler und stammt aus einer Architektendynastie.

Im Juli 1993 wurde Tihomil Kreitmayer von seinem ehemaligen Kollegen Jürgen Angermeier motiviert, sich bei Sto zu bewerben, und er konnte gleich nach dem Gespräch mit Walter Kuttin seine Arbeit als Verkaufsberater in Ex-Jugoslawien antreten. „Ich wusste von Anfang an, dass ich hier richtig war“, erzählt er immer noch begeistert. „Die Materialien, die Sto im Produktportfolio hatte, haben mich sofort inspiriert, und ich wusste, dass ich Architekten damit begeistern konnte.“ Tihomil Kreitmayer galt schon in seiner früheren beruflichen Laufbahn als anerkannter Experte für Materialität in Verbindung mit Funktionalität und Ästhetik. Der Beginn seiner Vertriebstätigkeit bei Sto fiel ihm damit besonders leicht. Er konnte sich mit den Produkten identifizieren und griff auf die Kontakte seines umfangreichen Architektnetzwerks in Bosnien, Kroatien und Slowenien zurück. Bald schon hatte er sich einen Namen als „Sto-Mann“ und Experte für Sto-Oberflächen gemacht. Architekten kontaktierten ihn für eine Auskunft oder einen Ratschlag, und Kreitmayer drehte dabei auf seine charmante Art nicht selten ganze Ausschreibungen auf Sto-Produkte um. „Netzwerke muss man aber auch pflegen und betreuen“, ist er fest überzeugt. „Man muss oftmals auch in Vorinvestition gehen, um zu einem späteren Zeitpunkt Produkte erfolgreich zu verkaufen.“

Tatsächlich investierte er immer viel Budget und Zeit in Schulungen, Workshops und Veranstaltungen für Architekten und Studenten. „Aus einzelnen Kontakten sind feste Freundschaften geworden“, erzählt er über eine seiner Verbindungen, Architekt Rusan, der jedes Jahr den internationalen Architekturkongress „ORIS-Tage“ veranstaltet und Herausgeber einer großen, renommierten Architekturzeitschrift ist. „Architekten schätzen unser Engagement und unsere Unterstützung. Das hebt uns von der Konkurrenz stark ab. Wir sind nicht nur eine Firma, die verkaufen möchte, wir sind ihre Partner für technische und kreative Lösungen am Markt, und wir unterstützen die Architekturszene am Balkan.“

**Tihomil Kreitmayer,
Architektenberater
in Kroatien**

„Wir sind nicht immer die Besten – aber wir sind anders. Es ist wichtig, dass wir uns selber treu bleiben und an die Qualität unserer Produkte glauben.“





**Ehrung für 25 Jahre
Mitarbeit**
Walter Wiedenbauer
übergibt Tihomil
Kreitmayer die
Urkunde zum Eintrag in
das Gläserne Buch.



Zeichnung oben:
El Croquis Tihomil
Selbstporträt, eines
von vielen Porträts, die
Tiho während seiner
späten Jahre bei Sto
anfertigte und zumeist
als Geschenke
übergab.

Diese Positionierung am Markt haben wir uns speziell in den Nachkriegsjahren erfolgreich aufgebaut“, ist er jetzt noch sehr stolz auf seine Arbeit als Architektenberater. Viele beeindruckende Referenzen, die Sto heute noch gerne herzeigt, gehen auf das Konto von Tiho Kreitmayer, der vor allem auf das hinterlüftete Fassadensystem Verotec als Türöffner in den Architekturbüros baute. Ein Eisbrecher für dieses Verotec-Fassadensystem war laut ihm das Projekt „Lumenart“ in Pula von Architekt Rusan. „Das Projekt war eine Herausforderung für alle, und wir haben zugegebenermaßen auch Fehler gemacht. Dennoch steht der Architekt immer noch zu 100 Prozent hinter uns und empfiehlt unsere Firma und unser System weiter“, berichtet er. Tatsächlich wurde „Lumenart“ in vielen Zeitschriften publiziert und brachte durch seinen Ruhm viele Nachfolgeprojekte.

bestmöglich unterstützten. „So konnte ich immer gut meine Seilschaften in der Architektenszene pflegen und gleichzeitig schöne Projekte verkaufen“, erinnert er sich gerne an diese aktive Zeit zurück.

Seit zwei Jahren ist Tihomil Kreitmayer nun in Pension, doch das hält ihn nicht davon ab, weiter als Architekt zu arbeiten und dabei Projekte mit Sto-Materialien auszuführen. „Die Kunden akzeptieren nicht, dass ich in Pension bin. Sie kennen mich immer noch als ‚Sto-Mann‘, und das ehrt und freut mich nach wie vor“, sagt er zum Abschluss des Interviews.

Bild unten:
Netzwerk zum Erfolg
Tihomil Kreitmayer
anlässlich einer
Schulung mit
Architekten und
Kollegen.

Besonders schätze er das Vertrauen in seine Arbeit, das ihm von der Geschäftsleitung immer entgegengebracht wurde, sagt er. „Meine Art zu verkaufen war sicher unkonventionell und nicht mit den österreichischen Kollegen vergleichbar. In meiner gesamten Tätigkeit bei Sto habe ich kein einziges Angebot geschrieben. Ich kannte mich auch nicht besonders gut mit den Preisen aus – das war für mich immer nebensächlich“, schmunzelt er heute darüber. „Ich habe beraten und Lust auf unsere Materialien gemacht. Die Architekten wollten unsere Produkte haben und waren auch durchaus bereit, mehr dafür zu bezahlen.“ Die administrativen Arbeiten wie das Schreiben von Angeboten wurden von Kollegen aus Villach oder Zagreb übernommen, die damit den „Freigeist“



Modem versus Schreibmaschine

Interview mit Erich Stupnik
Im Unternehmen seit November 1993

„Das Internet, ist das was?“ 1996 war das eine völlig berechnete Frage. Als ein Bereichsverantwortlicher aus der Zentrale in Weizen sie an Erich Stupnik stellte, wusste noch niemand vom Potenzial des WWW.

Erich Stupnik war überzeugt, dass dieses Internet „was ist“. Er antwortete daher dem Kollegen aus Weizen: „Hätte man den ersten Flug der Gebrüder Wright 1903 beobachtet, hätte man vermutlich nicht an einen weiteren Erfolg dieses neuartigen Flugzeugs geglaubt. Es hat einfach zu wenig Menschen transportiert, in zu langer Zeit, auf zu unsicherem Wege. Doch das Interessante am Flugzeug war das Potenzial, das dieses neue Transportmittel für die Zukunft gehabt hat. Menschen mit Weitblick sehen nicht nur, was ist, sondern auch das, was daraus werden könnte – Erich Stupnik war einer davon, und er hatte immer eine passende Analogie auf Lager, um als Informatiker den Kollegen komplexe Sachverhalte zu erklären.

Erich Stupnik begann im November 1993 in der IT-Abteilung, um den technologischen Fortschritt, der sich in den 90er-Jahren anbahnte, bei Sto zu begleiten und mitzuentwickeln. „Zu diesem Zeitpunkt gab es noch kaum Computertechnologie bei Sto. Genau das hat mich stark gereizt, denn hier konnte ich etwas bewegen und schaffen“, erinnert er sich an den Beginn seiner Arbeit.

Sein erstes großes Projekt ein Jahr später war die schrittweise Einführung eines PC-Netzwerks. „Damals musste ich zuerst mit einer Präsentation den Geschäftsführer Walter Kuttin überzeugen, welche Vorteile ein Netzwerk bietet“, schmunzelt er heute darüber. Tatsächlich wurde das Verschieben der Daten mit Disketten damals schon als ein großer Fortschritt gegenüber der analogen Arbeitsweise mit Schreibmaschinen und

Fernschreiber wahrgenommen. Immerhin wurde zu Beginn des Jahres 1993 bereits ein AS400-Großrechner in Villach installiert, von dem man alle wichtigen Daten auf ein Band abziehen konnte, um es einmal im Monat in die Zentrale nach Weizen zu schicken. Walter Kuttin war stets für jeden Fortschritt offen und überließ dem jungen, engagierten Informatiker eine frei gestaltbare IT-Plattform. So gab es bereits 1995 den ersten Mailserver in Villach, über den man ab sofort einfacher mit den Kollegen in Weizen kommunizieren konnte. „Das Microsoft-Mailsystem lief noch über Telefon und Modem“, erinnert er sich lächelnd an den markanten Ton, den das Modem beim Einwählen ins Netz von sich gab. Schon ein Jahr später, 1996, wurden die ersten PCs in Villach ans Internet angebunden.

**Erwin Stupnik,
Mitarbeiter EDV**
„Sto ist für mich mein halbes Leben, wenn man mein Alter und meine 25-jährige Sto-Zugehörigkeit ansieht. Wenn man die Kindheit und Jugendzeit wegrechnet, ist es fast mein ganzes Erwachsenenleben.“





„Man konnte nur über die Yahoo-Suchmaschine gezielt nach Informationen suchen und ein bisschen surfen, doch das MS-Mailsystem blieb weiterhin aktiv“, erinnert er sich weiter. Im selben Jahr programmierte Erich Stupnik die erste Sto-Webseite des Konzerns. „Es war eine sehr einfache Seite, ohne Navigation und mit einigen wenigen Bildern, doch wir waren online! Der Konzern war zunächst skeptisch, kopierte jedoch bald daraufhin die österreichische Seite mit einigen wenigen Änderungen. Erst viel später kamen die ersten Agentur-Webseiten“, ist Erich Stupnik heute noch stolz auf seine Pionierarbeit.

Mit jedem weiteren Jahr gab es Neuerungen und weitere Fortschritte in Richtung digitale Kommunikation. 1997 erhielten auch die Verkaufszentren einen Mailanschluss – immer noch auf Telefon- und Modembasis, doch war das schon eine große Erleichterung für den täglichen Informationsaustausch. Die Außendienstmannschaft erhielt als Verkaufshilfe ein Programm auf Windows-Basis namens ADIS für eine leichtere Angebotserstellung und für ein besseres Kundenmanagement.

Erich Stupnik denkt heute noch gerne an das familiäre Klima in dem damals noch kleinen Team zurück. „Wenn man in der Früh zur Arbeit gekommen ist, hat man unweigerlich alle Kollegen getroffen und begrüßt. Heute ist die Firma viel größer, und man hat kaum mehr Kontakt zu Kollegen aus anderen Abteilungen“, reflektiert er etwas kritisch. „Doch Veränderungen sind Teil der Arbeit und der Gesellschaft“, führt er weiter aus. „Die Akzeptanz, dass sich die Welt verändert, ist wichtig für das eigene Wohlbefinden. Es ist klar,

dass ein großer Tanker unbeweglicher ist als ein kleines Motorboot“, stellt er wieder einen seiner Vergleiche an und spielt dabei auf das große und schnelle Wachstum des Konzerns an. Während technische Veränderungen nie eine Herausforderung für Erich Stupnik waren, muss er sich an die Einschränkungen, die ein Konzernleben mit sich bringen, doch erst gewöhnen.

Erich Stupnik hat im Laufe der Jahre auch administrative Bedürfnisse durch seine Kenntnisse als Programmierer spontan und unkonventionell befriedigt. Urlaubs- und Zeiterfassungsprogramme, Referenzdatenbanken, Broschürenverwaltung und ein Programm für Knowledge Management erleichtern dank ihm die tägliche Arbeit in der Verwaltung. „Walter Kuttin hat immer eine 80/20-Kultur vorgelebt: 80 Prozent müssen erfüllt werden, 20 Prozent müssen nicht perfekt sein“, zeigt er immer noch tiefen Respekt vor dieser Einstellung. „Denn es gehört natürlich auch Selbstvertrauen und Mut gegenüber den Vorgesetzten und dem Konzern dazu, Dinge nicht immer perfekt umzusetzen, sondern wirtschaftlich vertretbar und doch funktionell zu machen“, lautet das Credo von Erich Stupnik.

Auf die Frage, welches Potenzial er derzeit für einen Durchbruch in der Weiterentwicklung sieht, lautet seine einfache Antwort: „Es werden die Menschen sein, die sich verändern werden und deren neue Geisteshaltung eine bahnbrechende Wende im Klimaschutz und in der Digitalisierung mit sich bringen wird.“

Bild oben:
Nicht nur fürs Firmennetzwerk zuständig
 Erich Stupnik und Hans Rauter montieren Deko anlässlich der 25-Jahr-Feier in Villach, Aufnahme aus dem Jahr 1995.

Gelernt ist gelernt!

Interview mit Johann Bucar, i. R.
Im Unternehmen seit Februar 1994

Ein Berufsweg, der auf einem Kreuzfahrtschiff beginnt, über einen Spar-Supermarkts führt und beim VC-Leiter endet, ist schon ungewöhnlich. Was bewegt jemanden dazu, einen solchen Weg einzuschlagen?

Neugier und der Wunsch nach neuen Herausforderungen gehören für Johann Bucar jedenfalls zu einer echten Karriere dazu – und das macht ihn zu einer schillernden Person. Mit den Worten „Herr Bucar, Sie werden bei Sto in Pension gehen“ erhielt er vom damaligen Geschäftsführer Walter Kuttin die Zusage für die Stelle bei Sto.

„Ich war schon immer sehr weitsichtig“, beginnt Johann Bucar zu erzählen. „Auch wenn ich immer Spaß an meinem jeweiligen Berufslebensabschnitt hatte, so wusste ich doch stets genau, wann es Zeit für einen Wechsel war. Die Zeiten für ein Lebensmittelgeschäft im Zentrum wurden eben schwieriger, da sich die großen Ketten nach und nach in der Peripherie ansiedelten.“ Dieser Umstand veranlasste den weltgereisten und erfahrenen Kaufmann, sich für die ausgeschriebene Position des Lagerleiterstellvertreters bei Sto zu bewerben. Die Tatsache, dass er aus einer völlig fremden Branche kam, sorgte einerseits für Verwunderung und Skepsis, andererseits aber auch für großes Interesse an seiner Person. „Ich hatte sehr viele Mitbewerber, doch ich spürte bei dem Gespräch mit Walter Kuttin sofort, dass die Chemie passte“, erinnert er sich an die Bewerbungsphase zurück.

Die Lagerlogistik mitsamt ihren Kennzahlen war schon eine große Herausforderung für ihn, die er jedoch ehrgeizig annahm. „Das familiäre Klima innerhalb der Kollegenschaft überzeugte mich sofort, und ich wusste, dass ich die richtige Entscheidung getroffen hatte“, erzählt er weiter. Schon nach zwei Jahren wurde ihm die Lagerleitung angeboten, was zeigte, dass man mit seiner



Johann Bucar, Leitung Verkaufszentrum Graz i. R.

„Sto ist eine besondere Firma mit tollen Produkten. Ich erinnere mich noch gut an die Kundenveranstaltungen von StoColor Lotusan und StoClimate. Es macht mich heute noch stolz, für so eine Firma gearbeitet zu haben, die so tolle und innovative Produkte hat.“



Arbeit sehr zufrieden war. Er folgte dabei stets seinen Prinzipien – das konnte allerdings auch bedeuten, ab und zu unpopuläre Maßnahmen umzusetzen. So war eine seiner ersten Handlungen als Lagerleiter, ein generelles Rauchverbot in den Büros und im Lager einzuführen. Heute wäre das gar kein Thema mehr, doch damals musste ich schon noch gegen Windmühlen kämpfen, um das durchzusetzen“, ist er jetzt noch stolz auf seine Entscheidung.

Der Umgang mit den Kunden war ihm, als ehemaligem Gastronomen, immer ein besonderes Anliegen. In keinem anderen Sto-Verkaufszentrum in Österreich erhielten diese ihren Kaffee so stilvoll und gepflegt wie von Hans Bucar in Graz. Auch die Organisation von Buffets und Caterings für diverse Veranstaltungen übernahm er mit links und vor allem mit großer Professionalität. „Gelernt ist gelernt“, schmunzelt er.

Durch eine strukturelle Veränderung wurde aus der Position des Lagerleiters ein VC-Leiter. Die Aufgaben blieben ähnlich, die Personalführung wurde jedoch deutlich mehr, bald hatte er 15 Leute unter sich. Dabei schätzte er auch immer das Vertrauen, das man ihm von der Personalabteilung in Villach entgegenbrachte. „Ich führte alle Gespräche und suchte die Mitarbeiter aus, die zu meinem Team passten, bevor Ronald Neuhold aus Villach kam, um die Endgespräche zu führen“, erzählt er. Als Lagerleiter und VC-Leiter versuchte er stets, seine Kennzahlen erfolgreich umzusetzen. „Es war mir schon ein persönliches Anliegen, dass alles so umgesetzt wurde, wie es von Villach und den Kollegen aus Deutschland gefordert wurde. Ein

einziges Mal hatte ich Pech, als Kollegen aus dem Konzern bei einer unerwarteten Lagerbesichtigung ein Set Winterreifen eines VBs auf einer Palette im Lager fanden. Man kann sich vorstellen, wie oft ich mir anhören musste, wie teuer diese Reifen auf einem so kostbaren Lagerplatz kämen“, schmunzelt er heute über diesen Vorfall. Dafür, dass seitdem nie mehr Reifen im Grazer Lager zu finden waren, sorgte der gewissenhafte VC-Leiter natürlich. Am meisten schwärmt Johann Bucar heute noch über das tolle Arbeitsklima und das Team: „Jeder ist für jeden eingesprungen. So einen Zusammenhalt hab ich vorher bei keinem meiner Jobs erlebt. Auf den Kreuzfahrtschiffen hab ich die Welt bereist, bei Sto bin ich sesshaft geworden und habe lebenslange Seilschaften geschaffen“, sagt er nicht ohne Wehmut zum Abschluss des Gesprächs.

