

NORDWAL

INSIGHTS

Ein Blick hinter bunte Kulissen

NEUES
JAHR,
NEUE
CHANCE



Ausgabe 13 | Jänner 2024

WIR PACKEN ES AN



Fragen Sie manchmal Freunde, Familienmitglieder oder Kolleginnen, wie es ihnen eigentlich geht? Wie es ihnen wirklich geht – worüber sie sich Gedanken machen, was sie beschäftigt, freut und sorgt. Wenn man sich die Zeit nimmt und genau hinhört, kommt oft Überraschendes zutage. Genau das haben wir uns in der NORDWAL-Geschäftsführung vorgenommen. Wir wollen wissen: Wie geht es unseren Kolleginnen und Kollegen? Wie ist die Stimmung im Team, die Beziehung zu den Vorgesetzten? Gemeinsam mit einem Start-up aus Bozen und einem Arbeitspsychologen haben wir eine Umfrage ausgearbeitet, um die Zufriedenheit bei NORDWAL zu messen.

Alle Teammitglieder bekommen einmal wöchentlich einen Fragebogen zugeschickt, den sie ausfüllen können. Die Antworten werden ausgewertet und dann machen wir uns an die Arbeit: Wir beseitigen „Baustellen“ und anschließend überprüfen wir, ob unsere Bemühungen dort angekommen sind, wo sie ankommen sollen: bei unseren Teams. Weil sie es sind, die das Herz der Firma schlagen lassen. Und weil NORDWAL sich stetig ändern, anpassen, entwickeln soll – wie wir es in unserer Firmengeschichte immer wieder getan haben.

Zum Beispiel, um unsere Umwelt möglichst wenig zu belasten. In den letzten Jahren haben wir auch in puncto Nachhaltigkeit einiges angepackt. Die Zeitung in Ihren Händen ist auf Apfelpapier gedruckt und in zu 100 Prozent recycelbare Kartoffelfolie eingeschweißt. Solche kleinen Maßnahmen begleiten weit größere: Die neu ausgebaute Fotovoltaikanlage versorgt unseren Firmensitz mit grünem Strom, die neue Wärmepumpe nutzt Grundwasser zum Kühlen und Heizen unseres Firmengebäudes.

Was es sonst an Neuem bei NORDWAL gibt, welche außergewöhnlichen Einzelstücke Sie mit Kreidefarben fertigen können und was wir in den nächsten Jahren noch vorhaben, lesen Sie auf den folgenden Seiten. Unsere Ärmel bleiben jedenfalls hochgekrempt – Ihre auch?

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht


Lukas Ausserhofer

Bereit für



„Die nahe Zukunft wird sicherlich herausfordernd sein, wir werden sehr viel dazulernen und unsere Fähigkeiten durch neue erweitern müssen.“

Andrea Facci,
Verantwortlicher Bautenschutz NORDWAL

Der „Superbonus 110%“ hat italienweit einen regelrechten Bauboom ausgelöst. Das Dekret aus dem Jahr 2020 mit dem bezeichnenden Namen „rilancio“, was so viel bedeutet wie „Wiederbelebung“, lief Ende des Jahres 2023 aus. Und die Unternehmen müssen sich auf den Wegfall finanzieller Mittel einstellen. Bekanntlich stecken hinter Herausforderungen auch Chancen – und genau über die haben wir mit Andrea Facci, Verantwortlicher NORDWAL Bautenschutz, gesprochen.

Stichwort Superbonus: Was haben die Jahre dieser beispiellosen Fördermaßnahme für Sie und vor allem für das Unternehmen NORDWAL bedeutet?

