



**2016**



**MOLOTOW™ – DAS ORIGINAL  
QUALITÄT, INNOVATIONEN, GRAFFITI  
UND BODENSTÄNDIGKEIT**

# MILESTONES OF 20 YEARS INNOVATIONS

1996



COVERSALL™

Das erste Kombinationsspray auf Bitumen-Basis - ruff black!

1998



BURNER™

Die erste Action-Sprühdose ohne Mischkugeln. Das beste Chrom weltweit.

2000



PREMIUM

Die erste echte Graffiti-Sprühdose. Von Künstler für Künstler entwickelt.

2008

REFILL.  
EXCHANGE.  
MIX.



ONE4ALL™ ACRYLIC MARKER SYSTEM

Das erste nachhaltige Markersystem - mindestens 50 mal wiederbefüllbar.

2012



URBAN FINE-ART™

Die erste Fine Art-optimierte Sprühdosen-Line der Welt.

2016



ONE4ALL™ ACRYLIC SPRAY PAINT

Die erste echte Acryl-Sprühfarbe auf Wasserbasis für Mixed Media.

**YESTERDAY**

**TODAY**

**TOMORROW**

# YESTERDAY

1998, von links:  
Jasmin ♥, LOOMIT, P.JAY, Jürgen,  
SEEN, Wolfgang Pelke (†), CES



## MUSCLE CARS, FUNK & TURNTABLES

### BACK IN THE DAYS

Man könnte meinen, er kam in einem Farbtopf zur Welt. Als „der Sohn“ den lokalen Familienbetrieb seiner Eltern 1996 übernahm, ahnte niemand, dass daraus nur wenige Jahre später eine international operierende Firma mit hauseigener Marke werden würde. Dabei folgte er nicht immer dem konventionellen Weg seiner Eltern: mit Funk-Beats an den 12-10ern, Autozubehör und einer Leidenschaft zu Muscle Cars, wurde das Geschäft bald zum lokalen Treffpunkt der Szene.

Der Kontakt zur Graffitikultur entstand damit von alleine und ein Funke einer zündenden Idee genügte, um eine ganze Industrie auf den Kopf zu stellen... Dürfen wir vorstellen? – Jürgen Feuerstein!



1985, Firma Farben Feuerstein



1989, Muscle Cars in Plum Crazy



Dr. MOLOTOW weiß Rat

TODAY

Das Feuerstein-Areal in Lahr/  
Schwarzwald

„DIESE FIRMA IST WIE KEINE ANDERE  
- JUNG, DYNAMISCH UND  
EXTREM BODENSTÄNDIG.“

#### MOLOTOW™ HEADQUARTERS

MOLOTOW™ heute, das sind zufriedene Kunden und Geschäftspartner in über 52 Ländern, ca. 30 hochmotivierte Mitarbeiter und über 15.000 qm Firmenfläche - den Rest kann man nur erahnen. Ein Tag auf dem ehemaligen kanadischen Militärgelände und schnell wird klar: diese Firma ist wie keine andere - jung, dynamisch und extrem bodenständig.

Die letzten 20 Jahre hat es MOLOTOW™ im wahrsten Sinne des Wortes bunt getrieben. Mit der weltweit ersten, reinen Graffiti-Ausstellung (2004) in der Galerie K31, gab Jürgen erstmals Graffitikünstlern eine Bühne für ihre bis dato unterschätzte Kunst - Graffiti war nicht länger ein Synonym für Vandalismus. Seither kämpft die Firma an vorderster Front mit allen MOLOTOW™-Cocktails, die sie zu bieten hat: Die Cocktails? - Das sind Qualität, Innovationen, Graffiti und Bodenständigkeit!



Showroom



Galerie K31



B2C Versandlager

TODAY

Sleeping Car Type 66  
Maße: 21,00 x 4,05 x 3,00 m  
Gewicht: 34,0 t



„EINE HOMMAGE AN DIE ANFÄNGE DER SZENE.“

#### BACKYARD ART

Doch was macht diese Marke so authentisch und einmalig? Diese Frage stellt man sich kein zweites Mal, sobald man in dem ausgerangierten, mit Postern übersäten Mannschaftswagen der deutschen Bahn im Innenhof des Firmengeländes steht. Längst ist der MOLOTOW™ Train zum Markenzeichen geworden – einst eine Hommage an die Anfänge der Szene, eine Erinnerung an die alten Tage. Doch was für die Firma anfänglich als eine Art Denkmal der eigenen Herkunft galt, ist mittlerweile eine stark umworbene Plattform für Künstler geworden – von Rappern wie Kool Savas, bis hin zur Crème de la Crème der Graffiti-Künstler wie MadC, oder roughen Trainwritern.

