

NORDWAL

INSIGHTS

Ein Blick hinter bunte Kulissen

GRÜN WIE
DIE ERDE

BLAU WIE
DIE MEERE

... und was das alles mit schwarzen
Zahlen zu tun hat.



Ausgabe 05 / Jänner 2020



Haben Sie es schon bemerkt?

Diese INSIGHTS ist etwas ganz besonderes! Sie wurde nämlich auf Südtiroler Apfelpapier gedruckt und unterscheidet sich damit ganz wesentlich von ihren Vorgängern. Wir möchten dadurch wichtige Prinzipien von NORDWAL greifbar machen: dass wir lokale Kreisläufe unterstützen, ein Auge auf die Umwelt haben und nachhaltig wirtschaften, wo dies im Rahmen unserer Möglichkeiten liegt.

Wie wir diesen Rahmen möglichst weit und umfassend gestalten können, damit müssen wir uns als Unternehmen immer wieder und auch immer stärker auseinandersetzen. So haben wir uns schon in der vorletzten INSIGHTS unter dem Stichwort „Upcycling“ dem Thema Nachhaltigkeit zugewandt. Diese Ausgabe wollen wir hingegen der Frage widmen, wie sich Nachhaltigkeit im Unternehmensalltag mit der ebenso wichtigen Wirtschaftlichkeit vereinbaren lässt. Auf der Suche nach Antworten haben wir uns u. a. mit der Firma ADLER darüber unterhalten, welche Maßnahmen dort ergriffen werden, um wirtschaftliche Effizienz und Nachhaltigkeit unter einen Hut zu bringen. Ein werbewirksamer grüner Anstrich für das eigene Firmenimage lässt sich nämlich leicht realisieren – wenn es aber ans Eingemachte geht, an die großen Entscheidungen, dann braucht es langfristige Ansätze – und ja, auch ein bisschen Mut.

Eine INSIGHTS auf umweltfreundlichem Apfelpapier zu drucken, soll ein Statement für unser Bemühen um nachhaltige Lösungen sein.

Ein glückliches, mutiges und erfolgreiches neues Jahr – und natürlich viel Spaß beim Lesen – wünscht Ihnen

Lukas Ausserhofer

NACHHALTIGKEIT ALS CHANCE

ADLER-Geschäftsführerin Andrea Berghofer über Verantwortung, unternehmerische Grundwerte und Zukunftskompetenzen

Supermärkte, Stromanbieter, Kleiderlabels und Autohersteller – alle werben mit ökologischen Standards und Nachhaltigkeit. Wer als Unternehmen aber tatsächlich und in allen Aspekten nachhaltig agieren möchte, wird nicht selten mit schwierigen Rahmenbedingungen konfrontiert: Hohe Produktionskosten, z. B. durch den Einsatz nachwachsender und lokal verfügbarer Rohstoffe, strikte gesetzliche Auflagen, aber auch Dumpingpreise sind unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten häufig nicht einfach zu händeln. Den Preisdruck an Lieferanten und Transporteure weiterzugeben oder die Produktion in andere Länder auszulagern und gleichzeitig nach außen das „grüne Mäntelchen“ zur Schau zu stellen, ist wiederum wenig nachhaltig – es sorgt lediglich für eine Verschiebung der Probleme. Bei ADLER, Österreichs führendem Farben- und Lackhersteller mit Sitz in Tirol, setzt man seit vielen Jahren konsequent auf eine nachhaltige Herangehensweise. Wir haben uns mit Geschäftsführerin Andrea Berghofer über Nachhaltigkeit als zentralen Unternehmenswert unterhalten:

Was bedeutet Nachhaltigkeit für ADLER? Welche Aspekte schließt das Thema Ihrer Meinung nach mit ein und warum?