Da fällt mir als Erstes die enorme logistische Herausforderung ein, der wir uns stellen mussten. Unser Unternehmen wurde, was Produktion und Transport anbelangt, auf eine harte Probe gestellt – wir haben etwa 600.000 Kilo Wandbeschichtungen angeschafft und ausgeliefert und über 200.000 Quadratmeter Wandgrundierungen vertrieben. Diese enormen Zahlen machen deutlich, dass die Zeit des Superbonus einmalig war. Aber natürlich haben wir uns auf die Zeit, die jetzt auf uns zukommt, gut vorbereitet.

eine neue Ära

Vorbereitung ist alles: Welche Strategie verfolgt NORDWAL?

Wir bauen auf den Erfahrungen auf, die wir im Laufe der vergangenen intensiven Jahre gesammelt haben. Mit den hohen Anforderungen haben wir uns neue Fähigkeit angeeignet, sind noch professioneller geworden. Der Superbonus hat unsere Arbeit sicherlich enorm geprägt, nun ist es aber an der Zeit, diese Phase hinter uns zu lassen und weiterzuwachsen. Derzeit ist die wirtschaftliche Situation in Italien ja eher ungünstig, der Zugang zu Krediten für Unternehmen und Familien ist schwierig und der Immobilienmarkt schwächelt. Hinzu kommt die Liquiditätskrise der kleinen und mittleren Unternehmen, die mit dem Auslaufen der Steuervergünstigungen einhergeht. Ich persönlich bin aber davon überzeugt, dass wir Expansionsmöglichkeiten haben, indem wir neue Märkte erschließen.

Welche Märkte hat NORDWAL konkret im Blick?

Die vielversprechendsten Bereiche mit interessanten Wachstumsperspektiven sind meiner Meinung nach: passiver Brandschutz, akustische Innendämmung sowie die Konsolidierung und Verstärkung der Gebäudestruktur. Beim passiven Brandschutz, also Lösungen, die in die Gebäudestruktur integriert werden, damit das Gebäude einem Brand länger standhalten kann, möchten wir eine Art Rundum-Service für Fachleute anbieten. Der Service soll nicht nur Brandschutzberatung und das Aufzeigen technischer Lösungen beinhalten, sondern wir wollen noch weiter gehen. Daher bieten wir auch einen Lokalausweis auf der Baustelle an und übernehmen die Abwicklung aller erforderlichen administrativen Schritte. Sprich: Wir füllen auch alle Anträge und Dokumente aus. Dieser Bereich wird immer komplexer und entwickelt sich ständig weiter, und wer hier nicht up to date ist, riskiert Strafen. Um unsere gewohnte Qualität zu gewährleisten, arbeiten wir mit den renommiertesten Partnern auf dem Markt zusammen – das gilt übrigens auch für die Schallschutzsysteme. Dieses Netzwerk an erfahrenen Partnern ermöglicht es uns, jede Situation individuell zu betrachten und so die richtige Lösung für jede Anforderung zu finden. Egal ob für Privatbauten oder Gewerberäume, Produktionsstätten oder den öffentlichen und sozialen Wohnbau.

Sie haben die strukturelle Verstärkung von Bauwerken erwähnt. Was sind das für Systeme und welches Potenzial haben sie?

Das ist ein sehr interessanter Bereich, in dem es um zwei sehr unterschiedliche Aspekte geht, die beide aber sehr aktuell sind: um den Klimawandel und um den sogenannten Sismabonus, also das Förderpaket, das Eingriffe unterstützt, die die strukturelle Stabilität von Immobilien verbessert. Konkret geht es um den Schutz von Gebäuden gegen äußere Einwirkungen, denken wir zum Beispiel an einen besonders heftigen Hagelsturm: Früher war das ein sehr seltenes Ereignis, bei dem höchstens Autos beschädigt wurden. In den letzten Jahren aber gab es viele heftige Hagelstürme, die sogar den Verputz und die Wandgrundierung von Gebäuden stark beschädigten. Für dieses Problem haben wir gemeinsam mit unseren Partnern außerordentlich widerstandsfähige Systeme entwickelt, die weit über das hinausgehen, was geltende Normen vorschreiben. Außerdem haben wir spezielle Vorgehensweisen entwickelt, was die Reparatur von Unwetterschäden an Gebäuden betrifft.