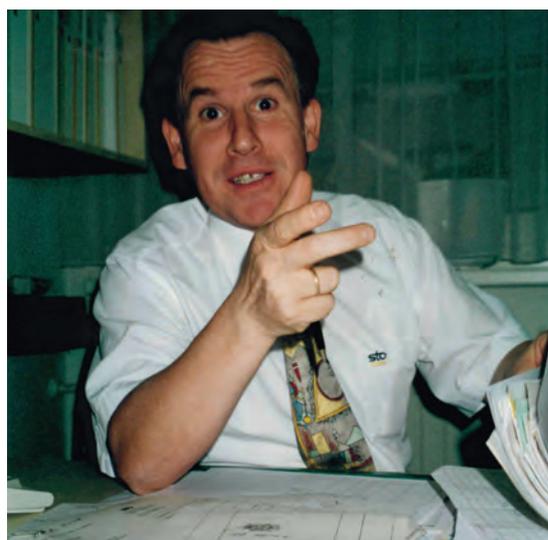


Bild oben:
Viele Gründe, anzustoßen
2011 wurde in Graz ein Video produziert, das zur Feier anlässlich der 70-Millionen-Euro-Umsatzgrenze gezeigt wurde.

Allzeit bereit
Aus seinem Büro heraus verwaltete er die Geschicke eines der größten Verkaufszentren Österreichs, aus welchem nach wie vor Export-Lieferbetrieb organisiert wird.

„Die Mitarbeiter sind heute alle Experten“

Interview mit Martina Umele
Im Unternehmen seit März 1994

Ein Willkommensschreiben und eine Lackdose mit der Aufschrift „Zum Verspachteln und Verputzen“ warteten am Arbeitsplatz von Martina Umele, als diese am 14. März 1994 als Sekretärin von Jürgen Angermeier ihre Arbeit begann.

„Ich habe mich über diese Materialprobe gefreut, obwohl ich eigentlich nicht gewusst habe, was ich damit machen sollte“, erzählt sie. So stand die Dose einige Zeit lang als Materialmuster in der Werkstatt bei ihrem Vater, bevor sie eines Tages im Schrank ihres Chefs viele weitere solcher Dosen fand, die alle mit Keksen gefüllt waren ...

Die ersten Monate bei Sto sind Martina Umele bis heute in Erinnerung. Auf einer Schreibmaschine waren Briefe in „Fachchinesisch“ zu schreiben, wie sie erzählt. „Die vielen Produktnamen haben mich

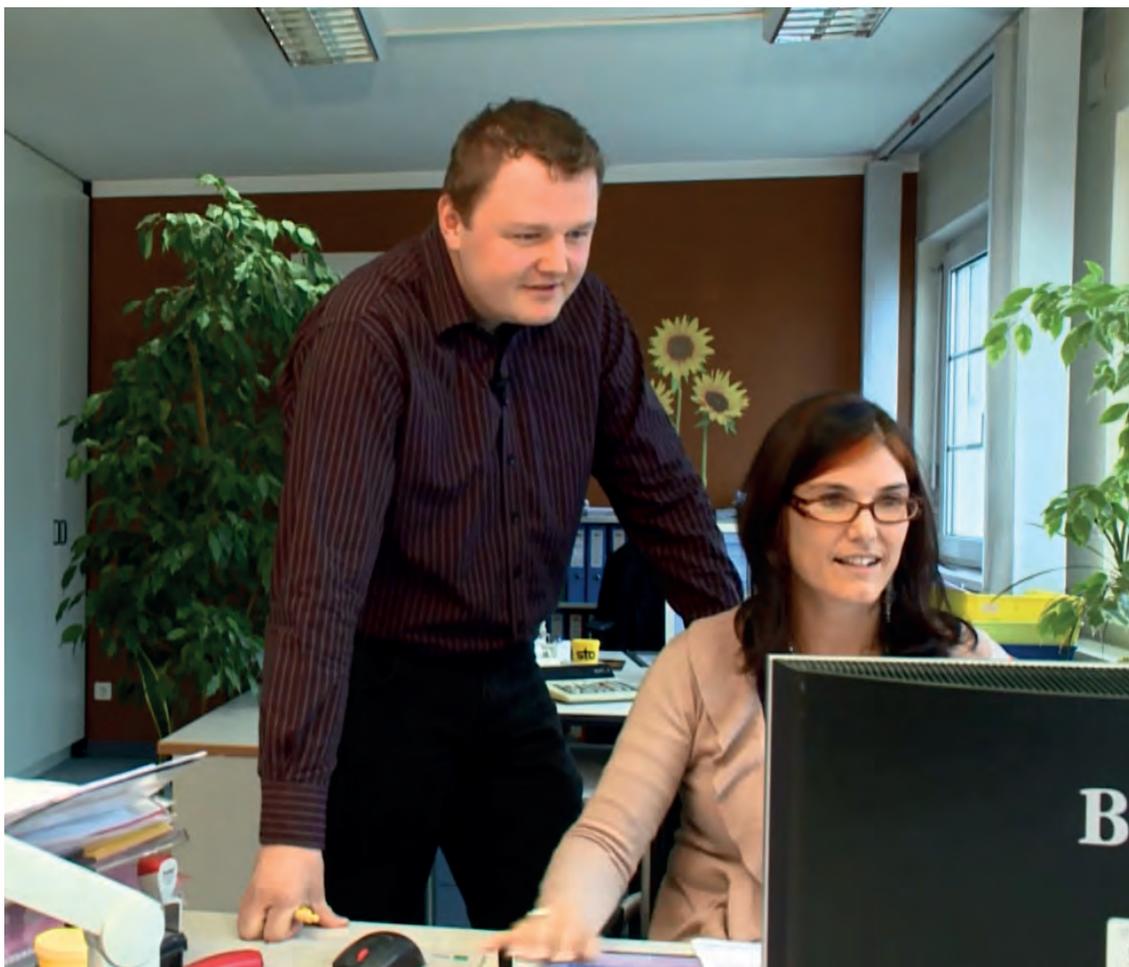
anfangs echt überfordert“, lacht sie heute darüber. Ihr Chef Jürgen Angermeier war jedoch ein sehr geduldiger „Lehrer“ und korrigierte anfangs so manchen Brief sogar zwei- bis dreimal.

Diese Einschulungsphase dauerte aber nicht sehr lange, denn Martina Umele wurde gleich von mehreren Abteilungen eingespannt. Mit dem damaligen technischen Berater Edmund Gruber schrieb sie die technischen Merkblätter, für den Chef der Designabteilung verschickte sie Farbkonzepte, und mit dem Geschäftsführer Walter Kuttin überarbeitete sie die jährlichen Preislisten. Ihre

Martina Umele, Buchhaltung

„Walter Kuttin hat immer schon darauf Wert gelegt, dass Mitarbeiter auch über den Tellerrand blicken und den Hausverstand einschalten. Das hat sich bis heute weitestgehend gehalten!“





Alles verändert sich
 „Die Arbeit ist heute viel fokussierter (...), Mitarbeiter sind heute alle Experten in ihren Bereichen.“

Hauptaufgabe war jedoch die administrative Unterstützung von Jürgen Angermeier, der sie bis heute wertschätzend „Umeline“ nennt.

Mit der Eröffnung des neuen Verkaufszentrums in Villach 1995 wechselte Martina Umele in die Buchhaltung – sehr zum Leidwesen ihres Chefs. Dass sie in den ersten Monaten nach dem Wechsel ihren neuen Chef Ronald Neuhold immer mit „Herr Angermeier“ angesprochen hat, zeigt, dass auch ihr der Abschied nicht leichtgefallen ist. Mit dem Jahr 1995 verbindet sie aber auch die große Eröffnungsfeier des Verkaufszentrums, das „Fest der Farben“, das gleichzeitig auch das 25-jährige Jubiläum war. „Das war ein tolles Fest, bei dem wir unseren Kunden all unsere neuen Räumlichkeiten stolz präsentierten. Auch Fritz Stotmeister erschien in schottisch anmutendem Golf-Outfit“, erinnert sie sich heute noch daran.

„In den letzten 25 Jahren hat sich natürlich viel geändert, denn die Firma ist jedes Jahr gewachsen. Das hat auch viele Vorteile gebracht“, ist sie überzeugt. „Die Arbeit ist heute viel fokussierter geworden, die Mitarbeiter sind heute alle Experten in den Bereichen, in denen sie arbeiten. Damals hat eine Hand in die andere gearbeitet, man musste viele Tätigkeiten übernehmen und war ein ‚Allrounder‘. Durch meinen ständigen Computerarbeitsplatz habe ich fast keine Kontakte mehr zu anderen Kollegen und Abteilungen.“ Rechnungen und Post

im ganzen Haus zu verteilen zählte damals zu ihren Aufgaben, wodurch sie allen Mitarbeitern regelmäßig begegnete. Aus dieser Gegebenheit heraus formuliert Martina Umele auch ihre Vision für Sto: „Ich wünsche mir, dass die Unternehmenskultur so erhalten bleibt und dass es trotz der Größe des Unternehmens wieder gelingt, eine familiäre Atmosphäre zu schaffen.“



Martina Umele sucht das Gespräch

„Durch meinen ständigen Computerarbeitsplatz habe ich fast keine Kontakte mehr zu anderen (...) Ich wünsche mir, dass (...) es wieder gelingt, eine familiäre Atmosphäre zu schaffen.“

Qualität, Präzision und Taktgefühl

Interview mit Robert Hetzl-Hartdegen, i. R.
Im Unternehmen seit Juli 1995

Wann immer der Name Robert Hetzl-Hartdegen in der Einladung zu einem Meeting auftauchte, wusste jeder gleich, was zu tun war: Prüfe deine Angaben, versichere dich gegen allerlei Einwände, sei vorbereitet und nimm dir genügend Zeit!

Denn er leitete unzählige Besprechungen mit stoischer Ruhe und Ausgeglichenheit und bestimmte die Produkt- und Unternehmensstrategie im Bereich Fassaden entscheidend mit.

Alles begann 1995 mit einem Zweizeiler in der Stellenbeschreibung: „Als Produktmanager sind Sie hauptverantwortlich für die Bereiche Produktmanagement, Reklamationsentscheidung und Einkauf in Abstimmung mit der Logistik und Produktion“, las Robert Hetzl dort. Dass das längst nicht alles war, bemerkte er schon bald nach seinem Arbeitsbeginn bei Sto. Das Unternehmen wuchs schnell und stetig, und seine Aufgaben und Arbeitsfelder wuchsen mit.

Präzise technische Lösungen, funktionierende Details und reklamationfreie Objekte waren nicht nur seine Aufgaben – sie wurden bald zu seiner Passion. Im Techniker Fridolin Fluck aus der Zentrale in Weizen fand er einen Verbündeten, und gemeinsam entwickelten die beiden technische Unterlagen, die an Perfektionismus und Qualität nicht zu toppen waren. Sie wurden zu einem wichtigen Erfolgsfaktor für Sto und belegten die technische Kompetenz und das breite Know-how im Unternehmen, was das Image von Sto als Profi und Vorreiter am Markt nachhaltig prägte.

In den späten 1990er-Jahren tauchten neue Schlagworte in der Unternehmensphilosophie auf: Umweltschutz, Ökologie und Nachhaltigkeit. Diese

Prinzipien rückten auch ins Zentrum der Tätigkeit von Robert Hetzl. Ausschlaggebend war die Weltklimakonferenz, die 1995 in Villach stattfand und Hetzl als Produktmanager schon damals klarmachte: „Fassadendämmung ist Klimaschutz!“ Zahlreiche Projekte, Aktivitäten und Veranstaltungen unter der Leitung von Robert Hetzl prägten die positive Meinung von Sto-Kundinnen und -Kunden, der Belegschaft und anderen Entscheidern und positionierten Sto als umweltbewusstes Unternehmen.

**Robert Hetzl,
Produktmanager i. R.**
„Sto ist eine Firma mit Tradition, die Vertrauen und Sicherheit schafft – und das nicht nur bezogen auf die Produkte, sondern auch auf die gesamte Belegschaft.“





CO₂-neutral unterwegs

In den letzten Jahren verzichtete Robert Hetzl als Botschafter für Nachhaltigkeit öfters auf das Firmenfahrzeug zugunsten einer Dienstreise mit dem Zug.

Ein Meilenstein war dabei StoTherm Solar, eines der ersten nachhaltigen Dämmstoffprodukte der 90er-Jahre. Die Dämmplatte war den hellen Haaren im Eisbärenfell nachempfunden, das auf dunklem Grund wächst. Wärme bindet sich in der transparenten Dämmung durch Absorbieren von Sonnenlicht, kann aber nur erschwert austreten. Das Produkt gab den Ausschlag für das Eisbären-Bildmotiv, das dann später als Hauptsujet für Sto-Wärmedämmungen eingesetzt wurde. Wie groß das Umweltbewusstsein am österreichischen Markt damals schon war, zeigten die guten Umsatzzahlen von StoTherm Solar und dem mineralischen Dämmstoff StoTherm Cell, womit sich die Sto GmbH konzernweit abhob. Robert Hetzls hartnäckige Bemühungen zahlten sich also aus und bestätigten ihn in seinem Weg.

Neben der permanenten Überzeugungsarbeit in Sachen Klimaschutz innerhalb des Konzerns engagierte sich Hetzl zunehmend als Gründungsmitglied der IG Passivhaus und übernahm zudem die Verbands- und Normungsarbeiten, die mit vielen Terminen in der Hauptstadt Wien verbunden waren. Er staunte nicht schlecht, als er eines Tages von seinem Stammhotel in Wien eine Ehrung zur 100. Übernachtung erhielt! Seine zahlreichen Kontakte und Netzwerke pflegt Robert Hetzl noch über seinen Pensionsantritt hinaus – und sie werden heute noch dankend von allen Abteilungen weiter genützt.

„Es gab viele positive und humorvolle Erlebnisse bei Sto“, berichtet Robert Hetzl. „Legendär waren meine hohen Papierstapel auf meinem Schreibtisch, die liebevoll ‚Twin Towers‘ genannt wurden.“ Fritz Stotmeister ließ es sich einmal nicht nehmen, während eines Kurzurlaubes einen Rundgang durch den Hauptsitz in Villach zu machen, um die Mitarbeiter kennenzulernen. Robert Hetzl hatte das Büro wohl aufgeräumt, dennoch waren die „Twin Towers“ nicht verschwunden. „Ah, da wird anständig geschafft hier, da kann man sich was abgucken“, war der Kommentar von Fritz Stotmeister, als er auf seinen Schreibtisch blickte.



Als Teil des Teams vom TechnikCenter

Robert Hetzl (3. v. r.) übernahm zahlreiche Aufgaben in Verbindung mit der Qualitätsgruppe, IG Passivhaus, dem Normungsausschuss sowie die Kommunikation zu zahlreichen anderen Plattformen. Aufnahme vom Mai 2011.

Alles außer stillstehen

Interview mit Markus Huber
Im Unternehmen seit Februar 1995

Wenn Markus Huber heute Holzbaukunden besucht, erinnert ihn der Duft von frischem Holz an seine beruflichen Anfänge.

Er begann nämlich als Tischler, wechselte als Sachbearbeiter in den Innendienst bei Sto, stieg zum Leiter des Verkaufszentrums auf, leitete dann das Technische Support Center, bis er im Spartenvertrieb für Industriekunden und Holzbau landete: Hier schließt sich der Kreis einer spannenden Laufbahn, vielfältig, abwechslungsreich, mit einigen Veränderungen – und damit nicht untypisch für einen Sto-Mitarbeiter.

„Jede Veränderung war für mich auch eine Weiterentwicklung“, reflektiert Markus Huber über seine verschiedenen Tätigkeiten. Alles begann mit dem Wunsch nach einem Wechsel von seinem Handwerksberuf als Tischler zu einer kaufmännischen Tätigkeit. Am 20. Februar 1995 bekam er die Chance dazu: Er begann als Sachbearbeiter im Sto-Innendienst im Verkaufszentrum in Villach, das gerade fertiggestellt wurde. „Aller Anfang ist schwer“, erinnert er sich an die ersten Tage seiner neuen Arbeit, denn für eine ausführliche Schulung war keine Zeit. „Learning by Doing“ war die Devise, wobei ihm seine praktische Erfahrung als Handwerker in Bezug auf die Produkte gerade recht kam. „Telefonieren, mit Kunden sprechen, ihnen Kaffee anbieten, sie beraten und Aufträge eingeben – ich wusste gar nicht, wo ich zuerst anpacken soll“, lacht er heute darüber. Geholfen haben ihm in den ersten zwei Jahren die vielen Schulungsmöglichkeiten, intern sowie extern, die er alle gern nutzte, um sich weiterzubilden.

Ein besonderes Highlight aus dieser Zeit war für Markus Huber die Einweihungsfeier des neuen Verkaufszentrums, das „Fest der Farben“. „Ich war

sehr beeindruckt von dem gesamten Programm und dem bunten Fest und zugleich auch stolz darauf, dass ich bei den Vorbereitungsarbeiten mitgeholfen habe“, erzählt er.

