

Spektrum

Wider dem Erschrecken

Eine Anmerkung von Malermeister und Farb- und Lacktechniker *Horst Hubka*, München, zur Diskussion um die »Malerprofis«-Aktion von Tchibo:

»Das Unvermeidbare ist eingetreten. Der nächste Schritt in der konsequenten Vermarktung von Handwerksleistung ist gemacht. Weitere Schritte werden sicher folgen. Natürlich werden Handwerksleistungen in Zukunft mehr denn je wie jedes andere Produkt über moderne Marketingkonzepte vermarktet werden. Nur die Handwerker und deren Vertreter tun so, als wäre etwas Unmoralisches passiert. Interessant dabei ist, dass die angebotenen Leistungen von vielen Betrieben billiger erbracht werden. Was wiederum beweist, dass der Preis wieder einmal nicht das entscheidende Problem ist.

Zahnlose Maler

Also, wo ist das Problem? Das Problem ist, dass es immer schlimmer wird. Das Problem oder ein entscheidender Teil davon ist die Industrie, die hier ein Produkt zum Drittel des regulären Einkaufspreises ins Spiel bringt. Ja, wir sind eben für die Industrie völlig austauschbar. Heute das alltäglich gnadenlose Ausspielen über die Baumarktschiene, morgen die nächste Preiserhöhung wegen des angeblich teureren Rohstoffpreises. Hier Sonderangebote, dort versteckte Preiserhöhung. Aber der »zahnlose Maler« ohne wirkungsvolle Lobby nimmt das hin, genauso wie die endlose Zahl der Schwarzarbeiter und die anderen Abkassierer unseres Alltags. Und dann ist da noch das andere Problem, die Verbraucher, die die »Geiz ist geil« - Aktionen gelebt haben und für die Handwerker oft nur Räuber in Latzhosen sind. Wann endlich heben sich die ordentlichen Betriebe gemeinschaftlich ab? Wann beginnen die Maler, sich über gutes Marketing und einen konsequent guten Gesamtauftritt zu verkaufen? Wann klären wir den Verbraucher in breiter Front über das technisch Notwendige und dessen Kosten auf. Sollen doch die Architekten die die teilweise unsäglichen Ausschreibungen ausgeben, diese auch selbst ausfüllen. Wenn wir uns richtig verkaufen haben die »Bauernfänger und Dumpinganbieter« kaum eine Chance und werden uns nicht wirklich beschädigen.

Defizite in der Lobbyarbeit

Die Tchibo-Aktion zeigt nur weitere Defizite unserer Ausbildung und der Arbeit unserer Berufsverbände – vor allem Lobbyarbeit. Hier zeigt

sich nicht nur unser schwacher Stand der Industrie gegenüber, sondern auch gegenüber der Gesellschaft. Was für Meldungen müssen wir noch aus dem Internet und über Werbangebote bekommen, bis wir uns wirklich hinwenden zu Mindestlohn, besserer Ausbildung, und gegen die Leiharbeit, Schwarzarbeit, dem technischen Pfus und dem kalkulatorischen Blindflug und gemeinsam an Alternativen arbeiten. Nur das nimmt unseren Gegnern die Macht und hilft gegen das Erschrecken. Nein, erstaunt bin ich über die Aktion wirklich nicht!

Horst Hubka