Alle diese Neuheiten deuten darauf hin, dass NORDWAL seine Strategie nicht einfach nur nachjustiert, sondern eine echte Neuausrichtung und Umstrukturierung der Geschäfts- und Vertriebsaktivitäten vornimmt.

Ja, genau so ist es. In den letzten zwei bis drei Jahren mussten wir uns nicht wirklich aktiv um den Verkauf von Produkten kümmern, weil die Nachfrage so groß war. Jetzt müssen wir aber proaktiv handeln und uns engagieren, um Raum für wirtschaftliches Wachstum zu schaffen. Aber das ist noch nicht alles. Aus meiner Sicht muss sich das Verkaufskonzept ändern: Wir müssen Lösungen anbieten, die die gesamte Gebäudehülle betreffen, nicht nur die Wände. Darüber hinaus dürfen wir die Beratung nicht vergessen, sie wird immer wichtiger. Grundlegend ist aber eines: unsere Innovationsbereitschaft. Sie stellt sicher, dass wir mit dem Stand der Technik Schritt halten und Entwicklungen vielleicht sogar vorhersehen können.

„In jeder Herausforderung liegt eine Chance“: Sehen Sie das so?

Dem kann ich nur zustimmen. Die nahe Zukunft wird sicherlich herausfordernd sein, wir werden sehr viel dazulernen und unsere Fähigkeiten durch neue erweitern müssen. Es ist beispielsweise immer wichtiger, Ästhetik, Design und Funktionalität in einem Projekt miteinander zu verbinden, gleichzeitig müssen aber technische und rechtliche Anforderungen erfüllt werden und das Gebäude muss nachhaltig sein. Ich bin überzeugt, dass unsere Arbeit sich tiefgreifend ändern wird: Verkäufer werden zu Beratern, die sich die Projekte genau ansehen und ihre Kunden umfassend informieren. Das ist eine große Herausforderung, allerdings eine mit großem Entwicklungspotenzial und großen Wachstumsmöglichkeiten, und zwar persönlich, beruflich und unternehmerisch. Die Zukunft ist schon heute, und ob wir sie mitgestalten, hängt nur von uns ab.



HOLZ & HARZ: DIE PERFEKTE KOMBINATION

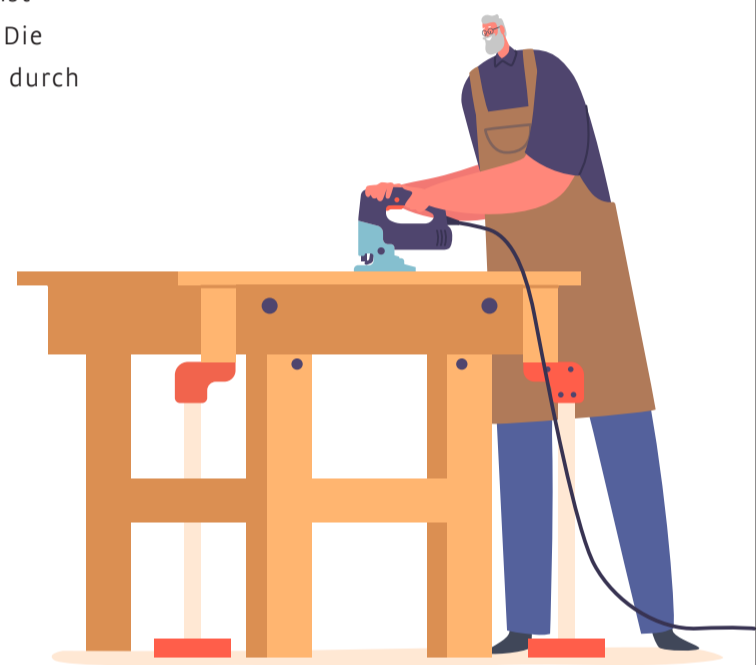
Als diese Bretter aus einheimischem Nussholz unserem Kunden Andrea Rizzi von der Trienter Tischlerei Sciarol unterkamen, wusste er sofort, dass sie das ideale Ausgangsmaterial für ein besonderes Möbelstück waren. Ihre einzigartige Form und Färbung inspirierten ihn dazu, ein Einzelstück zu erschaffen: einen Tisch, der die Eleganz und Zeitlosigkeit des Holzes hervorhebt. Neben seinem handwerklichen Geschick und kreativen Gespür setzte er dabei die optimalen Produkte ein – den „Fusion Epoxy“ und den „Fusion Hardener“, zwei Produkte aus dem Hause NORDWAL.