Schon bald nach seinem Arbeitsbeginn wurden die ersten Silos geliefert. Was heute Standard ist, war damals eine große logistische Umstellung, denn die Silos mussten transportiert, gewartet, gereinigt und verwaltet werden. Mit den Jahren wuchsen auch die Anforderungen an das Lagermanagement und die Logistik, sodass der damalige Verkaufszentrum-Leiter Alois Felber sich neuen Aufgaben stellte und Markus Huber seine Nachfolge antrat. „Im Jahr 2001 war ich auf einer VC-Leiter-Tagung anwesend,

Markus Huber,
Spartenvertrieb für
industrielle Beschich-
tungen und Systeme,
Holzbau

„Wir haben durch die Außendienstmannschaft langjährige Beziehungen zu unseren Kunden aufgebaut. Diese Kundennähe wird am Markt stark geschätzt.“





Bild oben:

Am Infopoint für den Holzbau

Markus Huber berät Handwerker genauso wie Besucher von Fachtagungen über Sto-Produkte für den Holzbau.

da ein Mitarbeiter aus dem Verkaufsteam Villach dazu eingeladen wurde. Zum Schluss wurde verlautbart, dass Herbert Neubauer und ich ab sofort zum Team der Verkaufszentrum-Leiter zählen“, erinnert er sich an diese unkonventionelle Jobbeförderung. An die folgenden Jahre als Verkaufszentrum-Leiter denkt er mit gemischten Gefühlen zurück: „Ein VC-Leiter in Villach hatte schon immer eine brisante Zwischenposition: Innendienstmitarbeiter, Außendienstmitarbeiter, Gebietsverkaufsleiter, Logistikleiter, Geschäftsführer. Es allen recht zu machen war nicht immer einfach.“ Doch auch in dieser Tätigkeit hat sich Markus Huber weiterentwickelt, er lernte die Seiten des Verkaufs noch besser kennen, festigte seine Rolle als Lagermanager und übte sich in Mitarbeiterführung.

Im Jahr 2007 kam es zu einer weiteren größeren Umstellung, nämlich der Einführung von SAP. Als Key User war Markus Huber auch verantwortlich, sich selbst möglichst schnell auf das neue Programm einzustellen und seinen Kollegen bei dem Umstieg zu helfen. „Es blieb kein Stein auf dem anderen, und es dauerte ein bis zwei Jahre, bis alles wirklich reibungslos lief.“ Doch wie seine Kollegen ist er heute davon überzeugt, dass die Umstellung die richtige Entscheidung war.

2011 war es Zeit für weitere Veränderungen. Auf Wunsch des Geschäftsführers Walter Wiedenbauer wechselte Markus Huber vom Vertrieb zur Technik und wurde Leiter des Technischen Support Centers (TSC). Seine neuen Kunden waren nun die eigenen Kollegen aus dem Außendienst, deren technische Fragen er mit seinem neuen Team zu lösen

versuchte. In dieser Zeit lernte er, wie Techniker „ticken“, was ihm für seinen späteren Job als Spartenleiter für Industriekunden und Holzbau zugute kommen sollte. „Das Angebot, 2015 wieder in den Vertrieb zu wechseln, überlegte ich mir reiflich, denn die Arbeit im TSC gefiel mir sehr gut, und ich hatte das Gefühl, hier noch weitere Projekte umsetzen zu können.“

Die Einschulungswochen für neue Mitarbeiter sowie die Einführung des Knowledge-Management-Programms hatte ich zu diesem Zeitpunkt schon erfolgreich implementiert“, erzählt er über diesen weiteren Schritt. Doch auch diese neue Herausforderung als Spartenleiter für Industrie und Holzbau reizte ihn. „Vor allem der Holzbau erinnert mich stark an meine Zeit als Tischler. Wenn ich heute Holzbaukunden besuche, rieche ich gerne diesen wunderbaren Geruch von Holz, den ich immer noch so liebe“, schwärmt er über seine derzeitige Position.

Welche weiteren Veränderungen noch kommen werden? „Mal sehen!“, lacht Markus Huber, denn derzeit bleibt er seinem Motto treu: „Gib dein Bestes in der Position, in der du gerade bist, dann wird sich alles Weitere ergeben.“

Auf solidem Fundament errichtet

Interview mit Karl Kager
Im Unternehmen seit Februar 1996

„Als ich am 19. Feber 1996 bei Sto als Töner begonnen habe, wollte ich eigentlich nur ein Jahr bleiben. Daraus sind mittlerweile 25 Jahre geworden“, erzählt Karl Kager nachdenklich.

„Man entwickelt eine besondere Verbindung zum Unternehmen, zu den Produkten und zu den Menschen, mit denen man täglich umgeben ist. All das ist nicht mehr so leicht austauschbar.“ Wenn man sein halbes Leben in ein und demselben Unternehmen verbringt, beginnt man schon einmal darüber zu reflektieren, wie sehr einen diese Zeit geprägt hat und welche Höhen und Tiefen man dabei durchlebt hat.

Als Karl Kager den Job als Töner vor 25 Jahren annahm, waren die Arbeitsbedingungen in der Tönerei im Verkaufszentrum Wien noch nicht ideal für ihn. „Es war eine schwere körperliche Arbeit, und wir hatten 12-Stunden-Arbeitstage, an denen wir noch händisch die Pigmente abwägen und mit dem Auge die Farben abgleichen mussten“, erinnert er sich an die Anfänge bei Sto. Doch der gelernte Malermeister war immer zuversichtlich, dass sich zukünftig neue Arbeitsbereiche für ihn öffnen würden.

Schon zwei Jahre später erhielt er die Möglichkeit, seine handwerklichen Fähigkeiten als Anwendungstechniker unter Beweis zu stellen. Durch seinen Wissensdrang für neue Produkte machte er bald den Cretec-Produktmanager Helmut Schada auf sich aufmerksam, der ihn im Jahr 2000 exklusiv als Anwendungstechniker für den Cretec-Bereich abwarb. „Cretec steckte noch in den Kinderschuhen, und ich durfte dieses Geschäftsfeld von Beginn an begleiten“, ist er heute noch stolz darauf,

der erste Anwendungstechniker für Cretec gewesen zu sein. In dieser Tätigkeit betreute er Kunden und Baustellen in ganz Österreich sowie in Kasachstan, Frankreich, Bosnien und Kroatien. „Auf den langen Autofahrten mit Helmut erhielt ich außerdem noch exklusive Schulungen in Psychologie und Philosophie von ihm“, schmunzelt er heute noch über diese zusätzlichen Wissenslektionen. Flexibilität war in dieser Zeit eine wichtige Eigenschaft, denn es kam nicht selten vor, dass er erst am

**Karl Kager,
VerkaufsBerater,
Wien**

„Sto steht für mich für höchste Qualität, große Vielfalt und ein gutes und sicheres Unternehmen, wo man als Mitarbeiter geschätzt wird.“





Urkundenübergabe an einen StoClimate Botschafter

Kunde Malerei Matz wird als Betrieb ausgezeichnet, der sich entlang nachhaltiger Ziele orientiert.

Abend von seinen Auslandseinsätzen am nächsten Tag erfuhr.

Sein großes Ziel, in den Außendienst zu wechseln, ließ er nie ganz aus den Augen und wartete geduldig auf den richtigen Moment, bis eine Stelle frei wurde. Am 1. Juni 2009 war es schließlich so weit, und er übernahm ein Verkaufsgebiet im Burgenland. „Der Anfang war viel schwieriger, als ich gedacht habe. Denn Verkauf bedeutet nicht nur, Kunden zu besuchen, sondern auch, Angebote zu schreiben und die richtige Preisstrategie auszuarbeiten. Das musste ich mir erst erarbeiten und nebenbei meinen neuen Kundenstamm aufbauen“, erinnert er sich zurück.

Heute könnte er sich keinen anderen Job mehr vorstellen. „Ich habe zu all meinen Kunden ein persönliches Verhältnis und Freundschaften aufgebaut“, ist er stolz auf seine Arbeit. Die Tätigkeit als Anwendungstechniker hat ihm auch in seinem Job als Verkaufsberater geholfen, das Vertrauen seiner Kunden zu gewinnen. „Wenn man das Material selber aufziehen kann und an der Baustelle auch einmal eine Einführung oder Schulung machen kann, schafft man sich schnell den Respekt der Kunden.“ Auch dass es schon einmal umgekehrt gelaufen ist, hat er dabei nicht vergessen: „Als Cretec-Anwendungstechniker hat mich einmal ein Kunde auf der Baustelle für ein Sto-Produkt einschulen müssen. Ich musste einen ganzen Tag lang mit ihm gemeinsam einen Boden

aufziehen. Danach war ich perfekt geschult, und ich war ihm im Nachhinein sehr dankbar für diese Lektion“, lacht er heute über diese Episode.

Sein gutes Verhältnis zu seinen Kunden gab ihm vor allem viel Kraft während einer schweren Krankheit, als er einige Monate lang nicht am Markt tätig sein konnte und viele seiner Kunden ihn regelmäßig besuchten und weiterhin treu Sto-Produkte kauften. „Das sind die Momente, wo man weiß, dass man etwas richtig gemacht hat“, lächelt er nachdenklich.

Auch das Arbeitsumfeld mit seinen Kollegen gab ihm Kraft und Mut und stärkt ihn in seiner Überzeugung, dass eine Arbeit, in der man mehr als die Hälfte seines Lebens verbringt, wesentlich mehr ist als reiner Geldverdienst: „Es sind die Produkte, die Qualität, aber vor allem das familiäre Arbeitsklima sowie meine Kollegen und Kunden, die meine Arbeit stark bereichern.“

Durch die vielen Stationen im Unternehmen wurde er auch immer wieder einmal aus seiner Komfortzone gerissen, musste sich Neues aufbauen und sich wieder neu unter Beweis stellen. „Das hat mich stärker und selbstbewusster gemacht“, ist er heute überzeugt und gleichzeitig froh darüber, sich so viel Wissen durch die unterschiedlichen Arbeiten angeeignet zu haben.

Immer die Marke im Auge

Interview mit Sabine Stroitz
Im Unternehmen seit Jänner 1997

Ein gelber Eimer mit einem Sto-Logo in einer Stellenanzeige der „Kleinen Zeitung“: Das war die erste Begegnung für Sabine Pickl (heute Stroitz) mit Sto.

„Doch was genau steckt hinter diesem gelben Eimer?“, fragte sie sich. Über ein Inserat in den Gelben Seiten des Telefonbuchs erhielt sie mehr Informationen: „Fassadendämmung, Farben und Putze.“ Warum also nicht?

Die Bewerbung als Chefsekretärin selber war ein Stoß ins kalte Wasser. Völlig unvorbereitet musste sie einen von Walter Kuttin diktierten Brief über ein ihr völlig unbekanntes Gerät abspielen und am Computer abtippen. „Ich musste quasi mit Händen und Füßen arbeiten, da die Vor- und Rückspiefunktion nur mit Pedalen zu bedienen war. Ich war total überfordert“, lacht sie heute über dieses Bewerbungsgespräch. Nach weiteren zwei Gesprächen konnte sie sich jedoch gegen die Konkurrenz durchsetzen und trat am 12. Jänner 1997 ihre Arbeit als Chefsekretärin bei Sto an.

Eine ihrer Aufgaben bestand neben den Geschäftsbriefen auch in der Auswertung der Umsatz- und Margenergebnisse der Vertriebsmitarbeiter. „Einige besonders ehrgeizige Verkaufsberater besuchten mich regelmäßig am Ende des Monats, um ihren Umsatzstand zu erfahren“, erinnert sie sich. Auch die Gestaltung der Overheadfolien für die Tagungen und Schulungen zählte zu ihren Tätigkeiten, bei der sie schon ihre kreative grafische Ader ausleben konnte. Mit der Gestaltung kleinerer Zeitungsanzeigen mit dem Layoutprogramm CorelDraw baute sie diese dann weiter aus. „Wir begannen, uns nach und nach von der Zentrale zu lösen und unsere Werbeaufträge selber in die Hand zu nehmen, um flexibler und schneller am Markt reagieren zu können“, erinnert sie sich. Unterstützung fand sie dabei in einem lokalen Grafikbüro, das heute noch



Sabine Stroitz, Kommunikation

„In all den Jahren hat sich Sto zu einer starken Marke entwickelt, und es ist schön, dass ich diesen Prozess über meine 20 Jahre bei Sto miterleben konnte.“



Bild oben:
Arbeitsplatz Computer
 Sabine Stroitz arbeitet mit Werbeagenturen an Printmedien.

für Sto arbeitet. Auch die Pressearbeit, die zuvor über eine deutsche Agentur abgewickelt wurde, wanderte zunehmend zur Chefsekretärin nach Österreich.

Nach sieben Jahren war es Zeit für eine berufliche Veränderung. Inspiriert durch ihre kreative Umgebung im privaten wie auch beruflichen Bereich, wechselte sie zu einer Werbeagentur. Doch schon nach einem Jahr wurde der Ruf von Sto wieder laut. „Edmund Gruber brauchte Verstärkung für das Infocenter, um den PR- und Anzeigenbereich zu besetzen, und rief mich an, um mir die Stelle anzubieten“, erinnert sich Sabine Stroitz, die das Angebot gerne annahm.

In den nächsten Jahren baute sie zusammen mit ihrem Vorgesetzten Edmund Gruber die erste Marketingabteilung der Sto GmbH auf, damals noch „Infocenter“ genannt. „Wir arbeiteten sehr eigenständig und waren entsprechend flexibel, wenn es um kleinere Kampagnen und Anzeigengestaltungen ging“, erzählt sie. „Die Werbeaussage ‚Jetzt auch als Fassade‘ auf einem großen Rhinoceros-Popo oder auf einem Bierkrug würde heute wohl nicht der Sto-Werbemoral entsprechen“, lacht sie heute über einige kühne Kampagnen von damals.

Die nächste Veränderung im Jahr 2011 betraf mehr ihre Arbeitsumgebung als ihre Tätigkeiten. Mit der Gründung der Abteilung „Strategisches Design und Kommunikation“ wurden gemeinsam mit Sabine Stroitz viele kreative Köpfe in einer Abteilung vereint. Gemeinsam mit den Kollegen von StoDesign arbeitete sie neben ihrer Verantwortung für

Print und PR nun an vielen weiteren Projekten, Ideen und Events mit. „Es war schon eine Umstellung, in eine größere Abteilung mit vielen Kollegen zu wechseln, doch zugleich war es auch schön, Teil eines Teams zu werden. Kommunikation, Kreativität und Spaß bilden die Basis für unsere Arbeit, und ich schätze meine Arbeitsumgebung und den Umgang, den wir in der Abteilung miteinander haben, sehr“, schwärmt sie über ihren Arbeitsplatz.



Immer im Team
 Sabine Stroitz mit Gloria Oberortner.

Architektur des Erfolgs

Interview mit Viktor Weißenberger
Im Unternehmen seit Jänner 1997

Den silbernen „Architects Partner Award“ heimste Viktor Weißenberger 2012 ein. Der renommierte Preis wird jährlich von dem Architekturverlag AIT an deutsche und österreichische Architektenberater branchenübergreifend verliehen.

Nachdem Weißenberger in die Top 10 aufgestiegen war, zeichnete ihn AIT-Chefredakteur Dieter Dannert dann mit der Silbermedaille aus. „Ich bin heute noch überrascht über diese Auszeichnung“, erzählt er bescheiden, aber auch stolz. Fest steht, dass Viktor Weißenberger über einen Architekten-Fanclub weit über die Grenzen der Steiermark hinaus verfügt, der ihn als Sto-Architektenberater in ihre Szene aufgenommen hat, als wäre er einer von ihnen.

Der junge Malermeister Viktor Weißenberger sperrte im Jahr 1997 seinen erfolgreichen Malerbetrieb zu, um seinen neuen Beruf als Architektenberater zu seiner Berufung zu machen. Ein Schritt, der damals bei vielen Erstaunen und Verwunderung auslöste, für Weißenberger aber immer eine klare Entscheidung war. „Ich habe das nie bereut, obwohl es natürlich nicht leicht war, meinem damaligen Team diesen Entschluss mitzuteilen“, erinnert er sich zurück. Sein Blick war jedoch immer nach vorne gerichtet, und so stürzte er sich am 13. Jänner 1997 in die neue Herausforderung. „Es war interessant zu erleben, wie sich der Umgang der Architekten zu meiner Person als Malermeister und als Architektenberater verändert hat“, schmunzelt er über seine neue Rolle innerhalb dieser Zielgruppe. Die Architekten schätzten sofort sein kompetentes Auftreten, war er doch ein Mann der Praxis, der sowohl die Sprache der Handwerker als auch die der Architekten verstand.

Mitten in der Hochblüte der „Grazer Schule“, die Architekturgrößen wie Günther Domenig, Klaus Kada, Hermann Eisenköck und Ernst Giselbrecht hervorbrachte, besuchte der junge Sto-Mitarbeiter als erster Architektenberater in ganz Österreich unerschrocken die Top-Büros des Landes und setzte damit die wichtigsten Grundsteine seiner Arbeit. „In der Architektenszene sind alle in einem großen Netzwerk miteinander verflochten. Durch die ständige Fluktuation der Mitarbeiter von einem Büro in das andere vergrößert sich die Anzahl der

Viktor Weißenberger, Architektenberater, Graz

„Sto war immer Schrittmacher (...). Heute ist es komplizierter, da wir noch stärker den Richtlinien, Normen und Gesetzen unterliegen, aber es ist wichtig, dass wir von diesem Weg nicht abkommen.“





Kontakte wie bei einem Schneeballeffekt“, gibt er Einblicke in die Arbeitswelt der Architekten. Einer seiner ersten Termine im Büro Klaus Kada mit dem Projektleiter für das LKH Hartberg brachte ihm nicht nur sein erstes großes Projekt, sondern hatte positive, nachhaltige Folgen auf seine weitere Arbeit bei Sto. „Alleine durch diesen Kontakt konnten wir während der folgenden Jahre viele große Projekte wie die Stadthalle in Graz, das erste große Glasprojekt MP09 sowie das LKT in Baden gewinnen“, erzählt er stolz und euphorisch.

