



ZU
KUNFT
RÜCK
NÜZ

INHALT



IMPRESSUM

/ Juni 2023

Herausgeber

SÜDWEST Lacke + Farben GmbH & Co. KG,
Iggelheimer Straße 13, 67459 Böhl-Iggelheim

Redaktion

SÜDWEST, Dr. Thilo Kaffenberger
bfw tailormade communication GmbH, Neustadt

Gestaltung

bfw tailormade communication GmbH, Neustadt

Druck

Druckzone GmbH & Co. KG, Cottbus

28



26



34



52

GRUSSWORTE

5

SÜDWEST SCHREIBT GESCHICHTE

100 JAHRE, 100 % ZUKUNFT

100 JAHRE INDUSTRIEGESCHICHTE

Von Dr. Thilo Kaffenberger erzählt

10

DA WÄRE NOCH ...

Von kurios bis zukunftsweisend

26

SÜDWEST BLICKT NACH VORN

Der Führungskreis im Gespräch

48

FAMILIENGESCHICHTEN

Was prägt und bleibt

14

DAMALS DER ERSTE, NOCH HEUTE DER BESTE

55 Jahre All-Grund – das Original

28

NEUER ANSTRICH

Zeit für ein neues Outfit

52

MEILENSTEINE

Von 1923 bis 2023

16

HIER HAT SICH VIEL VERÄNDERT

Gelände in Sicht

32

ZAHLN UND FAKTEN

Schon gewusst?

58

KAFFEEKLATSCH

Die Belegschaft kommt ins Plaudern

34



SUDWEST



HANS-JÖRG VON RHADE

GESCHÄFTSFÜHRER
SÜDWEST LACKE + FARBEN GMBH & CO. KG

LIEBE KUNDEN UND KUNDINNEN, LIEBE KOLLEGINNEN UND KOLLEGEN,

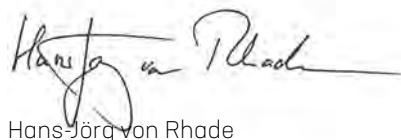
100 Jahre sind durchaus etwas Besonderes: Deutsche mittelständische Unternehmen werden im Durchschnitt zehn Jahre alt und nur 5 Prozent erreichen überhaupt das 30. Firmenjubiläum. Ohne Ihre jahrzehntelange Treue, Partnerschaft und Ihren Einsatz wäre das nicht möglich gewesen. Dafür möchte ich Ihnen allen herzlich danken.

Georg Schöffler hatte 1923 den Mut, nach den ersten Rückschlägen und nach dem Ende des ersten Weltkriegs erneut ein Unternehmen zu gründen: das „Fabrikations- und Grosshandelsgeschäft für Farben, Lacke und Malerbedarf“. Nach dem Beginn in Neustadt an der Weinstraße zog das Unternehmen vorausschauend nach Böhl um, wo es auch heute noch immer Platz für weiteres Wachstum gibt. Seit 2002 steht mit der Sto-Gruppe ein starkes und erfolgreiches Familienunternehmen hinter SÜDWEST, als dessen Teil wir uns seit Jahren nachhaltig entwickeln.

Die große Dankbarkeit für das gemeinsam Erreichte macht einen Teil dieses Jubiläums aus. Ein anderer Teil gilt dem Blick nach vorn. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben diese erfolgreiche Entwicklung erst möglich gemacht. Dessen bewusst, legen wir auch in Zukunft größten Wert auf ein respektvolles Miteinander. Für uns hat es sich außerdem bewährt, weitsichtig und mit Blick auf den Profimarkt zu handeln. Wir wollen weiterhin Produkte und Dienstleistungen anbieten, die den professionellen Handel und die Verarbeiter unterstützen. Persönlicher Kontakt und Begegnungen auf Augenhöhe sind uns dabei besonders wichtig.

SÜDWEST Produkte findet man heute in ganz Europa und darüber hinaus, sogar in China und Taiwan. Lassen Sie uns gemeinsam weiter daran arbeiten und nach neuen Chancen Ausschau halten.

Herzlichen Dank an Sie alle!
Ihr



Hans-Jörg von Rhade

A portrait of Jochen Stotmeister, a middle-aged man with glasses, wearing a dark suit, light blue shirt, and striped tie. He is smiling and looking towards the camera. A small yellow 'sto' logo is visible on his lapel. The background is a light, neutral color. An orange diagonal graphic element is on the left side of the image.

JOCHEN STOTMEISTER

VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS
DER STO MANAGEMENT SE

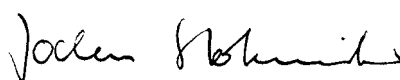
Als die Sto AG im Jahr 2001/2002 von der Dyckerhoff AG das Geschäftsfeld Fassadentechnik übernahm, waren wir durch den Kauf der Marke SÜDWEST plötzlich auch im zweistufigen Vertrieb vertreten. Durchaus ein Paradigmenwechsel für uns. Damals war ich Vorstandsvorsitzender und habe den Kauf von SÜDWEST bewusst vorangetrieben. SÜDWEST verfügte schon damals über hervorragende Produkte, mit denen wir unser Kernsortiment für das verarbeitende Gewerbe erweitern konnten – mit Produkten, die wir bis dahin von anderen Quellen bezogen hatten. Wir profitierten von den hochwertigen Lacken und Lasuren aus Böhl-Iggelheim.

Zu Beginn war die Zusammenarbeit eine Herausforderung, denn hier traf die Welt des Direktvertriebs auf einen handelsorientierten Hersteller. Es gab seitens der Handelsunternehmen große Vorbehalte, die wir aber mit einer klugen Sortimentspolitik ausräumen konnten. Auch innerhalb beider Firmen zeigte sich bald, dass die eingefleischten Direktvertriebler und die handelsorientierten Kolleginnen und Kollegen bei SÜDWEST voneinander profitieren. Großen Anteil an unserer erfolgreichen Zusammenarbeit hatten der damalige SÜDWEST Geschäftsführer Georg Grum und Hans-Jörg von Rhade, der seit 2005 als

Spartenleiter zweistufiger Vertrieb und ab 2007 als Geschäftsführer die Kommunikation in die Sto-Organisation sicherstellte. SÜDWEST hat sehr gute Ergebnisse erzielt, die zum Erfolg der Sto-Gruppe beigetragen haben. Diese starke Performance hat zunehmend auch die Kritiker überzeugt.

Unsere Strategie ging auf: Die Marke SÜDWEST ist heute mit ihrem Fokus auf den zweistufigen Vertrieb und den hochwertigen Produkten für professionelle Anwender ein entscheidender Partner für uns und das, was man eine Erfolgsstory nennt: Seit 2002 konnten wir die Umsätze erheblich steigern, während beide Unternehmen ihre Eigenständigkeit und Markenidentität bewahren konnten.

Zum 100. Jubiläum gratuliere ich SÜDWEST ganz herzlich und wünsche unseren Kolleginnen und Kollegen weiterhin viel Erfolg!

A handwritten signature in black ink, reading 'Jochen Stotmeister'.

Jochen Stotmeister



MICHAEL KELLER

VORSTAND MARKENVERTRIEB,
DISTRIBUTION UND ZENTRALE DIENSTE
DER STO MANAGEMENT SE

SÜDWEST begleitet mich bereits ein Leben lang. Ich wurde ganz in der Nähe von Böhl-Iggelheim geboren und habe schon als Kind mit SÜDWEST- und Sto-Gebinden gespielt. Damals hätte ich nie gedacht, dass ich eines Tages beide Geschäftseinheiten verantworten würde.

Ich erinnere mich noch daran, als SÜDWEST Teil unserer Firmengruppe wurde. Die ersten gemeinsamen Jahre waren gar nicht so einfach. Ich habe damals die Schlüsselkunden von SÜDWEST besucht, und dabei kam es schon mal vor, dass mich ein Händler aufforderte, mit meinem Sto-Fahrzeug besser auf der anderen Seite der Straße zu parken. Doch dieses anfängliche „Fremdeln“ legte sich.

Der zweistufige Vertrieb von SÜDWEST ist heute fester Bestandteil unserer Konzernstrategie, mit dem klaren Ziel, die Marke SÜDWEST bekannter zu machen. Die Investition in das neue Logistikcenter am Standort Böhl-Iggelheim ist ein klares Bekenntnis dazu.

Mit dem europäischen Green Deal und der Förderung für die energetische Sanierung von Ein- und Zweifamilienhäusern entwickelt sich ein großes Marktpotenzial im Bereich Fassadendämmung. Auch diese Chance möchten wir gemeinsam mit dem Handel nutzen und SÜDWEST WDVSmart ist dafür das ideale Produkt. Es zeigt sich, dass die ideale Marktbearbeitung für uns in einer Kombination aus ein- und zweistufigem Vertrieb liegt.

Mit dem 100. Geburtstag ist die Erfolgsgeschichte SÜDWEST noch lange nicht zu Ende. Ich freue mich, sie gemeinsam mit unseren Kolleginnen und Kollegen in Böhl-Iggelheim weiterzuschreiben. Herzlichen Glückwunsch zum Jubiläum!



Michael Keller



LIEBES SÜDWEST TEAM, SEHR GEEHRTER HERR VON RHADE,

der Bundesverband Großhandel Heim & Farbe e. V. möchte Ihnen sehr herzlich, anlässlich Ihres 100-jährigen Bestehens, gratulieren.

Seit nunmehr 100 Jahren ist SÜDWEST erfolgreich in der Herstellung und Vertrieb von hochwertigen Farben und Lacken für den professionellen Verarbeiter tätig und hat sich dabei einen hervorragenden Ruf in ganz Deutschland erworben. SÜDWEST Produkte überzeugen nicht nur in Qualität und Langlebigkeit, sondern auch durch Innovation. Sie sind in vielen Lägern unserer Mitglieder ein fester Sortimentsbestandteil. Dabei feiern Sie gemeinsam mit dem GHF ein weiteres Jubiläum. Noch als Böhler Lackfabrik sind Sie seit Februar 1973 Fördermitglied in unserem Verband. Herzlichen Glückwunsch zu 50 Jahren Mitgliedschaft im GHF. Wenn das zusammen kein Grund zum Feiern ist!

Wir schätzen die Zusammenarbeit Ihres Unternehmens in der zweistufigen Distribution mit dem Farben- und Malergroßhandel in Deutschland sehr. Ein Beispiel für die Langlebigkeit und Vitalität unseres Geschäftsmodells. Das klare Bekenntnis zum Großhandel als Vertriebspartner hat sich auch nach der Übernahme durch die Sto AG nicht geändert.

In den vergangenen Jahren hat sich SÜDWEST stets weiterentwickelt: Im Sortiment genauso wie in Produktion und Logistik. Dabei haben Sie immer die Bedürfnisse des Großhandels und des Handwerks im Blick behalten. Wir wünschen Ihnen auch für die Zukunft viel Erfolg und alles Gute.

Auf der kommenden GHF-Jahreshauptversammlung im September können wir Ihr und unser Jubiläum gemeinsam feiern.

Herzlichen Glückwunsch zu Ihrem Jubiläum

Ihr


LIEBES SÜDWEST TEAM,

Unternehmen in Deutschland werden im Durchschnitt 10 Jahre alt. Nur 20 Prozent werden älter. Bei Marken wie der SÜDWEST Lacke + Farben, die seit 100 Jahren bestehen, lohnt sich deshalb ein genauerer Blick auf die Erfolgsgeschichte. Schon aus der vorliegenden Jubiläumsbroschüre könnte ein heutiges Start-up viel lernen: über die enge Bindung zum Kunden, die gemeinsame Entwicklung von Produkten, über Loyalität gegenüber den Beschäftigten.

Auch im Handwerk sind viele Betriebe in dritter, vierter Generation erfolgreich. Und die Erfolgsrezepte sind genau dieselben. Deshalb können wir Maler und Lackierer auch beurteilen und wertschätzen, was bei der SÜDWEST Lacke + Farben über so viele Jahre geleistet wurde.

Ein wichtiges Element kommt hinzu: Spaß an der Innovation. Die Maler und ihre Marktpartner schaffen es selten auf die Titelseiten der Wirtschaftsmagazine. Wir pflegen einen ruhigen, kontinuierlichen Innovationsstil. Disruption überlassen wir anderen. Vielleicht müssen wir in der Zukunft schneller werden, stärker umdenken, mehr wagen. Aber auch das sollten wir gemeinsam tun: Industrie, Handel und Handwerk.

Ob es um Digitalisierung geht oder die zunehmend schwierige Suche nach talentiertem Nachwuchs: Alle neuen Herausforderungen betreffen die ganze Wertschöpfungskette. Ohne eine neue, unternehmungslustige Generation junger Malerinnen und Maler wird es kein Wachstum im Markt der hochwertigen Farbe und Lacke geben. Und ohne innovationsfreudige Industrie fehlt es unseren Betrieben an Produkten, mit denen wir unsere anspruchsvollen Kunden überzeugen.

Also: Lassen Sie uns gemeinsam die Zukunft anpacken! Unsere Geschichte gibt uns allen Grund, optimistisch zu sein.

Ihr


PETER CHRIST
BÜRGERMEISTER,
BÖHL-IGGELHEIM



PETER JANSEN
PRÄSIDENT VERBAND
DER DEUTSCHEN LACK- UND
DRUCKFARBENINDUSTRIE



LIEBE SÜDWESTLER,

in diesem Jahr hat die Firma SÜDWEST Lacke + Farben GmbH & Co. KG einen besonderen Grund zum Feiern. Die 100-Jahr-Feier steht an und dies soll gebührend gefeiert werden. Zu diesem beachtlichen Jubiläum möchte ich Ihnen auf diesem Wege ganz herzlich gratulieren, auch im Namen meiner beiden Beigeordneten Karl-Heinz Hasenstab und Bernd Johann.

1923 gründete Georg Schöffler in Neustadt an der Weinstraße einen Farbenhandel und legte so den Grundstein für die heutige Firma SÜDWEST Lacke + Farben GmbH & Co. KG. Ob er damals schon ahnen konnte, dass 100 Jahre nach der Gründung dieses große Jubiläum gefeiert wird? Wir wissen es nicht. Aber es war eine gute Entscheidung, die er getroffen hat. Im Jahr 1937 hat er zusammen mit seinem Schwiegersohn Johannes Kaffenberger die Essig- und Sauerkrautfabrik in Böhl erworben und so die „Böhler Lackfabrik“ am neuen Standort eröffnet.

Henry Ford sagte einmal: „Das Geheimnis des Erfolges ist, den Standpunkt des anderen zu verstehen.“ Dies haben Sie immer umgesetzt. Bis heute hat sich Ihr Unternehmen stetig weiterentwickelt zu einem bedeutenden Lack- und Farbenhersteller mit mittlerweile 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und 9 Azubis etabliert, welches seine Stärken auf entscheidende Markttrends richtet und sich durch hohe Kompetenz und Qualität auszeichnet.

Sie können zurückblicken auf 100 Jahre große Erfolge, aber sicher auch die ein oder andere Niederlage, die Sie nur noch mehr gestärkt hat. Dieser Erfolg ist ein Zeichen einer vereinten Zusammenarbeit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die gemeinsam an einem Strang ziehen. Nur so konnten Sie in diesen 100 Jahren alle Herausforderungen souverän meistern.

Ich wünsche Ihnen allen ein schönes und fröhliches Jubiläumsfest und für die Zukunft weiterhin viel Erfolg.

Ihr
Peter Christ

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

als Präsident des Verbandes der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie gratuliere ich Ihnen, den Mitarbeitern und Gesellschaftern, der SÜDWEST Lacke + Farben ganz herzlich zum hundertjährigen Jubiläum und überbringe die herzlichsten Glückwünsche der Branche!

In den 1980er Jahren wurden Entscheidungen getroffen, die Familienunternehmen zu treffen haben, um die Nachfolge und die Existenz zu sichern. Was bringt die Zukunft? Wo geht die Reise hin, und mit wem?