„Nachhaltigkeit bedeutet für uns, als Unternehmen Verantwortung zu übernehmen: für die Umwelt und das Klima, aber auch für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Und natürlich auch für die Wirtschaft und die Bevölkerung, insbesondere in unserer Region. Unser Ziel ist es, unseren ‚Fußabdruck‘ so klein wie möglich zu halten – deshalb arbeiten wir bei ADLER klimaneutral und energieeffizient, achten auf eine ressourcenschonende Produktion und setzen auf nachwachsende Rohstoffe. Nachhaltigkeit bedeutet für uns aber auch, ein verlässlicher Partner für unsere Kunden und Lieferanten zu sein, den Wirtschaftsstandort in unserer Heimat Tirol zu stärken und unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gesunde und sichere Arbeitsplätze zu bieten.

Nachhaltigkeit, das ist ein Weg von vielen einzelnen Schritten. Man muss sich laufend neue Ziele setzen, immer weiter nach Verbesserungsmöglichkeiten suchen und die Nachhaltigkeit dabei immer im Blick haben. Das betrifft die tägliche Arbeit im Unternehmen genauso wie die langfristigen strategischen Maßnahmen. Es geht dabei nicht darum, einzelne öffentlichkeitswirksame Maßnahmen zu setzen.“

Was motiviert Ihr Unternehmen zum nachhaltigen Wirtschaften, was treibt Sie an?

„Nachhaltigkeit ist für uns in erster Linie ein Grundwert, von dem wir zutiefst überzeugt sind – und das nicht erst seit gestern, sondern bereits



„NACHHALTIGKEIT,
DAS IST EIN WEG VON
VIELEN EINZELNEN
SCHRITTEN. MAN
MUSS SICH LAUFEND
NEUE ZIELE SETZEN,
IMMER WEITER NACH
VERBESSERUNGS-
MÖGLICHKEITEN
SUCHEN UND DIE
NACHHALTIGKEIT
DABEI IMMER IM
BLICK HABEN.“

seit Jahrzehnten. Man kann sagen: Wir haben bei ADLER schon nachhaltig gearbeitet, lange bevor dieser Begriff in Mode gekommen ist.“

Lohnt es sich für Adler, nachhaltig zu wirtschaften? Oder ist Nachhaltigkeit ein Aspekt, der die Bilanz eher belastet, aber aus einem Verantwortungsgefühl heraus dennoch verfolgt wird?

„Kurzfristig gesehen mag Nachhaltigkeit da und dort mit einem Zusatzaufwand verbunden sein, aber wenn man es langfristig betrachtet, wird sich dieser Weg mit Sicherheit lohnen: Die Nachfrage nach ökologischen und nachhaltigen Produkten steigt stetig, vielen Menschen ist die Bedeutung von Umweltschutz und Nachhaltigkeit klar – das sehen wir nicht nur bei unseren Kunden, sondern auch bei unseren Mitarbeitern. Und dieses Bewusstsein wird weiter wachsen. Wir sehen hier für ADLER eine große Chance, durch konsequent nachhaltige Arbeit unseren Mitbewerbern einen Schritt voraus zu sein und uns positiv abzuheben.“

Weil Sie die Belegschaft erwähnen: Wie sieht diese denn die Nachhaltigkeit als Kernwert Ihres Unternehmens?

„Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen zu hundert Prozent hinter unserem Weg, das spüren wir hier jeden Tag. Und das ist auch eine unverzichtbare Voraussetzung für den Erfolg: Wir können unsere Nachhaltigkeitsziele nur erreichen, wenn das gesamte Team mit an Bord ist.“

Darüber hinaus hat natürlich jeder Einzelne die Möglichkeit, an seinem Arbeitsplatz einen positiven Beitrag zu leisten: Indem er Abfall vermeidet und Müll konsequent trennt, indem er sorgsam mit Energie und Ressourcen umgeht oder auf unnötige Wege mit dem Auto verzichtet und stattdessen mit dem Bus oder Fahrrad fährt.“

Wie sehen Sie die gesetzlichen Rahmenbedingungen für ein nachhaltiges Wirtschaften? Was könnte und sollte der Gesetzgeber verändern, damit Nachhaltigkeit für Unternehmen zum gelebten Alltag werden kann?