„Fusion Epoxy“ ist ein besonders widerstandsfähiges Kunstharz, das zu einer glasklaren und spiegelglatten Oberfläche aushärtet, sobald es mit dem „Fusion Hardener“ vermischt wird.

In seiner Anwendung ist das vielseitige Harz recht unkompliziert: Harz und Härter werden unmittelbar vor der Verwendung und exakt im angegebenen Verhältnis vermischt. Die Mischung sollte gründlich umgerührt werden, damit das Harz frei von Bläschen bleibt. Wer möchte, kann eine von acht verfügbaren Farben dazugeben und kurz mit der Masse verrühren. Andrea Rizzi hat für seine Kreation ein elegantes Schwarz gewählt. Das Harz ist sehr dünnflüssig und verteilt sich rasch, auch die kleinsten Fugen füllt es zuverlässig aus und versiegelt sie. Die Oberfläche des Tisches lässt sich hervorragend reinigen, ist kratzunempfindlich und zeichnet sich vor allem durch ihre hohe Vergilbungsresistenz aus.



Foto von Andrea Rizzi



DIE FARBE DES JAHRES

Pantone hat **Peach Fuzz** zur Farbe des Jahres 2024 gekürt. Wie ein samtig-zarter Pfirsich, warm und gemütlich kommt Peach Fuzz daher – und steht deshalb laut Pantone für den Wunsch nach Gemeinschaft und Ruhe in turbulenten Zeiten. Der zurückhaltende und zeitlose Pastellton zwischen Rosa und Orange schafft eine angenehme Atmosphäre und wirkt leicht nostalgisch. Wie gemacht, um frischen Wind in Ihre eigenen vier Wänden zu bringen.

Lust auf einen neuen Anstrich? Besuchen Sie eine unserer Filialen und lassen Sie sich beraten!

PANTONE®

13-1023

Peach Fuzz



Nordwal goes GREEN!

Welchen Beitrag können wir leisten, um die Umwelt und ihre Ressourcen zu schonen? Diese Frage stellt sich die Geschäftsführung von NORDWAL regelmäßig. Welche größeren und kleineren Projekte umgesetzt wurden, weiß Senior-Geschäftsführer Raimund Ausserhofer.

