**Kreativität**
Kinder profitieren von Spenden
**SEITE 2**

**Neuheiten**
Innovative Produkte für den Boden
**SEITE 3**

SONNEN HERZOG
Wir leben Farbe.

# SONNENSEITEN

DIE KUNDENZEITUNG VON SONNEN HERZOG
AUSGABE 1 | 2019

Die Farbe spielte die Hauptrolle beim Shooting der neuen Werbemotive von Sonnen Herzog.

Foto: Martin Rojek

## Offen für alle

„Düsseldorfer bekennen Farbe." – Das ist der Slogan der aktuellen Werbekampagne, mit der Sonnen Herzog ab März präsent sein wird. Zielgruppe sind die Endkunden in Düsseldorf.

Am Sitz des Düsseldorfer Traditionsunternehmens soll bekannter werden, dass auch Heimwerker in dem führenden Großhandelsunternehmen für Farben einkaufen können. „Mit der Kampagne sprechen wir die Bürger der Stadt an, in der unser Familienunternehmen seit mehr als 130 Jahren ansässig ist. Unsere Stammkunden sind Handwerker, aber auch Privatanwender sind bei uns gut beraten", erklärt Geschäftsführerin Margarete Sonnen. Dabei steht die Marke Sonnit im Fokus. Entwickelt wurde die Endkundenkampagne vom Bereich Content Marketing der Rheinischen Post. Die Idee: Verschiedene Düsseldorfer Originale werden in ihrem frisch renovierten Wohnzimmer in Szene gesetzt. Eine Kö-Shopperin, ein Köbes und eine Fortuna-Fan-Familie machen den Anfang. Die heimliche Hauptrolle spielt immer die Farbe. Sonnit lässt die Wände bei den ersten drei Motiven Petrol, Pink und Grasgrün erstrahlen. Alle Szenerien transportieren das Bekenntnis zur Farbe mit einem Augenzwinkern. Erlaubt ist, was gefällt.
Drei Mal arrangiert Michael Feldmann, Verkaufsberater bei Sonnen Herzog, im Fotostudio passende Stellwände und Farbeimer der Marke Sonnit. Annabel Anderson, Schlagersängerin, Schauspielerin und Model, gibt die Kö-Shopperin. Visagist Max Plaeth hat ihr ein ausdrucksstarkes Make-up verpasst, das der Farbe nicht die Show stiehlt. „Es hat Spaß gemacht, die leicht arrogante Pose einzunehmen", lacht die 31-jährige Düsseldorferin, die zwar oft in Glitzerkleidern auf der Bühne steht, aber privat lieber Jeans und Pulli trägt als schrille Farben. Köbes Jens Steffens von der Hausbrauerei „Zum Uerige" hat das Abpudern mit Fassung über sich ergehen lassen und macht vor der Kamera spontan eine super Figur. Auch Jens Leufen und seiner elfjährigen Tochter Greta, die in rote Trikots geschlüpft sind, macht das Shooting sichtlich Freude. Beide müssen die Begeisterung für die Fortuna nicht spielen. Am Ende des Tages hat Fotografin Melanie Zanin tolle Bilder im Kasten.
Die Werbemotive werden in der Landeshauptstadt auf Bussen und in den wichtigsten Düsseldorfer Printmedien zu sehen sein. Sonnen Herzog rechnet damit, dass die farbenfroh inszenierten Originale bei den Düsseldorfern mehr als ein Schmunzeln bewirken und neugierig auf das Unternehmen machen. „Wir freuen uns, Neukunden von unserem Angebot zu überzeugen", sagt Margarete Sonnen und betont: „Wir leben Farbe."