„Wir übernehmen bei ADLER täglich Verantwortung und erwarten uns dafür vom Gesetzgeber in erster Linie Gestaltungsfreiheit. Es braucht keine Regulierungsflut von staatlicher Seite, sondern vielmehr Freiraum, um zu zeigen, was verantwortungsvolles Wirtschaften bedeutet.“

Was wir aber sehr wohl brauchen, ist eine gut abgestimmte Politik auf globaler oder zumindest auf europäischer Ebene mit einer einheitlichen Gesetzgebung in Sachen Nachhaltigkeit.

Und ganz wichtig: Nachhaltigkeit muss ein zentraler Schwerpunkt in der Bildungspolitik werden! Nachhaltige Bildung vermittelt den Menschen jene Kompetenzen, die sie benötigen, um die globalen Herausforderungen zu lösen. Diese Zukunftskompetenzen reichen von systemischem, kritischem und innovativem Denken und Handeln über die Fähigkeit, Probleme zu verstehen und sie ganzheitlich zu lösen bis hin zu digitalen Kompetenzen. In Schulen und anderen Bildungseinrichtungen braucht es daher ein Angebot, das es möglich macht, diese Zukunftskompetenzen zu erwerben, zu trainieren – und natürlich auch (weiter) zu entwickeln.“

NORDWAL & NACHHALTIGKEIT

Der Weg hin zum nachhaltigen Wirtschaften ist nicht immer einfach – aber auch wir bei NORDWAL sind fest davon überzeugt, dass er sich auf lange Sicht lohnt! Daher wurden in den vergangenen Jahren wichtige erste Schritte unternommen ... und weitere sollen folgen!

- Öko-Strom durch die Fotovoltaikanlage auf dem Dach unseres Hauptsitzes in Auer
- Wärmegedämmtes und energiesparendes Bürogebäude
- Fortlaufende Digitalisierung: Webportal mit umfangreichen Zusatzfunktionen für die Profi-Kunden statt 300 Seiten starker Katalog und EDI-Schnittstelle für einfachere, stets aktuelle und papiersparende Auftragsabwicklung
- E-Smart – für die nicht ganz so langen Wege zu unseren Kunden
- Personalisierte Alu-Flaschen für unsere Mitarbeiter statt Plastikwasserflaschen aus dem Automaten



WERT-VOLLER APFEL

ÜBER UNSERE FRUCHTBARE

ZUSAMMENARBEIT MIT LONGO

Seit vielen Jahren schon verlassen wir uns in allen Belangen rund um Gedrucktes auf die Expertise von LONGO – eine Zusammenarbeit, die jetzt – wortwörtlich! – fruchtbare Züge angenommen hat: Die fünfte Ausgabe unserer INSIGHTS wurde nämlich auf Anregung von LONGO mit Apfelpapier realisiert.

ZU SCHADE ZUM WEGWERFEN

Cartamela heißt das außergewöhnliche Produkt, das sich insbesondere durch seine feine Struktur hervorhebt, dabei aber genauso widerstandsfähig wie gewöhnliches Naturpapier ist und sich – wie man an dieser Ausgabe der INSIGHTS bestens sehen kann – wunderbar bedrucken lässt. Hergestellt wird es von der Südtiroler Firma Frumat, die dafür die Pressrückstände aus der Apfelsaftherstellung nutzt. Weil diese Fruchtabfälle mit Pilzsporen belastet sein können, dürfen sie weder als Dünger auf den Feldern ausgebracht noch als Tierfutter verwendet werden und landen daher im Müll. Nicht so bei Frumat! Seit 2003 werden die zellulosehaltigen Trester nämlich im Bozner Produktionsgebäude mittels eines patentierten Verfahrens zunächst getrocknet, dann vermahlt und anschließend zu ökologischem Apfelpapier verarbeitet.

