DER WAKE-UP CALL

Nr. 046 02. Juli 2025

„Farben Teil 2: Frisch gestrichen, aber nicht übermalt": Wie Farbe, Sauberkeit und Ordnung Produktivität und Sicherheit verändern

Von Christian Rook

Der Ballon war längst verschwunden, jener weiße Heißluftballon mit den grünen Green-Pack-Tafeln, der in Wake-Up Call 045 die alte Identität davongetragen hatte. Die Logos waren ausgetauscht, die Zeremonie vergessen. Und trotzdem hing noch etwas in der Luft: Misstrauen, Unruhe, und eine Art kollektive Verunsicherung.

Als neuer Werkleiter betrat ich ein Terrain, das offiziell längst „übernommen" war, inoffiziell aber noch in seiner eigen Historie lebte.

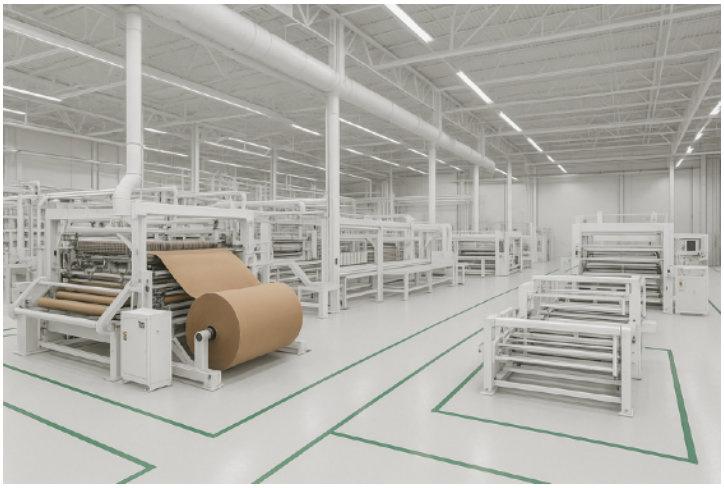
Die Realität war brutal: Jeden Monat schrammten wir an den roten Zahlen vorbei, hofften auf eine schwarze Null. Die OEE-Werte sanken kontinuierlich, Kunden beschwerten sich über Qualität, Arbeitsunfälle galten als normal. Die Arbeitsmoral? Am Boden.

Was mich überraschte: Nicht die Strategie war entscheidend. Auch nicht die nächste PowerPoint. Es war die Farbe der Gabelstapler.

Der Schock: „Alles soll weiß werden"

Die Nachricht kam per E-Mail. Betreff: „Neue Corporate Design Richtlinien, sofortige Umsetzung". Ich rief das Führungsteam zusammen.

„Okay Leute, hört zu", sagte ich und klickte die erste Folie an. „Ab sofort werden alle Anlagen, Maschinen und Fahrzeuge weiß lackiert."



Stille.

Dann brach es aus ihnen heraus:

„Weiß? Sind Sie verrückt geworden?" Thomas H., der Produktionsleiter, sprang fast vom Stuhl auf. „Das ist doch völliger Quatsch! Nach einer Schicht sieht das aus wie Sau!"

„Haben die im Elfenbeinturm den Verstand verloren?" Rita S. aus dem Einkauf schüttelte den Kopf. „Wissen Sie, was das kostet? Weiß ist keine Standardfarbe! Die neuen Inliner werden dadurch 15% teurer!"

„Das geht ja gar nicht!" Werner K., der Schichtleiter, verschränkte die Arme. „Wir haben wichtigere Probleme als Farbe. Die Linie 3 steht seit gestern, die Kunden sind sauer, und die wollen über Anstriche reden?"

„Was soll das denn jetzt?" Auch Maria W. aus der Qualitätssicherung war fassungslos. „Wir kämpfen um jeden Cent, und dann sowas?"

Die Skepsis war mit Händen zu greifen. Und ehrlich gesagt: Ich verstand sie.

Die Widerstandswelle

In den nächsten Tagen wurde aus Skepsis offener Widerstand. Im Pausenraum hörte ich Gesprächsfetzen:

„Der neue Chef hat wohl zu viel Lack geschnüffelt..."