Also, was macht diese Marke denn so authentisch, so einmalig? Die Antwort ist simpel: Graffiti!



coming home (2012): MOLOTOW™ Train



ausrangierter Mannschaftswagen der DB im Originalzustand



der King of Rap Kool Savas zu Besuch im MOLOTOW™ Headquarters

# TOMORROW

Neu und doch vertraut -  
das Re-Design der  
MOLOTOW™ Produktlinien



„NEUER LOOK - GLEICHE,  
VERLÄSSLICHE QUALITÄT.“

## BRAND RELAUNCH

20 Jahre sind ein langer Zeitraum und obwohl MOLOTOW™ den Oldschool liebt, wird es nun Zeit für etwas Newschool. Passend zu ihrem Jubiläum präsentiert sich die Marke daher in einem neuen Gewand, während die Qualität der Produkte die gleiche bleibt.

Die vier Attribute **Qualität, Innovationen, Graffiti und Bodenständigkeit** spiegeln dabei die Kernwerte der Marke MOLOTOW™ und geben die Richtung für alles Kommende an.

Die Botschaft? - MOLOTOW™ Das Original - natürlich!



Richtungsweisend - der MOLOTOW™ Markenkompass



**INTERVIEW  
MIT EINEM  
WEGBEREITER**

„DIE MARKE MOLOTOW™  
IST NUR SO GUT  
WIE IHRE MITARBEITER  
UND PRODUZENTEN.“

**20 Jahre MOLOTOW™. Das ist eine lange Zeit. Was kannst du rückblickend über die vergangenen 20 Jahre sagen?**

Sehr viel Gutes. Ich darf nun seit 1996 in und an dieser Firma arbeiten und lerne dabei selber nie aus. Die Marke MOLOTOW™ hat einen steilen Weg zurückgelegt und sich hervorragend entwickelt – ich denke da an viele schöne Momente. Manche Dinge haben sich geändert, andere Dinge nicht. Rückblickend war und ist das eine geile Zeit!

**Woher nimmt man die Motivation ständig zu innovieren und eine Marke so voranzutreiben?**

Das ist ganz unterschiedlich. Zum einen suche ich einen großen Ausgleich im Sport und der Natur, zum anderen liebe ich die Herausforderung. Macht man etwas mit Leidenschaft, dann ist man darin auch erfolgreich – nur darum geht es! Inspiration finde ich überall – in der Musik, Filmen, Büchern und bei meiner besseren Hälfte Uli, die mich bei allem immer tatkräftig unterstützt.

Die Marke wird außerdem nicht von mir alleine vorangetrieben. Die Marke MOLOTOW™ ist nur so gut wie ihre Mitarbeiter und Produzenten. Ihr seid großartig!

**Qualität, Innovationen, Graffiti & Bodenständigkeit. Was bedeutet dieses Claim und wo kommt es her?**

Das sind unsere vier Attribute, die zusammen unsere Markenbotschaft „The Original“ bilden. Jeder weiß, dass MOLOTOW™ als erster Ideengeber für Qualität und Innovationen steht – das ist nicht neu. Besonders an diesem Markenkompass sind die erst einmal konträr zueinanderstehenden Worte „Graffiti“ und „Bodenständigkeit“. Diese Merkmale haben sich in einem Workshop im Rahmen einer internen Markenschärfung mit den Mitarbeitern ergeben. Wir kommen aus dem Graffiti und sind ein Familienbetrieb – das kann sonst niemand von sich behaupten. Unser Markenkompass steht für alle Kompetenzen, für die MOLOTOW™ bekannt ist. Wir werden ihn künftig zur Orientierung bei allen weiteren Schritten, Designs, Produkten etc. zur Hand nehmen.

**Alle weiteren Schritte? Man kann also sagen, dass sich MOLOTOW™ aktuell einem Brand Relaunch unterzieht? Was bedeutet das für die Zukunft?**

Genau. Wir haben die letzten 20 Jahre viele tolle Sachen gemacht, aber auch viele nicht so tolle Sachen [lacht]. Einiges davon habe ICH verbrochen

z.B. im Layout. Für die Zukunft möchten wir mehr Transparenz und mehr Klarheit in unsere Marke und unsere Produkte bringen – dazu gehört auf jeden Fall das Retro-Produktdesign und unsere Vintage-Homepage zu überarbeiten. Man darf also gespannt sein und sich auf einige Knaller freuen...