Südwest ist diese Reise gelungen – auch durch den Verkauf an die Sto SE im Jahr 2002: Das Unternehmen wächst auch in schwierigen Zeiten. F&E haben im Haus SÜDWEST eine lange Tradition. Moderne Produktionsverfahren sichern Qualität: Jahrzehntelange Erfahrung und fundiertes Know-how sind Grundlage für moderne Produkte. Das zuletzt errichtete Logistikzentrum zeigt eindrucksvoll die Ambitionen des Unternehmens.

Unseren Verband zeichnet in besonderer Weise aus, dass die Mitglieder nicht nur im gesunden Wettbewerb miteinander stehen, sondern sich im Notfall – wie zuletzt nach der Flut im Ahrtal – auch gegenseitig unterstützen. SÜDWEST ist bestes Beispiel dafür, wie Wettbewerb und gleichzeitig Solidarität gelebt werden kann. Darauf können Sie stolz sein.

100 Jahre: ein Meilenstein, aber kein Ruhekissen. Der Markt fordert Produkte mit exzellenten Eigenschaften, eine wirtschaftliche Verarbeitung – und das unter immer strengeren Anforderungen an Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit. Ein schwieriger Spagat für unsere gesamte Branche! Schauen wir zurück ins Jahr 1923. Die Mitarbeiter dieser Zeit standen vor mindestens so großen Aufgaben. Sie haben sie bewältigt mit Tatkraft, Ausdauer, Geduld, Kreativität und auch in einem Netzwerk namens VdL. Der VdL schätzt sich glücklich, SÜDWEST seit 1951 als gut aufgestelltes, aktives Mitglied in seinen Reihen zu haben.

So wünsche ich dem Unternehmen und den Mitarbeitern nun, diese Werte und Stärken von SÜDWEST zu bewahren, um so den Erfolg auch für die Zukunft sicherzustellen.

Herzlichst,

100 JAHRE INDUSTRIE- GESCHICHTE

Wir lassen Dr. Thilo Kaffenberger zu Wort kommen, der über viele Jahre das Unternehmen mitgeprägt hat.



**DR. THILO HEINZ
KAFFENBERGER**

studierte Chemie in Basel und BWL in Mannheim. Er war von 1968 bis 1989 Geschäftsführer von SÜDWEST. 1989 gründete er in der Schweiz eine Unternehmensberatung für die Industrie für Farben, Lacke, Kleb- und Dichtstoffe sowie Bauchemie. Durch Fokussierung auf M&A konnte er über hundert Deals in seiner Branche abschließen.

**Allen voran -
Schöffler's Kelterlack!**

Er ist weinsäurebeständig, äusserst haltbar, leicht zu verarbeiten, rasch trocknend und preiswert.
Diese Vorzüge geben jedem Verbraucher immer wieder Veranlassung

Schöffler's Kelterlack
zu verwenden. Von Jahr zu Jahr ist der Kreis der Rezipienten von

Schöffler's Kelterlack
grösser geworden. Heute ist

Schöffler's Kelterlack
nicht nur in der Pfalz, sondern auch in ausserpfälzischen Wein- und Obstbaugebieten überall als das Qualitätserzeugnis bekannt.
Bitte überprüfen Sie bei Ihrer Bestellung was Sie zum Streichen von Kellern, Herbstgeräten, Fassköpfen usw. noch brauchen (Kelterglasur farblos, streichfertige Oelfarben, Rostschutzfarben, Eisenlacke, Fasskopflacke usw.) Alles was zum guten Anstrich nötig ist, liefert Ihnen konkurrenzlos billig

GEORG SCHÖFFLER
FARBEN- UND LACKFABRIK
NEUSTADT a. HAARDT
Tel. 2324 Postfach 165

VOM KAISERREICH BIS ZUM ENDE DES ERSTEN WELTKRIEGS

1880

wurde der Firmengründer, mein Großvater Georg Schöffler, in Maikammer als Sohn eines Winzers geboren. Er war sehr gesellig, kontaktfreudig und aufgeschlossen. Bei aller Heimatverbundenheit zog es ihn in die nächstgelegene Großstadt, Mannheim im benachbarten Königreich Württemberg. Hier fand er eine Lehrstelle bei einer Chemikalien-Großhandlung. Nach der Lehre nahm er die Stelle eines Außendienstverkäufers bei einer Lackfabrik in Straßburg an. Durch den Wechsel von der Kutsche zum Automobil – es war einer der ersten Peugeots – wurde es einfacher, die Malerkundschaft zu besuchen. Als einer der Gesellschafter seines Arbeitgebers verstarb, ergriff er die Chance und bewarb sich um den Erwerb der frei werdenden Gesellschaftsanteile. Den geforderten Kaufpreis von 100.000 Goldmark konnte sein Vater, ein tüchtiger und sparsamer Winzer, aufbringen. Seine Unternehmerkarriere wurde allerdings jäh gebremst durch die Einberufung als Offizier der kaiserlichen Armee.

1918

wurde das Elsass nach Kriegsende Teil von Frankreich. Georg Schöffler wurde mit 100.000 anderen „vieux allemands“ ausgewiesen.

VOM NEUANFANG BIS ZUM ENDE DES ZWEITEN WELTKRIEGS

Seiner beruflichen Existenz beraubt, zieht Georg Schöffler wieder in seine alte Heimat, die Pfalz. Als Vollblutunternehmer gründet er mit bescheidenen Mitteln sofort ein „Fabrikations- und Großhandelsgeschäft für Farben, Lacke und Malerbedarf“.

1923

wird sein Unternehmen in Neustadt an der Haardt eingetragen. Inflation und Hyperinflation bremsen den Aufstieg. Der Verkauf einer Liegenschaft führt durch verspätete Bezahlung zu erheblichem Vermögensverlust.



1929

konnte er trotzdem die Rathausdrogerie am Marktplatz in Neustadt erwerben. Schon bald wurde das Lack- und Farbensgeschäft in das Nebengebäude der Rathausdrogerie verlegt. Mein Vater Hans Kaffenberger, ein exzellenter Fachmann, wurde Geschäftsführer. Er erweiterte im Selbststudium sein Fachwissen, um auch die Lack- und Farbenproduktion führen zu können.

1937

wurde ein großzügiges Fabrikgebäude am heutigen Standort erworben. Die wachsende Produktion konnte jetzt nach industriellen Grundsätzen organisiert werden. Eine moderne Lacksiederei wurde errichtet und erlaubte die Eigenherstellung von Bindemitteln. Im selben Jahr wurde die Drogerie verkauft. Hans Kaffenberger, inzwischen Schwiegersohn

und Mitgesellschafter, widmete sich voll dem wachsenden Lack- und Farbensgeschäft, bis er zum Wehrdienst eingezogen wurde. Georg Schöffler trat nach den bitteren Erfahrungen des ersten Weltkriegs nicht in die Hitler-Partei ein. Daraufhin verlor er die Verfügung über seine Lackrohstoffe. Er meisterte die Kriegsjahre erfolgreich mit nicht bewirtschafteten Rohstoffen, die er über sein Beziehungsnetzwerk beschaffen konnte. Hauptprodukt war eine Bodenpflege (Cellulose-Kleister und „Anilinfarbstoff“). Eine Siloanlage mit vollautomatischer Verpackungsstraße füllte täglich tausende Flachbeutel. Der Lebensmittel-Großhandel als Vertriebspartner sorgte für rasch wachsende Umsätze. Leider beendete die Beschlagnahmung der gesamten Fabrik durch die amerikanische, später französische Besatzungsmacht diese unternehmerische Erfolgsgeschichte.



WIEDERAUFBAU

1949

wurde das Werksgelände von der Besatzungsmacht in desolatem Zustand freigegeben. Hans Kaffenberger, gerade aus der Kriegsgefangenschaft entlassen, startete zunächst mit einem pensionierten Polizisten als Mitarbeiter die Produktion



von Bohnerwachs und Ölfarben. Improvisationstalent war gefragt: Die fehlenden Lederantriebsriemen für die Maschinen ersetzten sie durch alte Feuerwehrschräume. Die Anfangserfolge wurden plötzlich gefährdet, als der Produktionsbetrieb von der französischen Besatzungsmacht auf die Demontageliste gesetzt wurde. Das bedeutete, das maschinelle Inventar sollte nach Frankreich abtransportiert werden. Daraufhin gründete Hans Kaffenberger die Firma Kausa Chemie und kaufte den Maschinenpark einer stillgelegten Lackfabrik. Später wurde das Unternehmen jedoch wieder von der Demontageliste gestrichen.

GENERATIONSWECHSEL

1951

wurde Hans Kaffenberger nach dem Ableben von Georg Schöffler zum Alleininhaber. Er übergab das Geschäft „Direktverkauf an den Maler“ an seinen Schwager, der eine Lackfabrik unter dem Namen Schöffler in Rastatt betrieb. Von da an wurde konsequent nur der Fachhandel beliefert, neben einem Geschäft von Speziallacken für industrielle Verarbeiter in der Region.

ERFOLG DURCH INNOVATION

1967

machte Hans Kaffenberger seinen Bruder und mich zu Mitgesellschaftern und Geschäftsführern. Er behielt weiterhin die Führung, übertrug aber sehr geschickt allmählich die Verantwortung an die nächste Generation. Das Managementteam bestand bald aus jungen, qualifizierten und engagierten Mitarbeitern. Gemeinsam mit den Angestellten Dr. Dräger, Herr Lübke und Herr Eppe orientierte man sich an den Ideen des Niederländischen Pädagogischen Instituts und führte einen partizipativen Führungsstil ein. Das Unternehmen war in vielen Fällen Vorreiter. Die Computer der mittleren Datentechnik in Böhl wurden über eine permanente Standleitung des Telefonnetzes mit dem in Heidelberg stehenden Großrechner der Hüthig Verlagsgruppe verbunden. Diese viel beachtete Konstel-



lation erlaubte schon vor dem PC-Zeitalter eine volle Integration der Systemabläufe, einschließlich Rezeptentwicklung bis hin zur täglichen Frachtoptimierung sowie deckungsbeitragsbasierte Provisionen für die Verkäufer. In Zusammenarbeit mit dem Gründer von DATA-COLOR wurde die Software des Farbmessgeräts zur Rezeptoptimierung ausgebaut. Jetzt konnte SÜDWEST konsequent Pigmentpasten und Halbfabrikate zur raschen und wirtschaftlichen Produktion kleiner und mittlerer Chargen einsetzen. Außerdem konnte das Unternehmen durch enge Zusammenarbeit mit einem Start-up als erstes eine computergesteuerte Waage für das Farbmischen am POS auf den Markt bringen. Auch bei Dispersionsfarben ging SÜDWEST mit flexiblen Silos für die Feststoffe und halbautomatischer Produktion neue Wege.

WACHSEN DURCH AKQUISITION

In der Dynamik des deutschen Wirtschaftswunders galt die Devise „Wachsen oder Weichen“. Schon in den 1950er Jahren nutzte Hans Kaffenberger im Rahmen der gegebenen Mittel jede Gelegenheit, Umsatz und Know-how zuzukaufen, zum Beispiel von Bitterich Mannheim, Geissler Worms und Butterfass Grünstadt.

1975

wurde mit dem Erwerb der WIKULAC GmbH in Saarbrücken der Export in alle westeuropäischen Länder systematisch ausgebaut und erreichte schließlich mehr als 40 Prozent des Umsatzes.

duktion neue Wege.

Bunte Lacke			
Farben	RAL	DM-Lappen-Karte	DM-Lappen-Karte
Isotoplack			
weiß	8010	100	100
schwarz	8002	100	100
schwarz	8001	100	100
schwarz	8000	100	100
schwarz	8003	100	100
schwarz	8004	100	100
schwarz	8005	100	100
schwarz	8006	100	100
schwarz	8007	100	100
schwarz	8008	100	100
schwarz	8009	100	100
schwarz	8010	100	100
schwarz	8011	100	100
schwarz	8012	100	100
schwarz	8013	100	100
schwarz	8014	100	100
schwarz	8015	100	100
schwarz	8016	100	100
schwarz	8017	100	100
schwarz	8018	100	100
schwarz	8019	100	100
schwarz	8020	100	100
schwarz	8021	100	100
schwarz	8022	100	100
schwarz	8023	100	100
schwarz	8024	100	100
schwarz	8025	100	100
schwarz	8026	100	100
schwarz	8027	100	100
schwarz	8028	100	100
schwarz	8029	100	100
schwarz	8030	100	100
schwarz	8031	100	100
schwarz	8032	100	100
schwarz	8033	100	100
schwarz	8034	100	100
schwarz	8035	100	100
schwarz	8036	100	100
schwarz	8037	100	100
schwarz	8038	100	100
schwarz	8039	100	100
schwarz	8040	100	100
schwarz	8041	100	100
schwarz	8042	100	100
schwarz	8043	100	100
schwarz	8044	100	100
schwarz	8045	100	100
schwarz	8046	100	100
schwarz	8047	100	100
schwarz	8048	100	100
schwarz	8049	100	100
schwarz	8050	100	100
schwarz	8051	100	100
schwarz	8052	100	100
schwarz	8053	100	100
schwarz	8054	100	100
schwarz	8055	100	100
schwarz	8056	100	100
schwarz	8057	100	100
schwarz	8058	100	100
schwarz	8059	100	100
schwarz	8060	100	100
schwarz	8061	100	100
schwarz	8062	100	100
schwarz	8063	100	100
schwarz	8064	100	100
schwarz	8065	100	100
schwarz	8066	100	100
schwarz	8067	100	100
schwarz	8068	100	100
schwarz	8069	100	100
schwarz	8070	100	100
schwarz	8071	100	100
schwarz	8072	100	100
schwarz	8073	100	100
schwarz	8074	100	100
schwarz	8075	100	100
schwarz	8076	100	100
schwarz	8077	100	100
schwarz	8078	100	100
schwarz	8079	100	100
schwarz	8080	100	100
schwarz	8081	100	100
schwarz	8082	100	100
schwarz	8083	100	100
schwarz	8084	100	100
schwarz	8085	100	100
schwarz	8086	100	100
schwarz	8087	100	100
schwarz	8088	100	100
schwarz	8089	100	100
schwarz	8090	100	100
schwarz	8091	100	100
schwarz	8092	100	100
schwarz	8093	100	100
schwarz	8094	100	100
schwarz	8095	100	100
schwarz	8096	100	100
schwarz	8097	100	100
schwarz	8098	100	100
schwarz	8099	100	100
schwarz	8100	100	100

Farben	DM-Lappen-Karte	DM-Lappen-Karte	DM-Lappen-Karte	DM-Lappen-Karte	DM-Lappen-Karte
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack	100	100	100	100	100
Isotoplack					



1981

wurde das Geschäft von Schramm Baufarben (Bautenanstrichmittel) im Rahmen eines Swaps (deutsch: Tausch) von der Reichhold-Chemie AG übernommen. Im Gegenzug erhielt das Unternehmen unser sehr rentables Industrielack-Geschäft. Diese Art von Swap diente beiden Partnern der Spezialisierung in ihrem jeweiligen Marktsegment. SÜDWEST war bis dahin Marktführer für Innenbeschichtungen von Schweremballagen, ein Geschäft, das erst später durch den wachsenden Einsatz von Kunststofffassern stark rückläufig war. Mein persönlicher Kontakt zu Henry Reichhold, Präsident und Hauptaktionär der Reichhold Corporation, die Schramm gekauft hatte, half, den Deal in nur sieben Monaten unbürokratisch abzuwickeln. Der von der Bank zugesagte Blankokredit wurde nicht benötigt. Die Investitionen wurden aus dem Cashflow und über Leasing, der Wachstumssprung des Vorratsvermögens über Vendor Loans finanziert. Der Bau einer neuen Halle wurde begonnen, noch bevor die Baubewilligung vorlag. Im Wirtschaftswunderland Deutschland gibt es dafür nur eine freundliche mündliche Abmahnung. Der Swap hatte wesentliche Konsequenzen. Es gab im Folgejahr einen Umsatzzuwachs von über 25 Prozent, einer der modernsten, voll integrierten Abfüllstraßen wurde installiert, ebenso die neueste Technologie für das Fertigwarenlager. Außerdem konzentrierte man sich jetzt zu 100 Prozent auf den Handel als Kunden und Partner.