WARUM GENAU APFELPAPIER?

Weil diese INSIGHTS nicht nur aktuelle Farbtrends aufgreift, sondern auch und vor allem das Thema Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellt – ein Thema, das bei NORDWAL zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Der Vorschlag LONGOs, diese Ausgabe auf Cartamela zu drucken, fiel bei uns daher auf fruchtbaren Boden. Denn nachhaltig wirtschaften, das bedeutet für uns auch, mit Firmen und Partnern vor Ort zusammenzuarbeiten sowie lokal erzeugte Rohstoffe zu verwenden – und damit den Wirtschaftsstandort zu stärken.

Apfelpapier ist ein kreativer Weg zur Müllvermeidung, LONGO bedruckt es zudem klimaneutral – als erste Druckerei Italiens hat man sich dort nämlich für klimaneutralen Druck und klimaneutrale Druckerzeugnisse zertifizieren lassen. Und wir? Wir können unsere Überzeugungen damit ausgezeichnet ausdrücken ... – nein, ausdrücken natürlich!

KLIMANEUTRAL GEDRUCKT ...

... wurde diese Ausgabe der INSIGHTS übrigens auch!

Ganz konkret bedeutet das: Zusätzlich zur klimafreundlichen Wahl von Apfelpapier, für das keine Bäume gefällt werden mussten, haben wir durch unsere Zusammenarbeit mit LONGO beim Druck der INSIGHTS auch reichlich CO₂ eingespart – nämlich ganze 1,742 Tonnen!

Mit dem Aufpreis, der für den klimaneutralen Druck verrechnet wird, hat NORDWAL ein Klimaschutz-Kombizertifikat von natureOffice gekauft, durch welches Wiederaufforstungsprojekte in den Alpenwäldern unterstützt werden. Im Rahmen dieser Projekte werden Sturm- und Borkenkäferkahlfächen mit neuen Bäumen bepflanzt. Diese sorgen dafür, dass die alpentypischen Bergmischwälder ihre wichtigen Aufgaben für den Bodenerosions-, Lawinen- und Wasserschutz weiterhin erfüllen können – und außerdem auch künftige Generationen in den Genuss der frischen Bergluft kommen!



WUSSTEN SIE, DASS ...



DER FASSADEN BONUS 2020: RENOVIEREN UND SPAREN!

Seit dem 1. Januar 2020 greift der neue Steuerbonus für die Renovierung der Fassade von privaten Wohnungen und Häusern sowie Kondominien: Wer entsprechende Arbeiten ausführen lässt, kann **90 %** der Ausgaben steuerlich geltend machen. Dabei ist derzeit kein Maximalbetrag vorgesehen, und der Steuerbonus betrifft nicht nur Maßnahmen zur energetischen Sanierung, sondern auch allgemeine Wartungsarbeiten wie beispielsweise einen neuen Fassadenanstrich. Zudem ist der neu eingerichtete Bonus mit bereits bestehenden steuerlichen Erleichterungen kumulierbar: Er kann also zusätzlich zu allgemeinen Renovierungsarbeiten, energetischen Sanierungen, zum Kauf von Möbeln und Elektrogeräten nach einer Renovierung und zu Maßnahmen für die Verbesserung der Erdbebensicherheit in Abzug gebracht werden.

Der neue Fassaden-Bonus ist übrigens auch für Arbeiten vorgesehen, die bereits 2019 begonnen, aber erst zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2020 in Rechnung gestellt werden – wer den entsprechenden steuerlichen Vorteil nutzen möchte, sollte sich also möglichst bald um die Beauftragung kümmern!