## Liebe Leserin, lieber Leser,

für 2019 haben wir uns alle viel vorgenommen und sind mit Schwung ins neue Jahr gestartet.
Für den Frühling haben wir unserem Außenauftritt eine Frischzellenkur verordnet. Sie finden uns demnächst sichtbar verjüngt an gewohnter Stelle im Internet. Mit fundierten Informationen in ansprechender Optik und leichter Bedienbarkeit wollen wir Ihnen in der digitalen Welt bestmöglichen Service bieten.
Auch in den sozialen Medien sind wir aktiv. Haben Sie uns schon mal bei Facebook besucht? Wir nutzen den Kanal gerne für den Dialog mit den Partnern und Freunden unseres Unternehmens. Nicht immer bierernst, aber immer authentisch.
Höhepunkt unserer Marketingaktivitäten im Frühjahr ist eine Werbekampagne in Düsseldorf. Unser Standort ist die Stadt, in der wir leben, arbeiten und uns sozial engagieren. Wir bekennen uns zu Düsseldorf und wir leben Farbe. Beides fließt in die Kundenansprache ein. Erstmals wenden wir uns direkt an die Endkunden. Mit einer Serie von augenzwinkernden Motiven wollen wir unsere Freude an der Farbe teilen und anspruchsvolle Heimwerker für unser Angebot interessieren.
Wenn wir die Ansprache der Endkunden intensivieren, bedeutet das nicht, dass wir unsere Stammkunden vernachlässigen. Im Gegenteil! Gerne sind wir der verlässliche Partner des Handwerks. Unsere Mitarbeiter haben den Ehrgeiz, Sie auf Augenhöhe zu beraten. Ab dem zweiten Quartal bieten wir Ihnen Produktneuheiten frisch von der Messe. Wir freuen uns, Sie in unseren Niederlassungen über die Vorteile zu informieren.

In diesem Sinne eine anregende Lektüre!
Herzlich, Ihre

Margarete Sonnen

## Facelifting für die Website

In Kürze präsentiert sich Sonnen Herzog mit einem neuen Auftritt im World Wide Web. Modern und offen im Design, reicher bebildert und emotionaler in der Ansprache, liefert die Homepage alle wichtigen Informationen für Handwerker und Heimwerker.

Alle Informationen über das Unternehmen und seine 15 Niederlassungen, über die Produkte und Services wurden auf den neuesten Stand gebracht. Die neue Struktur ist einer größtmöglichen Benutzerfreundlichkeit angepasst. Dank der übersichtlichen Darstellung finden sich die Kunden in der digitalen Sonnen Herzog-Welt bestens zurecht. Bei der Überarbeitung durch RP Digital ging es auch darum, die Auffindbarkeit der Inhalte im Web zu verbessern. Das Release wird wie gewohnt unter **www.sonnen-herzog.com** zu finden sein.

Fotos: Krass e. V.

SPONSORING

# Spende in guten Händen

Krass e. V. verwirklicht Träume – mithilfe von Spenden. Sonnen Herzog leistet dabei einen wichtigen Beitrag.

Generationenübergreifend: Kinder werden kreativ.

Jedes Kind hat Träume. Doch was wird aus Träumen, wenn sie schon im Keim erstickt werden, weil die Eltern das Träumen verlernt haben? Wie soll ein Kind dann noch träumen?“ Fragen, die sich Claudia Seidensticker, Gründerin und Vorstand von Krass e. V. schon des Öfteren gestellt hat. Dank der Spende von Sonnen Herzog am zurückliegenden Weihnachtsfest kann Krass e. V., den einen oder anderen Traum erfüllen. „Mit 10.000 Euro lässt sich viel bewirken“, so Claudia Seidensticker. An Plänen und Umsetzungskraft mangelt es der engagierten Künstlerin nicht. „Es gibt mehrere Projekte, in die wir das Geld fließen lassen, denn das Schaffen von Kunstwerken erfordert regelmäßig Material.“ Bei „Alt trifft Jung“ im Pestalozzihaus an der Grafenberger Allee kommen Kindergartenkinder und Personen aus der Generation 60+ zusammen, um gemeinsam kreativ zu werden. Außerdem besuchen Künstlerinnen und Kunsttherapeuten im wöchentlichen Rhythmus die Knochenmark-Transplantations-Station des Düsseldorfer Universitäts-Klinikums. „Für sie brauchen wir unter anderem Papier, Leinwand, Wasserfarben und Stoffe.“ Die Langzeit-Vision des Düsseldorfer Vereins lautet „Kostenloser Zugang zu Kultur und Bildung für alle Kinder“. Die Kurzfrist-Vision 2019 heißt: „Auf Kinderrechte beim Karneval hinweisen!“ Beim Karnevals-Projekt „Arche Noah“ erhalten insgesamt rund 50 junge und junggebliebene Düsseldorfer und Geflüchtete im Alter von 12 bis 16 Jahren die Möglichkeit, am Rosenmontags-Umzug in der Landeshauptstadt teilzunehmen. „Unser eigener Motiv-Wagen ‚Arche Noah‘ entsteht unter Leitung von Jacques Tilly“, informiert Claudia Seidensticker. Weitere Projekte von Krass e. V., in die ein Teil des Spendengeldes von Sonnen Herzog fließt: das inklusive und integrative Angebot „anders.5.0“ und das KuMo (Kulturmobil). Hiermit fahren professionelle Künstler und Künstlerinnen in den Sommermonaten zu Spielplätzen in der Umgebung. Sie sind mit Papier, Farben und Pinseln ausgerüstet und bieten Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit zu Kreativität in ihrem Lebensumfeld an. „Jeder Cent dieser Spende wird sinnvoll genutzt“, betont Claudia Seidensticker.