ERFOLG DURCH STRATEGISCHE FOKUSSIERUNG

Die fünf Jahre vom Swap bis zur Veräußerung an die DYCKERHOFF AG waren geprägt durch Spezialprodukte für den qualitätsbewussten Maler und Selbststreicher in exklusiver Partnerschaft mit dem Großhandel. Inspiriert von der engpasskonzentrierten Strategie (EKS) nach

Mewes wurde das Ziel verfolgt, die Marke SÜDWEST zum Marktführer im definierten Segment zu machen. Bei allen Fehlern und erlittenen Rückschlägen war die Strategie erfolgreich: SÜDWEST war immer einer der drei Besten beim Betriebsvergleich der deutschen Lackindustrie.

SICHERUNG DER UNTERNEHMER-NACHFOLGE DURCH VERKAUF

In den 1980er

Jahren war es für Konzerne en vogue, durch Diversifikation Wachstum zu generieren und Risiken zu minimieren. Für die von einem einzigen Produktsegment abhängigen Zementhersteller war es naheliegend, in den wachsenden Markt Bauchemie (einschließlich Baufarben) zu expandieren. Der traditionsreiche, familiengeführte Zementhersteller Dyckerhoff verfolgte eine plausible erscheinende Strategie: mit einem breiten Sortiment der Bauchemie alle Vertriebskanäle zu nutzen und damit große Synergiepotenziale freizusetzen. SÜDWEST passte in das strategische Puzzlespiel. Die Gesellschafter nahmen das Kaufangebot an, da eine Unternehmensnachfolge aus der kommenden vierten Generation nicht erkennbar war.

1986

wurde SÜDWEST an die Dyckerhoff-Gruppe veräußert. Nach anfänglichen Erfolgen blieben die erwarteten Synergiegewinne jedoch aus. Mit dem Scheitern der Diversifikationsstrategie war man in guter Gesellschaft mit anderen, ansonsten erfolgreichen Zulieferern der Bauindustrie, wie zum Beispiel Hilti. Die logische Konsequenz war die Desinvestition.



FORTSETZUNG DER TRADITION ZWEISTUFIGER VERTRIEB

2002

wurde das Unternehmen von der Sto-Gruppe übernommen, zusammen mit den ebenfalls auf den zweistufigen Vertrieb spezialisierten Schwesterunternehmen Beissier in Frankreich und Spanien. SÜDWEST war jetzt im richtigen Umfeld, einem globalen Konzern, geführt von der Gründerfamilie.

Sto mit Fokus auf Baufarben und Bauchemie kennt die Branche wie kaum ein anderer. SÜDWEST ergänzt den traditionellen Direktvertrieb der Sto-Gruppe mit seinem traditionsreichen zweistufigen Vertriebsmodell. Beide Systeme haben ihre Berechtigung und befruchten sich gegenseitig unter dem Dach der Sto-Gruppe.

Mich erfüllt es mit Befriedigung, dass das Ergebnis der Arbeit von drei Unternehmensgenerationen von einer Unternehmerfamilie im Geiste der heutigen Zeit fortgesetzt wird. Ich wünsche weiterhin wachsenden Erfolg für die Sto-Gruppe, SÜDWEST, die Belegschaft und Kundschaft!

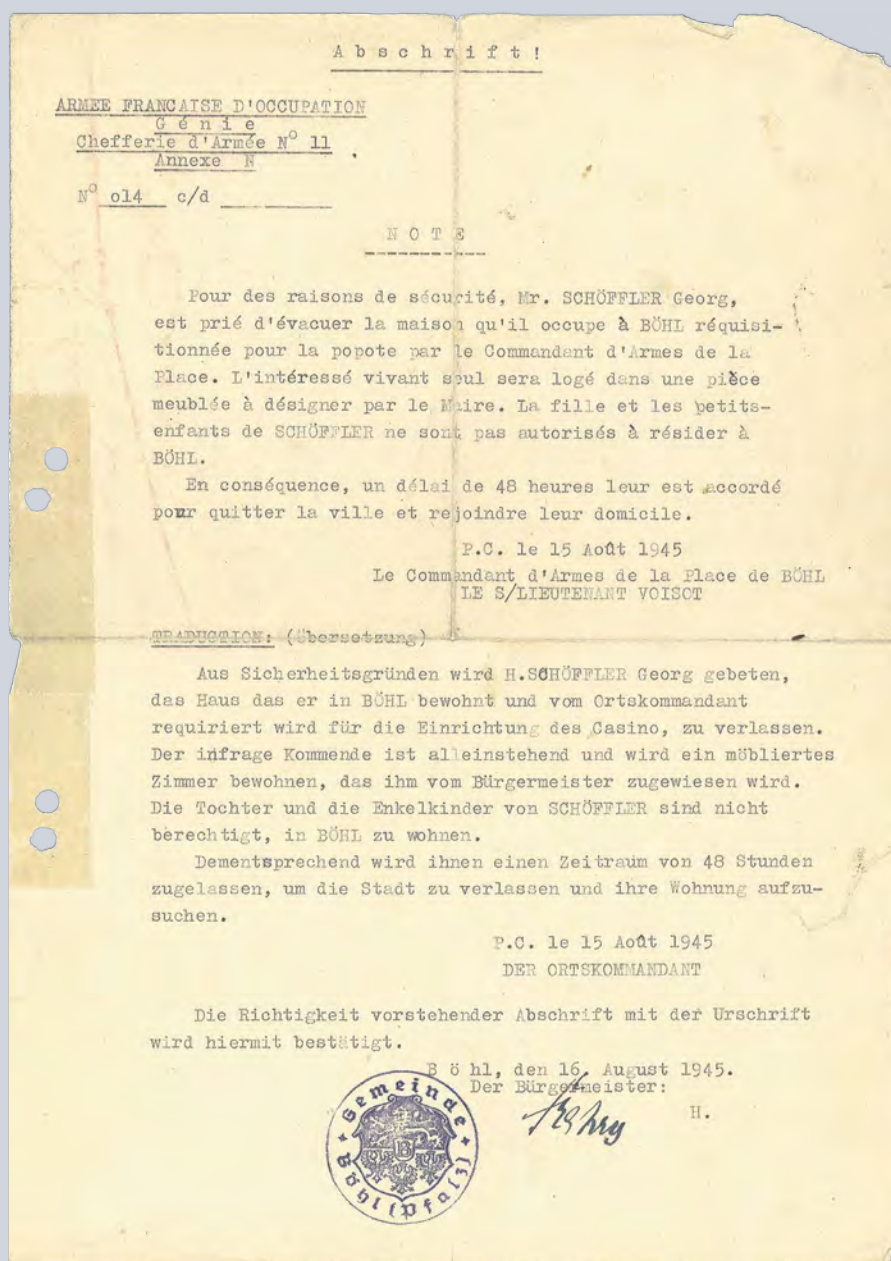
FAMILIEN- GESCHICHTEN



**„Sei mit Lust bei den Geschäften am
Tage, aber mache nur solche, die dich
des Nachts ruhig schlafen lassen.“**

**HANS KAFFENBERGER
AN SEINE SÖHNE**

Bei seinem Rückzug aus dem aktiven Geschäft gibt Hans Kaffenberger seinen Söhnen den Satz von Thomas Mann mit auf den Weg.



1945: Die Familie muss innerhalb weniger Stunden das Wohnhaus und den Ort verlassen.

ERKENNTNIS

„Ich stellte fest, dass das Vertrauen am ehesten zustande kommt, wenn man dem Kunden jede fachbezogene Frage hieb- und stichfest beantworten kann und in der Lage ist, das Material, das man verkaufen will, auch selbst zu verarbeiten. Es galt, die Überzeugung zu vermitteln, dass man sein eigenes Handwerk versteht und für die Belange des Abnehmers Verständnis hat, dass man Beanstandungen ernst nimmt und kulant und schnell bereinigt.“

Hans Kaffenberger, Ende der 1930er Jahre

KINDHEITSERINNERUNG

„Auf jeden Fall hatten wir als Buben immer eine schöne bunte Indianerhütte“, erinnert sich Dr. Thilo Kaffenberger, Geschäftsführer und Mitinhaber der Böhler Lackfabrik schmunzelnd. „Farbreste aus Opas Firma waren genug da. Und wenn wir unsere Hütte wieder einmal frisch angestrichen hatten, sahen wir wirklich aus wie Indianer auf dem Kriegspfad. Die Kriegsbemalung gab's automatisch und gratis dazu.“

Dr. Thilo Kaffenberger

SÜDWEST MEILENSTEINE

10.08.1923

Georg Schöffler gründet das „Fabrikations- und Grosshandels-geschäft für Farben, Lacke und Malerbedarf“ in Neustadt an der Weinstraße.



Georg Schöffler
Hetzelsstraße 28 Fernsprecher 2824
Farben- und Lackfabrik
Grosß- und Kleinhandel.

Anzeige
nach § 47 GewStGef. und § 49 der Bef. d. Bgl. d. GewStG. über
nachschickende Steueranmeldung
nachschickende Steueranmeldung

Anmeldebogen: 1. August 1923

Georg Schöffler
Farben- und Lackfabrik
Bühl (Platz) bei Ludwigshafen a. Rh.
Inhaber: **Georg Schöffler** (Kass. Nr. 267)
geboren am: 19.1.1880 in: **Malkenmer/Pfalz**
in: **Malkenmer/Pfalz**
Glaubensbekenntnis: **katholisch** Staatsangehörigkeit: **deutsch**
Wohnung: **Neustadt a.d. Weinstr., Rathaus Str. 2**
Wohnung am letzten 10. Oktober: **Neustadt a.d. Weinstr., Rathaus Str. 2**
Geschäftsführer: **Boehl/Pfalz, Iggelheimer Str. 13/2**
Häufigkeit: **Boehl/Pfalz, Iggelheimer Str. 13/2**
bes in: **Neustadt a.d. Weinstr., Rathaus Str. 2** befindlichen Hauptgeschäft
Gewerbe, Grund und Zeitpunkt des Steuerbezuges bzw. der Steueranmeldung:
Verlegung des Geschäftsbetriebes von Neustadt a.d. Weinstr. nach Boehl/Pfalz.
Beförderer: **Boehl/Pfalz**
Obengenannte: **Boehl/Pfalz** am: **10. Okt.** in das: **Boehl/Pfalz**
Geschäft d.: **Boehl/Pfalz** Wohnung (10. Okt.): **Boehl/Pfalz**
Nr.: **Boehl/Pfalz** als Teilhaber eingetragen; außerdem mit folgenden Gewerbebetrieben angemeldet:
Boehl/Pfalz
Zahl der durchschnittlich beschäftigten Personen? **12**
Höhe des Betriebkapitals im Sinne der Steuerbefreiung? **RM. 49 900.--**
Einmaliger Steuerbetrag: **RM. 49 900.--**
Der Steuerbetrag: **RM. 49 900.--**
Geburtsort: **Boehl/Pfalz** geb.: **Hasslocher**
Beruf: **Boehl/Pfalz** In Stellung bei: **Boehl/Pfalz**
Minderjährige Kinder einschließlich Stief- und Pflegekinder, mittellose Angehörige:

Name	Beruf	Geburtsort	Glaubensb.
Heinz	Schüler	9.2.1921	katholisch

Bürgermeisteramt: **Boehl/Pfalz**
Zinsamt: **Boehl/Pfalz**
Georg Schöffler
ppb. **Boehl/Pfalz**

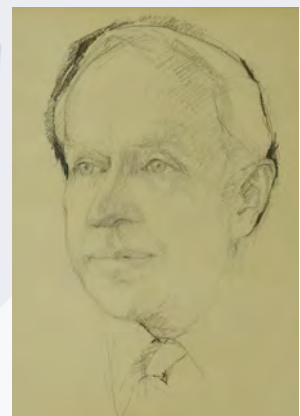
1929

Georg Schöffler erwirbt die Rathausdrogerie am Marktplatz in Neustadt an der Haardt.



02.01.1930

Hans Kaffenberger tritt als Geschäftsführer in die Fa. Georg Schöffler ein. Er übernimmt die Leitung der Rathaus-Drogerie. In wenigen Jahren verdoppelt er den Umsatz.



Hans Kaffenberger gründet einen Nebenbetrieb für Fußbodenpflegemittel und Schädlingsbekämpfung.

1937

Im Februar kauft Hans Kaffenberger, seit kurzem Schwiegersohn von Georg Schöffler, das heutige 6.000 Quadratmeter große Werksgelände in Böhl-Iggelheim aus einer Konkursmasse. Die damalige Halle wurde ursprünglich als Essiggurken- und Sauerkrautfabrik gebaut und in den 1920er Jahren als Möbelfabrik genutzt.

Die industrielle Produktion beginnt und die Eigenherstellung von Bindemitteln wird aufgenommen.

Hans Kaffenberger meldet die Wortmarke SÜDWEST für Lacke und Farben beim Patentamt an.



1939

Am 1. September bricht der 2. Weltkrieg aus. Die entscheidenden Rohstoffe zur Lackherstellung werden nur kriegswichtigen Unternehmen zugeteilt – dazu zählt SÜDWEST nicht. Das Unternehmen kann aufrechterhalten werden durch die Produktion und den Verkauf von Fußbodenfarbe.



1946

Der Neustart nach dem 2. Weltkrieg beginnt. Zusammengeübte Feuerwehrschräume dienen als Ersatz für fehlende Keilriemen. Was nicht ersetzt werden konnte: Leinöl, Holzöl, Kopale und Alkydharze. Erst ab 1949 können wieder Lacke für den Außenbereich hergestellt werden.



1947

Die Demontage des gesamten Unternehmens droht, sämtliche Maschinen und Einrichtungen werden von der französischen Militärregierung beschlagnahmt. 1949 wird die Demontage zurückgenommen.



1952

Hans Kaffenberger kreiert mehrere Markennamen und lässt sie beim Patentamt eintragen. Darunter auch der Name für das Produkt Paladur, das es heute noch gibt.

PALADUR®



1948

Hans Kaffenberger wird Teilhaber und knüpft erste Kontakte mit dem Farbengroßhandel.

1949

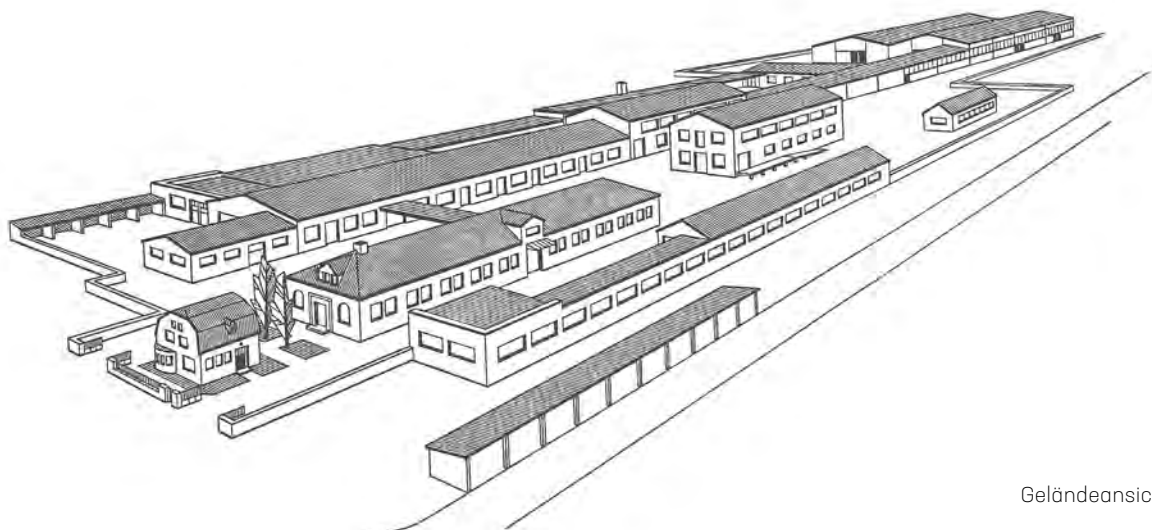
Lacke für den Außenbereich können wieder hergestellt werden.