ODE AN DIE REBE

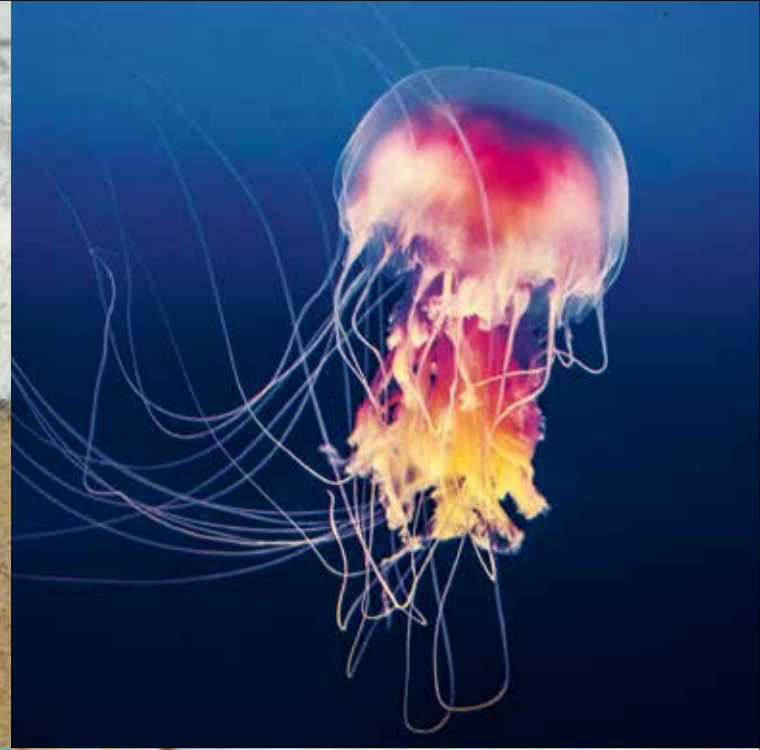
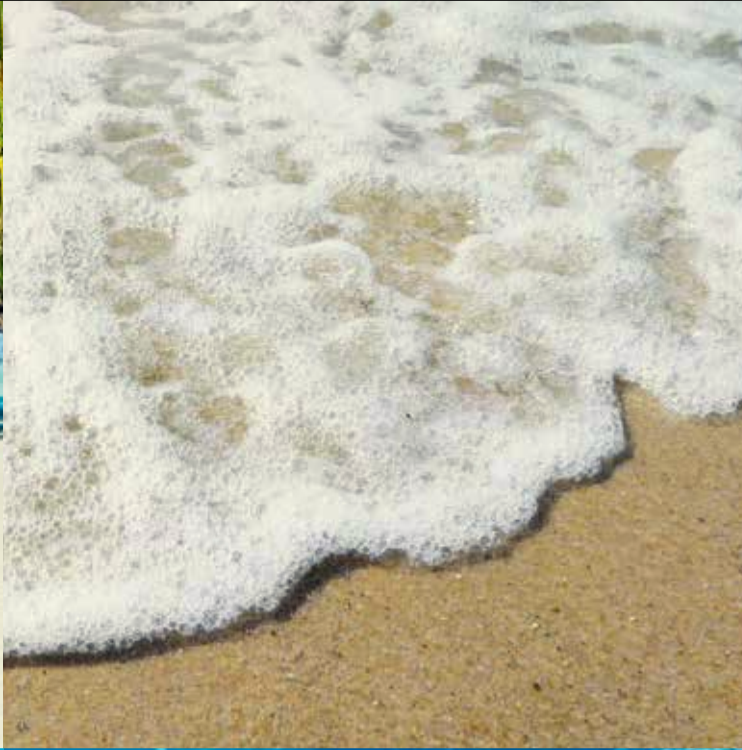
Das neue Verwaltungsgebäude der Kellerei Bozen, in dem auch der WineShop untergebracht ist, lässt keinen Zweifel daran, dass hier der Wein im Mittelpunkt steht: Die Glasfassade mit ihren stilisierten Weinblättern verweist eindrucksvoll auf die Rebe als den Ursprung jedes hervorragenden Weines – und auch als Inspirationsquelle für das Projekt. Weithin sichtbar und dennoch harmonisch in die umliegende Landschaft integriert, erhebt sich der leuchtende Kubus vor den Hängen der Porphyrfelsen, dort, wo der Bozner Stadtteil Gries in die Moritzinger Weinberge übergeht.