SPONSORING

# Schule verschönern

Sonnen Herzog unterstützte die Aktion „Zweite Heimat – Schule“.

Lernen macht in einem schönen Umfeld mehr Spaß! Ein Motto, das der Düsseldorfer Agentur für Marke, Design, Raum „raumgefährten“ am Herzen liegt. „Zweite Heimat – Schule“ nennt sich das Projekt. „Unser Ziel ist es, das räumliche Angebot der Schule gemeinsam mit Lehrern und Schülern attraktiv zu gestalten, um für sie ein angenehmes Arbeits- und Lernumfeld zu schaffen“, so Innenarchitektin Melanie Eigenrauch. Die gestalterische Arbeit erfolgt vor Ort in den Schulen im Unterricht. In diesem Fall war es das Freie Christliche Gymnasium auf der Buchenstraße 1 in Düsseldorf-Reisholz. „Die langen Flure, die weißen Wände und den grauen Boden im kreativen Untergeschoss fanden die Schüler zu nüchtern als Umfeld für die Kurse in den Fächern Kunst, Musik, Theater und Mediale Gestaltung“, sagt Melanie Eigenrauch. Die 20 Schüler des Wahlpflichtkurses „Mediale Gestaltung“ der 9. Klasse erhielten also den Auftrag, Ideen für die Umgestaltung des kreativen Untergeschosses zu sammeln. Gemeinsam mit dem Kunstlehrer ging es einmal in der Woche während einer Doppelstunde ans Werk. Jeder in der Gruppe konnte seine Vorstellungen einbringen. Schließlich wurden die Ideen präsentiert und diskutiert. Die Vorschläge waren sehr vielseitig. Bei einer typographischen Variante wurden die einzelnen Fachbereiche in Wolken gezeigt und diese mit entsprechenden Stichworten gefüllt. Bei der illustrativen Version dominierten Silhouetten. Letztendlich entschieden sich alle gemeinsam für eine abstrakte Umgestaltung mit sechs Grundfarben und drei verschiedenen Formen. Der Musik-Bereich erstrahlt künftig in Gelb, Rot und Orange, mit übereinander liegenden Kreisen. Für das Theater stehen Blau-Violett-Töne und Fünfecke. Kunst und Mediale Gestaltung erkennt man an Blau-Grün-Tönen mit fließenden, wellenartigen Formen. Die Farben zur Umgestaltung des kreativen Untergeschosses stellte Sonnen Herzog zur Verfügung. Mit Spaß gingen die Schüler ans Werk. Rückblickend war das Projekt sowohl für die Schüler als auch für den Kunstlehrer ein sehr produktives und den Gemeinschaftssinn förderndes Ereignis, das sich vom regulären Schulalltag abhob. Alle Schüler des Freien Christlichen Gymnasiums werden künftig von diesem Projekt profitieren und können ihrer Kreativität in einem modernen Schulgebäude freien Lauf lassen.

Foto: Melanie Eigenrauch

Super Ergebnis: Die Schüler sind stolz auf die Verschönerung.