1951

Nach Georg Schöfflers Tod übernimmt Hans Kaffenberger das Unternehmen und beliefert nahezu ausschließlich den Fachhandel. Der Fokus auf den zweistufigen Vertrieb ist bis heute eine wichtige Konstante für SÜDWEST.

1956/1957

SÜDWEST wächst und wächst. In diesen Jahren wird eine neue größere Halle errichtet.



Geländeansicht 1970

1963

Anmeldung der Wort-Bild-Marke „Jeder kann mit ELINORA“ beim Deutschen Patent- und Markenamt



1967

Zum Jahresende werden beide Söhne zu Teilhabern. SÜDWEST wird eine GmbH & Co. KG.

1968

All-Grund: SÜDWEST entwickelt die erste Universalgrundierung und setzt Maßstäbe, die bis heute unerreicht bleiben.



Produkte aus den 1950er bis 1970er Jahren

1969

Durch Brandstiftung bricht ein Feuer aus, das zum Glück nicht auf die Produktion und Lagergebäude übergreift. Mittlerweile arbeiten bei SÜDWEST über 100 Angestellte.



1970

SÜDWEST und drei weitere Unternehmen gründen die ROBULIT GmbH. Diese Kooperation bietet den Gesellschaftern Vorteile bei Einkauf und Wissenstransfer.

1975

Mit dem Erwerb der WIKULAC GmbH in Saarbrücken wird der Export in alle west-europäischen Länder systematisch ausgebaut und erreicht schließlich mehr als 40 % des Umsatzes.



1986

Da eine Unternehmensnachfolge aus der vierten Generation nicht erkennbar ist, nehmen die Gesellschafter das Kaufangebot der Dyckerhoff-Gruppe an. Allerdings scheitert die Diversifikationsstrategie und die erwarteten Synergiegewinne bleiben aus.

1987

Der Übernahme der v. Höveling Bootslacke liegt privates Interesse am Segeln zugrunde. Zwei Jahre später trennt man sich wieder von diesem Zweig.

1980

Dr. Thilo Kaffenberger, Sohn von Hans Kaffenberger, übernimmt weitgehend die Unternehmensführung.

1989

Umfirmierung von Böhler Lackfabrik in SÜDWEST Lacke

1981

SÜDWEST übernimmt Schramm Bauten- und Autoreparaturlacke. Im Folgejahr steigt der Umsatz um 25 %, eine hochmoderne, voll integrierte Abfüllstraße wird installiert. Das Autoreparaturlackprogramm wird 1990 verkauft.



1995

SÜDWEST wächst kontinuierlich, unter anderem wird ein neues Bindemittelager erbaut.



1980er-1990er Jahre

Die Kommunikationsmittel und die Lackdosen haben ihren ganz eigenen Charme: Es ist viel Farbe im Spiel und es darf gerne ordentlich glänzen.



1998

Auf dem neuesten Stand der Technik

V. l. n. r., hintere Reihe: die Herren Tippmann, Bugday, Hess, Leibfried, Konutgan Sami, Kuhn, Seban

vordere Reihe: die Herren Schumacher, Sieber, Bohlender, Frau Feldmann, Frau Thomas, Christ, Deck, Meinzer, Konutgan S., Reichling

1999

Die Entwicklungsarbeit mit der Fa. Ispo (später Sto) und Prof. Wilhelm Barthlott führt zum Erfolg: Lotusan®, die erste und einzige Fassadenfarbe mit Lotus-Effect®, geht an den Start.



2001/2002

SÜDWEST wird gemeinsam mit dem Schwesterunternehmen Beissier von der Sto-Gruppe gekauft und ist jetzt im richtigen Umfeld: ein globaler Konzern, geführt von einer Gründerfamilie. SÜDWEST ergänzt den Direktvertrieb der Sto-Gruppe mit seinem traditionsreichen zweistufigen Vertriebsmodell.

sto  **Beissier**



2003

SÜDWEST mischt mit: All-Color AquaMix: für wasserbasierende Lacke, Lasuren, Innen- und Fassadenfarben ...



2004

... gefolgt von All-Color ClassicMix: Lack-in-Lack-Technologie für lösemittelbasierende Lacke, Lasuren und Spezialprodukte.



2006

Gründung von „Pfalzfarben“ – die Auszubildenden führen eine Übungsfirma. Und das mit Erfolg. Pfalzfarben hat so viele Stammkunden gewonnen, dass die Zahl der Auszubildenden verdoppelt werden kann.



Geschäftsführer Georg Grum, Sebastian Pelgen, Stephan Hetterich, Florian Jung und Ausbildungsverantwortlicher Peter Brück (v. l. n. r.)



Marcel Schwarz, Sarah Zöller, Vincenzo Pacenzia (v. l. n. r.)

2009

AquaVision® All-Grund: Die wässrige Universalgrundierung überzeugt mit enorm schneller Trocknung.



2010

All-Deck®-Weißlacke mit Dendrimer-Technologie



2012

AquaVision®-Lacke: neue Produkte auf PU-Hybrid-Basis. Die Vorteile zweier Bindemittel werden kombiniert – für einen optimalen Verlauf und strapazierfähige Oberflächen.



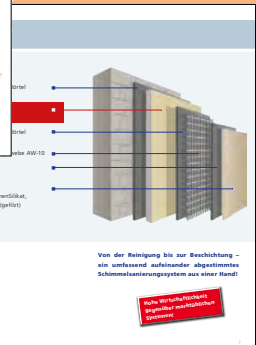
2013

Bio-InnenSilikat: die erste Innenfarbe mit natureplus®-Siegel. Allergiker atmen auf.



2016

KlimaKomfort – das Schimmelsanierungssystem begeistert mit einer außergewöhnlich hohen Wasseraufnahmekapazität.



2017

Mit Drytec®-Fassadenfarbe geht ein weiteres bionisches Produkt an den Markt: Regen, Nebel oder Tau trocknen rasant ab. Drytec eignet sich für zahlreiche Untergründe ...

2019

... und mit der bionischen Wetterschutzfarbe Drytec® HolzProtect sind auch Hölzer optimal geschützt.



2021

Das neue Logistikzentrum in Böhl-Iggelheim wird eröffnet. Die Lager-, Kommissionierungs- und Versandprozesse sind ab jetzt deutlich effizienter. Auf über 2.000 Quadratmetern lagern hier ca. 3.450 Paletten. Der hochmoderne Neubau ist ein Bekenntnis zum Standort Böhl-Iggelheim.



Landrat Clemens Körner, Bürgermeister Peter Christ, Hans-Jörg von Rhade (v. l. n. r.)

2023

SÜDWEST feiert die 100-jährige Erfolgsgeschichte.

100
1923 – 2023
SÜDWEST

DA WÄRE NOCH ...



DER TRAUM VOM GOLDENEN UMWELTENGEL

In den 1980er Jahren wurde das Siegel „Blauer Umweltengel“ an Lacke vergeben, die nur 15 statt 40 Prozent Lösemittel enthielten. Eigentlich eine gute Idee. Leider gingen Lacke und Farben, die sowieso nur einen Lösemittelanteil von ein bis 2 Prozent hatten, leer aus. Denn diese gehören zu einer anderen Kategorie. So konnte es passieren, dass Verbraucher, die meistens Laien sind und ihre Kaufentscheidung nur nach Kennzeichen treffen können, Produkte mit blauem Engel als umweltfreundlicher wahrnahmen als zum Beispiel Dispersionsinnenfarben. Dr. Thilo Kaffenberger sah hier eine Wettbewerbsverzerrung und forderte vom Bundesumweltministerium die Einführung eines Goldenen Umweltengels für Produkte mit geringem Lösemittelanteil. Das Thema ging durch die Medien, doch leider blieb der Erfolg zunächst aus. Immerhin: Jahre später wurde der Blaue Engel auch für emissionsarme Innenwandfarben eingeführt.



HIER HABEN DIE AZUBIS DAS SAGEN

Learning by Doing ist in praktischen Berufen eine hervorragende Möglichkeit, Fortschritte zu machen. Bei SÜDWEST gibt es deshalb einen Betrieb im Betrieb. Im Werksverkaufsunternehmen Pfalzfarben bestimmen die Azubis über Buchhaltung, Bestandsführung, Jahresplanung und kaufmännische Organisation bis hin zu Marketingaktionen und der Gewinn- und Verlust-Rechnung.

Die Vielfalt der Aufgaben stärkt die Eigenverantwortung, gibt allen Beteiligten ein gutes Verständnis für die Zusammenhänge in einem Unternehmen und fördert das Zusammengehörigkeitsgefühl. Die Azubis erlangen einen sicheren Umgang mit Kunden. Mittlerweile ist die Zahl der Stammkunden des Werksverkaufs weiter gestiegen, wodurch wir die Anzahl der Ausbildungsplätze verdoppeln konnten.

DM untersuchte von 15 Lackfabriken je sechs Selbststreichlacke: Blau, rot, grün, grau, weiß und schwarz. Innerhalb des Lacksortiments der einzelnen Firmen gibt es oft erhebliche Unterschiede. Manche machen ein gutes Rot, andere verstehen es besser, Grau herzustellen.

1 An der Spitze der Zuverlässigkeit liegt:



Südwest
Super-Kunstharz-Lack
Hersteller:
Böhler Lackfabrik, Böhl
mit sechs empfehlenswerten Lacken.
Der Preis für einen halben Liter beträgt 3,05 Mark.

Fünfmal empfehlenswert wurde:



Flamuco
Germania-Hartglasur
Hersteller:
Vereinigte Farben- & Lackfabriken, München
Bei den Farben Rot und Grau konnten überhaupt keine Mängel festgestellt werden.
Wer einen halben Liter kauft, zahlt etwa 5,40 Mark.

2 Viermal empfehlenswert schnitten folgende Firmen ab:



Ducolux
„Lack von Weltruf“
Hersteller:
Hermann Wiederhold,
Hilden/Rheinland
Die Farben Blau, Rot, Schwarz und Weiß sind gut. Grau und Grün fallen in der Qualität ab.
Ein halber Liter kostet 7,85 Mark, bei Weiß 6,90 Mark.



Glasurit
Bunt-EA
Hersteller: M. Winkelmann AG., Hamburg
Rote und graue Lacke von Glasurit sind weniger gut. Die anderen Farben können empfohlen werden.
Halbliterpreis etwa 5,45 Mark, bei Rot 6,25 Mark.



Glemadur
tropffrei, thixotrop
Hersteller: Dr. Kurt Herberts & Co. Wuppertal
Glemadur tropffrei ist in der Verarbeitung angenehm. Wie alle sogenannten thixotropen Lacke wird die Farbe als Paste auf den Pinsel aufgetragen. Erst beim Streichen verflüssigt sich der Lack.
Ein halber Liter kostet etwa 7,75 Mark.

3 Drei Lacksorten waren bei diesen Marken einwandfrei:



herbol
schlagfester
Hersteller:
Herbol-W.
Schwarz
sehr gut.
Blau sind
Preis für
6,85 Mark
Rot 7,70

Sohn Udo verlobte sich im Frühling. Inzwischen baute ich mir ein kleines Bauplatz, den ich schon hatte, so daß Sohn Udo, nachdem er hatte, mit seiner jungen Frau von mir bewohnte Haus in Böhl.

Der sich stetig ausweitende Umfarben, vorwiegend für den Dö-Anschaffung moderner Abfüllmaschinen in der ehemaligen Lackküche re Ausweg war, an der gleichen Stelle. Damit keine Betriebsunterbrechungen, wurde mit einer größeren Eisenbahn während darunter weitergearbeitet. Der Neubau fertig war, erfolgte innerhalb einer Woche ermöglicht. Woche war der Neubau eingeführt. Gleichzeitig mit der direkt anschließende zweigeschossige Halle, die einmal Maschinenraum, Bindemittel- und Trockenfarben-Lager aufnehmen sollte (die Entwicklung erforderte aber eine andere Lösung).

Im Jahre 1964 hat die damals in großer Auflage erscheinende Test-Zeitschrift „DM-Test“ eine Reihe von bekannten Lackmarken in Außenbewitterung einer vergleichenden Prüfung und Beurteilung unterzogen und die Ergebnisse veröffentlicht. Die dafür ausgewählten Lacke waren in verschiedenen Stuttgarter Farben-geschäften ohne Wissen der Hersteller gekauft worden. Daß

- 28 -

unsere Marke „SÜDWEST Super“ auch dabei war, erfuhren wir erst bei Erscheinen der betreffenden Zeitschriftenausgabe. Wir lagen mit unserer Fabrikat in der Qualitätsbeurteilung an der Spitze. Alle anderen Marken, auch die größten und bekanntesten, folgten erst an zweiter, dritter und vierter Stelle. Das war ein unverhofftes Geschenk und eine großartige Werbung. Allerdings wurde uns auch ein Dämpfer versetzt. Bei einer telefonischen Rückfrage der Testzeitschriftenredaktion in unserer Verkaufsabteilung nach dem Preis für „SÜDWEST Super“ nannte man statt des Endverbraucherpreises den Händler-Einkaufspreis, der dann auch veröffentlicht wurde. Das gab Komplikationen. Gleichzeitig machte einer unserer Mitarbeiter eine sehr ungeschickte Bemerkung über eine Wettbewerbsfirma und deren getestetes Produkt, was auch zur Veröffentlichung kam. Die Firma drohte sofort mit einer gerichtlichen Klage, die ich nur vermeiden konnte durch persönliche Verhandlung mit dem Firmenchef. Trotz dieser Panne war die Testveröffentlichung ein großer Erfolg für uns, der sich in den folgenden Jahren auch umsatzmäßig günstig auswirkte. Es konnten eine Reihe von Interessenten aus dem Farbenhandel in bisher von uns noch nicht bearbeiteten Gebieten als Kunden gewonnen werden, vor allem durch persönliche Besuche.

Wenn man mich nach den Ursachen der ausgezeichneten Beurteilung unseres Lackes fragte, so konnte ich mit gutem Gewissen sagen: Die besten auf dem Markt befindlichen Rohstoffe, größte Sorgfalt bei der Herstellung, eingehende praxisnahe Prüfung der fertigen Produkte und jahrelange Beobachtung der Probeaufstriche auf den Bewitterungsanlagen.

ENDE GUT, ALLES SUPER!

Dass Höhenflüge und Dämpfer sich gerne mal abwechseln, ist bekannt. Hier war das Wechselbad der Gefühle doch recht wild. Letztendlich zählt aber immer das Ergebnis: Und das war einfach super!

DAMALS DER ERSTE, NOCH HEUTE DER BESTE



OFT KOPIERT, NIE ERREICHT

Eine ganze Produktkategorie verdankt SÜDWEST All-Grund ihren Namen. Denn zum Verkaufsstart vor 55 Jahren gab es einfach keine Grundierung, die sich so universell einsetzen ließ und dabei in Sachen Haftung und Korrosionsschutz solche Maßstäbe setzen konnte. Der All-Grund war geboren. Was uns stolz macht: Er wurde oft kopiert, aber nie erreicht.