Die Produktionsanlagen wurden von den Architekten Dell'Agnolo und Kelderer weitestgehend in den Weinberghang hinein verlegt, wodurch der Glaswürfel, der nachts in allen Farben leuchtet, noch stärker zum zentralen Element der neuen Kellerei wird.

Der Rebenblatt-Kubus wurde übrigens in nachhaltiger Bauweise realisiert. Für das Interieur zeichnet die Möbeltischlerei KOFLER GmbH aus Unsere Frau im Walde verantwortlich, die dabei unter anderem auch Klarlacke von ADLER verwendet hat.

Für die innovative und richtungsweisende Ausführung wurde die Kellerei Bozen mit dem KlimaHaus AWARD 2019 ausgezeichnet.





MEER IST MEHR: IM (FARB-)RAUSCH DER TIEFE

Die Farbtrends für das Jahr 2020

Wie jedes Jahr gab Pantone im vergangenen Herbst wieder die Trendfarben für das neue Jahr vor. Und was Pantone bestimmt, das gilt: in der Modewelt, in der Printwelt – und auch in der **NORDWAL**-Welt. Für 2020 bedeutet das: mehr Meer! Die Farbwelt taucht nämlich noch weiter in die Tiefe der Ozeane ein. So sind es nicht mehr nur die Blautöne, die es in diesem Jahr in die Trendfarben-Palette geschafft haben, sondern auch Grau-, Grün- und Rottöne. Das Meer in all seinen Facetten – wild, ruhig und tief. Quallen und Meerestiere, die in hunderten Metern Tiefe leben, dienen als Inspiration für knallige Rottöne, das Grau inspiriert sich an aufschäumenden Wellen und an Muscheln, während Grüntöne an das aufgewühlte Meer nach einem Sturm oder an das seichte Wasser an einem karibischen Strand erinnern.

KONTRASTWELT

2020 dreht sich in Sachen Farben alles um Kontraste. So treffen sanfte Rosa- und Beigetöne auf neonartige Farben wie sattes Lila und kräftiges Orange, tiefdunkles Grün steht blassem Gelb gegenüber. Ob Pastell- oder Knallfarbe – oder eine Kombination daraus: Tiefe ist, was diese Farben alle gemeinsam haben. Eine Palette, die es ganz einfach macht, sich selbst auszudrücken – denn genau darum geht es in der Farbsprache von 2020.

FARBTRENDS IM INTERIEUR

Wer seine vier Wände nach den Trendfarben des neuen Jahres gestalten will, der darf sich ganz und gar ausleben. Wände in blassem Grau, Textilien in kräftigem Blau, Details in knalligem Beerenrot – oder umgekehrt! Es geht darum, Akzente zu setzen – unter anderem auch mit Effektlacken, die im Jahr 2020 weiterhin sehr angesagt sind. Ein Holzmöbel im Betonlook kommt auf einem neonfarbenen Teppich beispielsweise ausgezeichnet zur Geltung – wie der Betonlook auf Ihr Möbelstück kommt, verraten wir Ihnen übrigens auf der gegenüberliegenden Seite. Metallic-Effekte, die z. B. mit **ADLER** Standardlacken aufgetragen werden können, greifen wiederum die goldenen Beige-Töne der Trendfarben auf, spiegeln einen Sandstrand im Sonnenlicht wider. Zwischen Farben- und Lackeffekten darf sich die Kreativität vollkommen ausleben! Die Trends des Jahres 2020 ermöglichen Kontraste – in jeder Hinsicht.

AUS HOLZ MACH BETON!