In einem Sto-Workshop mit Architekten in Graz 2014, wo man versuchte, die Bedürfnisse der Architekten-Zielgruppe genauer zu ergründen, sprachen die Teilnehmer offen über das Erfolgsrezept von Viktor Weißenberger: „Er tritt nicht als Verkäufer, sondern als kompetenter Berater auf. Vor allem aber überlässt er den Architekten selber die Beurteilung, ob ein Material schön, authentisch oder falsch ist. Er hält sich mit seinem eigenen Geschmacksurteil dezent zurück und lässt die Experten entscheiden.“ Dieses kompetente Auftreten des Architektenberaters bei seiner Zielgruppe hat bereits aus vielen beruflichen Kontakten echte Freundschaften entstehen lassen. „Ein großer Teil meines Freundeskreises sind mittlerweile Architekten“, berichtet er weiter darüber, wie es ihm gelungen ist, aus Netzwerken echte Seilschaften entstehen zu lassen. „Nach dem Projekt Stadthalle lagen die Nerven beim Projektleiter und allen

Fachplanern blank. Es wurde die Idee geboren, nach der Fertigstellung nach Mariazell zu pilgern, und ich wurde als einziger Vertreter der Industrie in diese erlauchte Runde mit aufgenommen. Aus dem Pilgern wurde zwar nur ein kombinierter Bus-Fahrrad-Trip, aber ich habe diese Idee gleich aufgegriffen und von da an jedes Jahr ein Radevent mit Architekten organisiert, das bis heute stattfindet.“ Dass die echte Arbeit mit Architekten oft erst nach der Arbeitszeit bei einem Bier im Gastgarten beginnt, stört den ewig Junggebliebenen nicht. „Das ist Teil meiner Arbeit, denn erst bei den Gesprächen am Abend erfährt man über laufende Projekte und mögliche Potenziale für Sto“, ist er überzeugt. Schon kurz nach seinem Beginn bei Sto im Jahr 1997 wurde er von Ronald Neuhold gefragt, wie er Sto sieht. Die Antwort auf diese Frage lautet heute, nach 22 Jahren, immer noch gleich: „Mit Sto verbinde ich Sonne.“

Bild oben:
Architekten-Exkursion nach Triest
Viktor Weißenberger ist bekannt für die zahlreichen Ausflüge mit Architekten und Planern.



So sieht Erfolg aus
Viktor Weißenberger mit Christian Außerwinkler anlässlich einer großen Kundenveranstaltung in St. Wolfgang, 2017.

Ein Mann für alle Fälle

Interview mit Harald Pötttschacher
Im Unternehmen seit März 1999

Ist Not am Mann, spielt Harald Pötttschacher Feuerwehr. Schon oft hat er sich durch seinen Einsatz, sein Engagement und seine unermüdliche Hilfsbereitschaft bei vielen Kollegen äußerst beliebt gemacht.

Vor 20 Jahren, im März 1999, begann Harald Pötttschacher als Töner im Verkaufszentrum Wien. „Wenn er den ersten Tag übersteht und am zweiten Tag auch noch kommt, dann bleibt er“, sagten seine Kollegen in der Tönerei, als sie ihm zu Beginn alle niedrigen und harten Arbeiten überließen.

Doch Pötttschacher war nicht jemand, der so schnell aufgab. Er blieb – und schon bald wurde er zum Tönen der Großmengen eingeteilt. Ihm gefielen dieses Aufgabengebiet und die Verantwortung, obwohl er mit knapp 20 Jahren der Jüngste im Team war. Schon im zweiten Jahr durfte er auch

Kleinmengen tönen, wofür man ein geschultes Auge benötigte. „Pigmente dosieren kann jeder, aber Tönen muss man richtig lernen“, weiß er. Er war stets stolz auf alles, was er sich in seinem Job aneignen konnte, wie etwa auch die Silotechnik, für die er ab sofort zuständig war.

Im Februar 2006 ergab es sich, dass Harald Pötttschacher eine freie Stelle als Töner im Verkaufszentrum Linz angeboten wurde, die er gerne annahm, da es ihn auch privat nach Oberösterreich verschlagen hatte. Sein erster Auftrag war der einwöchige Aufbau auf der Messe in Wels. „Ich war



Harald Pötttschacher, Anwendungstechnik
„Sto ist immer innovativ und versucht, Dinge authentisch und ehrlich umzusetzen. Wir sind keine Nachmacher, die immer nur darauf schauen, was der Mitbewerber macht. Wir sind Schrittmacher!“



beeindruckt, wie professionell die Messeabteilung aus Weizen arbeitete und wie toll auch die Zusammenarbeit funktionierte“, erinnert er sich noch heute an den imposanten Sto-Messestand.

Mit dem Wechsel des Gebietsverkaufsleiters eröffnete sich auch für ihn eine neue Aufgabe als Anwendungstechniker in Linz. „Die Anwendungstechnik ist ein wichtiger Teil unserer Serviceleistung, die wir als Kernkompetenz anbieten“, erklärt er. „Erst wenn man den Kunden die Techniken und Geräte vorführt, sind sie überzeugt und kaufen!“ Sto ist sehr leistungs- und lösungsorientiert, und

das schätzen auch die Kunden. „Wir sind oft die Schnellsten vor Ort – dafür sind wir auch bekannt“, ist Harald Pötttschacher stolz auf sich und seine Kollegen. Der Anwendungstechniker ist das Bindeglied zwischen Innen- und Außendienst, zwischen Verkauf und technischer Beratung. „Schick mir schnell jemanden von Sto auf die Baustelle!“, fordern Kunden häufig, denn sie vertrauen darauf, dass ein Anwendungstechniker sofort zur Stelle ist. „Die Kunden sind auf jeden Fall anspruchsvoller und kritischer geworden“, ist Pötttschacher überzeugt. „Ein ‚Geht nicht‘ gibt’s nicht.“

Bild oben:
Training ist die halbe Miete
 Harald Pötttschacher schult Malerlehrlinge im Rahmen eines Workshops der UNIEP (International Association of Painting Contractors), 2019.



Universell einsetzbar
 Leistungs- und lösungsorientiert gehen Anwendungstechniker wie Harald Pötttschacher ans Werk.

Ein Rucksack voller Verantwortung

Interview mit **Walter Wiedenbauer**
Im Unternehmen seit Jänner 2000

Nicht nur schwer, sondern auch sehr bedeutungsschwer war der rote Rucksack, den Walter Wiedenbauer im Juli 2003 von seinem Vorgänger Walter Kuttin umgehängt bekam – eine Tasche voller Ziegelsteine, ein starkes Symbol für eine gewichtige Übergabe.

„Ich sah, wie leicht und beschwingt Walter mit diesem Rucksack in den Saal bei der VB-Tagung kam, und wollte diesen dann ebenso locker auf meinen Rücken schwingen. Doch das Gewicht hat mich überrascht und sorgte dann doch für den einen oder anderen Lacher im Saal“, schmunzelt Walter Wiedenbauer noch heute, wenn er an diesen Tag zurückdenkt.

Den Rucksack füllten nicht nur die vielen Aufgaben als Geschäftsführer, sondern auch gewichtige Werte wie Weitblick, Toleranz, Unterscheidungsvermögen, Verständnis und Verantwortung. Heute, nach 16 Jahren als Geschäftsführer, trägt er diese Lasten mit Leichtigkeit – und sehr gerne. Hätte man Walter Wiedenbauer am Beginn seiner Sto-Karriere nach seinen Visionen für die Zukunft gefragt – sie hätten sich jedenfalls erfüllt. Sich klare Ziele zu setzen gehört zu seiner strategischen Arbeitsweise und zieht sich seit Beginn seiner Arbeit bei Sto wie ein „gelber Faden“ konsequent durch.

Seine ersten Eindrücke bei Sto sammelte Walter Wiedenbauer als neuer Verantwortlicher für Marketing und Vertrieb bei einer VB-Tagung am 17. Jänner 2000, bei der er, so sagt er, „nur Spanisch verstand“. Was bedeutete das alles, WDVS, GVL, VB? Dass er nicht aus der Baubranche kam, konnte er zunächst nicht verheimlichen, doch wie schnell er sich alle wichtigen Begriffe und Produkte aneignete, überraschte schließlich alle. Walter Kuttin musste den jungen, motivierten und

ehrgeizigen Kollegen in der ersten Phase zunächst einmal einbremsen. Drei Monate „Büroarrest“, um einmal anzukommen, sich zu akklimatisieren und mehr zu lernen, verordnete er seinem neuen Vertriebsleiter ganz bewusst. „Anfangs war das echt schlimm, da ich in meiner alten Firma gewohnt war, 130 Prozent zu geben. Nun saß ich da und bearbeitete einen Versicherungsfall aus Russland“, erinnert er sich an diese Zeit. Erst später erkannte er die Weitsicht seines Vorgängers, der die Position

**Walter Wiedenbauer,
Geschäftsführer**

„Wenn ich in die Arbeit komme, fühle ich mich zu Hause! Der Grund dafür sind natürlich vor allem die Mitarbeiter und Kollegen, die durch ihren Zusammenhalt und Teamgeist zu einer besonderen Arbeitsatmosphäre beitragen.“





Schlüsselübergabe von Walter an Walter
Auch ein schwerer Rucksack wurde übergeben.

eines neuen Verkaufsleiters für ganz Österreich langsam und bedacht entwickeln wollte. „Der erste Eindruck zählt, und alle Entscheidungen und Aktivitäten müssen gut überlegt sein“, lautete das Credo des damaligen Geschäftsführers.

Auch dass Walter Kuttin jedes Bewerbungsgespräch in den Verkaufszentren persönlich führte, um neue Mitarbeiter mit großer Sorgfalt auszuwählen, beeindruckte Walter Wiedenbauer sehr. „Darauf baut ein großer Teil unseres Erfolgs auf“, ist er heute überzeugt. „Walter Kuttin hat es geschafft, Teams in ganz Österreich aufzubauen, die harmonierten und immer loyal zum Unternehmen waren und immer noch sind.“ Rückblickend schätzt er heute diese Einarbeitungszeit, bei der er durch die gute Zusammenarbeit mit seinem Chef sehr viel lernen konnte.

Genauso langsam und schrittweise erfolgte der Übergang zum Geschäftsführer, der selbst mit der Übergabe des großen goldenen Schlüssels und des Rucksacks mit den Verantwortungen bei der Sommertagung am 1. Juli 2003 noch nicht ganz abgeschlossen war. Es sollte nach der Vorstellung von Walter Kuttin ein fließender, am Markt unbemerkt bleibender Übergang werden. „Erst ein halbes Jahr später zwang mich Walter quasi, in sein Büro zu übersiedeln, indem er einfach mein Büro zuspernte“, erzählt er über diesen symbolischen Akt der Büroübergabe. „Auch wenn Walter Kuttin ab sofort von zu Hause aus arbeitete, fanden unsere

Abstimmungsgespräche weiterhin regelmäßig statt, und wir bereiteten jedes Steuerungsgespräch gemeinsam vor.“

Walter Wiedenbauer wuchs sehr schnell in seine neue Rolle. Strategisch und zielgerichtet passte er bestehende Strukturen an die neuen Marktbedürfnisse und Aufgaben an und setzte damit einige Benchmarks im Konzern. So wurde das Produktmanagement 2010 komplett neu formiert, um schneller und effizienter sein großes Leistungsportfolio umsetzen zu können. Als Sto Österreich die Regionsverantwortung über Ungarn, Slowakei und Bulgarien erhielt, war es Zeit für ihn, ein Managementteam zu installieren, um Verantwortungen in den Fachbereichen aufzuteilen. Die regelmäßigen Treffen mit diesem Führungskreis brachten schnell den erhofften Erfolg in der Zusammenarbeit der einzelnen Abteilungen. „Darauf bin ich besonders stolz, denn die Seilschaften, die sich in dieser Gruppe entwickelt haben, sorgen dafür, dass Vertrieb, PM, Logistik und Kommunikation nun Hand in Hand arbeiten und gemeinsame Ziele entwickelt haben“, freut er sich auch darüber, dass andere Tochtergesellschaften diese Idee von Österreich übernommen haben. Ein weiterer Erfolg, den sich Walter Wiedenbauer an seine Fahnen heften kann, ist, dass Villach schrittweise zu einem Produktionsstandort ausgebaut wurde. Schon zusammen mit Walter Kuttin hatte er seit 2004 ein klares Ziel: „Es ist nicht sinnvoll und nachhaltig, Rohstoffe von Österreich nach Deutschland zu ►

Ein Rucksack voller Verantwortung (Fortsetzung des Interviews mit Walter Wiedenbauer)

liefern und dann wieder die fertigen Produkte zurückzubekommen. Daher wollten wir immer schon eine komplette Produktionseinheit für Trocken- und Nassprodukte nach Österreich bringen.“ Ein erster Teilerfolg gelang mit der Eröffnung der Nassproduktion 2009, die seither einen großen Anteil am Umsatzwachstum hat. Bis zur Realisierung der Trockenproduktion lag noch ein steiniger Weg vor dem hartnäckigen Geschäftsführer. Und umso größer war die Freude im August 2019 über eine positive Zusage der Konzernzentrale.

Die Mitarbeiter von Sto schätzen Wiedenbauers strategischen Weitblick, der auch zur Absicherung des Unternehmens und zur wirtschaftlichen Stärkung wesentlich beiträgt. Natürlich hat Walter Wiedenbauer wieder neue Visionen für die Zukunft: „Wir sind eine der leistungsfähigsten Gruppen im Konzern. Ich wünsche mir, dass Sto Österreich mitsamt unseren Niederlassungen in Kroatien, Slowenien und Serbien auch weiterhin die Leitgesellschaft der Region bleibt und wir unsere wichtige Position im Konzern behalten und ausbauen.“

Eröffnung des TechnikCenters, Villach, 2008

Walter Wiedenbauer zerschneidet das Band gemeinsam mit Walter Kuttin, womöglich die letzte gemeinsame Aufnahme der beiden „Walter“.





Das Gläserne Buch

Ein besonders Zeichen

Große Erfolge entstehen durch außergewöhnliche Leistungen. Das Gläserne Buch präsentiert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die durch besonderen Einsatz die Geschichte unseres Unternehmens mitgeschrieben haben. Ihnen sind die Seiten des Gläsernen Buches gewidmet als ein sichtbares Zeichen der Anerkennung und des Dankes!

Alljährlich schreiben wir das Gläserne Buch weiter und fügen eine Seite hinzu: So eröffnet sich stets ein neues Kapitel einer persönlichen Erfolgsgeschichte, die dazu beigetragen hat, dass sich Sto immer von der besten Seite zeigen kann.

Erster Eintrag 2006

Walter Kuttin, Geschäftsführer Sto Ges.m.b.H.
Gründer der Sto Ges.m.b.H. im Jahr 1983

2007

Heribert Gruber, StoDeco
Jürgen Angermeier, Produktmanagement
Franz Ramsbacher, Werkstechniker VC Villach

2008: Gebietsverkaufsleiter

Josef Greiderer, Tirol, i. R.
Josef Muhr, Steiermark
Erwin Imler, NÖ
Alois Mauhart, OÖ, i. R.

2009: VerkaufsBerater

Manfred Appenauer, Niederösterreich
Alois Ebner, Oberösterreich
Peter Hetzenauer, Tirol
Anton Kerschner, Niederösterreich
Hubert König, Steiermark
Erwin Pachoinig, Kärnten
Georg Sack, Technischer Berater StoCretec
Reinhold Wassermann, VerkaufsBerater Kärnten

2010

Michael Rust, Leiter Auslandsgesellschaften, i. R.
Edmund Gruber, Leitung Sto InfoCenter, i. R.

2011

Helga Kuttin, Mitbegründerin von Sto
Martina Bandion, Vertriebsinnendienst, NÖ
Lisa Brötzner, Vertriebsinnendienst, Salzburg

2012 anlässlich „Fest der Farben“

Manuela Wieser, Vertriebsinnendienst, Kärnten
Martin Pernsteiner, Gebietsverkaufsleitung, OÖ

2013: StoDesign

Uwe Koos, StoDesign & Kommunikation, DE, i. R.
Hans Rauter, StoDesign Studio Villach
Christian Schellander, StoDesign Studio Villach

2014

Robert Hetzl-Hartdegen, Produktmanagement

2015

Erich Stupnik, Sachbearbeiter EDV

2017

Harald Heuwieser, Handelsagentur

2018

Karl Sitter, Technischer Berater, i. R.
Tihomil Kreitmayer, Technischer Berater i. R.

2019

Martin Maierhofer, Anwendungstechnik, Tirol
Team Kroatien: Dražen Galušić, Darko Čuk,
Dragan Pavlović, Romana Venier, Perica Taslak,
Danijel Sever, Nevenka Tuček, Tomislav
Šikoronja, Igor Mišić, Zdravko Žarko, Miroslav
Solgat, Slobodan Macut, Igor Klinčić, Lara Šerić
Paliska, Vedran Anušić, Goran Dobrnjac, Josip
Berka, Vanja Grizelj, Silvio Terze

Übermorgen ist es zu spät!

Interview mit Gerald Wasserer
Im Unternehmen seit Jänner 2000

„Grüß Gott, mein Name ist Gerald Wasserer. Ich hab Ihre Nummer von einem Bekannten bekommen, den ich nicht nennen darf, und ich weiß auch nicht, warum ich bei Ihnen anrufen soll.“

Mit diesem Telefonanruf begann Gerald Wasserer seine Karriere Anfang 2000. Am anderen Ende der Leitung meldete sich überraschenderweise Walter Kuttin, der Sto-Geschäftsführer, den Wasserer als Maler und guter Kunde von Sto bereits bestens kannte.

Als Gerald Wasserer sich bei Sto bewarb, war er eigentlich am Sprung in die Selbstständigkeit als Malermeister. „So war ich entspannt und neugierig, welcher Job mir angeboten wurde“, erinnert er sich an diese Anfangszeit. Schließlich konnte man den engagierten jungen Mann zu einer Stelle im Innendienst überreden, jedoch mit der Aussicht, in einigen Jahren in den Außendienst zu wechseln.

