



1 Stuckateurmeister Wolfgang Hornikel führt einen Betrieb mit 25 Mitarbeitern in Waldbronn bei Karlsruhe und sieht seine Aufgabe in der Kontaktpflege.

## Emotion statt Technik

»Hornikel macht's schön« – mit diesem Slogan wirbt Stuckateurmeister Wolfgang Hornikel für seinen Betrieb. Sein Marketingkonzept basiert auf Individualität und Kundennähe. Neuerdings dämmt er auch mit Hanf.

Sucht man nach einer geeigneten Bezeichnung für Wolfgang Hornikel, so trifft es sicherlich das Wort »ungewöhnlich« ganz gut. Der 58-jährige Stuckateurmeister führt einen Betrieb für Stuckateur-, Maler- und Gerüstbauarbeiten in Waldbronn, unweit von Karlsruhe. Und er hat einen Hochschulabschluss in Sozialpädagogik. »Ich kenne noch zwei andere Kollegen, die das auch haben, aber in Deutschland kann man uns an einer Hand abzählen. Mich haben Menschen und ihr soziales Umfeld schon immer interessiert«, erläutert er. Nach Realschule und Lehre hat er sein Studium absolviert und dann die Meisterschule besucht. Währenddessen hat er sich ehrenamtlich als Sozialpädagoge

engagiert und mit Obdachlosen gearbeitet. »Das war eine tolle Zeit, die ich nicht missen möchte. Ich habe viele Erfahrungen mitgenommen«, berichtet er. Und es hat ihm eine Menge an Menschenkenntnis eingebracht, die ihm heute in seinem Betrieb zugute kommt.

### Konzentration auf den Verkauf

Mit 25 Mitarbeitern gehört er zu den größten seiner Branche in der Region. »Ich selbst habe mich komplett aus der Ausführung der Arbeiten zurückgezogen. Meine Aufgabe besteht in der Kontaktpflege, ich konzentriere mich darauf zu verkaufen und Aufträge reinzuholen.« Auch das ist eher ungewöhnlich. »Ich habe meinen Betrieb entsprechend organisiert. Stuckateur-, Maler- und Gerüstbaubereich arbeiten praktisch eigenverantwortlich, so dass ich mich um die Organisation nicht kümmern muss. Auch für die kaufmännischen Aufgaben habe ich Mitarbeiter, die mir weitgehend den Rücken freihalten.« Gerade die Kontaktpflege hat für ihn eine große Bedeutung. »Ich arbeite in vielen Netzwerken und pflege strukturiert den Kontakt zu Architekten. So veranstalte ich regelmäßig ein Architektenfrühstück, an dem ich zu neuen Themen informiere. Und bei geeigneten Objekten lade ich die Nachbarn zu einem kleinen Fest ein.«

### Teilnahme an Wettbewerben

Wer sein Büro betritt, dem fallen sofort die vielen Urkunden auf, die an den Wänden hängen. »Eine meiner wichtigsten Marketingmaßnahmen ist die Teilnahme an Wettbewerben. Wir reichen ständig Objekte bei den



2 Hornikel bewahrte diesen Altbau vor dem Abriss, sanierte und dämte ihn mit Hanf. Das Mietobjekt stammt aus den 1920er-Jahren.

unterschiedlichsten Wettbewerben ein. So hatten wir etwa beim letzten Fassadenwettbewerb der Stuckateure und Maler in Karlsruhe zweimal Gold und einmal Bronze geholt und sind beim ›Stuckateur des Jahres‹ mit dabei gewesen.«

Wolfgang Hornikel arbeitet mit einer Werbeagentur zusammen, über die er seine Objekte professionell aufarbeiten lässt und die Werbematerialien für ihn erarbeitet. Dazu gehört auch »Putzmunter«, ein kleines Kundenmagazin, das er regelmäßig veröffentlicht. »Wir haben einen hohen Anspruch an unsere Gestaltung und unsere Arbeit, sind etwa im weiten Umkreis der einzige Betrieb, der noch einen echten Kratzputz anbietet. Da würde es nicht zusammenpassen, wenn wir in unserem Auftritt mit handgestrickten Lösungen arbeiten würden«, erläutert er. »Wir leben von individuellen Arbeiten und kleineren Privataufträgen. Dementsprechend gestalte ich meine Verkaufsgespräche. Wenn ich mit den Kunden spreche, versuche ich etwa die Technik weitgehend draußen zu lassen und mit Emotionen zu arbeiten.« Er macht eine Pause. »Schließlich kaufen die Kunden kein Produkt, keine Leistung, sondern einen Mensch.« Wichtig ist ihm daher, dass die Kunden sich von Anfang an gut betreut fühlen. »Das beginnt bei mir mit der Präsentation meiner Angebote. Ich verschicke nie ein Angebot einfach per Post, sondern lade die Kunden zu mir in den Betrieb ein und gestalte das ein wenig als Event. Während der Arbeiten habe ich viel Kontakt zu den Kunden. Und nicht zu unterschätzen ist der After Sales, also alles, was nach Abschluss der Arbeiten anfällt. Es gibt keine bessere Werbung als ein guter Umgang mit Kundenreklamationen.«