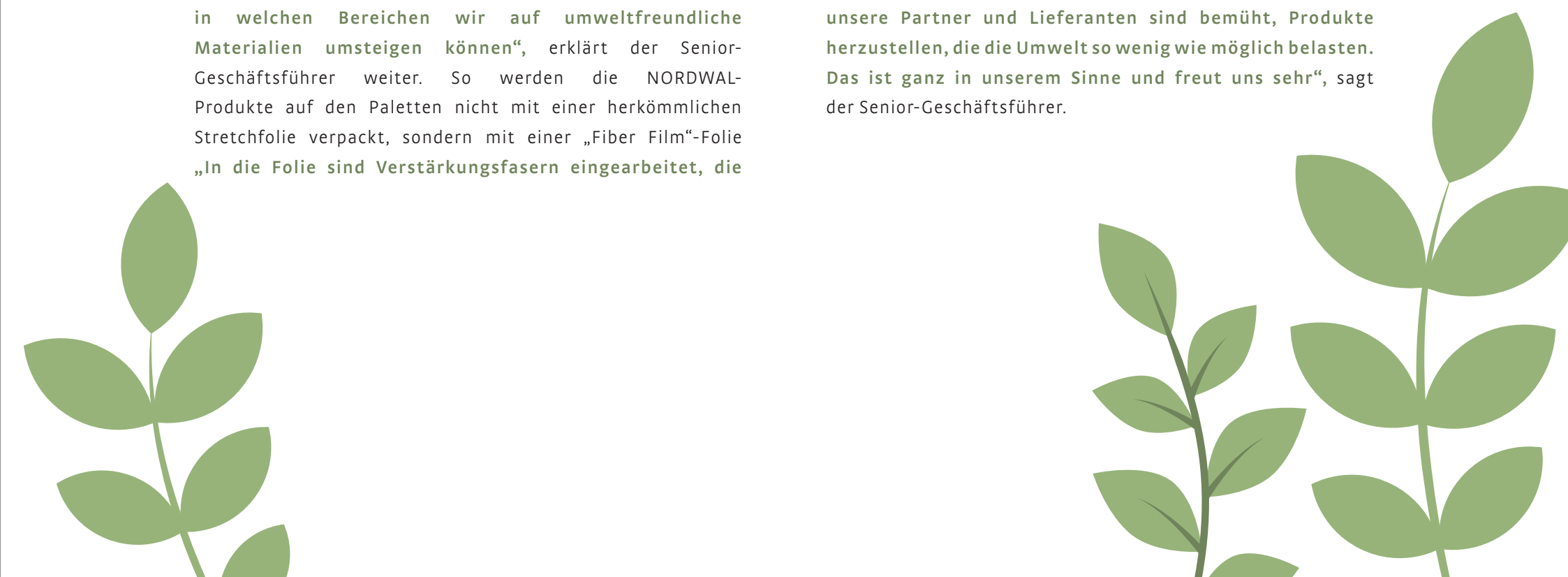
„Die Erweiterung der Fotovoltaikanlage stand schon lange auf unserer Agenda“, sagt Raimund Ausserhofer, Senior-Geschäftsführer von NORDWAL. Anfang des Jahres 2022 fasste die Unternehmensführung den Entschluss, die bestehende Anlage mit einer Leistung von knapp 20 kWp auf 100 kWp zu vergrößern, um unter anderem firmeneigene Elektroautos mit sauberer Energie versorgen zu können. Ende 2022 begannen die Arbeiten an der neuen Fotovoltaikanlage mit der Montage der Paneele, seit November 2023 ist die Anlage in Betrieb. Teil des Projektes war auch die Installation einer Wärmepumpe, die sowohl im Winter als auch im Sommer für eine angenehme Raumtemperatur im NORDWAL-Gebäude sorgt. Die Wärmepumpe nutzt das Grundwasser als Energiequelle und arbeitet mit zwei Brunnen. „Aus einem Brunnen wird das Grundwasser entnommen und zur Wärmepumpe geführt, die dem Wasser die Wärme entzieht, die das Gebäude zum Heizen nutzt. Dann fließt das erkaltete Grundwasser in den zweiten Brunnen zurück, dessen Inhalt wieder in das Grundwasser zurückgeführt wird“, erklärt Raimund Ausserhofer das Prinzip einer Wasser-Wasser-Wärmepumpe.