Anleitung zum „Aufmöbeln“ mit Effektlacken

Beton erobert das Wohnzimmer: An den Innenwänden, in Form von Möbelstücken oder Accessoires verbreitet er seinen nüchternen und modernen, aber trotzdem edlen Charme. Statt den Holzmöbeln mit einem Sack Zement zu Leibe zu rücken, können Möbelhersteller und Kreative jetzt mit einer handelsüblichen Lackierpistole, einem Spachtel und den passenden Produkten von ADLER in wenigen Schritten einen verblüffend echten und ausdrucksstarken Beton-Look kreieren.

Wie das geht, zeigt Ihnen ADLER-Anwendungstechniker Dominik Schwaiger in der folgenden Schritt-für-Schritt-Anleitung:

1

Vorbereitung

Besonders wichtig für den Betoneffekt ist die Vorbereitung des Produktes: Rühren Sie den Eimer mit dem ADLER Betoneffekt händisch mit einem hölzernen Rührstab gut auf.

Verwenden Sie keinesfalls einen elektrischen Mischer oder ähnliche Geräte!

Falls Sie ein Möbelstück renovieren – ihm also mit dem Betoneffekt zu einem neuen Look verhelfen –, müssen Sie dieses vor dem nächsten Schritt natürlich abschleifen. Hierfür verwenden Sie am besten ein Schleifpapier der Körnung 240.



2

Betoneffekt aufspachteln

Nun dürfen Sie in den Farbtopf greifen. Für dieses Beispiel haben wir den ADLER Betoneffekt im Farbton Daiquiri gewählt. Tragen

Sie den putzähnlichen Grund mit einer Edelstahl-Glättkelle auf – gerne unregelmäßig kreuz und quer, denn dadurch entsteht die charakteristische Struktur, die den Betoneffekt-Look erst so richtig realistisch wirken lässt. Ob Sie eher grobe Bahnen oder feinere Übergänge gestalten, bleibt dabei ganz Ihrem Geschmack überlassen. Um einen besonders lebhaften Oberflächeneffekt zu erzielen, können Sie die verschiedenen Farbtöne nass in nass miteinander vermischen. Lassen Sie das Werkstück danach über Nacht trocknen.



3

Schleifen

Schleifen Sie nun die Oberfläche mit Schleifpapier der Körnung 80. So glätten Sie die raue Fläche und verleihen Ihrem trendigen Möbel die Haptik von echtem Beton. Auch hier können Sie die Schleifintensität ganz nach Belieben variieren – dadurch lassen sich individuelle, einzigartige Oberflächen kreieren.



4

Ablackieren

Jetzt ist es Zeit für die unsichtbare Schutzschicht: Lackieren Sie das Möbelstück mit



einem lichtechten Möbellack in einem möglichst niedrigen Glanzgrad ab (z. B. ADLER PUR-Antiscratch G5).



5

Das Ergebnis

Der erste Beton aus der Dose: Die ADLER Effektlackierung mit ihren fünf Standardfarbtönen (fast schwarz, verschiedene Grautöne und ein rötlicher Brauntönen) lässt sich für die verschiedensten Bereiche einsetzen – vom Designer-Einzelmöbelstück über eine besondere Küchenfront bis hin zum Esstisch. Nur Mut: Probieren Sie es aus!

P.S.: Der Beton-Look lässt sich übrigens ganz ausgezeichnet mit den Farbrends für 2020 kombinieren – nur so als Inspiration am Rande ... Wenn Sie Fragen zu den Lacken, Pinseln oder der Ausführung ganz allgemein haben, schauen Sie doch einfach in einer unserer Filialen vorbei – unsere Experten stehen Ihnen jederzeit gern mit Rat und Tat zur Seite!





Das Entsorgungs-EinMALeins

WOHIN MIT LACKEN, FARBEN & CO.?