„Erst reißen sie alles ab, was GreenPack ausgemacht hat, und jetzt das..."

„Als ob weiße Maschinen unsere Probleme lösen würden!"

Die erste Kostenvoranschlag kam vom Einkauf: 280.000 Euro für die komplette Umlackierung aller Anlagen und Fahrzeuge. Bei unserem Budget ein Schlag ins Gesicht.

„Das können wir uns nicht leisten!" Rita S. knallte die Zahlen auf meinen Schreibtisch. „Damit könnten wir die kaputte Stanze reparieren oder endlich neue Sicherheitsausrüstung kaufen!"

Sie hatte recht. Und trotzdem spürte ich: Das war mehr als nur Farbe.

Der Wendepunkt: Eine Maschine ... in GRAU

Drei Wochen später kam der Test. Eine neue Inline-Maschine wurde geliefert, in Standard-Werksgrau. Unsere Anforderung, eine Maschine in WEIß zu liefern, war scheinbar zu

spät übermittelt worden, wie wir auf Nachfrage herausfanden. 200.000 Euro Investition, dringend benötigt für die Linie 2.

Ich stand mit Thomas H. vor der Maschine. Grau, funktional, unauffällig.

„Perfekt!" sagte er. **„Endlich eine vernünftige Entscheidung. Die läuft sofort."**

Ich zögerte. Dann sagte ich: **„Wir können die nicht aufstellen. Wir müssen sie zurückschicken."**

„WAS?" Thomas H. starrte mich an, als hätte ich den Verstand verloren. **„Das ist doch nicht dein Ernst? Wegen der Farbe? Wir brau-chen die Maschine! JETZT! Die Kunden warten dringend auf Ware!"**

„Ich weiß", sagte ich ruhig. **„Trotzdem geht sie zurück. Und kommt in Weiß wieder."**

„Sind die noch zu retten?"

Die Nachricht von der Maschine, die zurück geschickt werden sollte, verbreitete sich wie ein Lauffeuer. Am nächsten Morgen stand der Schichtleiter Werner K. In meinem Büro.

„Herr Rook, sind Sie noch zu retten? Wir haben Kunden am Hals, die Qualität stimmt nicht, die Sicherheit ist ein Witz, und Sie machen Theater wegen Farbe?"

„Setzen dich erst mal hin, Werner", sagte ich. **„Erzähl mir: Wie fühlst du dich, wenn du morgens auf die Arbeit kommst?"**

„Wie ich mich fühle?" Er sah mich an, als hätte ich gefragt, welche Farbe der Mond hat.

„Bist du stolz auf das, was du hier siehst? Würdest du deine Familie durchs Werk führen und sagen: 'Hier arbeite ich?'"

Er schwieg. Lange.

„Nein", sagte er schließlich. **„Aber das liegt nicht an der Farbe."**

„Woran dann?"

„Alles ist ... schäbig. Vergammelt. Keiner achtet auf was. Hauptsache, es läuft irgendwie."

„Genau", sagte ich. **„Und da fängt es an."**

Werner K. überlegte einen Moment. Dann nickte er: **"Die Maschine steht noch auf dem Hof. Kann erst morgen abgeholt werden. Timeslot der Spedition. Ich hätte da vielleicht eine Idee. Ich habe einen Ein-**

richter, der hat Maler und Lackierer gelernt. Der könnte die Maschine in 2 Tagen weiß streichen. In der Zeit machen wir sie betriebsfertig und verlieren keine zusätzliche Zeit."

Das war eine tolle Idee. So machten wir es. Und die

Der erste weiße Gabelstapler: „Das hält keine Woche"

Vier Wochen später kam der erste neu lackierte Gabelstapler aus der Werkstatt. Strahlend weiß. Die Mitarbeiter standen drum herum wie um ein Exponat im Museum.

„Schön", sagte Klaus S. aus der Logistik trocken. **„Das hält keine Woche."**

„Zwei Tage", setzte Michael M. nach. **„Höchstens."**

„Wer fährt den denn?" fragte Anna B. aus der Kommissionierung. **„Ich trau mich nicht. Wenn da ein Kratzer dran kommt ..."**

„Das war ich!", Der Tag, an dem Stefan J. stolz wurde

Drei Monate später. Ich lief durch die Halle und hörte Stimmen von der Linie 2.