„In regelmäßigen Abständen überprüfen wir, ob und in welchen Bereichen wir auf umweltfreundliche Materialien umsteigen können“, erklärt der Senior-Geschäftsführer weiter. So werden die NORDWAL-Produkte auf den Paletten nicht mit einer herkömmlichen Stretchfolie verpackt, sondern mit einer „Fiber Film“-Folie. „In die Folie sind Verstärkungsfasern eingearbeitet, die

einen guten Halt garantieren, wodurch weniger Folie gebraucht wird“, sagt Raimund Ausserhofer. Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Kunststoffverbrauch kann so um rund 50 Prozent verringert werden. Außerdem ist diese neuartige Folie, die sich zu einem kleinen Ball zusammendrücken lässt, zu 100 Prozent recycelbar und als „Carbon neutral“ zertifiziert. Das bedeutet, dass von der Produktion bis zur Auslieferung an den Endkunden der CO₂-Ausstoß ausgeglichen wird. „In Kürze planen wir auch den üblichen und vielfach eingesetzten Klebestreifen für die Verpackung von Kartonagen mit dem recycelbaren zu ersetzen“, ergänzt er.

Auch das „INSIGHTS“-Magazin soll die Umwelt nicht unnötig belasten. Es wird seit 2021 auf Apfelpapier gedruckt: Zellulosehaltige Obstreste werden getrocknet, zermahlen und anschließend zu Ökopapier weiterverarbeitet. Auch die Verpackung des Magazins ist keine herkömmliche: Es wird in eine Folie aus Kartoffelschalen eingeschweißt, die eine umweltfreundliche Alternative zur Plastikverpackung darstellt.

„Wir haben weitere Bereiche, in denen wir unseren Beitrag zum Umweltschutz leisten können, bereits im Blick. Auch unsere Partner und Lieferanten sind bemüht, Produkte herzustellen, die die Umwelt so wenig wie möglich belasten. Das ist ganz in unserem Sinne und freut uns sehr“, sagt der Senior-Geschäftsführer.



Mit guter Stimmung zum Erfolg



„Wir wollten keine Momentaufnahme, sondern wir möchten ein kontinuierliches Stimmungsbild, das uns zeigt, wie es den Menschen geht.“

Claudia Ausserhofer,
Personalverantwortliche NORDWAL

Als Personalverantwortliche weiß Claudia Ausserhofer, wie wichtig es ist, dass sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem Unternehmen wohlfühlen. Durch eine Umfrage will Ausserhofer herausfinden, wie es dem NORDWAL-Team geht – und wo noch nachgebessert werden muss.

„Wie ist deine Stimmung diese Woche?“ So beginnt der Fragebogen, den die Mitarbeitenden von NORDWAL 16 Wochen lang jeden Freitag ausfüllen – natürlich auf freiwilliger Basis. So will Claudia, die gemeinsam mit ihrer Mutter Karin Ausserhofer für das Personal bei NORDWAL zuständig ist, herausfinden, ob im Unternehmen eine gute Stimmung herrscht und wie sich beispielsweise arbeitsintensive Wochen auf die Stimmung des Personals auswirken.

Frau Ausserhofer, als Personalerin liegt Ihnen das Wohl der Mitarbeitenden am Herzen. Und um die Mitarbeiterzufriedenheit zu messen, braucht es Daten, die Sie durch die Umfrage erhalten. Was genau möchten Sie erreichen?

Wir in der Personalabteilung haben uns gemeinsam mit meinem Bruder, Geschäftsführer von NORDWAL, eine Frage gestellt: Was können wir tun, damit wir wissen, wo es in unserem Unternehmen nicht so gut läuft, wo es „Problemzonen“ gibt? Wir wollten keine Momentaufnahme, sondern wir möchten ein kontinuierliches Stimmungsbild, das uns zeigt, wie es den Menschen geht. Deshalb beginnt der Fragebogen mit der Frage nach dem persönlichen Befinden der Mitarbeitenden. Kibun, ein Start-up mit Sitz in Bozen, das sich auf die Messung, Analyse und Auswertung der Mitarbeiterzufriedenheit in Unternehmen mittels Software spezialisiert hat, und Arbeitspsychologen haben die Umfrage ausgearbeitet, die verschiedene Aspekte beleuchtet.

Um welche Bereiche geht es ganz konkret in der Umfrage?