**Du sprichst oft von nachhaltigen Konzepten und deiner Unternehmensphilosophie. Wie wichtig ist dir Nachhaltigkeit?**

Sehr wichtig. Viele verstehen nicht, dass kurzfristige Ziele und Erfolge keinen Bestand haben. Langfristig erfolgreich können nur nachhaltige Konzepte sein. Unsere Unternehmensphilosophie besteht darin, den Verbrauchern ein hochwertiges Produkt zur produzieren, an dem sie möglichst lange Spaß haben. Außerdem sind mir Natur und Umwelt wichtig. Natürlich ist es sehr schwer zu 100% nachhaltig zu leben, aber jeder kann seinen eigenen Beitrag leisten. Unser Beitrag sind unsere nachfüllbaren Marker und unsere austauschbaren Spitzen. 75% unserer Energie beziehen wir außerdem aus Solarpanels.

**Früher hatte man andere Geschäftsmodelle. Du hast den Betrieb deiner Eltern übernommen. Wie war das?**

Nachdem ich das Geschäft etwas aufgemischt und meine Turntables aufgestellt habe, eigentlich ziemlich cool [lacht]. Spaß beiseite – ich konnte viel von Ihnen lernen: über Farbe, Lacke, Pigmente und auch über Unternehmensführung. Manche Dinge habe ich beibehalten, manche Dinge habe ich verworfen. Daraus ist MOLOTOW™ entstanden. Durch meine Muscle Cars und die DJ-Abende in den Diskotheken, bin ich schnell mit der Hip Hop- und Graffitiszene in Berührung gekommen. Auch sie haben mich beeinflusst!

**Du warst also mittendrin. Wie ist das heute? Bist du immer noch so nah an der Szene?**

Klar, auch wenn einige Bekannte weggezogen sind, oder mittlerweile ihr eigenes Ding machen – man verliert sich nicht aus den Augen. Es ist auch immer wieder erstaunlich zu sehen, wie alles miteinander, untereinander vernetzt ist. In dieser Szene kennt fast jeder, jeden!

**Du hast eine eigene Galerie – die K31. Finden dort noch regelmäßig Ausstellungen statt?**

Leider nein. Wir hatten unsere Eröffnungsausstellung im Jahr 2004 und später dann die Tribute to Dare- ▶



## „GRAFFITI BEDEUTET BUCHSTABENARCHITEKTUR.“

► Ausstellung 2010. Seither hat sich da aus Zeitmangel leider wenig getan. Ich sehe mich auch weniger als Galerist – diesen Job überlasse ich anderen. Wer sich der Aufgabe annehmen möchte – nur zu, wir haben Bock!

Die K31 ist für uns, ähnlich wie der MOLOTOW™ Train, ein einzigartiges Alleinstellungsmerkmal, dass die Marke ganz besonders macht und zu ihrem Werdegang gehört.

**Der legendäre MOLOTOW™ Train! Man könnte meinen es sei das Herzstück der Firma. Wie kommt man auf die Idee, einen eigenen Zugwaggon in seinen Hof zu stellen?**

Jugendlicher Leichtsinn [lacht]. Grüße und Danke an dieser Stelle an Frankie aus OG. Das hat sich so ergeben und sollte eine Hommage an die echte Undergroundszene sein. Wenn wir damals im Vorfeld schon gewusst hätten, dass man für einen Zug auch Schienen braucht, die dann auch noch im Vorfeld verlegt werden müssen, ehe der Waggon mit einem Kran durch ganz Lahr tuckert... dann weiß ich nicht, ob ich es gemacht hätte [lacht].

**MOLOTOW™ stellt mittlerweile viel für den allgemeinen Kunstbedarf her. Manche Graffiti-Künstler fühlen sich dadurch auf den Schlips getreten. Was meinst du dazu?**

Das kann ich einerseits verstehen und andererseits auch nicht. Graffiti bedeutet Buchstabenarchitektur und diese ist nicht an eine Sprühdose gebunden. Graffiti entstand als Ausdrucksform, als Sprachrohr. Dieses auf ein Medium zu beschränken, nimmt dem ganzen doch den eigentlichen Sinn. Außerdem geht es ja auch um Kreativität – wer sagt, dass es keinen Spaß macht, seine Graffitis mit Aquarell auf Papier zu bringen? Kunst ist nichts Statisches – sie soll doch auch mitwachsen.

**Bist du selber kreativ tätig?**

Ja, in der Produktentwicklung.

**Danke für das tolle Interview. Möchtest du noch jemanden grüßen?**

Ja, alle die mich liebhaben [lacht]!