## AUS DEN NIEDERLASSUNGEN

### Autogrammstunde in Rot-Weiß

Vor einem Jahr ist die Niederlassung Essen in neue Räume an der Bersonstraße 10 eingezogen. „Nach einem Jahr sind wir an der neuen Adresse gut etabliert“, sagt Niederlassungsleiter Martin Bußfeld. Mit einigen Aktionen bedankte sich Sonnen Herzog bei den Essener Kunden. So engagiert sich Sonnen Herzog vor Ort bei Rot-Weiss Essen als „Schützer des rot-weissen Kulturguts“. Zum Start des Engagements lud Sonnen Herzog zur Autogrammstunde mit Innenverteidiger Philipp Zeiger und Offensivmann Kevin Grund ein. Die Spieler des Traditionsvereins nahmen sich Zeit für die Fans des Traditionsvereins und nutzten die Gelegenheit, um sich in der Niederlassung umzusehen.

Niederlassungsleiter Martin Bußfeld (links) konnte Philipp Zeiger und Kevin Grund einen kleinen Einblick ins Sortiment geben.

### Mit Profil

Erstmals gab es in der Niederlassung Wuppertal ein Seminar im Rahmen des Sonnen Herzog Schulungsprogramms. 15 Teilnehmer, darunter Chefs und Mitarbeiter von Malerbetrieben aus Wuppertal und dem Rheinland, interessierten sich für die kreative Wandgestaltung in 3-D. Im Lager war ein Schulungsbereich hergerichtet worden. Der NMC-Anwendungstechniker Joachim Tannebaum informierte zunächst über das Portfolio des Profilherstellers NMC. Dann führte der gelernte Maler- und Lackierermeister im praktischen Teil die Verarbeitung dreidimensionaler Wandpaneele vor und verriet allerlei Kniffe. „Alles hat gut funktioniert, und das Feedback der Teilnehmer fiel sehr positiv aus“, berichtet Oliver Walgenbach, Niederlassungsleiter Wuppertal. „Wir organisieren in unserer Niederlassung auch regelmäßig Malerfrühstücke und Kompetenztage mit Lieferanten, die unsere Kunden gerne als Weiterbildungsangebot nutzen.“

In der Niederlassung Wuppertal erläuterte Trainer Joachim Tannebaum den Seminarteilnehmern die Verarbeitung von Profilleisten.

# NEUHEITEN 2019

## Beleuchtete Sockelleisten

Auf der Messe „Bau 2019“ präsentierte Carl Prinz das erste flexible Treppenkantensystem für Designbeläge und ein neues Aluminium-Sockelleisten-System. Ab März steht das Prinz-Sortiment bei Sonnen Herzog bereit.

Der Trend zu Designbelägen schließt immer häufiger Treppen ein. Für Designbeläge von 4 bis 6,5 Millimeter Stärke eignet sich das Design-Step-Treppenkantensystem, das Prinz wahlweise mit Schraub- oder Clipbefestigung anbietet. Das massive Basisprofil garantiert eine hohe Belastbarkeit. „Diese Flexibilität, mit einem Profilsystem mehrere Belagstärken abdecken und zwischen zwei Befestigungsmöglichkeiten wählen zu können, ist der Clou unserer Innovation“, sagt Geschäftsführerin Katharina Prinz. Bei der Konstruktion habe man auch an die Verarbeiter gedacht, um eine präzise und zeitsparende Montage zu gewährleisten. Die Montage beginnt an der untersten Setzstufe. Wenn das Basisprofil verschraubt ist und der Bodenbelag auf allen Trittstufen verklebt ist, entscheidet der Verarbeiter, ob er das Abdeckprofil aufclipsen oder aufschrauben will. Mit dem Design-Step-System verbindet Prinz durchdachte Technik und hohe Flexibilität mit perfektem Design, passend zum aktuellen Trend zu puristischen Oberflächen und kantiger Optik.
Die zweite Messeneuheit des Unternehmens aus Goch überzeugt ebenfalls durch stabile Befestigung, hohe Funktionalität und schickes Design. Das komplette System der Aluminium-Sockelleisten ist auf einen neu entwickelten Clip abgestimmt. Dieser wird je nach Leistenhöhe horizontal oder vertikal befestigt. Viele kleine Zähne an den Leisten ermöglichen mehrere Verriegelungspositionen – ein Vorteil bei ungeraden Wänden oder beim Einsatz von Dichtungen. Die verdeckte Befestigung sorgt außerdem für eine makellose Optik. Je nach Wandkonstruktion können die Sockelleisten aufgesetzt oder flächenbündig montiert werden. Um Lichtakzente am Boden, aber auch an der Decke oder der Wand zu setzen, bringt Prinz die Sockelleisten auch mit integrierter LED-Beleuchtung auf den Markt.
„Wir nehmen den Lieferanten im März neu auf und lagern sein komplettes Metallprofil-Sortiment ein“, sagt Jürgen Brunschede, Produktmanager bei Sonnen Herzog, „eine Bereicherung.“ Die gängige Ware von Carl Prinz wird in allen Sonnen Herzog-Niederlassungen mit dem dazugehörigen Infomaterial verfügbar sein.