ALL-GRUND GEHT MIT DER ZEIT

Als Erfinder des Originals haben wir diese Führung nie aus der Hand gegeben, sondern den All-Grund immer den Marktbedürfnissen entsprechend weiterentwickelt. So wurde die Trocknungszeit verbessert, denn für Profis zählt Effizienz. Für Innenräume gibt es die wasserbasierte und geruchsmilde Variante All-Grund Speed-Primer. Sie überzeugt durch eine rasante Trocknung mit hoher Endhärte.

Korrosionsschutz

Es gibt einen Grund, warum immer mehr Grundierungen aus der Maler-Werkstatt fliegen: All-Grund von SÜDWEST.

VORHER

Holz, Eisen, Zink, Kunststoff – für jeden Untergrund eine eigene Grundierung? – Muß das wirklich sein? – Nein! Grundierungen sind kein Grund dafür, die Malerwerkstatt unnötig mit allen möglichen Primern vollzustopfen. Es gibt jetzt keinen Grund mehr dafür, für jeden Untergrund eine andere Grundierung einzusetzen, denn: es gibt All-Grund – die technologisch überlegene Grundierung für jeden Untergrund – eine Spezialität aus dem Hause SÜDWEST. All-Grund – ein Grund zum Wechseln. Denn All-Grund spart nicht nur Platz in der Werkstatt, sondern auch Geld, weil er leichter und schneller zu verarbeiten ist, in Rekordzeit trocknet und problemlos überlackiert werden kann. Zeit und Platz ist Geld, gerade für den Fachmann. Deshalb entscheiden sich

NACHHER

immer mehr erfahrene Malermeister für SÜDWEST All-Grund. Denn SÜDWEST All-Grund ist alles in einem, Grundierung für Holz, Rostschutz für Eisen, Haftvermittler für Zink und Kunststoffe.

All-Grund – alles aus einer Dose

Da kann man jetzt nichts mehr falsch machen! Sie sehen, es gibt viele Gründe, mit Ihrem Großhändler einmal über SÜDWEST All-Grund zu sprechen.



Diese Fachinformation entstand mit Unterstützung und produkt-technologischer Beratung des Hauses

SÜDWEST

55 JAHREN DER RENNER

SÜDWEST All-Grund, das Original: Der für alles.

Alle möglichen Qualitätsgrundierungen, Aromaten als Lösemittel. Nach der EG-Zubereitungsrichtlinie werden Grundierungen deshalb kennzeichnungsfrei. Nicht so der SÜDWEST All-Grund, der auch nach dieser neuen EG-Kennzeichnungsfrei bei bewährter bester Grundierleistung und Grundierbarkeit mit universeller Eignung als Haftvermittler für Eisen, Haftvermittler für Kunststoff, Grundanstrich für Zink, Grundanstrich für Aluminium und Holz.



Z 90-0028



SÜDWEST
 SÜDWEST Lacke • Farben GmbH & Co. KG
 Eggenheimer Straße 13, Postfach 12 41
 D-67337 BÜNDL-EGGENHEIM, Telefon 0 63 2477 09-0
 Telefax 0 63 2477 64 82
 Austin, Auftragspreis 0632477 09-0

500 FUSSBALLFELDER IN EINEM JAHR

SÜDWEST All-Grund ist seit 55 Jahren am Markt. In dieser Zeit wurden riesige Mengen produziert und endlose Quadratmeter Fläche damit beschichtet. Allein 2015 wurden ca. 320.000 Liter für die Länder Deutschland, Niederlande, Frankreich und Spanien produziert. Bei einer Ergiebigkeit von 10 Quadratmetern pro Liter entspricht das etwa 500 Fußballfeldern.

MEISTERT JEDE OBERFLÄCHE

SÜDWEST All-Grund kennt keine „schwierigen Untergründe“. Für besondere Herausforderungen gibt es 2K-Lösungen im Sortiment. Eine wasserbasierte für glatte Oberflächen wie Fliesen, Glas oder Keramik und eine lösemittelbasierte, die extrem schnell trocknet und auch als Füller eingesetzt werden kann. SÜDWEST All-Grund ist und bleibt damit die Universalgrundierung Nummer eins für alle erdenklichen Fälle.



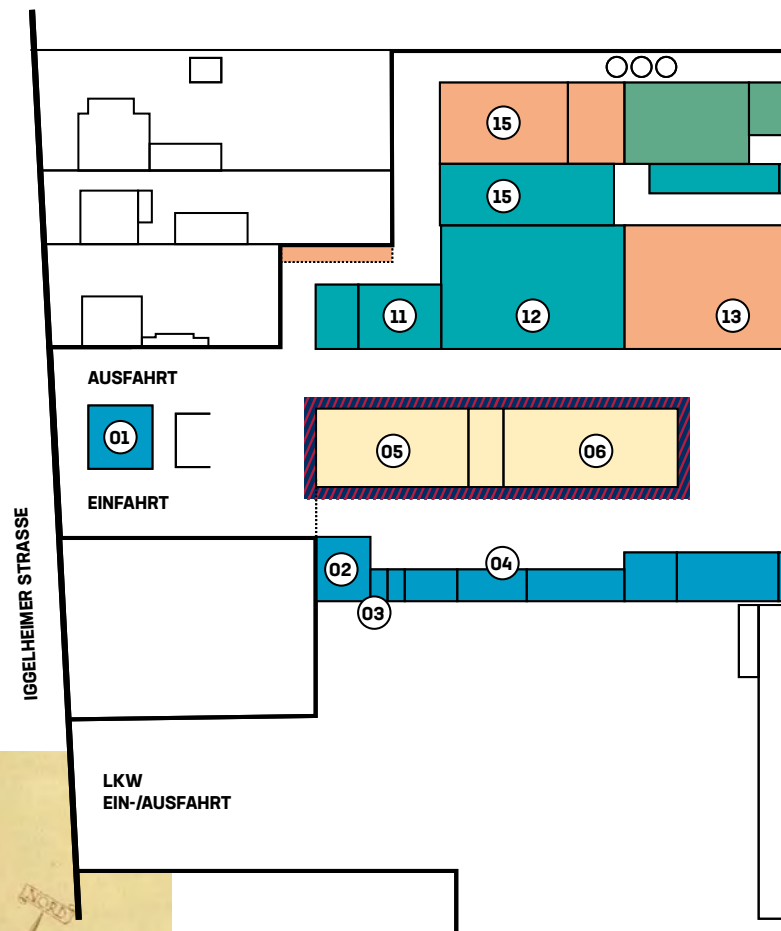
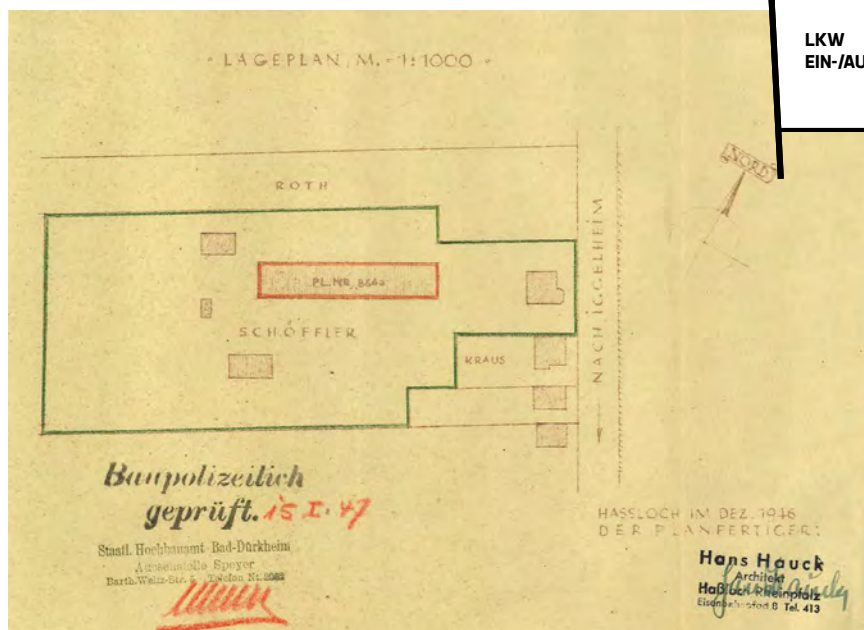


SÜDWEST
2023

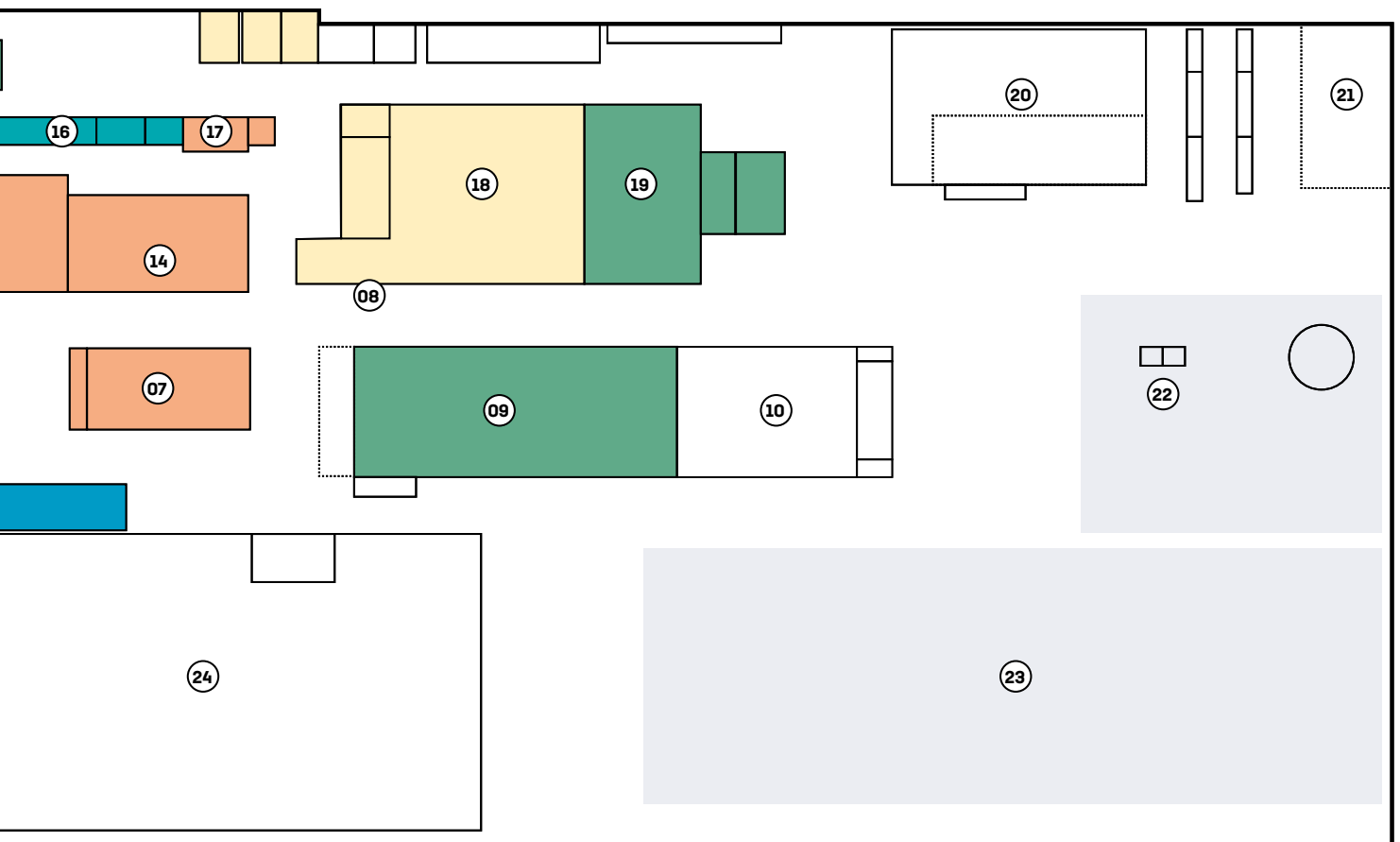
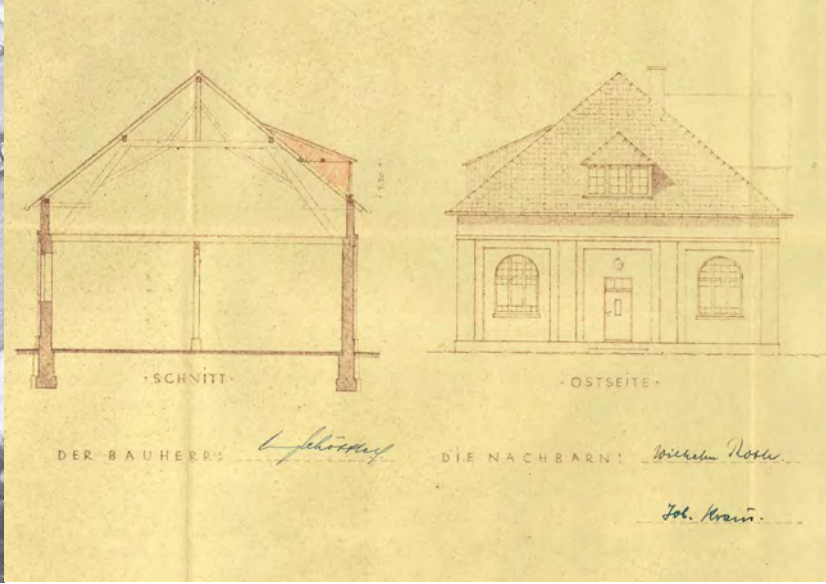
HIER HAT SICH VIEL VERÄNDERT 1937 BIS HEUTE

Bei einer so bewegten Geschichte wie der von SÜDWEST blieb manchmal kein Stein auf dem anderen. In den 100 Jahren hat sich viel getan. Einst das kleine Firmengelände einer ehemaligen Sauerkrautfabrik, heute ein moderner Produktions- und Logistikstandort für Baubeschichtungen.

Immer wieder wurden Grundstücke hinzugekauft, Hallen errichtet, Gebäudezwecke verändert, Anlagen modernisiert. Der jüngste große, aber mit Sicherheit nicht der letzte Zuwachs ist das Logistikzentrum von 2021. Veränderung liegt nun mal in der Natur des Fortschritts.



- 1937
- 1949/51
- 1956/58
- 1962/64 (66)
- 1968/71
- 1973/74



Werksgelände 2021

- | | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|
| 01 Wohnhaus/Casino | 10 Fertigwarenlager | 18 Produktion ab 1970 |
| 02 Mix-Technik | 11 Paketversand | 19 Abfüllung ab 1970 |
| 03 Registratur | 12 Lackproduktion 1955 - 1970 | 20 Rohstofflager ab 1990 |
| 04 Fertigwarenlager bis 1961 | 13 Abfüllung bis 1970 | 21 Altstofflager |
| 05 Verwaltung (Ursprungsgebäude) | 14 Büros und Labor | 22 Wetterstand |
| 06 Aweta (Ursprungsgebäude) | 15 Dispersionsproduktion 1970 - 1975 | 23 Freifläche |
| 07 Abfüllanlage | 16 Sacklager Harze 1962 - 1975 | 24 Logistikzentrum ab 2022 |
| 08 Warenannahme | 17 Schlosserei | |
| 09 Emballagenlager | | |

KAFFEE- KLATSCH

Moment mal - 100 Jahre? Dafür muss man schon weit zurückdenken. 1923 wurde in London das Wembley-Stadion eröffnet und in Le Mans fand das erste 24-Stunden-Rennen statt. Die Ideen aus dem Bauhaus hatten ihren ersten öffentlichen Auftritt und in Deutschland stieg die Inflation rasant an. Edwin Hubble bewies die Existenz von Himmelskörpern außerhalb unserer Galaxis.