Am 1. Juli 2000 begann Gerald Wasserer im Verkaufszentrum in Villach als Innendienstberater. „Dieser Job war ein tolles Sprungbrett für meine weitere Entwicklung bei Sto. Ich habe viel gelernt, vor allem über Produkte, aber auch über alle unsere Kunden und über die Marktsituation in Kärnten“, ist er heute überzeugt, dass seine Entscheidung damals die richtige war. Er interessierte sich für alle Produkte, vor allem natürlich für ihre Anwendbarkeit und Verarbeitung, und erhielt bald auch die Möglichkeit, Kundenschulungen abzuhalten. „Ich bin gerne mit Menschen in Kontakt und habe mich darüber gefreut, dass ich meine praktischen Fähigkeiten als gelernter Maler bei den Schulungen einsetzen konnte.“ Neben den damals gängigen Fassaden- und Innenraumprodukten wurde er auch immer mehr zum Experten für die Bodenbeschichtungen des Cretec-Geschäftsbereichs. Als er nach vier Jahren wieder den Wunsch in die Selbstständigkeit hegte, wurde von seinen Vorgesetzten



Gerald Wasserer, Verkaufsberater in Kärnten

„Für mich war es immer wichtig, dass Sto die Mitarbeiter möglichst selbstständig arbeiten lässt und ihnen auch viel Vertrauen entgegenbringt. Ich hatte immer das Gefühl, dass ich mich einbringen konnte und meine Ideen ernst genommen wurden.“



Bild oben:
Männergesangsverein VC Villach
Musikalisch geführt von den Klängen der vierreihigen Harmonika von Gerald Wasserer. Aufnahme von der VerkaufsBerater-Tagung 2019.

sogleich reagiert und ein neuer Job im Außendienstbereich für ihn geschaffen. Ab sofort unterstützte er die Verkaufsmannschaft als technischer Berater beim Verkauf von Cretec-Produkten und baute selbst auch einen neuen Kundenstamm in Kärnten und Salzburg auf. Nach weiteren fünf Jahren, im Jahr 2009, erhielt Gerald Wasserer endlich den Job, für den er sich nun neun Jahre lang vorbereitet hatte: Als Nachfolger von Reinhold Wassermann übernahm er die Verkaufsgebiete Mittelkärnten, Villach und Lungau.

„Zuverlässigkeit ist wichtig! Übermorgen ist bereits zu spät!“, so lautet sein Erfolgsrezept als Verkaufsberater. „Die Kunden wurden durch unsere großartige Serviceleistung in all den Jahren sehr verwöhnt. Sie tolerieren keine Abweichungen und möchten immer schnell und exklusiv betreut werden. Kleine Fehler oder Abweichungen vom gewohnten Standard sind oft schlimmer als Preiserhöhungen“, erzählt er über die Marktsituation. Einer seiner Stärken ist sich Gerald Wasserer durchaus bewusst: „Ich kenne meine Kunden alle persönlich und habe starke Seilschaften aufgebaut. Ich weiß genau, wie ich reagieren muss, wenn ein Kunde einmal nicht so gut drauf ist oder wenn ich einmal einfach nur zuhören soll, weil er Probleme loswerden möchte.“ Empathie und gute Menschenkenntnis beherrscht der erfahrene Verkaufsberater bestens. Bei seiner täglichen Arbeit baut er auf die Netzwerke, die er geschaffen hat, aber auch auf die neuen Verkaufshilfen, die während der letzten Jahre verpflichtend für den Außendienst geworden sind. „Ich sehe die vielen Vorteile darin, dass man strukturierter und strategischer arbeiten kann.

Natürlich gibt es dadurch einen administrativen Mehraufwand, und wenn man ein Verkäufer aus Leidenschaft ist, verbringt man seine Arbeitszeit halt lieber draußen am Markt als hinterm Notebook“, gibt er ehrlich zu. Dennoch steht er Veränderungen offen gegenüber. „Wir müssen uns den neuen Marktsituationen, dem veränderten Kundenverhalten und auch den Konzernrichtlinien eben anpassen, sonst werden wir nicht mehr erfolgreich sein“, ist er überzeugt. „Viel wichtiger ist es, dass wir unsere Erfolgsparameter wie Lieferservice, Qualität und Kundennähe nicht verändern und diese vielleicht sogar noch ausbauen“, ergänzt Wasserer abschließend.



Geschätzt für Fachwissen
Nach der Baustellenbesprechung geht es oft weiter zur nächsten, nur ab und an ist Bürozeit angesagt (Szene eines Recruitment-Films, 2019, rechts Wolfgang Freundl, Malerei Freundl, Villach).

Immer einen Schritt voraus

Interview mit Ewald Rauter
Im Unternehmen seit April 2000

„Pünktlich ist schon zu spät!“, waren die mahnenden Worte von Geschäftsführer Walter Wiedenbauer, gerichtet an Ewald Rauter, als dieser bei einer Tagung am Faaker See um Punkt 9:00 Uhr im Seminarraum erschien.

Seit diesem Tag hat Ewald Rauter seine innere Uhr vorgestellt. Nicht nur, dass er von da an immer schon zehn Minuten früher bei Terminen mit dem Chef anwesend war, war er auch bei Projekten, Planungsgesprächen und Strategiemeetings stets gedanklich einen Schritt voraus.

Ausgerechnet bei seinem Dienstantritt am 1. April 2000 um 7:30 Uhr begegnete Walter Kuttin dem neuen Mitarbeiter Ewald Rauter mit dem überraschenden Wortlaut: „Du bist zu spät!“ Gemeint war damals allerdings nicht Säumigkeit, sondern die simple Tatsache, dass an diesem Tag die Schulung in Weizen bereits begonnen hatte und Ewald Rauter sich gleich wieder ins Auto setzen musste, um das erste Mal den Weg in die Zentrale zu finden – und das ganz ohne Navi. Sein neues Tätigkeitsfeld war damals noch nicht ganz fixiert, denn zur Auswahl standen zwei sehr gegensätzliche Bereiche: Infocenter und Industriekunden. Die Entscheidung wurde von ihm klar und schnell getroffen, und so folgten nach der sechswöchigen Grundeinschulung in Weizen gleich noch drei Wochen Spezialschulung in der Abteilung Industrie- und Fertighaus.

Obwohl er vorher noch nie im Verkauf tätig gewesen war, gefiel ihm die Arbeit im Außendienst auf Anhieb. „Erfolg und Misserfolg spürt man im Vertrieb hautnah. Man bekommt sofortiges Feedback und sieht gleich Resultate“, erzählt Ewald

Rauter, der seine Anfangszeiten noch gut in Erinnerung hat. „Ich wurde als Experte für Fertighäuser bei den Kunden vorgestellt und hatte selber noch keine Erfahrungen in diesem Bereich. Meinen ersten Termin bei der Firma Gemböck in Oberösterreich werde ich nicht so schnell vergessen.“

Nach Oberösterreich sollte es ihn noch öfter verschlagen, da im Zuge der Ispo-Übernahme einige neue Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in

**Ewald Rauter,
Leitung Produktmanagement**

„Sto ist durch den außerordentlichen Arbeitseinsatz der Belegschaft zu dem geworden, was es heute ist. Gelungen ist das hauptsächlich durch die Wertschätzung und Anerkennung.“





den Verkaufszentren in Linz ihre Arbeit begannen. Darunter auch seine zukünftige Frau, die von seinem Charme hingerissen war. „Sto musste die Firma Ispo kaufen, damit Ewald Rauter seine Frau findet“, wurde von den Kollegen damals gescherzt. Er selbst lacht darüber heute noch: „Meine Hartnäckigkeit zählt zu meinen Stärken, im Job wie auch privat!“ Der Erfolg gibt ihm dabei recht. Heute lebt er mit Monika in Villach, und die beiden haben drei Kinder.

2008 übernahm er den Produktbereich Beschichtungen und wechselte somit in die Technik und Verwaltung. Zwei Jahre später erhielt er im Zuge einer Neustrukturierung die gesamte Leitung des Produktmanagements und des TSCs. Mit der Verantwortung über die Produktstrategie der Sto GmbH wuchs auch die Personalverantwortung, die ihm ein besonderes Anliegen ist. „Meine größte Herausforderung im Moment ist es, das Team gut zu entwickeln. Was können wir gemeinsam erreichen, was kann jeder Einzelne dazu beitragen?“, setzt sich Ewald Rauter als mittelfristiges Ziel. Sein Erfolgsrezept: situatives Führen. „Jeder braucht eine individuelle Ansprache, und man muss sich genügend Zeit dafür nehmen. Dazu braucht man Empathie und Beobachtung, sonst ist man keine gute Führungskraft“, ist er überzeugt. Viel gelernt hat er dabei von Walter Kuttin, den er schon als Kind in seinem Heimatort Stockenboi kennenlernte. „Als Belohnung für außerordentliche

Leistungen lud Walter uns oft auf einen Skitag ein“, erinnert er sich gerne. Daraus wurden jährliche Skitage mit der PM-Mannschaft, die für das ganze Team immer eine tolle Motivation waren. Pausen gab es an so einem Skitag freilich keine, denn schon unter Walter Kuttin galt stets das Motto: „Immer mit voller Kraft voraus!“

Bild oben:
Moderation beim Sto-Klimaforum vor 300 Kunden und Mitarbeitern in Graz



Trigos Österreich für vorbildliche Projekte
Ewald Rauter und Walter Wiedenbauer kurz nach der Preisvergabe bei der Trigob-Gala (Bild: Helga Auer).

Man muss sich auf alle Kunden einstellen

Interview mit Martin Reinisch
Im Unternehmen seit Dezember 2000

„Haare ab und Flinserl aus dem Ohr – dann haben Sie den Job!“ So die Bedingungen von Walter Kuttin, als er im Dezember 2000 Martin Reinisch beim Bewerbungsgespräch gegenübermaß.

Die Aussicht auf die Position als Architektenberater führte Reinisch schließlich zum nächsten Friseur. „Zuerst hab ich schon etwas gehadert mit dieser Bedingung“, gibt er heute schmunzelnd zu. Immerhin war er schon vor seiner Zeit bei Sto in der Tiroler Architektenszene als technischer Berater mit langer Haarpracht bestens bekannt ...

Am 7. Jänner 2001 begann ein kurzhaariger Martin Reinisch also, als Architektenberater von Sto seine vorhandenen Kontakte bei Architekten zu nutzen, und er konnte schon bald Erfolge bei Ausschreibungen und Projekten vorweisen. „Das war Pionierarbeit bei Sto, da man bis dato die Gruppe der Architekten in Tirol noch nicht gezielt bearbeitet hatte. Schon bei der ersten VB-Tagung durfte ich meine Arbeit allen Verkaufskollegen aus Österreich präsentieren“, erinnert er sich stolz an die Anfangszeit bei Sto.

Wie sehr er sich mit der Berufsgruppe der Architekten identifizieren kann, spürt man bei seinen Erzählungen und Schilderungen über seinen damaligen Arbeitsalltag: „Es gibt verschiedene Arten von Architekten, und man muss sich auf alle einstellen und ihre Sprache lernen. Der Bogen spannt sich vom Künstler bis zum Techniker – und ich liebe sie alle gleichermaßen!“, strahlt Martin Reinisch. „Für mich fühlen sich das Netzwerken und die Kommunikation mit Kunden gar nicht als ‚wirkliche Arbeit‘ an“, sagt Reinisch. „Als Architektenberater verkauft man neben der technischen Kompetenz auch immer Emotion und Persönlichkeit mit“, ist er überzeugt. „Wenn man von Architekten zu Terminen gerufen wird, weiß man, dass man etwas richtig gemacht hat.“ Viele seiner Kunden



Martin Reinisch, Gebietsverkaufsleiter Tirol

„Für mich stehen die Menschen im Mittelpunkt. Es geht immer um das Gesamte und nicht um den Einzelnen – und darum fühle ich mich auch im Team am wohlsten. Die Erfolgsfaktoren des Sto-Teams in Tirol sind Spaß und Freude an der Arbeit!“



zählen mittlerweile auch zu seinem engeren Freundeskreis.

Sein Vorgesetzter Sepp Greiderer und seine Kollegen aus dem Vertrieb ließen dem Freigeist Martin Reinisch den notwendigen Spielraum und erkannten bald, dass das gesamte Verkaufsgebiet durch die intensive Bearbeitung der Architektenzielgruppe profitierte. „In Tirol gab es immer eine gute Zusammenarbeit zwischen den Verkaufsberatern, den Architektenberatern und den Anwendungstechnikern“, erzählt Martin Reinisch und ist überzeugt, dass dies heute noch einen großen Teil des Erfolgs in Tirol ausmacht. Bei den Stichwörtern „Kollegen“ und „Teamarbeit“ beginnt er zu schwärmen. „Das Team in Tirol ist wie eine große Familie. Man fühlt sich hier wohl, vertraut einander und freut sich über die Erfolge der anderen. Neid und Missgunst haben bei uns nichts verloren.“

Dieses starke Zusammengehörigkeitsgefühl der Mannschaft war auch ein Grund für Martin Reinischs Entscheidung im Jahr 2013, sich für die Position des Gebietsverkaufsleiters zu bewerben. Der mutige Schritt bedeutete allerdings auch, dass er die Bearbeitung seiner geliebten Zielgruppe der Architekten seinem Nachfolger Wolfgang Seidel übergeben musste. „Es war mir sehr wichtig, einen Architektenberater zu finden, der diese Arbeit genauso liebt wie ich und der so einen guten Zugang zu dieser Klientel findet“, freut er sich über die perfekte Nachbesetzung. Er selbst musste sich nun neuen Herausforderungen und Aufgaben stellen, die er mit viel Motivation und großem Engagement annahm. Neben der neuen Verantwortung für Umsatz und Ergebniszahlen übernahm

er nun auch die Rolle als Chef und Mentor für seine ehemaligen Kollegen. „Ab und zu muss man natürlich einen großen Spagat machen, um alle Wünsche, Anforderungen und Ziele zu verbinden und in Einklang zu bringen“, reflektiert Martin Reinisch die letzten sechs Jahre als GVL und wirkt kurz nachdenklich. „Doch nach wie vor liebe ich es, mit Menschen, egal, ob Mitarbeiter oder Kunden, zusammenzuarbeiten und mich so gut wie möglich positiv einzubringen.“ Wichtig sind ihm dabei Teamevents und Kundenveranstaltungen, wo man sich in entspannter Atmosphäre gut austauschen kann. „Die Grill-Pool-Challenge, die im Frühjahr 2018 mit dem gesamten Team des Verkaufszentrums Innsbruck auf die Beine gestellt wurde, werde ich dabei nie vergessen. Alle haben mitgearbeitet und zusammen gefeiert. Solche Momente sind für mich besonders wertvoll“, erzählt er strahlend und stolz.

Stolz ist er auch auf die Erfolge, die man in Tirol mit den kreativen Putzoberflächen StoSignature feiern darf. Das Erfolgstrio aus Gebietsverkaufsleiter, Architektenberater und Anwendungstechniker schaffte es in Tirol, ein Bedürfnis und eine Nachfrage bei Architekten für Putzoberflächen zu erzeugen. „Wir bekommen regelmäßige Anfragen von Architekten, die unsere Oberflächen und unser Know-how an ihrer Fassade haben wollen“, berichtet er weiter. Mittlerweile wird Martin Reinisch immer häufiger als Architekturführer für StoSignature-Fassaden von Kunden und Kollegen aus Österreich und Deutschland angefragt. Eine neue Aufgabe, die das Selbstbewusstsein stärkt, ihn andererseits aber auch an die Grenzen seiner zeitlichen Ressourcen als Gebietsverkaufsleiter bringt.

Bild oben:
Spaß fördert Teamspirit
 Martin Reinisch
 anlässlich der ALS Ice
 Bucket Challenge 2018
 im Verkaufszentrum
 Tirol.

Mitarbeiterwohl in den Vordergrund gestellt

Interview mit Bernd Lercher
Im Unternehmen seit Oktober 2002

Keine Lieferung bei Nichtbezahlung: Es verlangt enormes Fingerspitzengefühl und Stärke in der Kommunikation, um diesen Grundsatz im Außendienst und mit Kundinnen und Kunden auch durchzusetzen.

„Bernd Lercher arbeitet sehr kundenorientiert – und das bei einem der schwierigsten Themen überhaupt“, beschreibt der Vertriebsleiter Österreich, Christian Außerwinkler, seinen Nachfolger für den Bereich Debitorenmanagement. Am 15. Oktober 2002 hatte er seinem neuen Kollegen die vertrauensvolle Aufgabe Debitorenmanagement übergeben, und seitdem hat Bernd Lercher die Abteilung exzellent ausgebaut und weitergeführt.

Dem Arbeitsantritt ist allerdings eine langwierige Bewerbungsphase vorangegangen, die Bernd Lercher auch wegen der zwei Radarstrafen nicht so schnell vergisst, die er auf dem Weg zu den drei Bewerbungsgesprächen ausgefasst hat. Auch die Tatsache, dass für den Job „Assistenz Kreditmanagement“ drei Gesprächstermine notwendig waren und der letzte davon ein vierköpfiges Managementteam zum Vorsitz hatte, verwunderte ihn einigermaßen. Erst viel später wurde ihm klar, dass man damals schon einen Nachfolger für die Position von Christian Außerwinkler als Leiter Debitorenmanagement suchte. „Ich wurde immer wieder gefragt, warum ich meinen sicheren Job bei der Bank aufgeben möchte“, erinnert er sich weiter, „denn ein Job in einer Bank galt zu dieser Zeit als sichere und lebenslange Arbeit.“ Bernd Lercher war – zum Glück – weitsichtiger, denn wer hätte damals gedacht, dass ein Job bei Sto heute viel sicherer ist als einer bei der Bank?