„Schau mal, Chef!" Stefan J., ein Maschinenbediener, winkte mich heran. **„Haben Sie gesehen? Die neue Maschine läuft jetzt 4 Stunden ohne Störung!"**

Ich sah hin. Die weiße Inline-Maschine glänzte. Keine Ölspuren, keine Papierfetzen, keine Klebereste.

„Wie haben Sie das hingekriegt?"

Stefan grinste. **„Na, man sieht halt sofort, wenn was nicht stimmt. Bei den grauen Kisten früher ... da war immer alles dreckig. Da hat man nichts gesehen?"**

Er zeigte auf einen winzigen Fleck an der Seite. **„Das da? Das war heute morgen. Kleiner Öltropfen. Früher hätt' ich gedacht: 'Ach, ist halt so.' Dann Pappbogen drunter geschmissen. Fertig. Aber heute dachte ich: 'Das stört mich!' Also hab ich's geputzt. Und dann hab ich gleich nachgesehen, wo's herkommt. War nur eine lose Schraube. Fünf Minuten Arbeit. Aber ohne den Fleck hätt' ich's nie gesehen."**

„Und warum erzählen Sie mir das?"

Stefan J. wurde rot. **„Ja, keine Ahnung. Bin halt ... stolz drauf. Früher dachte ich: 'Läuft halt, wie's läuft.' Jetzt denk ich: 'Das ist meine Maschine.'"**

Das war es. **5S**, Sortieren, Setzen, Säubern, Standardisieren, Selbstdisziplin. Was wir intuitiv erlebten, hat einen Namen. Ursprünglich aus Japan stammend (Toyota Production System), heute weltweit ein Standard. Aber oft missverstanden als „Aufräum-Regel". In Wahr-heit ist 5S ein Kultursystem. Eine stille Sprache von Führung.

Sauberkeit wurde Stolz.

Das Wunder der Sichtbarkeit

„Chef, Sie müssen das sehen!" Maria stürmte in mein Büro. Es war Freitag, der weiße Gabelstapler war seit drei Tagen im Einsatz.

Wir gingen in die Halle. Um den Stapler herum war alles ... sauber. Nicht nur sauber, gepflegt. Jemand hatte die Ölspur beseitigt, die dort seit Monaten lag. Die Paletten standen ordentlich. Sogar der Müll war weg.

„Das war nicht ich", sagte Thomas H. verlegen. **„Das haben die Jungs von selbst gemacht."**

„Warum?" fragte ich.

„Ja, keine Ahnung. Sieht halt scheiße aus, wenn drumherum alles dreckig ist."

Da war es. Das erste Zeichen.

„Und weißt du was?" Thomas H. grinste. **„Der Kratzer an der Seite? Den hat Stefan J. sofort gemeldet. Normalerweise hätte der gesagt: 'War schon so.' Aber jetzt ... keine Ahnung. Man sieht's halt."**

Was steckt dahinter?

Die Wissenschaft hinter der visuellen Ordnung zeigt: Wenn unsere Augen eine Farbe wahr-

nehmen, senden sie Signale an den **Hypothalamus** des Gehirns. Dieser Bereich des Gehirns reguliert wesentliche Funktionen, einschließlich Hormonproduktion und emotionale Reaktionen.

Visuelle Ordnung erzeugt ein Gefühl von Kontrolle, Vorhersagbarkeit – und Sicherheit.

In einem chaotischen Umfeld, dagegen, denkt jeder: **„Hier achtet eh niemand auf Details."** In einem gepflegten Umfeld: **„Hier wird ge-nau hingeschaut."** Diese Haltung überträgt sich. Auf das Verhalten. Auf die Qualität. Auf die Sicherheit.

Die Forschung bestätigt dies eindrucksvoll: Eine Untersuchung des **Kaizen Institute Europe (2021**) zeigt, dass sich die Fehlererkennungsrate bei „weißen" Anlagen um über 40% erhöht, genau das, was Stefan J. mit seinem Öltropfen erlebt hatte.