### Dämmung mit Hanf

Es überrascht nicht, dass Wolfgang Hornikel Innovationen positiv gegenübersteht. Dazu gehört die Fassadendämmung mit Hanf. »Ich arbeite seit Jahren eng mit Caparol zusammen. Wir nehmen mit deren Unterstützung beispielsweise an vielen Messen teil. Umso mehr hat es mich angesprochen, als das Unternehmen seine neue Hanfdämmung ›Capatect Natur+‹ vorgestellt hat. Auch bislang gab es bereits Hanfdämmungen, aber eben noch nicht in der Form, dass sie professionell an der Fassade zu verarbeiten gewesen wären.«

Volker Tank ist Produktmanager für Hanf bei Caparol. »Wir haben ein vollständiges Produktangebot geschaffen mit Platten in verschiedenen Stärken, eigenen Werkzeugen und Befestigungstechnik. Die Verarbeitung ist für den Fachhandwerker nicht sehr unterschiedlich von den heute üblichen WDVS-Systemen.« Für ihn liegen die Vorzüge des Materials auf der Hand: »Hanf hat hervorragende Produkteigenschaften in Bezug auf Wärmedämmung und Akustik. Es ist diffusionsoffen, sehr strapazierfähig und bietet durch seine hohe Wärmespeicherkapazität einen exzellenten sommerlichen Hitzeschutz. Hanf kann vor allem mit seinen ökologischen



**3 Eine Dämmung mit Hanf lässt sich gut mit anderen Materialien kombinieren, wie hier mit den Flachverblendern.** Fotos: Twist, Uli Korn

Qualitäten punkten. Der Anbau benötigt keinen Dünger, Hanf kann fast vollständig verwertet werden und hat eine exzellente CO<sub>2</sub>-Bilanz.«

Gerade die ökologischen Vorteile sind für Stuckateurmeister Wolfgang Hornikel ein entscheidendes Verkaufsargument. »Es gibt in Teilen der Bevölkerung durch eine sehr negative mediale Berichterstattung eine Abneigung gegen die herkömmlichen WDV-Systeme. Auf Messen werden wir von Standbesuchern richtig angegangen, wenn wir über konventionelle Dämmstoffe

**»Ich arbeite in vielen Netzwerken und pflege den Kontakt zu Architekten. Bei geeigneten Objekten lade ich die Nachbarn zu einem kleinen Fest ein.«**

sprechen. Und wenn wir in Eigentümerversammlungen sind und es um Wärmedämmung geht, gibt es immer einen, der das ablehnt. Mit einer Hanfdämmung können wir eine natürliche Alternative anbieten und ein besseres Image aufbauen.« Er fährt fort: »Uns hilft dabei, dass ein renommierter Hersteller das Material anbietet. Die Menschen kennen das Unternehmen, es hat einen guten Namen auf dem Markt und schafft damit auch Vertrauen.«

Die bisherigen Erfahrungen mit dem Material sind positiv. »Wir haben ein sehr großes 6-Familienhaus und ein 2-Familienhaus damit gedämmt. Die Kunden waren hochzufrieden.« Für ihn ist Hanf einer der Dämmstoffe der Zukunft. »In der öffentlichen Diskussion spielt Lärm eine immer größere Rolle. Wenn wir daher einen Werkstoff anbieten, der Wärme- und Akustikdämmung vereint und dazu noch ökologisch ist, kommt das bei den Kunden gut an.«

Im Internet: [www.hornikel.info](http://www.hornikel.info)

Dr. Franz Dörner,  
Caparol-Presseabteilung