

„Für die Zukunft unterwegs sein“

Richard Heckler Malermeister feiert 70-jähriges Bestehen

Obermenzing · Der Name Richard Heckler Malermeister steht seit 1951 für Qualität, Erfahrung und Zuverlässigkeit bei Malerarbeiten jeglicher Art. Richard Heckler senior gründete damals im Münchner Westen, in Obermenzing, seine eigene Malerfirma. Sein Sohn Richard führte sie ab 1990 weiter. Die Richard Heckler Malermeister GmbH in Obermenzing-Pipping steht als Innungsfachbetrieb ganz in der Tradition des kleinen Familienunternehmens. Wie er mit den gegenwärtigen Herausforderungen, denen sich ein solches Unternehmen stellen muss, umgeht, erzählt Richard Heckler im Interview:

„Immer persönlich präsent“

70 Jahre Tradition sind an sich ja schon ein absolutes Qualitätskriterium. Ein Betrieb, der so lange am Markt agiert, muss so einiges einfach richtig gemacht haben. Was waren denn nach der Gründung des Unternehmens im Jahre 1951 die entscheidenden Weichenstellungen?

Richard Heckler: Wir haben nicht nur immer Wert darauf gelegt, überwiegend Privatkunden zu bedienen, sondern waren immer auch bei diesen persönlich präsent – alle jeweiligen Firmeninhaber selber. Dadurch entstand eine langfristige Verbindung zu den Kunden, die unser Unternehmen immer stabilisiert hat.

„Nachhaltigkeit im Vordergrund“

Was hat sich seitens der Kundenwünsche in diesen sieben Jahrzehnten vor allem verändert?

Richard Heckler: Neben so einigem modischen Entwick-

lungen stehen heute bei der überwiegenden Anzahl unserer Kunden vor allem das Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeitsaspekte im Vordergrund des Interesses.

„Als fielen wir durchs Raster“

Alle (politische) Welt singt ja immer schon das hohe Lied vom Mittelstand, vom sog. Familienbetrieb. Wie stellt man es an, dass die Generationenübergabe tatsächlich funktioniert? Und fühlen Sie sich augenblicklich inmitten der coronabedingten Herausforderungen seitens der Politik ausreichend unterstützt?

Richard Heckler: Wir Mittelständler sind natürlich allem voran zunächst einmal an einer soliden Generationen-Übergabe interessiert. Selbstverständlich haben wir viele Kontakte zu jüngeren Kollegen und holen so den einen oder anderen „an Bord“ – gemäß des bayerischen Mottos „Mitkemma lassn“. Bei größeren Aufträgen kooperieren wir vertrauensvoll mit Kollegen-Betrieben, die wir schon lange kennen und denen wir vertrauen.

Bzgl. der augenblicklichen Coronabedingten Herausforderungen fühlen wir uns, wie so manche andere Branchen auch, mit unseren Sorgen nicht so richtig wahrgenommen. Da wir immer mal wieder das Hohe Lied des Mittelstands gesungen ... und wir nehmen es dann doch so wahr, als fielen wir irgendwie durch das Raster.

„Dem Kunden muss es gefallen“

Sie bieten ja inzwischen deutlich über die „Malerei“ hinausgehende Service-Angebote, die vor allem dem Umstand Rechnung trägt, dass unsere Bevölkerung deutlich älter geworden ist.



Gründer Richard Heckler sen. mit seinem ältesten Sohn, der das Unternehmen fortführt. Bild: Richard Heckler

Wir denken da an den Service des „Möbelrückens“ und das Ab- und Wiederhängen beispielsweise von Bildern. Ist ein derartiges Angebot an potentielle Kunden vielleicht eines der Kriterien, die Sie so erfolgreich gemacht haben?

Richard Heckler: Es mag wie eine Binsenweisheit klingen – aber wir versuchen das mit unserer Arbeit tatsächlich Tag für Tag – der Kunde ist und bleibt immer König. Das bedeutet, dass man eben oft sehr individuell unterwegs sein muss. Dem Kunden muss es je gefallen – er wohnt ja schließlich nach unserem Arbeitseinsatz in der „neuen“ Umgebung. Wenn man genügend Sensibilität mitbringt, auch auf ausgefallene Wünsche des Kunden richtig zu reagieren, dann fördert das einfach die schon einmal zitierte Kundenbindung. Das ist das erfolgreichste Marketing: zufriedene Kunden, die einen im Idealfall auch noch weiterempfehlen.

„Vom Erfolg erzählen“

Viele Fach- und Meisterbetriebe haben augenblicklich Nachwuchssorgen und sind entsprechend mit dem sog. Fachkräftemangel konfrontiert. Wie gehen Sie mit dieser Herausforderung um?

Richard Heckler: Die Nachwuchsfrage ist eine unserer größten Herausforderungen. Ich denke, dass es hier einen klaren Kommunikationsbedarf auch seitens der Innung gibt in Richtung der jungen Menschen. Wir müssen unseren Beruf einfach in den Köpfen dieses potentiellen Nachwuchses wieder attraktiver machen. Und auch ab und an mal von Erfolgsgeschichten erzählen ...

„Das macht richtig Spaß“

Das Wort „Nachhaltigkeit“ ist augenblicklich in aller Munde. Wie schauen Ihre Konzepte diesbezüglich aus?

Richard Heckler: Für uns ist genau diese Thematik eine wirkliche Herzensangelegenheit. Als ein paar Beispiele unserer Aktivitäten diesbezüglich seien nur mal unsere Fahrzeuge erwähnt, die mit Bio-Methan-Gas betrieben werden – dadurch wird kein CO₂ ausgestoßen.

Wir verwenden nicht nur Material und Farben aus nachwachsenden Rohstoffen, wir vermeiden durch den Einsatz wiederverwendbarer Abdeckmaterialien auch jede Menge Müll. Ehrlich gesagt, hier quasi für die Zukunft unterwegs zu sein, macht sogar richtig Spaß.



Richard Heckler sen. im Jahr 1951 in seinem ersten Firmenwagen.



Richard Heckler jun. führt den Innungsbetrieb. Bilder: Richard Heckler