

KÄRCHER

makes a difference



DIE KLAPPE – BRIEFING NACHWUCHS

Winnenden, 30. Januar 2020

INHALT.

- 1. WOFÜR STEHT KÄRCHER?**
- 2. KULTURSPONSORING MADE BY KÄRCHER**
- 3. REINIGUNG BERLIN/HAMBURG**
- 4. HERAUSFORDERUNGEN BEI DER REINIGUNG**
- 5. HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE KOMMUNIKATION**
- 6. AUFGABE**
- 7. ZIELGRUPPE**
- 8. KANÄLE**
- 9. TIMING**

1

WOFÜR STEHT KÄRCHER?

KÄRCHER.

Kärcher ist der Reinigungsspezialist aus Winnenden. Kärcher liebt und lebt Herausforderungen. Ob alltägliche oder außergewöhnliche Reinigungsprojekte, ob Hofeinfahrten, Fabrikhallen oder Mount Rushmore – Kärcher will den Alltag mit wirkungsstarken, effizienten Reinigungslösungen einfach, besser und schöner gestalten. Kärcher möchte Werte schaffen und erhalten.

Kärcher makes a difference!

2

KULTURSPONSORING MADE BY KÄRCHER.

HINTERGRUND.

- Kärcher hat im Rahmen seines Kultursponsoringprogramms seit 1980 weltweit über 140 Denkmäler restauratorisch gereinigt.
- Dazu zählen neben den Kolonnaden des Petersplatzes in Rom, der Christusstatue in Rio de Janeiro, den über 3.300 Jahre alten Memnonkolossen im oberägyptischen Luxor und den Präsidentenköpfen am Mount Rushmore auch der Aachener Dom und die Kaiser-Wilhelm-Gedächtnis-Kirche in Berlin.
- Die Reinigungen finden stets in enger Zusammenarbeit mit Denkmalschützern, Restauratoren und Kunsthistorikern statt.
- Kärcher weiß, wie schonend und effizient zugleich gereinigt werden muss und hilft mit ihrem Know-how eines der schönsten Baudenkmäler und eine der bekanntesten Kirchen Deutschlands im Herzen von Berlin direkt neben Fernsehturm, Humboldtforum, Rotem Rathaus und Unter den Linden zu reinigen.
- In Hamburg gilt das gleiche für das größte Bismarck-Denkmal im Herzen Hamburgs in unmittelbarer Sichtweite zum Hamburger Michel.
- Kärcher ist als Reinigungsexperte mit geschultem Personal vor Ort.

3

REINIGUNG BERLIN/HAMBURG

BERLIN – BERLINER DOM SÜDTURM.

- Kärcher reinigt den großen Südturm des Berliner Doms.
- Die Arbeiten finden im Rahmen einer umfassenden Sanierung der Domfassade statt und dauern rund drei Wochen.
- In bis zu 40 Metern Höhe entfernen die Kärcher Reinigungsexperten am großen Südturm des Berliner Doms Emissionsablagerungen und Verkrustungen, die als graue bis schwarze Schichten auf Teilen der Gesteinsoberfläche zu erkennen sind.
- Um die Verunreinigungen effektiv und zugleich schonend zu beseitigen, wurden vorab verschiedene Methoden entwickelt und getestet.
- Die Kärcher Experten verwenden GS-Strahlpistolen im Niederdruck-Partikelstrahlverfahren.

BERLIN – BERLINER DOM SÜDTURM II.

- Das eingesetzte Aluminiumsilikat-Strahlmittel trifft dabei aus einem Abstand von 10 bis 20 cm und mit einem Oberflächendruck von 0,5 bis 2 bar auf den Sandstein.
- In Abstimmung mit Restauratoren war dieses Verfahren bei Voruntersuchungen als wirksamstes und gleichzeitig sorgfältigstes bestimmt worden. Es wird je nach Fläche einen deutlichen vorher-nachher Effekt geben.

HAMBURG – BISMARCK STATUE.

- Die Granitoberfläche des 34,3 Meter hohen und über 100 Jahre alten Monuments ist durch biologischen Bewuchs, wie etwa Algen, Flechten und Moose, aber auch durch Graffiti stark verschmutzt.
- Nun werden die Verunreinigungen innerhalb von fünf Wochen entfernt und das Denkmal des ersten Reichskanzlers Otto von Bismarck im Anschluss umfassend saniert.
- Die Reinigung der von 1901 bis 1906 erbauten Bismarck-Statue ist Teil einer notwendigen Sanierung.
- Um den 19 Meter hohen Sockel des Denkmals als Luftschutzbunker zu nutzen, wurden während des Zweiten Weltkriegs etwa 2.200 Tonnen Beton in das Fundament gepumpt – zu viel für die Statik des Baus.

HAMBURG – BISMARCK STATUE II.