Eines möchten wir gleich vorausschicken: **Die beste Entsorgungs- oder Recyclingstrategie ist ... gar keine zu benötigen! Wer vorher gut plant und den Materialbedarf so akkurat wie möglich berechnet, muss nachher keine oder kaum Reste entsorgen. Wir helfen Ihnen natürlich gern bei der Berechnung der Farb- oder Lackmenge! Wenn aber doch mal etwas übrig bleibt, stellt sich schnell die Frage: Wohin mit den Resten? Wir verraten es Ihnen:**

ALTE FARBRESTE ...

... können im Hausmüll entsorgt werden, sofern sie eingetrocknet sind – dies geschieht allerdings nur bei wasserlöslichen oder wasserbasierten Farben. Um eine Farbe eintrocknen zu lassen, können Sie sie für eine Weile einfach offen stehen lassen. Flüssige Farbe muss hingegen **IMMER** auf dem Recyclinghof entsorgt werden!

LÖSEMittelHALTIGE LACKE ...

... gehören auf den Recyclinghof oder auf Schadstoff-Sammelstellen. Dort werden sie fachgerecht entsorgt bzw. recycelt. Wenn Sie sich nicht sicher sind, dann schauen Sie auf der Dose nach dem Hinweis „lösemittelhaltig“.

LEERE DOSEN, FARBEIMER UND ABDECKFOLIE ...

... sollten in die entsprechenden Wertstofftonnen bzw. auf dem Recyclinghof entsorgt werden.

DAS WEGWERF-NO-GO

Unter keinen Umständen dürfen Lack-, Farb- oder Lösemittelreste in das Abwasser gelangen, da sie es verunreinigen – und die Abflusrohre auch. Die Toilette und der Abfluss sind also keine Wegwerf-Option!

BESSER AUFBEWAHREN

Wenn Sie eine angebrauchte Farb- oder Lackdose richtig verschließen und auf den Kopf stellen, verringert sich das Risiko, dass Luft eindringt. Sie können sie so optimal bis zum nächsten Gebrauch lagern. Wenn sich die Dose nicht mehr richtig verschließen lässt, können Sie den Inhalt in ein Schraubglas umfüllen und darin – wieder auf den Kopf gestellt – aufbewahren.

INDIVIDUELLE BERATUNG

Sollten Sie trotz unseres Einmaleins nicht wissen, wohin mit alten Farb- und Lackdosen, dann fragen Sie gerne einfach in einer unserer Filialen nach! Unsere Experten können Ihnen genau sagen, wie Sie sie am besten entsorgen – oder ob Sie sie noch weiterverwenden können.

ALLES NEU ...

... macht NORDWAL in Trient!

Im Mai 2019 hat NORDWAL in Trient mit dem Umzug in die neue Filiale in der Via Maccani 108/11 einen lange geplanten und bedeutenden Schritt vollzogen.

Um unsere Kunden noch besser bei ihren Vorhaben unterstützen zu können, haben wir nicht nur unsere Räumlichkeiten vergrößert, sondern auch unser Team: Zwei Experten im Verkaufsbereich Bautenschutz, ein Techniker und ein erfahrener Verkäufer ergänzen unser Angebot in der neuen Filiale mit ihrem fundierten Fachwissen. Ein neuer Premium-Lieferant erweitert das bestehende umfangreiche NORDWAL Sortiment. Auf hellen und übersichtlichen 150 m² finden Profis und Heimwerker im neuen

Geschäftslokal eine umfassende Auswahl an Farben, Lacken, Holzpflegemitteln sowie Zubehör u.v.m. In der integrierten Farbmischabteilung werden die gewünschten Farbtöne schnell und exakt hergestellt, und unsere Mitarbeiter sorgen für die in allen Bereichen gewohnt professionelle Beratung. Ganze 900 m² umfasst hingegen das neue Lager, durch das wir die kurzfristige und konstante Verfügbarkeit unserer Produkte gewährleisten können.

Die neue NORDWAL-Filiale in der Via Maccani 108/11 ist übrigens noch einfacher zu erreichen – und die Parkplätze direkt vor dem Geschäft ermöglichen ein bequemes Verstauen der Ware auch bei größeren Einkäufen!