Zum Beispiel können die Mitarbeitenden die Führungskompetenz von Vorgesetzten oder die Weiterbildungsmöglichkeiten bewerten. Oder sie können angeben, wie sie die Zusammenarbeit mit den Vorgesetzten oder die Arbeit im Team empfinden, welche Entwicklungsmöglichkeiten sie bei uns sehen. Alles anonym selbstverständlich. Das Ausfüllen dauert ungefähr eine Minute und die Teilnahmequote ist sehr hoch – was uns sehr freut! Nun sind wir am Ende des ersten Umfragezyklus und haben schon einige spannende Ergebnisse.

Was haben Sie herausgefunden?

Wir haben gesehen, dass die Teams gut funktionieren und sehr harmonisch sind, dass die Atmosphäre grundsätzlich gut ist. Aber ja, es gibt auch Baustellen: Beispielsweise die Kommunikation mit unseren Filialen, da gibt es Verbesserungspotenzial.

Wie gehen sie mit den Ergebnissen der Umfrage um?

Nachdem die 16 Wochen jetzt fast um sind, werden die Antworten ausgewertet und wir haben weitere 16 Wochen Zeit, um Maßnahmen zu setzen: Gemeinsam mit Kibun leiten wir Handlungsschritte ein und setzen sie um. Dann kommt der nächste Umfragezyklus, der wieder 16 Wochen dauern wird: So sehen wir, ob unsere Maßnahmen etwas gebracht haben.

**JAHRGANG 1993 | MASTER IN WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE | STÄRKEN:
MIT MENSCHEN ARBEITEN, RECRUITING UND PERSONALENTWICKLUNG |
UNTERSTÜTZT IHRE MUTTER KARIN IM PERSONALWESEN BEI NORDWAL**

Es ist Kreidezeit!

Alle Arbeitsschritte und viele praktische Tipps finden Sie auch in diesem Video



DIYselfer|innen und Heimwerker|innen lieben sie: Die Kreidefarbe von ADLER verwandelt in die Jahre gekommene oder unscheinbare Möbelstücke in Hingucker. Die Farbe mit dem ultramatten Finish ist frei von Chemikalien und enthält keine schädlichen Substanzen – sogar Holzspielzeug kann bedenkenlos damit angestrichen werden. Weder Grundierung noch Klarlack als finaler Anstrich sind notwendig und nach zwei Durchgängen und einer Trockenzeit von insgesamt acht Stunden ist das Do-it-yourself-Projekt fertig. In 120 pastelligen

Farben erhältlich, können damit nicht nur Möbel aus Holz, sondern auch Wände und Metall aufgehübscht werden.

FÜR SHABBY-CHIC-FANS: Verwenden Sie für die beiden Anstriche verschiedene Farben. Dann schleifen Sie Ecken und Kanten an – und fertig ist der stylische Vintage-Look!



Das brauchst du für dein DIY-Projekt

- Möbelstück
- ADLER Kreidefarbe
- Farbwanne
- Schleifpapier oder Schleifschwamm in Körnung 220
- Pinsel und Roller
- Evtl. Abdeckmaterial und Schraubenzieher

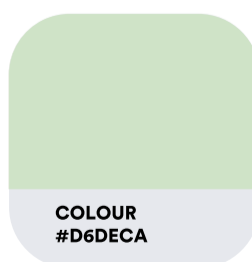
Der kleine Putzguide für Pinsel & Roller

Borsten und Walzen sollten ordentlich gepflegt werden, damit sie immer wieder zum Einsatz kommen können. Haben Sie mit wasserhaltigen Produkten wie der Kreidefarbe von ADLER gearbeitet, reicht ein wenig Abspülmittel oder Seife. Diese in einem Glas mit Wasser verdünnen und den Pinsel bzw. den Roller darin putzen. Haben Sie hingegen lösemittelhaltige Produkte verwendet, sollten Sie Pinsel und Roller sofort nach der Nutzung mit einer Terpentin- oder Nitroverdünnung reinigen. Dazu am besten ein wenig von dem Mittel in ein Glas schütten und die Werkzeuge darin säubern. Achtung: Das schmutzige Reinigungsmittel gehört ordnungsgemäß entsorgt.