„Die spinnen doch, die Römer!“: der Aufstand des Einkaufs

Sechs Wochen später kam die nächste Bewährungsprobe. Eine neue Stanze sollte geliefert werden, in Weiß. Der Aufpreis: 12.000 Euro.

Rita S., die Einkäuferin, stürmte in mein Büro wie eine Furie.

„Das ist Wahnsinn! 12.000 Euro! Für FARBE! Wissen Sie, was wir damit machen könnten? Ersatzteile kaufen! Die Kantine renovieren! Alle Sicherheitsschuhe erneuern!“

Sie hatte recht. 12.000 Euro waren viel Geld für ein Werk, das um jeden Cent kämpfte.

„Rita", sagte ich ruhig. **„Wie war die Unfallstatistik letzten Monat?"**

„Was hat das denn jetzt damit zu tun?"

„Wie war sie?"

Sie seufzte. **„Drei Unfälle. Ein Gabelstapler-Zusammenstoß, ein Sturz, ein eingeklemmter Finger."**

„Und wie ist die Unfallstatistik seit dem weißen Stapler?"

Sie zögerte. **„Ein Unfall. Aber das ist Zu-fall!“**

„Ist es das?"

Sie schwieg.

„Rita, was kostet uns ein Arbeitsunfall? Durchschnittlich?"

„Mit Ausfallzeiten, Versicherung, Nachschulungen ... etwa 8.000 Euro."

„Und wenn wir nur zwei Unfälle weniger haben pro Jahr?"

Sie rechnete. Ich sah es in ihren Augen: Die 12.000 Euro waren schon wieder drin.

„Das ... das kann doch nicht nur an der Farbe liegen!"

„Nein", sagte ich. **„Aber es fängt damit an."**

Wenn Farbe eine neue Verantwortung schafft: Das Gabelstapler-Paradigma

Ein Stapler ist ein Arbeitsgerät. Aber er ist auch ein Spiegel. Man erkennt an ihm, wie eine Organisation wirklich geführt wird. Und wie ihre Mitarbeiter Verantwortung verstehen.

Die Statistiken sprechen eine erschreckende Sprache: **OSHA** schätzt, dass allein in den USA jährlich zwischen 35.000 und 62.000 Arbeitsunfälle im Zusammenhang mit Gabelstaplern auftreten. Damit sind etwa 11% der Gabelstapler jedes Jahr in einen Unfall verwickelt.

Man kennt das aus dem Alltag: Ein Gabelstapler ist schon länger im Einsatz, er hat einige Kratzer, Dellen und Lackschäden. Kein Mensch weiß mehr genau, wann welche Macke hinzugefügt wurde. Und bei der nächsten Schichtübergabe heißt es nur: „**Der war schon so."** Genau hier beginnt der Verfall, nicht nur der Optik, sondern der Haltung.

Denn wenn der Schaden nicht sichtbar oder nicht sanktioniert ist, verliert die Maschine ihren Wert. Und mit dem Wert schwindet die Verantwortung.

Ganz anders bei einem frisch lackierten Gerät, in unserer Fabrik: weiß, sauber, gepflegt. **Jeder neue Kratzer fällt auf. Und damit auch der Verursacher.** Wenn jetzt das Schichtübergabeprotokoll noch zwei Unterschriften aufweist, die des Übergebenden und die des Überneh-menden, die protokolliert, dass das Gerät, die Maschine etc. in einwandfreiem Zustand über-geben wurde, dann ändert sich etwas.

Plötzlich schaut man zweimal hin, bevor man mit zu viel Schwung durch eine Engstelle fährt. Man achtet auf Abstand. Man prüft lieber zweimal den Rückspiegel. Nicht, weil jemand droht, sondern weil das Umfeld Wert aus-strahlt, weil man verantwortlich ist.

Die lebensrettende Dimension der visuellen Ordnung

Ein sorglos behandelter Stapler hat seine Spuren nicht aus dem Nichts. Er hat Wände touchiert, Paletten gerammt, vielleicht sogar Mitarbeiter gefährdet. Und spätestens hier wird aus einem optischen Thema ein lebenswichtiges.