- Um das optimale Reinigungsverfahren für die weltweit größte Bismarck-Statue zu ermitteln, haben die Experten von Kärcher verschiedene Tests durchgeführt und Musterflächen angelegt.
- Zunächst werden größere Pflanzen auf der Oberfläche von Hand entfernt, bevor Stäube, Vogelkot und weiterer biogener Bewuchs mit Hilfe eines Heißwasserhochdruckreinigers abgetragen werden. Dabei trifft das etwa 80 bis 90 Grad heiße Wasser mit einem Druck von 1 bis 2 bar auf die Oberfläche.
- Anschließend nutzen die fünf Reinigungsexperten von Kärcher ein Niederdruck-Partikelstrahlverfahren in Kombination mit dem Strahlmittel Aluminiumsilikat (50-150 µm), um Kalkablagerungen und Graffiti zu entfernen. Zum Schluss wird das gesamte Denkmal zur Entfernung des Strahlmittels abgespült.

4

HERAUSFORDERUNGEN BEI DER REINIGUNG.

BERLIN.

1. Die Arbeiten finden auf einem Gerüst statt, das teilweise sehr verwinkelt ist – es gibt keine Kletterer, die sich spektakulär abseilen.
2. Die Technik ist sehr kleinteilig, es wird kein Heißwasser-Hochdruck mit viel Dampf verwendet, die Reinigung findet im Detail statt.
3. Das Gerüst ist mit einem Netz eingehaust, je nach Lichteinfall fällt das kaum auf – oder aber das Netz wirkt fast wie eine blickdichte Folie (eben je nach Lichteinfall und -intensität).
4. Drohnenaufstieg ist äußerst fraglich bis unwahrscheinlich aufgrund der Flugverbotszone rund um den Reichstag.
5. Die Wahrhaftigkeit der Aussagen bzw. der gezeigten Szenen im Film muss gegeben sein. D.h. wir können keine Szenen stellen, nur damit sie spektakulär sind. Am Ende muss man sagen können, dass die Reinigung so wie sie im Film zu sehen ist auch real stattgefunden hat.

HAMBURG.

1. Es ist gerade noch in Klärung, ob das komplette Denkmal inklusive Statue eingerüstet wird, was Einfluss auf die Filmaufnahmen haben wird. Wenn das Gerüst kommt, muss der Kopf für Aufnahmen tlws. vom Gerüst befreit werden. Wenn es kein Gerüst geben wird, sind wir hier etwas flexibler mit z.B. Drohnenaufnahmen..
2. Drohnenflüge sind machbar.
3. Die filmisch wirksamere Reinigungstechnik mit dem Heißwasser-Hochdruckreiniger in der Dampfstufe kommt ganz am Anfang des Projekts in der ersten Märzwoche/vielleicht noch in der zweiten Märzwoche zum Einsatz, danach wird hauptsächlich mit der unspektakuläreren Partikelstrahlmethode gearbeitet.

5

HERAUSFORDERUNGEN IN DER KOMMUNIKATION.

STATUS QUO.

Die Dokumentationen sahen bis jetzt immer sehr ähnlich aus und auch die Aussagen zu Werterhalt und perfekter, schonender Reinigung wiederholen sich. Die Dokumentationen, die Kärcher bisher gedreht und auf YouTube und ihre Webseiten gestellt hat, sind beeindruckend sowohl von der technischen Leistung, als auch vom Ergebnis, aber sehr dokumentarisch und damit nicht besonders unterhaltsam.

6

AUFGABE/ ZIELSETZUNG.

AUFGABE UND ZIELSETZUNG.

Entwicklung einer ungesehenen Dokumentation, die Kärcher ganz klar als den Reinigungsspezialisten von Kulturdenkmälern und Wahrzeichen positioniert. Die Dokumentation muss unterhaltsam sein und den Zuschauer von Anfang bis Ende begeistern.

Wechselt die Perspektive für Kamera und Zuschauer, baut etwas überraschendes in den Verlauf, denkt das Thema Dokumentation komplett neu.

Getreu dem Motto: Tue Gutes und Rede darüber. Aber anders!

Format: 90 Sekunden.

7

ZIELGRUPPE

ZIELGRUPPE.

- Letztlich die gesamte Gesellschaft und jeder, der affin ist für die Themen Kultur, Berlin, Hamburg, Sehenswürdigkeiten, Reinigung, Mäzenatentum.
- Durch die Bekanntheit der Objekte ist die Zielgruppe universal.

8

KANÄLE

KANÄLE.

- Social Media
- Webseite

9

ZEITFENSTER

ZEITFENSTER.

Berlin:

TBD

Hamburg:

Hier ist man beim Zeitpunkt etwas freier. Es muss aber beachtet werden, dass die filmisch wirksamere Technik mit Heißwasser-Hochdruck in der Dampfstufe ganz am Anfang eingesetzt wird, hier ist eine gute zeitliche Koordinierung ausschlaggebend für gute Bilder.

MAKE A DIFFERENCE
THANK YOU