IM TON VERGRIFFEN?

Sie möchten Ihre Wand neu streichen, kaufen einen Eimer Farbe und merken zu Hause: Der Farbton passt nicht. Keine Panik – NORDWAL colour tauscht die Farbe kostenlos um.

Kennen Sie das? Sie haben einen Eimer Farbe gekauft, beginnen Ihre Wohnzimmerwand zu streichen und plötzlich merken Sie: So haben Sie sich das nicht vorgestellt, die Farbe ist zu dunkel, zu kräftig oder passt ganz einfach nicht zu den Möbeln. Keine Panik! Mit der „Wohlfühlgarantie“ von NORDWAL ist ein Fehlkauf kein Problem. Nach dem Kauf der Farbe probieren Sie sie auf einer kleinen Wandfläche aus, und wenns nicht gefällt: Foto machen und zurück in unsere Filiale kommen. Wir tauschen die Farbe kostenlos gegen einen neuen, nach Ihrem Wunsch gemischten Farbton um. So einfach geht das bei uns.



Neues Jahr, neue Perspektiven!



Ausschnitt aus dem Karersee



Drei Zinnen

Fotograf Leonhard von Guggenberg zeigt im NORDWAL-Kalender für das Jahr 2024 Südtiroler Berglandschaften von einem anderen Blickwinkel aus gesehen.

Der Prager Wildsee: Schon Hunderte Male hat man ihn auf Bildern gesehen. Die Perspektive des 27-jährigen Leonhard von Guggenberg rückt das Motiv in einen etwas anderen Blickwinkel – und den teilt er mit den Betrachterinnen und Betrachtern des NORDWAL-Kalenders. Das Stilfser Joch ohne Passstraße, der Langkofel im Nebel, das Grödner Joch von oben. Mit den Bildern, erklärt der Fotograf, will er vor allem eines: ein gutes Gefühl auslösen. „Ich möchte, dass sich die Betrachtenden freuen, wenn sie die Bilder sehen. Vielleicht hat der Tag schlecht begonnen und dann blicken sie auf den Kalender und denken sich: Wow, wie schön das Leben doch sein kann!“

Vom Ritten, wo er wohnt, hat er einen tollen Ausblick auf die Südtiroler Gebirgslandschaft. Leonhard von Guggenberg weiß das zu schätzen, denn er liebt die Natur, die er in seinen Bildern mit all ihren Facetten festhält. Er fängt ihre Lichter ein, ihre Stimmungen, zeigt ihre Ecken und Kanten. Bei der Suche nach Motiven lässt er sich von den Fotografien inspirieren, die er in alten Bildbänden findet: „Meine Oma hat die gesammelt. Sie war auch Künstlerin und hat Landschaftsbilder gemalt. Manchmal stelle ich ihre Motive mit der Kamera nach“, erklärt er. So gelangt er zu Perspektiven, die ungewöhnlich sind – und deshalb so faszinierend.

Lukas Ausserhofer mit Fotograf
Leo von Guggenberg

**Neugierig auf den
NORDWAL-KALENDER
geworden? Sie können ihn
in unserem Shop kaufen!**

FARBEN UND MEHR!

Sie möchten einen Einblick in das Unternehmen NORDWAL bekommen? Dann schmökern Sie doch im „Insights“-Magazin, das alle sechs Monate erscheint. Die interessanten Interviews, praktischen Tipps und spannenden Referenzprojekte erlauben den Leserinnen und Lesern einen „Blick hinter bunte Kulissen“ – wie es der Claim der Zeitschrift verspricht.



**Laden Sie die vergangenen
Ausgaben herunter oder
sehen Sie sie sich online an!**