Das sind zweifellos folgenreiche Ereignisse, aber machen wir uns nichts vor: Georg Schöfflers Gründung seines Farbhandels damals am 10. August in Neustadt hatte regional genauso viel Gewicht. Wahrscheinlich sogar mehr, wenn man die Menschen hier befragt. Und genau das haben wir getan, quer durch alle Abteilungen. Vielleicht finden wir irgendwo das Erfolgsgeheimnis für 100 Jahre SÜDWEST.



GESCHÄFTE WERDEN VON MENSCHEN GEMACHT

Bei SÜDWEST wird spürbar, wie sehr das stimmt. Ob Export, Vertrieb, Anwendungstechnik oder eine andere Abteilung – überall ist das Verhältnis zum Kunden, zum Verarbeiter oder untereinander untrennbar mit dem eigenen Erfolg verbunden. Was glauben die Mitarbeiter, wie so ein gutes Verhältnis aussehen kann?



Andrea Schumacher, ehem. Exportmanagerin

OFFENHEIT UND FAIRNESS

Hermann Arend, ehemaliger Mitarbeiter im technischen Support und in der Anwendungstechnik, hat unter anderem vor vielen Jahren das Reklamationswesen bei SÜDWEST auf die Beine gestellt. Er findet Offenheit und Fairness unverzichtbar: „Mir war es immer wichtig, das Beste für das Unternehmen zu erreichen. Und manchmal bedeutet das, das Beste für den Kunden rauszuholen. Ein Geschäftsführer sagte mir mal zu einem Reklamationsfall: ‚Fahren Sie dahin. Sie müssen den Kunden beruhigen.‘ Ich sagte: ‚Ich kann den Kunden nicht beruhigen, ich kann ihn nur entschädigen.‘ Und wenn ich mal eine Beanstandung abgelehnt habe, dann musste diese Entscheidung immer nachvollziehbar sein. Anders sind langfristige, vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen nicht machbar.“ Diese Form des unbürokratischen Beistands ist auch für viele andere Mitarbeiter bei SÜDWEST eine wichtige Zutat für eine erfolgreiche Partnerschaft.

VON PARTNERSCHAFT ZU FREUNDSCHAFT

Die ehemalige Exportmanagerin Andrea Schumacher hatte mit vielen Kunden aus ganz Europa zu tun. Was diese für typisch Deutsch hielten? „Man schätzt unsere Zuverlässigkeit sehr“, sagt sie. Wohl die beste Voraussetzung für langjährige Geschäftsbeziehungen. Damals wie heute waren die Niederlande der größte Exportkunde von SÜDWEST. Andrea Schumacher betreute das Partnerunternehmen schon, als sie dessen heutige erwachsene Geschäftsführer noch als kleine Söhne des damaligen Inhabers erlebte. Auch das scheint typisch für SÜDWEST: Aus manchen Geschäftsbeziehungen haben sich über die Jahre viele Freundschaften entwickelt. Mit Kunden, aber auch im Unternehmen selbst.

DER PERSÖNLICHE KONTAKT ZÄHLT

Was aber, wenn man sich nicht mehr begegnen kann? Bis 2020 konnte sich niemand vorstellen, dass es auch ohne direkten Kontakt gehen muss. Die Coronapandemie hat weltweit unser Verständnis von Zusammenarbeit auf den Kopf gestellt. Wo es ging, durfte man von zu Hause aus arbeiten, wofür auch bei SÜDWEST die allermeisten dankbar waren. Allerdings ging für viele auf Dauer das Zusammengehörigkeitsgefühl etwas verloren. Andrea Schumacher: „Mir ist der persönliche Kontakt immer sehr wichtig gewesen. Produkte erklären – das geht am Telefon nicht. Man muss das zeigen können.“ Ähnlich sieht es Außendienstler Matthias Heck: „Kundenbindung ohne persönlichen Kontakt – daran glaube ich nicht. Einen direkten Ansprechpartner für technische Beratung und Reklamation finde ich unverzichtbar.“



Matthias Heck, Außendienst



Jonas Knoll, Luca Kirchner,
Henrik Kuntz (v. l. n. r.)

ÜBER DEN TELLERRAND HINAUS

SÜDWEST fördert auch den Austausch im Unternehmen, was nicht nur das Zusammengehörigkeitsgefühl intern stärkt. Jeder Azubi durchläuft alle Abteilungen und bekommt so einen Überblick und ein gutes Verständnis für die Zusammenhänge des mittelständischen Unternehmens. Die Auszubildenden sind bei SÜDWEST auch für den Werksverkauf verantwortlich und führen praktisch einen Betrieb im Betrieb. Sie übernehmen das Marketing, die Buchhaltung und alles, was sonst noch dafür anfällt. Ein kluger Ansatz mit Mehrwert für die Zukunft.

Die drei ehemaligen Azubis Luca (Vertriebsinnendienst), Henrik (Vertriebsinnendienst) und Jonas (Versand) betonen, wie leicht es ihnen gefallen ist, im Unternehmen Fuß zu fassen. Luca: „Ich bin gut hier reingekommen. Es geht familiär zu, wir kennen die Prozesse und die Leute. Es gibt kurze Dienstwege. Meine Zukunft sehe ich eigentlich nicht in einem Konzern.“ Jonas sagt: „Hier ist es nicht wie bei der BASF mit 40.000 Leuten, wo du eine kleine Nummer bist und nicht weißt, wo es hingehet oder welche Rolle du spielst. Als Azubi wird man hier wertgeschätzt.“ Die Entscheidung, selbst auszubilden und die Ausgelernten auch zu übernehmen, wird überall positiv gesehen. „Dass viele Azubis von SÜDWEST ihre Karriere hier auch fortsetzen, ist ein großer Vorteil, weil sie den Betrieb gut kennen. Das wird sich in Zukunft auszahlen“, sagt Henrik.

48 + 52 = 100
100 JAHRE SÜDWEST -
100 % KUNDENNÄHE

Abmachungen einhalten, Verantwortung übernehmen, Erfahrung ausspielen: Es gibt eine Reihe objektiver Kriterien für eine gute Partnerschaft. Statistisch weniger leicht zu erfassen, aber heute wohl wichtiger denn je: die Bedürfnisse des Kunden verstehen und Lösungen bieten!



100
1923 - 2023

SÜDWEST

WIE DIE ZEITEN SICH ÄNDERN

Je weiter man zurückschaut, desto fremder wirkt die Vergangenheit. In der Gesellschaft, im Denken und auch bei SÜDWEST. Manches erscheint heute fast unvorstellbar. Offene Bindemitteltanks, Frauen bei körperlicher Schwerstarbeit, eine Zeit ohne Produktmanagement.

„WEIL WIR DAS SCHON IMMER SO GEMACHT HABEN.“

Diesen Satz sagt man nur, wenn man nicht an eine bessere Zukunft glaubt. Als der ehemalige Mitarbeiter Hermann Arend 1985 bei SÜDWEST anfang, bekam er diesen Satz noch oft zu hören, als wäre er das Normalste der Welt und überhaupt die beste Erklärung für alles Mögliche. „Hier war altes Denken noch sehr verbreitet. Was man gesagt bekam, hielt man für richtig und so wurde es dann auch gemacht, egal, ob das wirklich sinnvoll war“, so Arend.

Doch das ist viele Jahrzehnte her. Wer heute diesen Satz bei SÜDWEST sagt, sollte schnell eine Pointe folgen lassen. Selbständiges Denken und Arbeiten sind gerne gesehen und werden gerne praktiziert. Die Vorgesetzten vertrauen ihren Mitarbeitern, was für viele zu einer gesunden Atmosphäre beiträgt. „Wenn ich Verantwortung übernehme, dann möchte ich die Dinge auch von Anfang bis Ende entscheiden. Heute werde ich vom Chef nicht zusammengefaltet wegen einer Gut-schrift. Da gab es auch andere Zeiten“, sagt Beate Malchow aus dem Vertriebsinnendienst.

DAS STARKE GESCHLECHT AUS DER ABFÜLLEREI

In einer Zeit vor dem Palettierroboter mussten die frisch abgefüllten Gebinde bei SÜDWEST noch von Hand auf Paletten gestellt werden. Für diese schwere Aufgabe kam natürlich nur ein Personenkreis infrage: Frauen. „Jede Arbeiterin bewegte beim Palettieren pro Tag acht Tonnen. Frauen haben auch alle Abfüllmaschinen bedient und alle Leerbehälter gebracht“, erinnert sich Günter Reichling, ehemaliger Produktionsleiter bei SÜDWEST.

ES GAB VIEL ZU TUN

Ähnlich historisch muten die offenen Bindemitteltanks an, die es vor Jahrzehnten noch gab. Joachim Christ, Mitarbeiter Instandhaltung und Technik, erinnert sich an seine Anfangszeit 1993: „Ich will's mal so sagen: Es gab viel zu tun. Aber in den nächsten Jahrzehnten wurde auch sehr viel gemacht. 1995 haben wir das Bindemitteltanklager gebaut. Das habe ich noch von Anfang an mitgeplant. Ich habe Kabelbetten und Tragsysteme gebaut, alles angeschlossen und weiß heute genau, welche Kabel wo verlaufen. Das neue Logistikcenter ist ein hochmoderner Bau, aber der wurde schlüsselfertig hingestellt. Das ist erstmal eine fremde Anlage für mich.“



Günter Reichling, ehem. Produktionsleiter



Susanne Pfisterer,
Leitung Forschung

WO BLEIBT DAS PRODUKTMANAGEMENT?

Es ging auch lange Zeit ohne Produktmanagement bei SÜDWEST. Aber wie? Susanne Pfisterer, Leitung Forschung und Entwicklung, erinnert sich: „Das war teilweise richtig anstrengend. Der Außendienst hat spontan angerufen: ‚Frau Pfisterer, ich brauche mal dies und das.‘ Jeder wollte was anderes. Als dann das Produktmanagement kam, war das die richtige Entscheidung. So gab es endlich einen Puffer zwischen Vertrieb, Labor und Produktion.“

EINE SELTENE GELEGENHEIT

Mit der Übernahme durch die Sto-Gruppe brauchte SÜDWEST ein Produktmanagement. Dr. Klaus Müller und Christian Schubert haben diese Aufgabe 2002 übernommen und das komplette Farbsortiment neu entwickelt. „Die Gelegenheit, ein Sortiment von null aufzubauen, gibt es normalerweise nie. Das war eine tolle Zeit, in der wir viel bewegt haben. Der blaue Eimer ist da entstanden. Ich denke, damals haben wir die Grundlage für das erfolgreiche Sortiment von heute gelegt“, erinnert sich Christian Schubert.

Alle alten Produkte wurden gestrichen und ein kleines Sortiment mit ca. 10 Produkten wurde auf die Beine gestellt. Damals neu im Programm: die Profi XXL. Sie generierte fast

eine Million Euro Umsatz aus dem Stand und ist heute das wichtigste Produkt mit ca. 10 Prozent Anteil am Gesamtumsatz. Endlich konnte SÜDWEST zielgenau auf die Bedürfnisse am Markt reagieren.

INNOVATION? JETZT SCHON?

Computer haben alles verändert. Aber es dauerte ein bisschen, bis sie die Industrie wirklich erobert hatten. Auch bei SÜDWEST war die Annäherung zu Beginn zaghaft.

HERR LECKEL GEGEN DAS INTERNET

Neue Entwicklungen wurden bei SÜDWEST genau unter die Lupe genommen. Dr. Klaus Müller erzählt: „Anfang der 90er Jahre waren E-Mail und Internet eine Neuheit. Unser damaliger Werbeleiter Herr Leckel wollte genau wissen, was das taugt und verkündete: ‚Ich schicke jetzt von meinem Büro aus eine E-Mail ab und wenn die schneller im Sekretariat ist, als ich, dann bin ich überzeugt.‘ Er schickte die E-Mail ab und rannte so schnell er konnte den Gang entlang durchs halbe Gebäude. Als er eintraf war die E-Mail schon da und Herr Leckel zufrieden.“

EIN COMPUTER MUSS REICHEN

Susanne Pfisterer: „1998 hat das Labor endlich einen Computer bekommen. Einen! Weil unser Laborchef Angst hatte, die Leute würden nur im Internet rumsurfen. Bis ich ihm erklärt habe, dass wir das Internet dringend brauchen für die Rohstoffbestellung und dass uns die Wettbewerber sonst davonziehen.“

DATENVERUNSICHERUNG

1998 war auch das Jahr, in dem eine junge Uni-Absolventin im Controlling eingestellt wurde und „nebenher“ auch noch für die EDV-Anlage verantwortlich sein sollte. Eigenverantwortung wurde bei SÜDWEST zu dieser Zeit schon großgeschrieben. Keine Erfahrung mit Computern? Kein Problem, solange alles funktioniert. Leider brach die nächtliche Datensicherung immer wieder ab und unsere junge Controllerin (nennen wir sie Michelle Götze) machte sich große Sorgen um die Unternehmensdaten.

Allein mit ihrem Erfolgsdruck rief sie einen IT-Experten an, der ihr helfen sollte, diese Zeitbombe zu entschärfen. Und genauso filmreif war es dann auch: Eine verunsicherte Michelle Götze schilderte einen Abend lang übers Telefon, was auf dem Bildschirm zu sehen war und empfing im Gegenzug immer wieder Anweisungen, was sie einzugeben hatte – nie so ganz sicher, ob das wirklich klappen würde. Aber es gab ein Happy End. Heute ist man auch im Controlling froh um die elektronische Unterstützung, aber es wird immer noch gerne einmal nachgeprüft, ob alles seine Richtigkeit hat.

Dass sie die Datenbänder damals noch im Wechsel mit einer Kollegin aus Sicherheitsgründen jeden Abend mit nach Hause nehmen musste (denn ein Back-up sollte nie am gleichen Ort aufbewahrt werden wie die Originaldaten), wollen wir an dieser Stelle nicht vertiefen.

Y2K – VIEL LÄRM UM NICHTS

1999 wusste auf der ganzen Welt niemand so richtig, ob unsere Computer und Steuerungssysteme auch fürs neue Jahrtausend gemacht waren. Das kommt davon, wenn sich auf der ganzen Welt ein System etabliert hat, das von vierstelligen Jahreszahlen nur die letzten beiden Stellen zählt. Joachim Christ: „Ich habe alle Anlagen, die fehleranfällig sein könnten, aufgelistet: Prozessleitsysteme, Telefonanlagen, Gaswarnanlagen, Brandmeldeanlagen und Heizungsanlagen ... und die Hersteller angerufen, ob es ein Problem geben könnte. Das war ein ganz schöner Aufwand, aber am Ende ist nichts passiert.“

BÜROARBEIT HEUTE

Die Unterstützung durch elektronische Datenverarbeitung bringt zwar viele Vorteile mit sich, dafür muss heute mehr geprüft und dokumentiert werden als früher, um Rechtssicherheit zu haben. Joachim Christ: „Früher war ich sieben Stunden draußen und eine Stunde drin, heute habe ich mindestens die Hälfte des Tages Büroarbeit.“ Mittlerweile hat bei SÜDWEST also jeder seinen Computer mit Internetanschluss. Anders wäre die Coronapandemie auch nicht zu meistern gewesen. Natürlich gibt es noch Stolpersteine.



Joachim Christ, Instandhaltung und Technik

**2,5 x 40 = 100
100 JAHRE SÜDWEST -
100 % QUALITÄT**

Auch nach 100 Jahren Firmengeschichte ist der Lack noch lange nicht ab. Denn egal ob 2,5-Liter-Dose, größer oder kleiner – eins hat sich in all den Jahrzehnten nicht verändert: Wo SÜDWEST draufsteht, steckt allerhöchste Profiqualität drinnen!



100
1923 – 2023

SÜDWEST

MIR GEFÄLLT'S

Die allermeisten kommen zu SÜDWEST, um zu bleiben. Quer durch alle Abteilungen ist die Fluktuation sehr gering und es zeigt sich eine sehr hohe Zufriedenheit. Aber woher kommt die genau?