Bereits 2006, also nur vier Jahre später, übernahm Bernd Lercher die Abteilung und zugleich die Verantwortung für drei Mitarbeiter. Sein Gespür für Menschen und seine gute Mitarbeiterführung, aber auch seine hohe fachliche Kompetenz führten dazu,



Bernd Lercher, Leitung Debitorenmanagement

„Wir haben alle die Verpflichtung, uns nicht auf dem Erfolg auszurasen. Wir müssen täglich weiter daran arbeiten, um die Strahlkraft der Marke, die viele unserer Kollegen über die letzten 50 Jahre aufgebaut haben, weiter zu erhalten.“



dass die Abteilung 2016 mit der Abteilung Fakturierung zusammengelegt wurde und er heute die Verantwortung über neun Mitarbeiter hat.

Ein gutes Arbeitsklima in seiner Abteilung ist ihm dabei besonders wichtig. Alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sucht er persönlich aus und vertraut auf seine Menschenkenntnis, wenn es um die Frage geht, ob und wie sie zum Team passen. Mindestens 30 Minuten nimmt er sich täglich Zeit, um sich mit seinem Team auszutauschen und mit ihnen zu sprechen. Dass viele meinen, er verbringe jeden Tag Zeit mit „Ratschen und Kaffeetrinken“, nimmt Bernd Lercher mit Humor: „Gerade diese persönliche Ansprache ist das A und O für motivierte Kollegen!“, ist er fest überzeugt. Auch die gemeinsamen Aktivitäten, die er drei bis vier Mal im Jahr organisiert, sind nicht nur ihm wichtig, sondern kommen bei den Mitarbeitern auch sehr gut an.

Seit 2015 ist Bernd Lercher auch Leiter des Mitarbeiterforums der Firma Sto. Auch diese Arbeit, die er zusätzlich zu seiner eigentlichen Aufgabe übernommen hat, macht ihm Spaß, da er die Bedürfnisse, Sorgen und Wünsche der Kollegenschaft hautnah mitbekommt. Viele Projekte haben sich daraus schon ergeben und sind heute bereits in der Realisierungsphase. Dass er selbst in all diesen Projekten eine wichtige Rolle eingenommen hat, erfüllt ihn auch mit Stolz. „Es macht Spaß, wenn man Prozesse und Abläufe in einem Unternehmen selbst mitgestalten kann und nicht nur Beobachter ist“, erzählt er, selbst wenn diese zusätzlichen Aufgaben seine tägliche Arbeit als Abteilungsleiter oft sehr belasten.

Die Verantwortung, für ein gutes Arbeitsklima in einem Großunternehmen zu sorgen, sieht er nicht nur bei der Geschäftsleitung, sondern bei jedem einzelnen Mitarbeiter und bei jeder Führungskraft. „Die Firma ist kontinuierlich gewachsen, nicht nur im Umsatz, sondern auch personell. Der Mindset vieler Kollegen muss sich hier verändern, denn viele meinen immer noch, in einem kleinen Familienbetrieb zu arbeiten. Wir sind eine Firma mit über 300 Mitarbeitern und Teil eines internationalen Konzerns“, überlegt Bernd Lercher laut. „Jede Medaille hat zwei Seiten, denn auch die Größe eines Unternehmens bringt viele Vorteile für die Mitarbeiter.“

Das Wichtigste ist aber immer eine funktionierende Kommunikation. „Die Einführung des Smartphones hat die persönliche Kommunikation unter Menschen stark eingeschränkt. Keine WhatsApp-Nachricht oder SMS kann ein Gespräch unter Mitarbeitern ersetzen. „Warum nicht wieder öfter zum Telefon greifen oder sich mit jemandem persönlich bei einem Kaffee zusammensetzen?“, lautet seine Vision für die Zukunft. Denn der persönliche Kontakt verhindert viele Missverständnisse und ist auch ein Zeichen der Wertschätzung.

Bild oben:

Bernd Lercher im Mitarbeiterforum

Seit 2015 gibt es bei Sto eine Einrichtung, an die sich Mitarbeiter bei Sorgen, Wünschen und Bedürfnissen wenden können.

Heute ist wie gestern – nur eben anders

Interview mit Josef Moser
Im Unternehmen seit Juli 2004

Am Montag arbeitet Josef Moser an Detaillösungen für Khorog, am Dienstag geht es um Standards auf der Homepage. Mittwoch testet er ein Produkt in Montur, Donnerstag ist er mit Krawatte in Weizen.

Seit seinem Beginn bei Sto am 1. Juli 2004 glich kein Arbeitstag von Josef Moser, Produktmanager in Villach, dem anderen.

Vielseitigkeit prägte die Arbeit von Josef Moser gleich am ersten Arbeitstag, als er zu einem Termin nach Tirol fahren musste. Erst am Tag darauf gab es dann einen warmherzigen Empfang im Büro mit einem persönlichen Willkommensgruß am Bildschirm. „Alles war perfekt vorbereitet, aufgeräumt und ruhig – ungewohnt für jemanden wie mich, der aus der Baubranche kommt“, erinnert er sich noch an diesen Tag zurück und stellte sich damals die Frage: „Ist das alles echt?“ Alles war real, aber so ruhig sollte es in der Tat nicht lange bleiben, denn die Fachsprache von Sto wollte rasch erlernt werden. Was bedeuteten Abkürzungen wie AWT, VB, VC, TBI, TBA, RPP, oje, SDB, TI, TM, WW, RC, AC? Eine Anfangshürde, über die wohl alle neuen Mitarbeiter zunächst stolpern.

Erlernen konnte Josef Moser das alles – und vieles mehr – von seinen beiden Kollegen aus dem Produktmanagement, Bruno Forster und Robert Hetzl, deren Arbeitsstile nicht unterschiedlicher hätten sein können. Während ihn das strukturierte Arbeiten, Organisieren und Netzwerken von Robert Hetzl nachhaltig beeinflusste, prägte ihn zugleich die direkte und unbürokratische Art und die damit verbundene Marktnähe von Bruno Forster. Nur eines hatten die beiden Kollegen gemeinsam: Beide Bürotische erinnerten an ein kreatives Chaos mit System! Im Vergleich dazu wirkt Josef Mosers Bürotisch immer aufgeräumt und übersichtlich. Der mittlerweile Senior-Produktmanager verschaffte sich rasch einen Überblick über alle seine



Josef Moser, Produktmanagement Fassade

„Es ist schön, für eine Firma zu arbeiten, mit deren Produkten man sich identifizieren kann. Zudem ist die Arbeit fordernd und vielseitig, aber auch kreativ und individuell gestaltbar.“



Bild oben:
Zielschießen auf den Chef
Bei der Präsentation der Haltekraft von StoSustain R anlässlich der VerkaufsBerater-Tagung 2017.

PM-Aufgabengebiete. „In den Tochtergesellschaften sieht eine Stellenbeschreibung für einen Produktmanager anders aus als in der Zentrale. Neben nationalen Marktanforderungen und länderspezifischen Gesetzen und Förderungen ist der Arbeitsalltag zusätzlich durch Kunden- und Marktnähe gefüllt. „Es kommt auch öfter vor, dass Produkte, die für Österreich speziell entwickelt wurden, konzernweit übernommen werden. Das ist ja der Vorteil an einem internationalen Konzern, wo es durchaus Sinn ergibt, auch einmal über die eigenen Landesgrenzen zu blicken, um zu sehen, was die anderen machen“, ist Josef Moser überzeugt. Genau dieser Weitblick und dieser internationale Austausch sind es auch, die für ihn das Arbeiten bei Sto in Villach so spannend machen: eine Firma mit internationalem Konzernhintergrund und zugleich ein sicherer Arbeitsplatz in einer doch sehr ländlichen Umgebung wie Villach!

Ebenso wichtig sind für ihn das Arbeitsklima und der Teamgedanke. Dass es dabei Höhen und Tiefen durch Abgänge von alten Kollegen und Integration von neuen Kollegen gibt, gehört für ihn zu einem Unternehmen dieser Größe dazu. „Am Ende geht es immer um das Miteinander und vor allem das Verständnis untereinander“, betont er. Dazu ist für ihn die interne Kommunikation der entscheidende Schlüssel. „Auch wenn viele der Meinung sind, dass wir zu viele Meetings haben, sind diese dennoch wichtig, um informiert zu sein und um einen Einblick in andere Abteilungen zu bekommen.

Entscheidend dabei ist nur, wie effizient man die Besprechungszeit nutzt und welche Informationen für wen wichtig sind.“ Die

Kommunikationsabteilung bezeichnet Josef Moser gerne als „kreativen Techniker“. Aber gibt es das überhaupt? Er selbst schmunzelt bei dieser Bezeichnung: „Ich mache mir gerne Gedanken, auch über Themenbereiche, die abteilungsübergreifend sind. Zuerst stößt man immer auf Ablehnung, doch früher oder später kommen die Themen dann doch wieder auf den Tisch. Für die Kreativität braucht man halt auch Geduld und eine gewisse Hartnäckigkeit“, ist er überzeugt, denn letztendlich steht immer ein Ziel im Vordergrund: Gemeinsam erfolgreich sein.



Liebe zum Detail
Josef Moser ist für sorgfältige Pflege aller Informationen bekannt (im Bild mit Andreas Welkhammer und Harald Kabusch).

Der Sprung ins kalte Wasser

Interview mit Claudia Pritz
Im Unternehmen seit Juli 2004

Ein Vortrag vor hunderten Architekten – heute Arbeitsalltag für Claudia Pritz. An ihrem ersten Arbeitstag bei Sto im Juli 2004 hatte sie allerdings noch keine Ahnung, wie oft sie in den nächsten Jahren in diese Situation kommen würde.

„Alleine der Gedanke, so einen Vortrag zu halten, hat mir damals Schweißausbrüche und Angstzustände beschert“, erinnert sie sich. „Hätte man mir beim Bewerbungsgespräch davon etwas gesagt, wäre ich wahrscheinlich nie zu Sto gekommen.“

Ihre Komfortzone musste Claudia Pritz oft verlassen, doch heute kann sie voller Stolz auf ihre persönliche und professionelle Entwicklung zurückblicken. „Die Vorträge, die ich bei den ‚Licht & Farbe‘-Veranstaltungen in den Jahren 2006 und 2007 gehalten habe, waren meine erste große Herausforderung. Ich bin eigentlich davon ausgegangen, dass mein Vorgesetzter aus Weizen, Uwe Koos, die Vorträge übernehmen würde, doch da hatte ich mich getäuscht.“ Denn Uwe Koos wusste eben, dass man schneller schwimmen lernt, wenn man ins kalte Wasser geworfen wird. So hatte Pritz viele Gelegenheiten, sich in Rhetorik und Präsentationstechniken zu üben. „Dadurch hab ich viel gelernt und Sicherheit und Selbstbewusstsein bekommen.“

Ein weiterer Effekt dieser acht Veranstaltungen namens „Licht & Farbe“ war, dass bei den sehr aufwendigen Vorbereitungsarbeiten das Team von StoDesign richtig zusammengeschweißt wurde. Die Stimmung und Atmosphäre in ihrer Abteilung waren für Claudia Pritz immer besonders wichtig. Viele gemeinsame Essen oder Ausflüge wie zur Biennale nach Venedig förderten die Motivation im

Team und halfen dabei, dass alle auch bei außerordentlichen Projekten immer motiviert waren. Auch als das Team 2010 durch die Zusammenlegung der Abteilungen StoDesign und Infocenter größer wurde, galt Claudia Pritz' Augenmerk dem Zusammenhalt und dem Miteinander unter den Kolleginnen und Kollegen. „Nur wenn das Arbeitsklima passt, stimmen auch die Leistungen“, ist sie überzeugt. „Vor allem in einer kreativen Abteilung muss mit Spaß gearbeitet werden. An Tagen, an denen nicht gelacht wird, kommen auch keine

Bild rechts:
Team-Mama von StoDesign und Kommunikation
Mitarbeiter der Abteilung bei einem Fotoshooting und anlässlich eines Team-Meetings.

Claudia Pritz, Leitung Kommunikation und StoDesign
„Sto hat mir sehr geholfen, meine Stärken zu finden und mich selbst weiterzuentwickeln. Vor allem schätze ich aber mein Team, mit dem ich gemeinsam die Abteilung aufgebaut habe.“





Ideen.“ Und an Spaß mangelt es in der Abteilung Design & Kommunikation selten! Mit Schmunzeln denkt Claudia Pritz auch gerne an die vielen Verkaufstagungen zurück, bei denen hartes Arbeiten und Partystimmung einander nicht ausschlossen. „Auch wenn wir lange gefeiert haben, waren am nächsten Tag in der Früh alle wieder beim Vortrag.“ Ein Erfolgsfaktor ist sicher die Gestaltungsfreiheit, Ideen einfach und unbürokratisch umsetzen zu können. Und in ihrem Chef, Walter Wiedenbauer, fand sie einen Unterstützer und Förderer, um neue Projekte vorzustellen, auszuprobieren und zu realisieren.

„Meine ersten Erinnerungen an Sto gehen zurück in die frühe Kindheit, wo in der Garage des Malerbetriebs meines Vaters überall gelbe Eimer standen. Als Walter Wiedenbauer bei meinem Bewerbungsgespräch den Mitbewerb von Sto erwähnte, war ich total überrascht, dass es neben Sto auch noch andere Firmen gibt“, lacht sie heute darüber. Als Studentin absolvierte sie 1991 bei ihrem Vorgänger im Designstudio, Heinz Mitterer, ein Praktikum. „Er war sehr streng mit mir und gab mir oft Hausübungen mit, um an meiner Präzision zu arbeiten“, erinnert sich Claudia Pritz, „doch für meine Arbeiten auf der Uni hat mir das sehr geholfen.“ Ein paar Jahre später sollte sie selbst Praktikanten ausbilden und fördern.

Ihre Tätigkeiten als Architektin hatten sich im Laufe der Jahre stark in Richtung Marketing verschoben, was sie aber nicht weiter stört: „Kreativität ist in beiden Bereichen gefordert, und der Bereich Kommunikation hat mich immer interessiert.“

Präsentationen vor Architekten und Kunden

Claudia Pritz präsentiert die Fassadenkampagne auf der VerkaufsBerater-Tagung. Unten: Präsentation von StoSignature auf einer Kundenveranstaltung in St. Wolfgang.



Strukturiert – von SAP bis Rahmenputz

Interview mit Tanja Jannasch
Im Unternehmen seit Juli 2007

Dass Tanja Huber schon drei Monate nach ihrer Einstellung bei Sto heiratete und seither Jannasch heißt, half ihr dabei, sich einen eigenen Namen im Unternehmen zu machen, unabhängig von ihrem Vater Markus Huber, der auch ihr Vorgesetzter war.

Mit einem Sprung von der Schule mitten ins Leben startete Tanja Huber gleich nach ihrer Matura im Juli 2007 ihre Berufslaufbahn bei Sto. „Anfangs hatte ich da echt Bedenken, wie das funktionieren würde“, erzählt sie heute, aber all das war unbegründet. Sie fügte sich rasch ins Team ein, und die Tochter-Vater-Beziehung zu ihrem Chef spielte dabei keine Rolle. „Ich war sehr stolz darauf, dass ich die Stelle nicht wegen meines Vaters bekam, sondern weil mich die Kollegen schon kannten und

wussten, dass ich kompetent bin“, erinnert sie sich an diese Anfangszeit bei Sto.

Durch ihr junges Alter und ihre unvoreingenommene Art, an Neues heranzugehen, wurde sie bald zu einer SAP-Expertin, denn 2007 war gleichzeitig das Jahr der großen Umstellung. Bis zum heutigen Tag macht Tanja Jannasch die Arbeit mit SAP Spaß, und sie hilft anderen Kollegen, wenn es Fragen gibt. Ihre Kreativität, die sie noch aus der Schule



**Tanja Jannasch,
Sachbearbeitung
Exportlogistik**
„Auch wenn die Firma immer größer wird, merkt man, dass man sich bemüht, die Menschlichkeit hochzuhalten.“

**Brauchtumswoche
ist Dirndlzeit**
Tanja Jannasch und
Bürokollegin Maria
Kobau.



mitbrachte, half ihr bei Farb- und Materialberatungen mit Kunden. Parallel dazu entwickelte sich aber auch eine Vorliebe für strukturiertes Arbeiten mit Excel-Listen und Lagerverwaltungsprogrammen, was unter anderem ein Grund für sie war, in die Logistikabteilung für den Export zu wechseln. „Ich bin nur in das Büro nebenan gewechselt und kann dadurch immer noch den Innendienstkollegen helfen, Telefonate anzunehmen oder Kunden zu betreuen. Doch die meiste Zeit arbeite ich nun mehr im Hintergrund“, berichtet sie. „Als ich zu arbeiten begann, war ich 19 Jahre jung und musste mein Selbstbewusstsein erst aufbauen“, ist sie heute stolz darauf, einen guten Einstieg gefunden zu haben, besonders in einer so männlich dominierten Branche. „Heute nehme ich nicht mehr alles persönlich und fühle mich sehr ausgeglichen, auch wenn einmal kleinere Hoppalas passieren“, schmunzelt sie. So lacht sie heute noch herzlich über ein Telefonat mit einem Kunden in ihrem Anfangsjahr bei Sto. „Der Kunde fragte nach einem ‚Rahmenputz‘, und ich verstand ‚Rammelputz‘, worüber sich meine Kollegen köstlich amüsierten“, erinnert sie sich.

Vor zwei Jahren lernte Tanja Jannasch im Zuge einer Schulung auch die Konzernzentrale in Weizen kennen, die sie sehr beeindruckte. „Der persönliche Kontakt zu Mitarbeitern und Partnern ist total wichtig, auch wenn man nur telefonisch oder per Mail kommuniziert. Es ist einfach leichter, wenn

man sich persönlich kennt“, ist sie überzeugt. Auch dass sie zur Partnertagung im Jänner eingeladen wurde, empfindet sie als besondere Wertschätzung gegenüber ihrer Arbeit. „Damit wird man ein Teil des Teams, auch als Sachbearbeiterin.“ Das Arbeitsklima in ihrer Abteilung ist in den zwölf Jahren seit ihrem Beginn immer gleich gut geblieben. „Es gibt nur selten einen Wechsel, und selbst wenn, muss man keine Angst haben, da neue Mitarbeiter immer sehr sorgfältig auch daraufhin ausgesucht werden, ob sie zur Firma passen“, schätzt sie die Personalpolitik sehr.