**Die beleuchteten Sockelleisten eignen sich für Boden, Wand und Decke.**
Verfügbar ab 4/2019.

**Das Treppenkantensystem kann wie hier verschraubt oder geclipst werden.**
Verfügbar ab 4/2019.

Fotos: Carl Prinz

## Drei für alle Fälle

Im neuen Look: Drei Klebstoffe, die Thomsit auf der „Bau 2019“ vorstellte, nahm Sonnen Herzog ins Sortiment auf.

**Faserverstärkter PVC- und Kautschukkleber:**
**Thomsit K 190 F**
**Vorteile:** Geringer Verbrauch, leichtes Auftragen und Verstreichen, lange, flexible Einlegezeit

**Harter Klebstoff für Parkett:**
**Thomsit P699**
**Vorteile:** Relativ hartes Klebstoffbett mit elastischen Eigenschaften, keine Ablüftezeit, lange Einlegezeit, sehr gute Verstreichbarkeit, guter Riefenstand, wasserfrei, keine Quellwirkung auf das Parkettholz

**Universal-Bodenbelag-Klebstoff: Thomsit UK840**
**Vorteile:** Große Anwendungsbandbreite, gutes Anzugsvermögen, mit dem Blauen Engel ausgezeichnet

Fotos: Thomsit

## Drei Teufelskerle

Mit einem neuen Produkttrio setzt Ardex die Weiterentwicklung seines Boden-Sortiments fort.

Als echten Draufgänger charakterisiert Ardex den neuen leistungsstarken SMP-Klebstoff Ardex AF 180. Er eignet sich für Böden mit schwierigen Bedingungen wie hohe Wärme, viel Feuchtigkeit oder starke mechanische Belastung. Er ist in Bädern ebenso gut einsetzbar wie in Wintergärten, in Eingangsbereichen von Einkaufszentren, Flughäfen und Krankenhäusern. Der Kleber für elastische Beläge muss nicht angerührt werden und ist leicht zu verarbeiten.
Ardex A 45 Fein empfiehlt sich für die Sanierung von alten Untergründen. Mit der standfesten Spachtelmasse können Vertiefungen und Unebenheiten in Estrich und Betonböden ausgeglichen werden.
Für die Reinigung von Werkzeugen hat das Wittener Familienunternehmen reißfeste, fusselarme Vliestücher aus Viskose aufgelegt: Ardex CW. Die Reinigungstücher entfernen frische Rückstände von Klebstoffen, Zement, Fett, Öl, Teer und Wachs, ohne Spuren zu hinterlassen. Die drei Teufelskerle sind ab März bei Sonnen Herzog erhältlich.

Fotos: Ardex

Jörg Schmitz (links), Obermeister der Maler- und Lackierer-Innung Düsseldorf, und BTZ-Leiter Hans Voß (rechts) werben für die Ausbildung zum Maler und Lackierer.

Foto: BTZ

AUSBILDUNG

# Investition in den Nachwuchs

Um den Maler-Nachwuchs zu fördern, unterstützt Sonnen Herzog das Berufsbildungs- und Technologiezentrum (BTZ) der Maler- und Lackierer-Innung Düsseldorf.