„Das ist meine Heimat und ich habe hier einen tollen Arbeitgeber, wo ich mit dem Fahrrad hinkann. Zum anderen habe ich hier so viel bewegt. Wenn ich mir das Sortiment der Lacke und Lasuren anschau, ist fast jedes davon mein Baby. Die Produkte sind alle von mir beeinflusst und angepasst worden. Mir würde es schwerfallen zu wechseln und mein Know-how woanders einzusetzen.“

Dr. Klaus Müller, Produktmanagement (rechts)

„Mein Job ist total abwechslungsreich. Manchmal weiß man morgens nicht, was der Tag bringt. Und ich habe hier Freunde gefunden. Das würde auch verloren gehen. Also ich kann mir keinen Wechsel vorstellen. Natürlich gibt es auch schwierige Tage, aber das gehört immer dazu.“

Christian Schubert, Produktmanagement (links)



„24 Jahre sind eine lange Zeit, aber hier drinnen ist es kurzweilig. Es wird viel gelacht. Ich könnte mir das Klima nicht besser vorstellen. Und die Kommunikation zwischen Innen- und Außendienst ist heute so, dass man das Gefühl hat, wirklich zusammenzuarbeiten.“

Beate Malchow, Vertriebsinnendienst



„Azubis haben hier wirklich eine Chance, weil das Unternehmen weiß, dass es sich auszahlt, in Talente zu investieren. Wie ich selbst sind viele Angestellte ehemalige Auszubildende.“

Vanessa Rupp, Controlling
(Laura Schmidt, Marketing, rechts)

„Ich kann nur sagen, SÜDWEST ist ein guter Arbeitgeber. Ich mag die Herausforderungen und mache meinen Job gerne. Wir sind ein gutes Team.“

Joachim Christ, Instandsetzung und Technik

„Ich habe hier vor 12 Jahren als Azubi angefangen und leite heute das Supply Chain Management. Man kann hier wirklich Karriere machen. Ich habe hier tolle Konditionen, tolle Arbeitszeiten und eine familiäre Atmosphäre. In einem Konzern hätte ich auch nicht einen so breiten Einflussbereich. Was mir auch sehr gefällt, ist, dass hier Höchstleistungen möglich sind. Wir haben 98 Prozent Liefertreue und wenn während der Pandemie Rohstoffe nicht lieferbar waren, wurden Alternativrezepturen entwickelt. Unser strategischer Einkauf hat neue Lieferanten aufgetan. Der Vertrieb hat das Ganze draußen beim Kunden verantwortet. Da wurde praktisch gezaubert.“

Vivienne Nessel, Leitung Supply Chain Management



$\sqrt{10.000} = 100$
**100 JAHRE SÜDWEST -
100 % KOMPETENZ**

Innovation findet bei SÜDWEST nicht nur in der Zukunft, sondern auch in der Gegenwart statt. Die Basis dafür legt unser Labor. Hier treffen wir die Herausforderungen an der Wurzel - bis es nach unzähligen Versuchsreihen heißt: Das nächste Erfolgsrezept ist marktreif!



100
1923 – 2023

SÜDWEST

HINTER DEN KULISSEN

Natürlich sind in 100 Jahren bei SÜDWEST auch Dinge passiert, die nicht jeder weiß. Wir haben Interessantes und Amüsantes zusammengetragen.

GLATT GELOGEN

„Ich habe im Bewerbungsgespräch geflunkert und gesagt, ich könnte Excel. Das stimmte überhaupt nicht.“

Michelle Götze

(Der Vollständigkeit halber sei gesagt: Wer heute bei SÜDWEST eine Frage zu Excel hat, geht am besten zu ihr.)



HAUPTSACHE SONNE

„Ich habe meinen Arbeitsplatz hier nach dem Wetter ausgesucht. Ich wollte eine Beschäftigung im sonnigeren Klima und da war mir der Südwesten Deutschlands in guter Erinnerung.“

Hermann Arend

RAUS MIT DER WAHRHEIT!

„Ich hatte den Eindruck, Herr Kaffenberger wollte das Unternehmen verkaufen. Ich fragte ihn ganz direkt und er verneinte und wich mir aus. Dann sagte ich ‚Herr Kaffenberger, wenn ich herausfinde, dass Sie gelogen haben, haben Sie bei mir bis in alle Ewigkeit versch...‘ Dann druckste er herum und ich wusste Bescheid.“

Hermann Arend



HARTNÄCKIGKEIT

„Als ich von der Uni kam, gab es in der gesamten Chemiebranche Einstellungsstopp und ich schrieb ca. 200 Bewerbungen. Der damalige Geschäftsführer von SÜDWEST, Herr Gerlinger, lud mich ein, sagte aber später wieder ab. Meine Frau ermunterte mich dazu, nicht aufzugeben. Ich schrieb ihm in einem Brief, dass es ein großer Fehler wäre, in schwierigen Zeiten nicht in gute Leute zu investieren.“

Dr. Klaus Müller, Produktmanager Lacke

SÜDWEST ÜBERZEUGT NICHT NUR MALER

„Zu unseren Malerfrühstücken in Plauen kam oft auch ein Stahlbauer. Der war von unseren Farben ziemlich begeistert. Er sagte: ‚SÜDWEST produziert intelligente Farben. Die wissen genau, was sie zu tun haben. Der All-Grund haftet auf allen Untergründen, nur nicht an der Hand. Die Farben verlaufen so gut, dass selbst ein Stahlbauer wie ich jedem Maler Konkurrenz machen könnte.‘ Ich finde, besser kann man das nicht ausdrücken.“

Bernd Böhm, ehemaliger Außendienstmitarbeiter

STARKE LEISTUNG

„Ich erinnere mich an den Umzug ins neue Lager im August 2021. Es war Hochsaison und Coronarekordjahr. 3.000 Paletten mussten ins neue Lager umziehen. Und wir haben das geschafft, ohne den Betrieb zu schließen, weil viele von uns, auch Büroleute, übers Wochenende mitgeholfen haben. Das war eine starke Leistung.“

Vivienne Nessel, Leitung Supply Chain Management

„Alle meine früheren Arbeitgeber sind inzwischen pleite. Deshalb wurde ich hellhörig, als wieder verkauft werden sollte. Als dann feststand, dass wir zur Sto-Gruppe gehören werden, war ich aber beruhigt.“

Beate Malchow, Vertriebsinnendienst

SCHON FEIERABEND?

In einer Zeit vor dem neuen Logistikcenter gab es noch deutlich mehr Staplerverkehr auf dem SÜDWEST Gelände. Die Azubis Luca, Henrik und Jonas waren für den Werksverkauf zuständig und freuten sich auf ihren Feierabend. Luca erzählt: „Ein Kollege aus dem Versand hatte am Freitag kurz nach 17 Uhr noch die Idee, eine Palette mit Sonderposten (beschädigte Ware, die es zu 70 Prozent günstiger gibt) in den Werksverkauf zu fahren. In der Kurve kippt ihm die ganze Palette um. Es gab eine Riesenschweinerei und Überstunden.“

Luca Kirchner

MEINUNGSVERSCHIEDENHEITEN

„Klar warst du nicht immer mit dem Geschäftsführer einer Meinung, aber dafür ist er ja Geschäftsführer.“

Bernd Böhm, ehemaliger Außendienstmitarbeiter

LEBENSGEFAHR

„Einmal musste ich an einer 20-kV-Anlage den Strom abschalten. Als ich den Hebel umstellte, gab es einen riesigen Funkenschlag und es hat mich ein ganzes Stück zurückgeworfen. Im Umkreis gab es mehrere Stromausfälle. Dann kamen die Pfalzwerke. Die haben sich das genauer angeschaut und der Kollege meinte, er hätte genauso gehandelt wie ich. Die Anlage war falsch beschriftet. Ich hatte großes Glück. Man geht davon aus, dass nur zwei von 1.000 Menschen sowas überleben.“

Günter Reichling, ehemaliger Produktionsleiter

**5 x 20 = 100
100 JAHRE SÜDWEST -
100 % ZUKUNFTSPOWER**

Unser wichtigstes Kapital liegt nicht auf der Bank. Wir investieren in die Aus- und Weiterbildung junger Leute und damit in die Zukunft unseres Unternehmens. Denn eines beherrschen wir schon seit 100 Jahren ausgesprochen gut: Früher an später zu denken!



100
1923 – 2023
SÜDWEST

SÜDWEST BLICKT NACH VORN

Es heißt, wer die Zukunft vorhersagen möchte, gestaltet sie am besten selbst. Der Führungskreis von SÜDWEST verrät uns, was für die Zukunft des Unternehmens geplant ist und wie man dorthin gelangt.



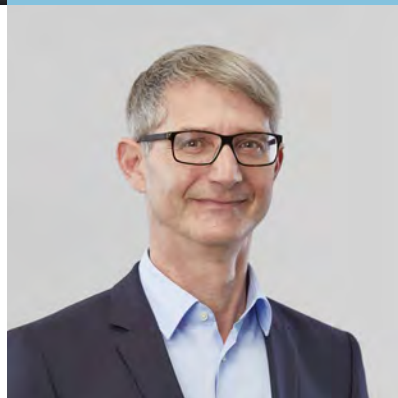
ALEXANDRA BLUM
Leitung Marketing



HANS-JÖRG VON RHADE
Geschäftsführer



INGO RAUH
Betriebsleiter



NICCO JOHANNES
Vertriebsleiter

NICCO JOHANNES VERTRIEBSLEITER

Was sind Ihre Ziele für die Zukunft in Sachen Vertrieb?

→ Wir wollen seit jeher Handel und Profis bestmöglich aktiv betreuen und das soll auch in Zukunft so sein. Dafür wollen wir unsere starke Vertriebsmannschaft weiter ausbauen.

Was macht eine starke Vertriebsleistung aus Ihrer Sicht aus?

→ Es reicht nicht, die Ware von A nach B zu liefern. Es ist entscheidend, die Bedürfnisse von Handel und Verarbeitern zu kennen und zu erfüllen. Dazu gehören unter anderem eine professionelle Beratung beim Kunden bzw. am Objekt und flexible Serviceleistungen: Beschichtungsempfehlungen, individuelle Logistikleistungen, Farbtöne individuell rezeptieren, Produktmodifikationen – mit all diesen Dingen legen wir uns für unsere Kunden ins Zeug.

In Verbindung mit einer hervorragenden Produktqualität bieten wir unseren Kunden einen überzeugenden Mehrwert. Da sind wir schon sehr gut aufgestellt. Die Profis kennen den Unterschied und wissen, was sie an SÜDWEST haben. Jetzt, mit SÜDWEST WDVSmart, sind wir Vollsortimenter im Bereich der Bautenbeschichtungen. Die Verarbeiter bekommen bei uns alles in hervorragender Qualität. Und die Daten zeigen: Wir haben uns besser entwickelt als der Markt. Insoweit fühlen wir uns in unseren Anstrengungen bestätigt.

INGO RAUH BETRIEBSLEITER

Sie sind jetzt seit fünf Jahren Betriebsleiter bei SÜDWEST. Wie haben Sie diese Zeit erlebt?

→ Das waren turbulente fünf Jahre. Es ging los mit dem Bau des Logistikzentrums. Ich hatte die Aufgabe, das Projekt mit unserem Team zum Erfolg zu führen. So ganz nebenbei brach auch noch die Coronapandemie aus und die Nachfrage ging extrem in die Höhe. Dem konnten wir zuerst nur durch vorübergehende Schicht- und Wochenendarbeit begegnen und später durch Auslagerung von größeren Gebinden von Haupt- auf Nebenmaschinen, wo auch ungelerntes Personal, also Kollegen aus anderen Abteilungen, abfüllen konnte. Und vergessen wir nicht die Einführung der ISO-Normen 9001 und 14001. Das Beschreiben und Standardisieren von Prozessen war auch ein großes Thema, das uns während der vergangenen Jahre beschäftigt hat. SÜDWEST ist heute nach den ISO-Normen 9001 und 14001 zertifiziert.

Wie kann sich SÜDWEST auf unvorhersehbare Ereignisse vorbereiten?

→ In der Phase der Rohstoffknappheit in den letzten Jahren haben wir gesehen, dass Dual Sourcing ein wichtiger Bestandteil ist, also das Beschaffen von gleichen bzw. vergleichbaren Produkten durch zwei oder drei verschiedene, voneinander unabhängige Lieferanten, um die Gefahr von Versorgungsengpässen sowie das Risiko der Lieferantenabhängigkeit zu minimieren. Außerdem haben wir uns im Bereich Materialwirtschaft flexibler aufgestellt. Wir können Mitarbeiter aus der Produktion in der Logistik einsetzen und umgekehrt. Die Ausbildung in der Fertigung umfasst seit fünf Jahren sowohl Produktion als auch Abfüllerei, so dass wir bei Engpässen Kolleginnen und Kollegen aus einem Bereich im jeweils anderen einsetzen können.

Wie soll sich der Betrieb bei SÜDWEST weiterentwickeln?

→ Ein Gesamtkonzept für den Umgang mit unseren Gebäuden wird eines der nächsten Themen sein. Durch das neue Logistikzentrum stehen einige Bauten leer und

wir wollen uns überlegen, wie wir damit umgehen. Mein großes Ziel wäre es, in fünf oder sechs Jahren eine neue Produktion hinter das Logistikzentrum zu bauen.

Welche Rolle spielt die steigende Nachfrage nach wasserlöslichen Produkten dabei?

→ Unsere Produktion kann mit dem Trend mithalten. Wir sind dabei, ein entsprechendes Reinigungskonzept zu entwickeln, um Kontaminationen zu vermeiden, wenn unsere Produktionsanlagen sowohl für wasserbasierende als auch lösemittelhaltige Produkte verwendet werden.

ALEXANDRA BLUM LEITUNG MARKETING

Wo steht die Marke SÜDWEST heute?

→ Mit der neuen Positionierung und dem Bekenntnis zum zweistufigen Vertrieb haben wir eine klare Richtung festgelegt. Das war eine wichtige Grundlage. Mit dem Marken-Relaunch zum 100-jährigen Jubiläum tragen wir das jetzt nach außen. Einer der nächsten Schritte wird es dann sein, ein einheitliches POS-Konzept zu entwickeln, um unsere Händler an ihren Standorten noch besser zu unterstützen.

Wie sieht es mit der Digitalisierung aus?

→ Auch hier haben wir bereits viel vorangetrieben und noch mehr vor. Die Digitalisierung ist unser ständiger Begleiter. Wir wollen unsere Sichtbarkeit weiter erhöhen und prüfen daher genau, welche Maßnahmen sich dafür eignen. Das wandelt sich auch, weil sich unsere Zielgruppe ändert. Viele Profis, die schon lange im Geschäft sind, nehmen die Digitalisierung nicht so schnell an wie der Nachwuchs, den wir anders ansprechen müssen. Früher haben Marken sehr von innen nach außen gedacht. In den letzten Jahren hat sich das gewandelt: Wenn wir unsere Kunden erreichen wollen, müssen wir sie dort ansprechen, wo sie sind – also noch kundenfokussierter agieren. Das erreichen wir über neue Kanäle – gleichzeitig bleibt der persönliche Kontakt in unserer Branche wei-

terhin der Kern einer guten und nachhaltigen Kundenbeziehung. Unsere Aufgabe als Marketing ist es dabei, unseren Vertrieb bestmöglich zu unterstützen.

Wie kann SÜDWEST seine Zielgruppen vergrößern?

→ Unser Ziel ist es, die Kunden auch außerhalb unserer Kernmärkte anzusprechen – das schaffen wir nur, wenn wir über verschiedene Kanäle sichtbar werden oder das Sortiment erweitern. Beides tun wir bereits: Mit dem neuen SÜDWEST WDVSmart bieten wir unseren bestehenden Kunden ein zusätzliches Produktsystem an und sprechen damit neben dem Malerfachhandel auch eine breitere Zielgruppe an, zum Beispiel den Baustoffhandel.