**Beratung
durch Innendienst**
Ab und an unterstützt
Tanja Jannasch das
Innendienst-Team des
VerkaufsCenters in
Villach.

Sein Erfolgsfaktor: Lern- & Veränderungs- bereitschaft

Interview mit Kurt Kober
Im Unternehmen seit September 2008

„Genieße die nächsten Wochen, denn sie werden die ruhigsten in deiner Sto-Geschichte sein!“ Mit diesen Worten des Verkaufsleiters ging es für Kurt Kober im September 2008 zur Einschulung nach Weizen.

Und Christian Außerwinkler sollte Recht behalten, denn die nächsten elf Jahre bei Sto waren für Kurt Kober turbulent und aufregend, geprägt von Lernen, Verkaufen, Umstrukturierung, Marktbearbeitung und Teambuilding.

Die Einschulung in Deutschland war wichtig, weiß Kurt Kober heute, und auch danach widmete er den Sto-Produkten immer viel Zeit. „Ich versuchte immer, so viel wie möglich von anderen zu lernen, und habe mir stetig mehr Wissen angeeignet, denn der Respekt unter den Mitarbeitern wächst, wenn sie merken, dass man selber auch sehr viel weiß und fachkundig ist.“ Wissen als Schlüssel zum erfolgreichen Manager – daran hält Kober bis heute fest. „Man darf nie aufhören zu lernen“, sagt er. „Wer aufhört, besser werden zu wollen, hört auf, gut zu sein!“

Teambuilding war die nächste große Herausforderung für Kurt Kober. „Es ist wichtig, die richtigen Pferde vor seinen Wagen zu spannen, sonst wird man nie ein Rennen gewinnen. Denn man ist nur so gut wie sein Team“, ist er überzeugt. Teambuilding-Maßnahmen gehören für ihn daher zu einem Verkaufsleiter dazu. Finanzielle Zuckerl werden bald vergessen, nicht aber gemeinsame Aktivitäten mit Spaß auch abseits des Geschäfts, bei denen sich die Kollegen untereinander kennenlernen können. „Eines dieser Highlights“, erzählt Kober mit leuchtenden Augen, „war, als alle Kollegen einen Nachmittag auf einem ‚Männerspielplatz‘ verbrachten. In einer Sandgrube durften sich die großen Buben mit Segways, Karts und anderen wilden Gefährten austoben, bevor es zu einem gemeinsa-



Kurt Kober, Gebietsverkaufsleiter Salzburg

„Stehen bleiben bedeutet Rückschritt. Daher ist es unumgänglich, dass wir uns immer weiterentwickeln. Wir sind stolz darauf, in so einem sicheren Unternehmen arbeiten zu können, dass es uns auch die Gestaltungsfreiheit gibt, den Standort gemeinsam mit dem Team zu entwickeln.“



men Essen in ein Bergrestaurant ging.“ Ein wichtiges Ziel als Gebietsverkaufsleiter für Salzburg war natürlich immer, Sto in Salzburg sichtbarer zu machen. „In Salzburg gab es immer schon harte Konkurrenz, und Sto hatte es immer schon schwer, hier Fuß zu fassen“, erzählt Kober. Doch diese Herausforderung nahm er gerne an, unterstützt von seinem eigenen Ehrgeiz. Er hält dabei an seinem Motto fest: „Wer ein Ziel hat, sucht einen Weg, wer kein Ziel hat, sucht Gründe.“ Sto Salzburg hatte sich in den letzten Jahren tatsächlich sehr gut entwickelt und wurde nicht nur von Kunden, sondern auch vom Wettbewerb deutlich stärker wahrgenommen. Dazu beigetragen hat die fachliche Kompetenz der Vertriebsmannschaft und des technischen Beraters Leo Feuerer, der seit kurzem die Sto-Mannschaft verstärkt. „Unser technisches Know-how ist das beste am Markt. In Salzburg würde ich uns als Marktführer in der technischen Beratung und Unterstützung bezeichnen.“

Letztendlich sind es aber immer die Menschen und Mitarbeiter, die Sto erfolgreich machen. Darum wird bei der Verstärkung des Teams immer sehr darauf geachtet, welche Kompetenzen neue Mitarbeiter mitbringen und wie sie zum Team passen. Wichtig ist auch, dass man veränderungsbereit bleibt. Kurt Kober bezeichnet sich selbst als Person, die gerne an Gewohntem festhält, dennoch weiß er, dass Veränderungen wichtig sind, um sich und das Unternehmen weiterzuentwickeln. „Man muss im richtigen Moment veränderungsbereit sein und sich der Herausforderung stellen“, ist er überzeugt.

Die zukünftige Herausforderung wird es wohl sein, den Standort in Salzburg zu verändern oder diesen gar zu wechseln, um ein weiteres Wachstum zu garantieren. Das wäre auf jeden Fall ein neuer Motor – und eine Motivation für das gesamte Salzburger Team.

Bild oben:
Kunden und Mitarbeiter aus Salzburg sind Freunde geworden
Anlässlich eines gemeinsamen Ausflugs im April 2017.



Botschafter klassischer Musik
Aufnahme anlässlich einer Taneinlage auf der VerkaufsBerater-Tagung 2019.

Geweckt vom Chef persönlich

Interview mit Erwin Truskaller
Im Unternehmen seit März 2013

Es klopft an der Hotelzimmertür von Erwin. Schlaftrunken öffnet er, um vom Chef daran erinnert zu werden, dass er eigentlich vor versammelter Verkaufsmannschaft vorzutragen hätte.

So geschehen am 31. Jänner 2018 im Seepark-Hotel Klagenfurt anlässlich der alljährlichen Partner- und Vertriebstagung. „So schnell war ich noch nie putzmunter“, kann er heute über diesen Vorfall lachen, „doch wer kann schon behaupten, vom Geschäftsführer persönlich geweckt worden zu sein!“

Während der offizielle Start von Erwin Truskaller bei Sto am 1. März 2013 bei einer Tagung in St. Lambrecht von guter Stimmung und Feierlaune geprägt war, verbrachte er seinen ersten richtigen Arbeitstag als Krisenmanager im Verkaufszentrum in Zagreb, wo er der Mannschaft erhebliche Sparmaßnahmen unterbreiten musste. „Das war natürlich kein Spaß, doch ich habe damals schon gemerkt, dass ich auf diese Mannschaft bauen kann“, erinnert er sich zurück. Er stellte sich der Herausforderung, in den folgenden Jahren den Sto-Spirit unter den Mitarbeitern wieder zu stärken, und führte seitdem „seine“ Märkte in Kroatien und Slowenien zu einem beachtlichen Umsatzwachstum. Verantwortung zu übernehmen ist für ihn Teil seines Jobs und bereitet ihm keinerlei Probleme. Ganz im Gegenteil: Mit jeder zusätzlichen Aufgabe wachsen Selbstwertgefühl und Engagement von Erwin Truskaller. „Heute bin ich Niederlassungsleiter in Kroatien, Slowenien und Serbien, wobei ich sehr stolz darauf bin, seit Juli 2019 eingetragener und zeichnungsberechtigter Vertreter der Niederlassung in Serbien zu sein“, freut er sich über diese neue Herausforderung.

Die Abwechslung zwischen Spaß und harter Arbeit spürt man bei Erwin Truskaller sehr deutlich. Feiern



Erwin Truskaller, Leitung Vertrieb Export

„Im Verkaufszentrum Kroatien habe ich gelernt, dass sich Beharrlichkeit bezahlt macht und wie wichtig der richtige Umgang mit dem Team ist.“



und mit den Mitarbeitern und Kollegen den Tag gesellig ausklingen zu lassen gehört für ihn zum Erfolgsrezept für Motivation und Teamspirit. „Meine Arbeit ist cool und abwechslungsreich“, erzählt er voller Begeisterung, die bei ihm sehr ansteckend wirkt. Kein Wunder, dass er auch ein sehr beliebtes Mitglied des Führungskreises ist, da er einerseits mit seinem scharfsinnigen und analytischen Denken wertvoll zu den Diskussionen beiträgt und andererseits schon für viele lustige Anekdoten gesorgt hat. Seine juristischen Fähigkeiten konnte Erwin Truskaller in einer Nacht-und-Nebel-Aktion in einem Hotel in Belgrad mit dem Kollegen Harald Heuwieser unter Beweis stellen. „Wir Hobbyjuristen haben einen internationalen Verkaufsvertrag mit der Aga Khan Foundation fertig ausformuliert“, schmunzelt er heute über diese kühne Aktion, die aber aufzeigt, wie vielseitig Erwin Truskaller aufgestellt ist. „Eigeninitiative wird bei Sto hoch geschätzt“, ist er überzeugt. „Wenn etwas für das Unternehmen Sinn ergibt und den Werten entspricht, dann kann man es einfach machen und ruhig einmal ‚konstruktiven Ungehorsam‘ leben.“

Erwin Truskaller ist besonders stolz auf das nachhaltige Gewissen der Firma und setzt sich selbst zum Ziel, dieses auch in seinen Märkten stärker zu implementieren. „Meine Vision ist, dass wir noch stärker zu einem ‚grünen‘ Unternehmen werden und noch konsequenter unseren ‚talk auch walken‘. Unser Ziel muss es sein, dass, wenn jemand einen Sto-Eimer kauft, er gleichzeitig ein gutes Gewissen mitkauft. Sto als zuverlässiger Partner im Handwerk ist am richtigen Weg! Wenn wir jetzt noch bei den wichtigen Zukunftsthemen Digitalisierung und

Nachhaltigkeit entscheidend vorankommen, kann uns niemand mehr aufhalten!“, lautet seine Vision. Die Werte wie Verlässlichkeit, Menschlichkeit, Ehrlichkeit und Bescheidenheit, die er durch die Arbeit mit seinen Mitarbeitern und Kollegen bei Sto täglich erlebt, hat er für sich übernommen und möchte diese auch seinen eigenen Kindern vermitteln.

Bild oben:
Verkaufsteam von Erwin Truskaller
Anlässlich der Eintragung ins Gläserne Buch während der Partnertagung 2019.



Hang in there
Austesten des Klimzugapparates von StoSustain R anlässlich der Verkaufsberater-Tagung 2018.

Vom Surflehrer & Bauleiter zum Architektenberater

Interview mit Wolfgang Seidel
Im Unternehmen seit Mai 2014

„Überall konnte ich viel lernen, ausprobieren und entdecken“, erzählt Wolfgang Seidel. „Doch als Martin Reinisch mich über die Stelle als Architektenberater informierte, war ich sofort interessiert.“

Einen ganzen Rucksack voller Berufserfahrung brachte Wolfgang Seidel zu seinem neuen Job bei Sto mit: „Ich arbeitete in Ägypten, Deutschland, Holland, auf den Philippinen und natürlich in Österreich in unterschiedlichen Bereichen. Vom Surflehrer über den Bauleiter zum Chef und Gruppenleiter und schließlich zum selbstständigen Unternehmer.“

Voraussetzungen für einen Job als Architektenberater bei Sto gibt es viele: technisches Grundwissen, eine Affinität zur Zielgruppe der Architekten sowie Empathie und einen weiten Horizont. All diese Eigenschaften konnte der Kandidat Wolfgang Seidel bei seiner Bewerbung im Jahr 2013 vorweisen. Er war der Wunschkandidat als Nachfolger von Martin Reinisch, der sich im selben Jahr als Gebietsverkaufsleiter für Tirol bewarb. Als endlich die langersehnte Zusage von der Zentrale in Villach kam, startete Wolfgang Seidel im Mai 2014 seine neue Stelle im Verkaufszentrum Innsbruck. „Eigentlich war mein erster Tag der 1. Mai, also gleich ein Feiertag, und noch dazu der Tag der Arbeit“, erzählt er mit einem Augenzwinkern.

Zwar musste er zunächst viel Neues lernen, doch machte ihm die Arbeit von Beginn an Spaß. „Ich studierte gleich einmal das Produktprogramm, um alle Namen, Produkte und Systeme zu lernen, denn wenn man zu einem Architekten kommt, wird erwartet, dass man über alle Bereiche Bescheid weiß.“ Zudem konnte er sich sehr viel von seinem Vorgänger abschauen, der ihn mit Freude in die Architektenszene einführte.



Wolfgang Seidel, Architektenberater Tirol

„Für mich ist es wichtig, mit Menschen zusammenzuarbeiten, mit denen ich mich verstehe und mit denen man gemeinsam Spaß haben kann. Das liebe ich an meiner Arbeit bei Sto, denn das Arbeitsklima in Innsbruck ist toll und die Mannschaft in Tirol wie eine Familie. Ich gehe jeden Tag gerne in die Arbeit.“



Bald war allen klar: Wolfgang Seidel war die perfekte Nachbesetzung als Architektenberater in Tirol, denn er tauchte vom ersten Tag an in die Welt der Architekten ein, als wäre er immer schon ein Teil davon gewesen. „Ich mag es sehr, unterschiedliche Charaktere zu beraten, denn auch wenn Architekten irgendwie alle ähnlich ticken, sind sie doch unterschiedliche Typen. Ich muss mit den Künstlern anders sprechen als mit Technikern“, erklärt er. Seine Empathie und Menschenkenntnis, die er sich über all seine Berufsjahre erworben hat, helfen ihm dabei natürlich. „Vor allem bei Architekten läuft das meiste über die emotionale Ebene.“

Wenn man erst einmal das Vertrauen erworben hat, läuft alles Weitere von selbst“, erzählt er weiter und ist stolz darauf, dass er von all seinen Architektenkunden aktiv kontaktiert wird. „Ich muss mich nie aufdrängen, sondern sie rufen mich an, weil sie meine Beratung oder meinen Ratschlag benötigen und wir uns gemeinsam mit Martin Reinisch einen sehr guten Namen in der Branche gemacht haben.“ Wolfgang Seidel kann sich gut auf unterschiedliche Situationen einstellen und sich anpassen. „Man muss auch wissen, wann man sich zurücknehmen muss, denn Architekten wollen auf keinen Fall ihre Designerkompetenz aus der Hand geben. Und doch ist es oft notwendig, sie dezent in die richtige Richtung zu führen, ohne aufdringlich zu wirken“, beschreibt er seine Hauptzielgruppe weiter. Dass er mit Wohnbauträgern und Investoren anders kommunizieren muss, fällt ihm nicht schwer, und das rundet sein Bild von einem „abwechslungsreichen und coolen“ Job ab.

Besonders stolz ist er auf seine vielen architektonisch wertvollen Referenzen, bei denen er sich ein bisschen als Co-Designer sieht. „Wenn man vor einer Fassade steht, die man gemeinsam mit dem Architekten umgesetzt hat, macht einen das glücklich und stolz“, strahlt er. Grund zur Freude hat er auf jeden Fall, da die Referenzliste der StoSignature-Objekte laufend wächst und auch in der internationalen Sto-Welt für Aufsehen sorgt. „Die Teamarbeit mit unserem Anwendungstechniker Martin Mairhofer hat sich hier bestens bewährt und ist auch ein Grund für diesen Erfolg“, ist er überzeugt.

Generell sieht sich Wolfgang Seidel als Teamplayer, der die Zusammenarbeit mit den Kollegen sehr schätzt. „Ich bin ein Freigeist und froh um die Gestaltungsfreiheit und das entgegengebrachte Vertrauen, das ich von meinem Chef bekomme“, sagt er im Gespräch abschließend. Seine Freude und Euphorie über seine Arbeit als Architektenberater wirkt authentisch und ansteckend. Es scheint, als hätte er nach den vielen bunten Stationen in seinem Leben seine Berufung zum Beruf gemacht.

Bild oben:
Best Practice
 Wolfgang Seidel präsentiert erfolgreiche Projekte auf der Verkaufsberater-Tagung 2017.

Der erste Eindruck zählt!

Interview mit Markus Fraisslich
Im Unternehmen seit März 2015

An den „jungfräulichen Einblick“ in die Sto-Unternehmenskultur an seinem ersten Arbeitstag erinnert sich Markus Fraisslich gut – und gern. Dieser Tag im März 2015 war gleichzeitig die Schulung neuer Mitarbeiter.

Die Organisation bei Sto erschien ihm trotz der stattlichen Größe des Unternehmens kleinteilig, sympathisch und irgendwie „anders“. Der erste Tag brachte eine Flut an Inhalten, Produktinformationen und Eindrücken für Markus Fraisslich. Als ganz frischer Mitarbeiter sei er richtig überwältigt gewesen, erinnert er sich. Dennoch war er sehr positiv überrascht von der Atmosphäre im Betrieb und auch von der professionellen Schulung. Nahtlos ging es dann weiter mit der großen, dreiwöchigen Einschulung in der Konzernzentrale in Weizen. „Sto in dieser Größe zu erleben war beeindruckend, und das vor allem wegen der kleinteiligen Abteilungen. Andere Konzerne wirken straffer organisiert und

von den Abteilungen her aufgeblasen“, erinnert sich Fraisslich an seine ersten Eindrücke. Durch die vorhandene Struktur der kleinen und kontrastreichen Firmengebäude fand er sich gleich gut zurecht und konnte freundschaftliche Beziehungen zu den Kollegen in Deutschland knüpfen.

Auf diese Beziehungen musste Markus Fraisslich in seiner Tätigkeit im TSC (Technisches Support Service) auch zurückgreifen: „Es ist schon hilfreich, wenn man weiß, an wen man sich wenden kann, und die Leute auf der anderen Seite des Telefons auch persönlich kennt“, betont er. Die Arbeit im TSC war für ihn eine tägliche Herausforderung.