„Bunte Perspektiven“ stellt das BTZ jungen Leuten in Aussicht, um sie für den Beruf des Malers und Lackierers zu interessieren. Und das sind keine leeren Versprechen. „Das Malerhandwerk hat Zukunft. Die Betriebe in Düsseldorf haben eine gute Auftragslage“, weiß Hans Voß, Leiter des BTZ. „Technische Berufe stehen bei Jugendlichen meist hoch im Kurs, andere Berufsbilder werden ihnen oft schlecht vermittelt“, ist die Erfahrung des Maler- und Lakierermeisters. Hier setzt die Kampagne an. Dabei wird auch das Image des Berufs aufpoliert.

Aus- und Weiterbildung sowie Nachwuchswerbung sind die Kernaufgaben des BTZ. Dazu gehören die über- und außerbetriebliche Ausbildung, ausbildungsbegleitende Hilfen, Begabtenförderung, Qualifizierung, Umschulung, Vorbereitungsseminare auf Meisterprüfungen und Sonderprojekte. Um die Qualität der Ausbildung im Malerhandwerk sicherzustellen, rief das BTZ darüber hinaus die Initiative „Top-Ausbildungsbetrieb“ ins Leben. Nach vorgegebenen Richtlinien wurden aktuell zwölf Düsseldorfer Betriebe für zwei Jahre zertifiziert. Die Einhaltung der Standards wird regelmäßig überprüft.

„Da wir wissen, dass es für unsere Kunden oft schwer ist, geeignete Fachkräfte zu finden, leisten wir gerne einen Beitrag zur Ausbildung im Malerhandwerk“, erklärt Margarete Sonnen. „Seit vielen Jahren haben wir eine gute Kooperation mit Sonnen Herzog“, sagt Hans Voß. So sponsort Sonnen Herzog mehrere Initiativen des BTZ, darunter Seminare für Auszubildende und die Begabtenförderung. Als einer von vier Sponsoren übernimmt Sonnen Herzog die Trainerkosten für zwei von acht Seminaren. „Kommunikation für Auszubildende“ und „Ausbildungs-Knigge“ sind die Themen in diesem Jahr. Im Rahmen der Begabtenförderung haben besonders talentierte Auszubildende Gelegenheit, sich in einem zweiwöchigen Intensiv-Lehrgang mit abschließender Präsentation fachlich, kreativ und sozial weiterzuentwickeln.

KUNDENREISE

# Volltreffer im Schnee

Jede Menge Spaß hatten die Teilnehmer einer gemeinsamen Wintertour von Sonnen Herzog und Ardex nach Kempten im Allgäu.

Beste Stimmung herrschte unter den Teilnehmern der Allgäu-Reise.

Nach der Anreise am Vorabend eines sonnigen Januartages ging es am Freitagmorgen gleich ins Schulungszentrum der Firma Ardex in Altusried. Thema waren die neuen Ardex-Teufelskerle (siehe auch Seite 3), die Verarbeitung der Bodenprodukte in Theorie und Praxis. „Die beiden Einheiten waren sehr informativ, unsere Kunden begeistert“, berichtet Michael Feldmann, Verkaufsberater bei Sonnen Herzog.

Zur Reisegruppe gehörten 19 Sonnen Herzog-Kunden aus allen Regionen, vier Sonnen Herzog-Mitarbeiter und zwei Mitarbeiter von Ardex. Alle nutzten die Gelegenheit zum fachlichen Austausch. „Es war toll, die Kunden besser kennenzulernen“, sagt Feldmann. Die Chemie untereinander stimmte von Anfang an. Eine gute Grundlage für das Programm am Nachmittag. Zum Spaßbiathlon ging es gemeinsam auf das verschneite Oberjoch. Für alle Teilnehmer war es das erste Mal, dass sie sich in dem Kombi-Sport versuchten. Dafür klappten das Skilaufen und das Zielen gar nicht schlecht, hieß es. „Wir haben mit Lasergewehren liegend auf stehende Scheiben in 42 Meter Entfernung gezielt", erzählt Feldmann. Auch das Wetter spielte mit.