HANS-JÖRG VON RHADE GESCHÄFTSFÜHRER

Herr von Rhade, Sie sind seit 2007

Geschäftsführer bei SÜDWEST. Wie verstehen Sie diese Aufgabe?

→ Meine Aufgabe besteht darin, das Traditionsunternehmen SÜDWEST erfolgreich in die Zukunft zu bringen. Das schaffe ich natürlich nicht alleine, das gelingt uns als Team. Dabei orientieren wir uns stets an den Entwicklungen am Markt und den Bedürfnissen unserer Kunden. Mit dem neuen Logistikzentrum sind wir diesem Ziel einen Schritt nähergekommen. Diese Investition ist zum einen ein klares Bekenntnis zum Standort Böhl-Iggelheim und zum anderen ist unsere Logistik jetzt deutlich schneller und sicherer. Zu den nächsten baulichen Vorhaben gehören eine neue Anwendungstechnik und später auch eine neue Produktion.

Welche Ziele hat SÜDWEST sich gesetzt?

→ Da gibt es einiges. Das größte nähere Ziel ist es, bis 2028 im Profihandel beim Umsatz die Nr. 3 der Industriemarken zu

werden. Unser relevantes Wettbewerbsumfeld hat ungefähr zehn Teilnehmer und wir denken, das ist realistisch. Dazu bauen wir zum Beispiel unsere Markenbekanntheit in Deutschland weiter aus. Aktuell ist Nordrhein-Westfalen unser Schwerpunkt. Zudem denken wir auch über die Landesgrenzen hinaus und streben eine Exportquote von 20 Prozent an. Der Marken-Relaunch und das Erschließen neuer Vertriebskanäle sind hier wichtige Einzelschritte. Mit SÜDWEST WDVSmart sind wir jetzt auch Vollsortimenter. Das ist deshalb wichtig, weil 10 Prozent der Flächen, die Maler beschichten, Wärmedämmverbund-Systeme sind.

Was sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren für diese Vorhaben?

→ Hinter alldem stehen immer Menschen. Wir haben heute eine starke Belegschaft, die SÜDWEST zu einem erfolgreichen Unternehmen in der Branche gemacht hat. Und das kommt nicht von heute auf morgen, das ist eher das Ergebnis von Jahren. Wir richten unsere Personalpolitik so aus, dass wir eine gute Mischung aus erfahre-

nen und jungen Leuten haben. Wir reflektieren auch immer wieder unsere eigene Aufstellung. Ist unsere Führungsstruktur gut? Ist der Wissenstransfer bei der Nachfolge gut geregelt? Wie können wir weniger im Silo denken? Wie können wir als Arbeitgeber noch attraktiver werden und unsere eigenen Leute bestmöglich motivieren? Es hilft uns auch, dass wir Teil einer großen Gruppe sind und uns trotzdem unsere Eigenständigkeit erhalten haben.

Wie wird sich das Sortiment ändern?

→ Es freut uns, dass Nachhaltigkeit für Profis und Bauherren eine immer größere Rolle spielt. Wir haben schon heute viele umweltfreundliche und wohngesunde Produkte im Sortiment und arbeiten daran, diesen Anteil weiter zu erhöhen. Ohne Kompromisse bei der Qualität. Natürlich wird es nie ganz ohne lösemittelhaltige Produkte gehen, aber wir wollen diese Entwicklung so weit wie möglich vorantreiben.

**4 x 25 = 100
100 JAHRE SÜDWEST -
100 % ZUVERLÄSSIGKEIT**

Der Name ist Programm. In unserer Anwendungstechnik testen wir in vier Arbeitswochen jeweils rund 100 Muster mit Lacken und Farben auf ihren bestmöglichen Einsatz beim Kunden. Denn unserem Anspruch fühlen wir uns verpflichtet: Auf Profiqualität muss Verlass sein!



100
1923 – 2023

SUDWEST

NEUER ANSTRICH

SÜDWEST ist bereit für die Zukunft und hat eine klare Vision, wie es weitergeht. Das belegen die vielen Puzzleteile wie das neue Logistikzentrum, das Bekenntnis zum zweistufigen Vertrieb, das Vorantreiben der Digitalisierung, die Ausrichtung auf nachhaltige Produkte sowie die Vervollständigung des Sortiments durch WDVSmart.

Gleichzeitig ist dieses Jubiläum der ideale Zeitpunkt, einen neuen SÜDWEST Markenauftritt zu präsentieren. Einen, der unser geschärftes Profil widerspiegelt und der spürbar macht, dass wir – stolz auf das bisher Erreichte – traditionelle Qualitäten erhalten und dabei mutig und neugierig in die Zukunft gehen. Auf der Grundlage von Workshops, Marktstudien und intensiver Arbeit entstand so im Zusammenspiel mit vielen Mitarbeitenden das neue Corporate Design von SÜDWEST.



Ausgabe 1/2023

SÜDWEST

SCHWARZ AUF WEISS
DIE BESTEN SEITEN FÜR DEN PROFI

WDVSMART

INTERVIEW mit Nicco Johannes
„DÄMMEN WAR NOCH NIE SO EINFACH“

Das neue Dämmagietem SÜDWEST WDVSmart überzeugt mit einem schlanken, übersichtlichen Sortiment, schneller System- und Produktwahl sowie hervorragenden Produkteigenschaften. Nicco Johannes, Vertriebsleiter bei SÜDWEST, beantwortet alle Fragen zum neuen WDV.

SÜDWEST Super-Dickschutz JETZT AUCH SUPER-FARBBESTÄNDIG

Dank neuer Rezeptur verfügt SÜDWEST Super-Dickschutz jetzt über eine noch höhere Farbbeständigkeit bei intensiven Farbbräunen.

OPTIMALES SCHUTZ VON METALL-OBERFLÄCHEN

Die Metall-Oberflächen ausstehend vor Witterung, Feuchtigkeit, Regen, UV-Strahlung und anderen Einflüssen vor. SÜDWEST Super-Dickschutz ist ein Produkt, das die Oberflächen vor Witterung, Feuchtigkeit, Regen, UV-Strahlung und anderen Einflüssen vor. SÜDWEST Super-Dickschutz ist ein Produkt, das die Oberflächen vor Witterung, Feuchtigkeit, Regen, UV-Strahlung und anderen Einflüssen vor.

ZWEI WOODLINE UNTERSCHIEDLICHE

SÜDWEST hat zwei Holzschutz-Produktgruppen im Sortiment, die sich voneinander unterscheiden. SÜDWEST Super-Dickschutz ist ein Produkt, das die Oberflächen vor Witterung, Feuchtigkeit, Regen, UV-Strahlung und anderen Einflüssen vor. SÜDWEST Super-Dickschutz ist ein Produkt, das die Oberflächen vor Witterung, Feuchtigkeit, Regen, UV-Strahlung und anderen Einflüssen vor.

WAS SIEHT ES MIT DER PRODUKTQUALITÄT AUS?

Die Qualität der Produkte ist ein wichtiger Faktor für die Zufriedenheit der Kunden. SÜDWEST ist stolz auf die Qualität der Produkte und die Zufriedenheit der Kunden. SÜDWEST ist stolz auf die Qualität der Produkte und die Zufriedenheit der Kunden. SÜDWEST ist stolz auf die Qualität der Produkte und die Zufriedenheit der Kunden.

WAS SIEHT ES MIT DER PRODUKTQUALITÄT AUS?

Die Qualität der Produkte ist ein wichtiger Faktor für die Zufriedenheit der Kunden. SÜDWEST ist stolz auf die Qualität der Produkte und die Zufriedenheit der Kunden. SÜDWEST ist stolz auf die Qualität der Produkte und die Zufriedenheit der Kunden. SÜDWEST ist stolz auf die Qualität der Produkte und die Zufriedenheit der Kunden.



DAS LOGO

Visuelles Herzstück jeder Marke ist das Logo. Bei einer Neugestaltung gilt es, die Balance zwischen Bekanntem und Orientierung an der Zukunft zu finden. Das neue Logo behält die Basisfarben Blau und Rot bei, die Farbtöne wurden jedoch der Zeit angepasst. Das Dachelement ist aus praktischen Gründen verschwunden, wurde als Element jedoch in den Ü-Punkten und im Design aufgegriffen.

SÜDWEST



SÜDWEST

SÜDWEST



DAS ETIKETT EIN NEUES SYSTEM

Wir haben auch den Schritt gewagt und das Packaging überarbeitet. Uns ist klar, dass das Verpackungsdesign eine große Rolle für unsere Partner in Handel und Handwerk spielt, dient es doch zur Orientierung im SÜDWEST Produktportfolio. Über die Jahre waren einige Strukturen mit Eigendynamik herangewachsen und es schlich sich eine Farbvielfalt ein, die eine schnelle Orientierung erschwert hat. Das haben wir grund-

legend überarbeitet. Dabei war es einerseits wichtig, genug Kennfarben zu bieten, um eine klare Abgrenzung der einzelnen Produkte zu ermöglichen. Andererseits dürfen aus Gründen der Übersichtlichkeit auch nicht zu viele verschiedene Farben zum Einsatz kommen. Unsere Partner können aufatmen: Viele der vertrauten Farben stehen für die bekannten Produktgruppen.

DOSEN

Die Hintergrundfarbe teilt die Produkte in Sparten ein, wie z. B. Holzschutzprodukte, Bautenlacke etc., und dient der schnelleren Zuordnung und Orientierung (s. a. dazugehörige Übersicht, Seite 56/57).

Produktname

Kennzahl: Sie entspricht den drei letzten Ziffern der Produktnummer. Das erleichtert die Kommunikation auf der Baustelle und vereinfacht die Bestellung.

Mittels QR-Code gelangen Sie rasch auf die Produktseite.

Die Signets treffen Qualitätsaussagen zur Technologie oder Ähnlichem. Sie kennen sie aus unserem Lieferprogramm.

Produktbeschreibung in mehreren Sprachen: Deutsch, Französisch, Niederländisch, Italienisch.

Inhaltsangabe und alle sonstigen Hinweise finden Sie wie gewohnt auf der Rückseite der Dose.



WAS SICH NICHT ÄNDERT

Natürlich bleibt auch Vieles erhalten. Alle Gebindegrößen wird es weiterhin geben. Auch der Inhalt bleibt unverändert: Wo SÜDWEST draufsteht, steckt Profi-Qualität drin.



EIMER

Die Hintergrundfarbe des Etiketts dient der besseren Orientierung.

Sicherheitshinweise

Produktname

Produktbeschreibung in mehreren Sprachen: Deutsch, Französisch, Niederländisch, Italienisch

Kennzahl: Sie entspricht den drei letzten Ziffern der Produktnummer. Ein Nummer prägt sich häufig leichter ein als ein Produktname.

Mittels QR-Code gelangen Sie rasch zum technischen Datenblatt.

Produktinformationen zu: Eigenschaften, Einsatzbereich, Untergrund, Lagerung, Hinweise

Piktogramme für die Anwendung

FARBEN UND KENNZAHL

Über dem QR-Code auf dem Gebinde ist in Zukunft eine Kennzahl zu finden, die jedes Produkt eindeutig identifiziert. Das erleichtert die Kommunikation auf der Baustelle und vereinfacht die Bestellung. Der QR-Code führt direkt zum Produkt auf der Unternehmenswebsite.



1 All-Deck Lacke



2 All-Grund Lacke



3 Bautenlacke



4 Bautenlacke wässrig



5 Boden und Dach



6 Fassadenfarben



7 Grundierungen



DER RECYCLINGEIMER

Seit April 2023 stellen wir unser Sortiment allmählich auf Recyclingeimer um, leicht erkennbar sind sie an einem grauen Rand unterhalb des Deckels. Diese Gebinde bestehen bereits zu 70 Prozent aus Recyclingmaterial und können nach Gebrauch recycelt und anschließend zu neuen Gebinden verarbeitet werden.

Die Umstellung auf die neuen Gebinde und auf das neue Verpackungsdesign ist ein Prozess. Den Anfang machen die Bio-Produkte von SÜDWEST.

Übrigens: bei den Weißlackdosen liegt die Recyclingquote bereits bei ca. 92 Prozent.



8a Holzschutz



8b Holzschutz wässrig



9 Innenfarben



10 Maschinenlacke



11 Speziallacke



12 KlimaKomfort



13 WDVSmart



HISTORISCHE ZAHLEN UND FAKTEN

Die **1937** erworbene
600 m² große Halle auf einem
6.000 m² großen Grundstück
kostete **18.800 RM**.

1939 wurden bereits
14 Mitarbeiter beschäftigt und
ein durchschnittlicher Monats-
umsatz von **25.000 RM**
erzielt.

Nach dem 2. Weltkrieg
konnten erst **1947**
wieder **15 Mitarbeiter**
beschäftigt werden.

1950 fand die
betriebliche Weihnachtsfeier
mit **29 Mitarbeitern**
statt.

Zwischen **1950 und 1955**
konnte SÜDWEST jährlich
10-20 % Umsatzzuwachs
erzielen.

Am 2. Januar **1955** feierte
Hans Kaffenberger sein
25-jähriges Arbeitsjubiläum
mit **30 Mitarbeitern**.

Erster Großauftrag eines
Stuttgarter Großhändlers im
Wert von **400.000 DM**
wurde **1956** abgewickelt.

Ende **1969** war die
Belegschaft bereits auf
100 Mitglieder
angewachsen.

1981 konnte Südwest eine
Zusammenarbeit mit der Firma
Reichhold aushandeln, die
einen jährlichen Umsatz von
etwa **2,5 Mio. DM** ver-
sprach.

GESCHÄFTSFÜHRER

1923 Georg Schöffler
1951 Hans Kaffenberger

1980er Dr. Thilo Kaffenberger

AUFNAHME SCHRAMM
UND V. HÖVELING

1986 Dr. Walbe

WECHSEL ZU DYCKERHOFF

1988 Dr. Böttcher

AUFNAHME
INDUSTRIELACK

1988 H. Teichmann

AUFNAHME PPG HÄRTER

1989 Dr. Spulak

ABGABE V. HÖVELING

1990 Dr. v. Olszewski

ABGABE AUTOLACK

1990 H. Selter

ABGABE PPG HÄRTER

1990 H. Gerlinger

1993 H. Berthold

1994 H. Kutz

1995 H. Berthold

STO-ÜBERNAHME

2003 H. Grum

2007 Hans-Jörg von Rhade

2023



JAHRESUMSATZ

> 40 Mio.



MITARBEITER-
INNEN UND MIT-
ARBEITER

113



AUSZU-
BILDENDE

10



PRODUKTION
LACKE/JAHR

4.000 t

- ▶ Mehr als 180.000 Aufträge im Jahr.
- ▶ Über 700 beschichtete Untergründe liegen derzeit in der Bewitterung.
- ▶ Pro Jahr füllen wir ca. 1,4 Mio. Gebinde ab und bearbeiten ca. 5.300 Produktionsaufträge.
- ▶ Unsere Warenannahme schlägt jährlich fast 5.000 Tonnen Rohmaterial um.
- ▶ Die Werkstönung tönt pro Jahr ca. 36.000 Eimer und Dosen.
- ▶ Bis zu 160 Sendungen verfolgt unsere Versandabteilung täglich.
- ▶ SÜDWEST hat eine extrem treue Truppe, die mittlere Betriebszugehörigkeit liegt bei 14 Jahren.

**12,5 x 8 = 100
100 JAHRE SÜDWEST -
100 % FLEXIBILITÄT**

Das blaue Wunder: Dass unsere 12,5-Liter-Eimer täglich ihren Weg in die Regale des Fachhandels finden, hat nichts mit Glück, sondern ganz viel mit unserer hauseigenen Logistik zu tun. Insgesamt disponieren wir hier über 2.000 Artikel mit einem Ziel: Da sein, wenn der Verarbeiter uns braucht!



100
1923 – 2023

SÜDWEST