**Markus Fraisslich,
Junior-Produktmanager Beschichtungen**
„Die Kommunikation in unserer Firma funktioniert auf Augenhöhe. Wir sind EINE Firma – und ich spüre uns nicht als Konzern und fühle mich auch nicht als kleine Nummer, sondern als Teil der Sto-Familie.“



Viele Fragen, die vom Außen- und Innendienst an ihn herangetragen wurden, konnte er erst durch Selbststudium, eigenes Nachforschen und Zusatzschulungen lösen. Trotz der umfangreichen Einschulung hieß es auch hier: Learning by Doing! Kaum eine Anfrage ähnelte der nächsten. Als „Nebeneffekt“ erhielt der Support-Techniker einen großen und detaillierten Überblick über die Sto-Produkte – eine Tatsache, die ihn zu Neuem inspirierte.

Denn kaum fühlte er sich in seiner neuen Tätigkeit sicher, suchte Markus Fraisslich schon eine neue Herausforderung, getreu seinem Motto „Wer aufhört, besser zu werden, hört auf, gut zu sein!“. „Wir befinden uns in einem sehr dynamischen Veränderungsprozess“, ist er überzeugt, „nicht nur im Betrieb selbst, sondern auch im Bewusstsein der Menschen, zum Beispiel was das Klima angeht. Das betrifft ganze Länder, ja die ganze Welt.“ Ein neuer Aufgabenbereich musste also her. Mit Begeisterung startete Markus Fraisslich 2019 in seine neue Aufgabe als Junior-Produktmanager für Beschichtungen. Das bedeutete ab sofort volle Produktverantwortung auf dem gesamten Markt der Sto GmbH. Vom Lösen technischer Fragen kam er zum Stellen neuer Fragen: Wohin entwickelt sich der Markt? Was benötigen wir, um weiterhin erfolgreich zu bleiben? „Mein Blick ist also nicht mehr auf den Moment geheftet, sondern in die Zukunft gerichtet!“

Seinen Management-Fokus richtet Markus Fraisslich auf den gesunden Innenraum, denn er weiß, dass heutige Bauherren immer öfter eine „private Oase

und gesunde Umgebung“ schaffen wollen, um dem Alltag zu entfliehen. Er ist überzeugt davon, dass im Bereich der Fassadenbeschichtungen bionische Technologien wie StoColor Lotusan und StoColor Dryonic noch wichtiger werden. „Wir dürfen nicht aufhören, von der Natur zu lernen“ – dieser nachhaltige Gedanke wird seine zukünftige Arbeit prägen.

Bild oben:
Innenraumprodukte heute
Im Vordergrund stehen Moods und Inhaltsstoffe von Beschichtungen.



Werbung von gestern
Es wurde vorwiegend mit gestellten Szenen am Set gearbeitet.

Von Kindesbeinen an bei Sto mit dabei

Interview mit Gloria Oberortner, i. K.
Im Unternehmen seit Mai 2016

Die bunten Farbfächer und Stifte im StoDesign Studio Villach übten eine unglaubliche Faszination auf das siebenjährige Mädchen aus, das dort zu Besuch war. Gloria träumte ab sofort davon, hier zu arbeiten.

20 Jahre später sitzt eine junge Frau namens Gloria Oberortner (geborene Neuhold) in denselben Räumlichkeiten und entscheidet sich gekonnt für eine passende Farbkombination. Die Kunden, ein junges Pärchen, beobachten sie dabei voller Respekt, denn die Farbdesignern strahlt nicht nur Begeisterung für ihren Beruf, sondern auch Kompetenz und Know-how aus.

Architektur, Farben und Formen waren schon immer Leidenschaft und besonderes Interesse für Gloria Oberortner. Erste Anzeichen für einen beruflichen Werdegang in Richtung Design bei Sto hat es schon 2006 gegeben, als sie mit 15 Jahren

erstmals ihre Kenntnisse bei einem Ferialpraktikum in der Abteilung vertiefte. Von da an blieb sie dem Farbdesign treu und arbeitete fast jedes Jahr im Sommer bei Sto, um bei den Farbgestaltungen zu unterstützen. „Das Designstudio jeden Sommer zu betreten war, wie nach Hause zu kommen“, erzählt sie heute noch voller Emotionen. Nach der Schule wollte sie ihre Erfahrungen in der Welt und in der Bundeshauptstadt Wien sammeln. „Auch diese Zeit war sehr wertvoll, da man erst etwas zu schätzen weiß, wenn man anderes gesehen hat“, ist sie überzeugt. So hat es sie im Mai 2016 wieder zurück zu ihren Wurzeln nach Villach verschlagen, wo sie seither das Team StoDesign fachkräftig unterstützt.

Gloria Oberortner, StoDesign

„Bei Sto spürt man starkes Vertrauen: Vertrauen auf die Produkte und auf die Qualität, aber auch Vertrauen auf die Kollegen und Kunden.“





Präsentation von StoDesign À la carte
2017 wurden der Außendienstmannschaft Farbcreationen für Fassaden von Gloria Oberortner präsentiert.

Wissbegierig meldete sich Gloria Oberortner zu allen Fortbildungsmöglichkeiten, die sich ihr anboten. So erlernte sie schnell eine 3D- Software, mit der sie ab sofort Farbkonzepte in einer neuen Dimension präsentieren konnte. Außerdem führte sie eine Tradition im Designstudio fort und begann die Ausbildung zum Farbdiplom IACC. „Das hat mich persönlich zwar stark gefordert, mich aber auch weitergebracht“, berichtet sie heute stolz. Die Farbgestaltung der Wände für den neuen Pausenraum im Verwaltungsgebäude Villach überzeugte auch die Geschäftsführung, sodass das Gesamtkonzept nach ihren Plänen ausgeführt wurde.

Fähigkeiten, Talente und Charaktere. Wir sind ein bunter Haufen, mit viel Leidenschaft und Humor, und dadurch entstehen oft wunderbare Projekte, die immer wieder begeistern.“

Als Vertreterin der jungen Generation brachte sie nicht nur frischen Wind in das Designstudio, sondern machte auch mit ihren regen Social-Media-Aktivitäten auf sich aufmerksam. Es war daher nur eine logische Folge, dass Gloria Oberortner einen Instagram-Account für Sto eröffnete, den sie seither mit viel Liebe und Gewissheit betreibt. „Ich hab schon immer gerne Momente, Emotionen, Farben und Bilder festgehalten und mit Freuden geteilt. Auch Unternehmen dient diese Plattform als wunderbare Imagewerbung, und ich sehe da noch ganz viel Potenzial“, erklärt sie überzeugt. Die 1.319 Follower des Sto-Instagram-Accounts (Stand Oktober 2019) zeigen, dass sie mit ihrer Einschätzung recht hat – und auch, wie wichtig es ist, junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Team zu haben.

Doch auch sie fühlt sich in der Abteilung sichtlich wohl: „Meine Kollegen haben alle ganz besondere



Werkzeuge eines Designers
Auf Gloria Oberortners Arbeitsplatz stapeln sich Materialproben, Collagen und Muster.

Mit Selbstbewusstsein zum Young Potential

Interview mit Adrian Langenfeld
Im Unternehmen seit Oktober 2017

Wer war dieser junge, selbstbewusste Anrufer, der im Frühjahr 2018 in der Kommunikationsabteilung Mitarbeiter-T-Shirts in fehlenden Größen nachbestellte? War es eine neue Führungskraft? Nein, der selbstsichere junge Mann war Adrian Langenfeld, seit Oktober 2017 Lehrling für Großhandelskaufmann am Wiener Sto-Standort.

Kaum jemand von der Belegschaft der Villacher Zentrale kennt ihn nicht, den selbstbewussten jungen Mann aus Deutschland, der den Innendienst in Wien tatkräftig unterstützt. Das Auftreten von Adrian Langenfeld lässt wirklich nicht vermuten, dass er Lehrling im dritten Lehrjahr ist. Neben der Berufsschule, die er in Wien besucht, lernt er für die Abendmatura, die er bis spätestens 2023 abschließen möchte. Parallel dazu studiert er das Sto-Produktprogramm, das SAP-Handbuch und übt sich am Tourenprogramm für die Lkw-Lieferungen, um sich später als Fachkraft im Innendienst zu integrieren. Tatkräftig unterstützt wird er dabei von allen Kollegen in Wien, die ihn herzlich ins Team aufgenommen haben.

Im März 2019 gab es eine umfassende Einführung in alle Abteilungen der Zentrale in Villach, inklusive deren Aufgabengebiete. „Es ist schon faszinierend, was alles im Hintergrund läuft, damit wir im Verkauf einen Eimer Stolit parat haben. Der Blick über die eigene Abteilung hinaus war für mich sehr wichtig, gerade für das Verständnis anderen Bereichen gegenüber“, erzählt Adrian Langenfeld. Damit hat er in seiner noch kurzen Sto-Zeit erkannt, wie wichtig ein Perspektivenwechsel ist, um das große Ganze zu erfassen. Seine Neugierde macht dabei natürlich an den Grenzen Österreichs nicht Halt. So besuchte er während einer Reise nach Illingen, wo er die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

gleich mit einem „Hallo Kollegen!“ überraschte. Auch Perspektiven und Ziele sind für den jungen Mann schon recht klar definiert: „An einem Unternehmen wie Sto schätze ich die Entwicklungs- und Aufstiegschancen. Es gibt da schon einige Aufgaben, die mich einmal interessieren würden“, erklärt er ambitioniert. Besonders motivierend sind für ihn die vielen Schulungsmöglichkeiten, die er alle nutzt, um sich in Theorie und Praxis noch mehr Kompetenzen aufzubauen. Ob Mitarbeiter- oder Kundens Schulung, Adrian Langenfeld ist hungrig nach allen Informationen, die ihm in seiner täglichen Arbeit weiterhelfen. Innovationen wie StoColor Dryonic oder StoColor x-Black faszinieren ihn dabei besonders und unterstreichen für ihn die Technologieführerschaft von Sto.

Adrian Langenfeld, Junior-Produktmanager Beschichtungen
„Sto steht für Qualität und hochwertige Produkte. Davon konnte ich mich beim Ausmalen meiner Wohnung selbst überzeugen. Mit nur einem Anstrich wurden die grauen Wände strahlend weiß. Die Technologien dahinter sind sehr spannend.“





Arbeiten bei Sto

Bewusst bauen.

„Bewusst bauen“ ist seit langer Zeit der Grundsatz von Sto. Dieses ökologische Bewusstsein erstreckt sich auf alle Bereiche des Unternehmens und ist geprägt von Ehrlichkeit und Verantwortungsbewusstsein.

Erfolgsfaktor Nummer 1: Menschen bei Sto

Die Menschen bei Sto machen den Unterschied. Sie sind unser wichtigster Differenzierungsfaktor in einem harten Wettbewerb und die engste Verbindung zu unseren Marktpartnern. Echte Herausforderungen, sinnvolle Aufgaben und bedürfnisorientierte Angebote sichern hohe Identifikation und Leistungsbereitschaft im gesamten Team. Eine auf gegenseitigem Respekt beruhende, wirksame Führung lässt unsere Mitarbeiter mitgestalten und Verantwortung für anspruchsvolle Ziele übernehmen. Und bei allem Erfolg bleiben wir bescheiden.

Innovationen gestalten den Markt

Als Technologieführer setzen wir Trends – bei Produkten, Systemen und Dienstleistungen. Innovationen von Sto gestalten den Markt nachhaltig und sichern unseren zukünftigen Erfolg.

Erfolgreiche Strategien durch Veränderungsbereitschaft und Umsetzungsorientierung

Die Welt verändert sich immer schneller, Kundenbedürfnisse werden immer individueller. Dadurch gewinnen Flexibilität und Veränderungsbereitschaft immer stärker an Bedeutung. Entscheidungen treffen wir unter Einbeziehung aller relevanten Faktoren. Anschließend handeln wir: gemeinsam, zügig und konsequent.

Vorteile für Mitarbeiter/-innen

Neben einer gesunden Work-Life-Balance, also der Vereinbarkeit von beruflichen und privaten Interessen, sind Werte wie Kollegialität, Respekt und Chancen auf Aufstieg und Weiterbildung wichtige Kriterien. Jeder Mitarbeiter wird angehalten, sein Büro mit Sto-Produkten selbst zu gestalten. Ein frischer Obstkorb sowie kostenlose Getränke inklusive.

Zukunftsfit und enkeltauglich

Für wirtschaftlich besonders verantwortliches Handeln verlieh das Ethikforum des „Wirtschaftsethik-Instituts Stift Sankt Georgen“ dem Unternehmen Sto das Ethik-Gütesiegel. Die gute Ausbildung, Beratung und Schulung der Führungskräfte stach den Experten ins Auge, ebenso die ethischen Management-Tools, die bei Sto zum Standard gehören.

Über Zuhören und Zuflüstern

Interview mit Florian Fleischhacker
Im Unternehmen seit Jänner 2019

„Wie kann man nur einen Personaler mit dem Namen Fleischhacker einstellen?“, lautete die humorvolle Begrüßung eines Verkaufsberaters. Sie war an den neuen Personalchef Florian Fleischhacker gerichtet.

Bei der ersten VerkaufsBerater-Tagung im Jänner 2019 zog Florian Fleischhacker nicht nur wegen seines Namens die gesamte Aufmerksamkeit auf sich. Alle bewunderten sein lockeres Auftreten, obwohl er selbst eigentlich doch recht nervös gewesen war, als er sich vor versammelter Vertriebsmannschaft präsentieren musste, erzählt er. „Willkommen im Club“, hieß es da nur von einigen Kollegen aus Villach, die diese Erfahrung, ins kalte Wasser geworfen zu werden, schon gemacht hatten. „Sich die vielen Namen und Gesichter gleichzeitig zu merken, war schon sehr herausfordernd“, erinnert er sich ein halbes Jahr später an diesen Einstieg bei Sto. „Doch was kann einem Personaler Besseres passieren als das Tagungsmotto ‚Menschen bei Sto?‘“, ist er heute noch beeindruckt.

Dass er als Villacher Sto bereits gekannt hat, ist nicht verwunderlich. „Durch die vielen Auszeichnungen wie ‚Great Place to Work‘ oder ‚Trigos‘ habe ich mit Sto Innovation und Qualität verbunden und auch damit, dass viel Engagement von dieser Firma ausgeht. Allerdings war mir nicht bewusst, dass es sich um ein Unternehmen mit einem internationalen Konzern im Hintergrund handelt“, beschreibt er seinen Eindruck, den er vor seiner Bewerbung von Sto hatte.

Nach seinem Beginn am 7. Jänner 2019 erhielt Florian Fleischhacker natürlich wesentlich tiefere Einblicke ins Unternehmen, was seine Erwartungen in einigen Bereich noch übertraf. So tauchte er als neues Mitglied im Nachhaltigkeitsteam gleich mitten in eine weitere wichtige Kernkompetenz ein.



Florian Fleischhacker, Personal

„Wenn eine Firma das Thema ‚Menschlich nah‘ als Kernkompetenz aufnimmt, dann ist das etwas sehr Besonderes.“



„Seit ich bei Sto bin, sehe ich viele Dinge auch im privaten Alltag anders und kann mich mit dem Thema Nachhaltigkeit besser identifizieren“, freut er sich über die neuen Erkenntnisse, die er im letzten halben Jahr bei Sto gewonnen hat.

Die Einschulungsphase gestaltete sich sehr kurz, da er sofort in verschiedene Projekte eingetaucht ist und dadurch Menschen und Strukturen bald kennenlernen konnte. „Es ist sehr wichtig, in regelmäßigen Abständen alle Verkaufszentren in den Bundesländern zu besuchen, um mit den Mitarbeitern immer in Kontakt zu sein“, ist er überzeugt. Auch am Standort Villach packt er gerne einmal seinen Computer ein und verlegt seinen Arbeitsplatz in eine andere Abteilung.

„Als Personaler wünscht man sich eine dynamische Organisation, die sich zukünftigen Rahmenbedingungen flexibel anpassen kann. Ich möchte den Mindset schaffen, dass vor allem Führungskräfte nicht nur die Tagesarbeit erledigen, sondern ihre Strukturen so gestalten, dass diese Arbeiten in Zukunft noch effizienter ablaufen.“ Veränderungen sind für Florian Fleischhacker ein wichtiger Teil eines Arbeitslebens, und sein Ziel ist es auch, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Angst vor den Veränderungen zu nehmen.

Vor allem seine Außensicht, die er als neuer Kollege noch mitbringt, ist ein wichtiger Input für das Unternehmen. „Vieles wird schlechter wahrgenommen, als es tatsächlich ist. Jeder redet von ‚Abteilungsdenken‘, doch ich habe das bei Sto nicht sehr stark wahrgenommen. Ich sehe eher ein sehr starkes Wir-Gefühl, wo man sich gegenseitig hilft, egal, von welcher Abteilung man ist“, spricht er aus der Erfahrung im Vergleich zu seinen früheren Arbeitsstätten.

Auch die Arbeit mit der Zentrale in Weizen sieht er als Unterstützung und gegenseitiges Lernen an. „Ich bin überrascht, wie viele Gestaltungsfreiheiten wir verglichen mit anderen konzerngesteuerten Unternehmen eigentlich haben“, betont er. Es spezielles Anliegen ist Fleischhacker eine verbesserte und durchgängige Informations- und Kommunikationspolitik im Unternehmen. „Kommunikation ist ein Grundstein für den Erfolg, denn nur wenn Mitarbeiter das Gefühl haben, dass sie umfassend informiert sind, sind sie auch motiviert und leisten gute Arbeit“, nimmt er diese Herausforderung für die Zukunft gerne an.

Bild oben:
**Workshop
 „Fit for Future“**
 Immer wieder werden neue Ideen und Strategien erwogen. Im Bild ein Team der Verkaufsmannschaft, Florian Fleischhacker und Trainer Anders Seim.