So klang ein ereignisreicher Tag mit einem gemütlichen Hüttenabend in Bad Hindelang aus. „Die Aktion war so gut, dass wir im nächsten Jahr wieder eine solche Tour organisieren wollen“, kündigt Feldmann an.

## JOHANNS TIPP

### FASSADENANSTRICH MIT SYSTEM

Für die Maler ist der Frühling die Zeit, wieder die Gerüste aufzustellen und sich der Sanierung von Fassaden zu widmen. Dabei können sie mit den qualitativ hochwertigen Sonnit-Fassadenprodukten glänzen.

Algen-, Pilz- und Schimmelbefall können mit Sonnit Algizid 1060 problemlos und langanhaltend bekämpft werden. Einfach die gereinigte Fläche einstreichen und einwirken lassen. Nach circa 12 Stunden kann der Anstrich mit Sonnit-Fassadenfarbe erfolgen. Hochdruckgereinigte Flächen neigen zu einer verstärkten Kreidung. Darum ist diese Reinigungsart nicht immer optimal.

Eine saubere Fassade ist jedoch grundlegend für einen sicheren Anstrichaufbau. Saugfähigkeiten oder leichte Kreidung können mit den Grundierungen Sonnit 1010 Universaltiefgrund LF oder Sonnit 1030 Silicon-Tiefgrund eingestellt werden. Sollte ein nicht verkieselungsfähiger oder nur geringsaugender Untergrund vorliegen, ist die Sonnit 1020 Grundierfarbe pigmentiert i+a zu empfehlen. Sie schafft einen griffigen Untergrund auf nahezu allen problematischen Fassadenflächen. Mit den universell einsetzbaren Fassadenfarben von Sonnit können Maler die meisten Wünsche ihrer Kunden erfüllen. Soll es ein einfacher weißer Anstrich sein, empfiehlt sich die Sonnit 4040 Front-Fassadenfarbe. Diese Einstiegsqualität für die Fassadenrenovierung überzeugt durch die einfache Verarbeitung und gute Deckkraft.

Ein Problemlöser für nahezu alle Fassadenflächen ist Sonnit 4050 SIL-Fassadenfarbe FA. Neben ihrem breiten Einsatzgebiet lässt sie sich nahezu in allen Farbtönen mischen. Durch die Filmkonservierung zum vorbeugenden Schutz gegen Algen- und Pilzbefall und der wasserabweisenden, aber dennoch diffusionsoffenen Oberfläche können leicht gefüllte Anstriche problemlos erstellt werden. Zudem hat die Sonnit 4050 SIL-Fassadenfarbe FA ein hervorragendes Haftungsvermögen.

Für die Überarbeitung von WDVS und Flächen, die zu Verschmutzungen neigen, eignet sich das TOP-Produkt Sonnit 4060 Silicon Fassadefarbe FA am besten. Diese hochwertige Qualitätsfarbe bietet alle Vorteile einer Silicon-Fassadenfarbe vereint mit der Tönbarkeit und dem Schutz gegen Algen- und Pilzbefall. Die stumpfmatte Oberfläche gibt jeder Fassade ein elegantes Aussehen. Die hoch wasserabweisende Wirkung verhindert das Eindringen witterungsbedingter Feuchtigkeit in den Untergrund und führt zu einem langanhaltenden Schutz der Oberfläche.

**IMPRESSUM** Herausgeber (V. i. S. d. P.): Sonnen Herzog GmbH & Co. KG, Margarete Sonnen, Pinienstraße 20, 40233 Düsseldorf, www.sonnen-herzog.com · Redaktion: Andreas Loch · Realisation: Rheinische Post Medien GmbH, Content Marketing Produktmanagement: Sarina Ihme, sarina.ihme@rheinische-post.de · Redaktionsleitung: Tanja Hesse-Kaspers · Mitarbeit: Hannelore Mattern · Layout: Linda Laux · Fotos: Sonnen Herzog · Lektorat: Thorsten Dettmann · Druck: KARTEN Druck & Medien GmbH & Co. KG