Ein „normaler" Durchschnittsgabelstapler wiegt zwischen 1,5t und 4,5t (je nach Bauart und Verwendungszweck aber durchaus auch mehr), was wesentlich schwerer ist als die meisten Autos.

Das Verflixte: Der Unterschied zwischen einem Stapler, der auf einen Menschen im Ernstfall mit 5 km/h oder 25 km/h ist zufährt, ist irrelevant, weil ein Fahrzeug mit einer Tonne Masse oder jeden menschlichen Körper in Lebensgefahr bringt, und von ihm nicht gestoppt werden kann. Keine Reaktionszeit, kein Heldentum hilft da noch. **Sorgfalt ist kein Vorschlag. Sie ist Pflicht.**

Die Zahlen sind eindeutig: **Einer von sechs Arbeitsplatz-Todesfällen** wurde mit einem Gabelstapler verursacht. Das ist eine alarmierende Statistik. Was aber noch schlimmer ist: **70% der Gabelstapler-Unfälle wären mit Standard-Sicherheitsmaßnahmen vermeidbar gewesen.**

Der Moment der Wahrheit: „Warum eigentlich nicht?"

Ein Jahr später. Ich saß mit Rita S., Thomas H. und Werner K. in der Kantine. Die Zahlen des letzten Quartals lagen auf dem Tisch. Schwarze Zahlen. Zum ersten Mal seit Jahren.

„Okay", sagte Rita S. und schob die Brille hoch. **„Ich geb's zu. Die Unfälle sind um 60% zurückgegangen. Die Qualitätsreklamationen um 40%. Und die OEE ist von 65% auf 78% gestiegen."**

„Das kann doch nicht nur an der Farbe liegen!" Thomas H. schüttelte immer noch den Kopf.

„Nein", sagte ich. **„Aber es hat damit angefangen."**

Werner K., der Skeptiker vom ersten Tag, lehnte sich zurück. **„Weisst du was? Am Anfang dachte ich, du und die in der Zentral, ihr seid verrückt. Aber jetzt ... wenn ich morgens zur Arbeit komme und sehe die sauberen, weißen Maschinen ... da denke ich: 'Hier passt jemand auf. Hier bin ich richtig.'"**

„Und die Farbe der neuen Maschine?" fragte ich.

Alle drei sahen sich an. Dann sagte Rita S.: **„Weiß natürlich. Warum eigentlich nicht?"**

Das war der Moment, in dem ich wusste: Wir hatten es geschafft.

Farbe als Spiegel der Kultur

Die neue Stanze kam ohne Aufpreis in Weiß.

„Weißt du was?" sagte Thomas H., als wir die neue Maschine anschauten. **„Die passt hierhin. Die gehört hierhin."**

Das war der Wendepunkt. Weil es nicht mehr um „außen" ging, sondern um „innen". Die Mitarbeiter sagten es nicht laut, aber man sah es: Sie fühlten sich ernst genommen. Die Kultur hatte einen neuen visuellen Ausdruck gefunden, und damit auch eine neue Form von Zugehörigkeit.

Die Psychologie der Farben im Arbeitsumfeld

Die Farbpsychologie ist längst keine Esoterik mehr, sondern evidenzbasierte Wissenschaft. Farbe kann das Gedächtnis steigern, die Beteiligung erhöhen und die Aufmerksamkeit lenken.

Die Verwendung von Farbe beruht auf dem Prinzip der kognitiven Konsistenz (Menschen suchen Konsistenz in Überzeugungen und Einstellungen in jeder Situation).

Weiß, unsere gewählte Farbe, war kein Zufall: In älteren Kulturen wurden Farben oft verwendet, um bestimmte Zustände zu behandeln und menschliches Verhalten zu beeinflussen. Weiß symbolisiert Reinheit, Neuanfang und vor allem: **Sichtbarkeit**.

Weiß enthält alle Farben des Spektrums zu gleichen Anteilen und repräsentiert sowohl die positiven als auch die negativen Aspekte von ihnen.