Interview: Lisa Muench

20 Jahre! Zeit und Anlass all denen zu danken, die mir Fundament und Inspiration gaben, die nie aufgehört haben an meine Ideen zu glauben und ohne die MOLOTOW™ nicht das wäre, was es heute ist:

**Familie:**

Hanni, Linda, Jakob, Jacky,  
Fabio, Uli, Ruth, Toni, Oskar,  
Paul & Anton

**Team:**

Alex, Anatolie, Andreas,  
André, Andrej, Annett,  
Christa, David,  
Eckhardt, Edmund, Eileen,  
Gabi, Hans-Jörg, Julia, Klaus,  
Laura, Loïc, Lucia, Lukas,  
Manuel, Marion, Markus,  
Martina, Matthias, Micha,  
Miloš, Nadine, Norbert,  
Paul, Philip, Ralf, Raphael,  
René, Sandy,  
Sarah, Stéphane, Thomas,  
Uli, Valerio, Vreni

**Lieferanten:**

Fam. Kwasny,  
Rolf Harnisch,  
Herr Augscheller,  
Herr Förg, Anna, Bettina,  
Chris, Mike, Petra, Tanja &  
Team

Barbara Sommer,  
Herr Lerzer,  
Herr Maisel & Team

Dirk Bromand & Team

**Künstler:**

Antistatik, Bacon, Bates,  
Boogie, Borge, Break,  
Caparso, Ces, Charlie Tuna,  
CMP One, Codeak,  
Daddy Cool, Daim,  
DARE (†), Duck, Dvate,  
ECB, Esher,  
Fino, Fork4,  
Geser, Glaze,  
Herb Martinez,  
Ironman, Isaac Hayes,

James Brown,  
Joan, Kid Crow, Kool Savas,  
Kacao77, Kaisy, Karski,  
Laurus, Leckomio,  
Lokiss, Loomit, Lovepusher,  
MACrew, MadC, MAF,  
Marco Prosch, Mason,  
Dr. Molotow,  
Mr. Cenz, Mr. Green,  
MX4Stylz,  
Nikon, OMSK, Os Gemeos,  
Orbit119, P.Jay, Poet,  
Rath, Razor, Riot, Roc 1,  
Rocking till death,  
Romeo & Mega, Seak,  
Seen, Slider, Soten,  
Stefan Winterle,  
Stohead, Swet,  
Take2, Tasek, Taste,  
Tilt, Toast, Toomer,  
TIWS, Stefan Strumbel,  
Wolf Pelke (†), Wok,  
Zombie, Zoolo,  
1UP Crew, 123Klan

**Freunde & Wegbegleiter:**

Alain & Team Dürr,  
Anja Heuwieser,  
Bucki, Fränkie, Fritz,  
Hans-Jörg(†), Kari, Sassa,  
Roland & Heidi,  
Rainer & Peti,

Aku, Artur,  
Basti, Bene, Clarke, Dudley,  
Fede, Fred, Henk & Lucan,  
Igor, Ilya, John,  
Kahil & Roler, Kate,  
Katja, Krixl & Jörn,  
Laurent, Mari,  
Mike, Mirko, Moreno,  
Patrick, Ralf Kotthoff,  
René & Lilo, Roman,  
Santi, Sarah & Rolf,

Teo, Thomas B., Thomas P.,  
Thomas S., Timur,  
Uli, Uwe,  
Yanni & Darren,

**Fine Art & Fine Friends:**

Achilles, Vasilies, Nicos &  
Anastasios,  
Andreas, Christian, Claudia,  
Peter & Teams,  
Barak,  
Dino & Georgios,  
Francesco & Kurt,  
Frank L., Graeme,  
Heiko & Robert,  
Jef & Bettina,  
Manuel & Manuela,  
Peter,  
Steve, Jim, Tom & Team,  
Christian, Frank & Team,  
Saligh

**Law & Order:**

Hubert Himmelsbach,  
Joachim & Vera Strehle,  
Dr. Klaus Volkmann,  
Dr. Müller OB,  
Rainer Bruder,  
Wolf Blochowitz

**Für Leib & Seele:**

Gasthaus Eiche (Schuttertal)/  
Fam. Ruf,  
Gasthaus Eiche (Langenhard)/  
Fam. Weber und Vesi,  
Schäck's Adler  
Piccola Cantina/Pasquale  
Bistro Wolkenkratzer,  
Fritz Waßmer,  
Markus Dirr  
Willy Schöllmann

**DANKE**

**AN DIE**

**WEGBEGLEITER**

... und sorry an alle, die ich vergessen habe!