Sicherheit durch Sichtbar-keit

Auch die Linien auf dem Boden wurden neu gezogen. In kräftigem Grün, das internationale Zeichen für sichere Wege. Die Wirkung? Sofort spürbar. Gabelstapler hielten sich an Bahnen. Laufwege wurden respektiert. Beinaheunfälle gingen zurück. **Weil die Orientierung visuell verankert war.**

Die messbaren Erfolge visueller Ordnung

Die Investition zahlte sich aus. **Studien belegen die beeindruckenden Ergebnisse von 5S-Implementierungen:**

- Eine typische 5S-Implementierung führt zu einer erheblichen Reduzierung des Platzbedarfs für bestehende Prozeßschritte
- Eine MIT-Studie (2015) zur 5S-Implementierung belegt: Unternehmen mit visuellen Standards reduzieren Stillstände und Reparaturkosten um 10-30% - hauptsächlich durch frühzeitige Problemerkennung.

Ein oft übersehener Zusammenhang: **Gepflegte Ordnung senkt nicht nur das Risiko, sondern steigert messbar die Effizienz und damit die Profitabilität.** Unternehmen, die visuelle Standards systematisch einführen, erzielen zwischen 10 und 30% höhere Produktivität, insbesondere durch:

- geringeren Suchaufwand
- niedrigere Reparaturkosten
- weniger Stillstände
- weniger Unfälle
- schnellere Einarbeitungszeit neuer Mitarbeiter

Die Macht des ersten Eindrucks

Was wir unterschätzt hatten: den Effekt auf Besucher. Kunden, Lieferanten, potenzielle Mitarbeiter, alle betraten eine Fabrik, die anders aussah, anders roch, anders wirkte. 5S ist auch die Grundlage für erste Eindrücke der Kunden.

Der erste Eindruck war nicht mehr: „**Hier wird gearbeitet."** Sondern: **„Hier wird mit Sorgfalt gearbeitet."** Das ist ein Unterschied, der sich in Verträgen, Partnerschaften und Reputation niederschlägt.

Schlussgedanke: Farbe ist nicht nur Kosmetik

Wenn heute jemand fragt, warum wir Maschinen weiß gestrichen und Gabelstapler neu lackieren gelassen haben, sage ich: **Weil wir Menschen führen wollten. Nicht nur Prozesse.**

Die Investition in Sauberkeit, Ordnung und Farbe ist eine Investition in Kultur. Und damit in Produktivität, Sicherheit, und Stolz.

Die 5S-Methodik ist ein schlankes Management-Tool, das darauf ausgelegt ist, Organisationen dabei zu helfen, saubere, organisierte und effiziente Arbeitsplätze aufrechtzuerhalten. Aber es ist mehr als das. Es ist ein Statement.

Wer seine Anlagen pflegt wie ein frisch gestrichenes Schiff, wird anders darin arbeiten.

Wer den Boden säubert wie einen Operationssaal, denkt präziser. Und wer Farben bewusst einsetzt, kann selbst in der lautesten Fabrik eine stille Botschaft senden: **Du bist hier willkommen. Du bist Teil von etwas Gutem.**

Fazit: Die stille Revolution

Farbe führt, und schützt. Wer glaubt, Farben und Pflege seien nur Dekoration, unterschätzt ihre Wirkung massiv. Farbe:

- schafft Sichtbarkeit
- erzeugt Verantwortungsbewusstsein
- signalisiert Wert
- reduziert Unfälle
- erhöht Effizienz
- **und stärkt damit am Ende auch die Bilanz**

Der weiß gestrichene Gabelstapler ist kein Schönheitsideal. Er ist eine Führungsentscheidung. Und ein Test: Wie geht Ihr Team mit Verantwortung um, wenn sie sichtbar wird?

Christian Rook
info@christianrook.com
www.christianrook.com

Wenn Ihnen dieser Artikel gefallen hat, Sie ähnliche Situationen kennen oder einfach Lust auf einen guten Austausch haben: Lassen Sie ein Like auf LinkedIn da, kommentieren Sie, oder kontaktieren Sie mich direkt!