Meffert AG Farbwerke

aktuell

Für Kunden und Mitarbeiter // **Ausgabe Juli 2021**

Neue Lagerhalle GT9 hat sich bereits bewährt

Das Acht-Millionen-Euro-Projekt beschert auch den Meffert-Kunden viele Vorteile

Tex-Color Extrem Matt 1.0 Produkt des Jahres 2021
Seite 5

Albrecht Made for Metal Metallschutz einfach machen
Seite 7

Eigenes Zentrum: Meffert AG macht Belegschaft Impfangebot
Seite 11

„GT9“ – hinter dieser hausinternen Abkürzung, die „Gebäudeteil 9“ bedeutet, verbirgt sich eine 6.500 Quadratmeter große Lagerhalle mit Büroetage sowie zusätzlichen Räumen für die Mitarbeiter und die Technik der Meffert AG Farbwerke. Der Bau, der im Herbst 2020 bezogen wurde, hat bereits seinen Zweck erfüllt. Denn die in GT9 geschaffenen 6.000 Palettenstellplätze im Hochregallager sowie 1.296 weitere Palettenplätze im Fließlager haben die Lagermöglichkeiten des Meffert-Stammwerks deutlich erhöht – auf eine Gesamtkapazität von nun 30.000 Palettenplätzen. Dies wirkte sich gerade im Boomjahr 2020 positiv auf die Warenverfügbarkeit und schnelle Lieferfähigkeit der Produkte aus, was durch höchst zufriedene Kunden bestätigt wurde. Vorstandsvorsitzender Klaus Meffert stellt rückblickend fest: „Wieder einmal haben wir im richtigen Moment investiert, um Vorräte zu lagern, die eine fast perfekte Belieferung unserer Kunden ermöglichten.“

Im Frühjahr 2021 wurde der zusätzliche Lagerplatz genutzt, um vor dem Hintergrund von erkennbaren Versorgungsengpässen bei Rohstoffen einen größeren Lagerbestand aufzubauen. „Dadurch können wir auf den vorhandenen Vorrat zurückgreifen, wodurch wir weiterhin eine hohe Lieferquote erzielen. Unsere Kunden profitieren davon“, freut sich Vorstand Dieter Meffert.

Die erweiterten Möglichkeiten zur Bevorratung von Fertigprodukten, die sich durch GT9 ergeben, bescheren dem Unternehmen zusätzlichen strategischen Nutzen: „Durch Umlagerung von Produkten aus mehreren Standorten in unsere neu geschaffene Lagerhalle resultieren logistische Vorteile. Diese ermöglichen eine rationellere Abwicklung der Belieferung unserer Kunden. Bei den bisher erzielten Margen mit Großkunden waren diese Maßnahmen dringend erforderlich, um profitabel zu arbeiten“, erklärt Vorstandsvorsitzender Klaus Meffert.

„Uns steht jetzt in GT9 auch mehr Fläche zur Verfügung, um Kommissionen zur Verladung bereitzustellen“, zeigt Vorstand Dieter Meffert einen weiteren Vorteil auf. Außerdem wurde durch den Bau von GT9 der Paketversand von Kleinmengen durch ein Software-verwaltetes Lagersystem mit 1.320 Fachböden optimiert. Die Meffert AG versendet von hier aus Ware

Liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter, sehr geehrte Leserinnen und Leser,

wir leben nach wie vor in Pandemie-Zeiten, in denen wir weiterhin alles daransetzen, durch ein achtsames Umgehen mit der Situation und durch sehr gute Maßnahmen am jeweiligen Arbeitsplatz die Gesundheit als unser wichtigstes Gut zu schützen. Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern danken wir für die Treue und die besonders tatkräftige Unterstützung in dieser schweren Zeit. Wir freuen uns darauf, Sie hoffentlich bald wieder bei einem unserer traditionellen gemeinsamen Feste begrüßen zu können.

Wie Sie in der neuen Ausgabe der „Meffert aktuell“ sehen und lesen können, waren wir im ersten Halbjahr 2021 in den verschiedenen Märkten trotz Pandemie wieder aktiv und erfolgreich unterwegs und haben auch unser soziales Engagement nicht vernachlässigt.

Besonders hervorzuheben ist, dass wir mit Aufhebung der Priorisierung sofort damit begonnen haben, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein Impfangebot zu unterbreiten, was gerne angenommen wurde.

Wir wünschen Ihnen allen viel Spaß bei der Lektüre, eine schöne Sommerzeit, die uns hoffentlich gutes Wetter beschert, und einen entspannten sowie erholsamen Urlaub. Auf jeden Fall wünschen wir Ihnen und Ihren Lieben, dass Sie auch weiterhin gut durch diese außergewöhnliche Zeit kommen. Bleiben Sie gesund.

Klaus Meffert Dieter Meffert

direkt an Kunden im In- und Ausland, die ihre Bestellung in den Internetshops von zwei international tätigen Baumarktketten aufgegeben haben. „Wir haben etliche Produkte an Lager, auf denen mehrsprachige Etiketten oder Etiketten in einer anderen Sprache angebracht sind. In normalen Kommissionierfächern wäre der Platzbedarf sehr groß, aber in den kompakten Fächern der zehnstöckigen Fachbodenregale ist unsere Produktvielfalt gut unterzubringen. Mit einem speziellen, induktionsgesteuerten Schmalgangstapler können wir die Ware bis unter die 9,5 Meter hohe Hallendecke bringen und bei Bedarf dort wieder abholen“, berichtet Lagerleiter Mathias Kullmann. Die computergesteuerten Schmalgangstapler heben den Kommissionierer schon auf der Fahrt zum Lagerplatz auf die entsprechende Höhe – das erspart Zeitverluste und ist zugleich ergonomisch und kräfteschonend.

Dieter Meffert erklärt, dass von bestimmten Produkten jeden Tag viele Paletten kommissioniert werden müssen. Um dies zu gewährleisten, müsse das entsprechende Fach im Lager ständig nachgefüllt werden. Mithilfe des Lagerverwaltungsprogramms könnten aber auch dynamische Kommissionierfächer angelegt und verwaltet werden: „Das bedeutet, wenn auf Lagerplatz 4711 keine Ware mehr steht, verweist das Lagersystem auf einen anderen Lagerplatz, an dem es schon die gleiche Ware bereitgestellt hat. Der Kommissionierer muss also nicht warten, bis Fach 4711 wieder aufgefüllt ist.“ Er bekomme über das Pick-by-Voice-System gesagt, wo er das Produkt findet. „Wir arbeiten mit einem Festplatzsystem, das dank Dynamik flexibel gestaltet werden kann. Das minimiert Wartezeiten“, zeigt Lagerleiter Mathias Kullmann als Vorteil auf. „Die Kommissionierung und der Versand von Ware werden dadurch noch effektiver“, stellt Dieter Meffert fest.

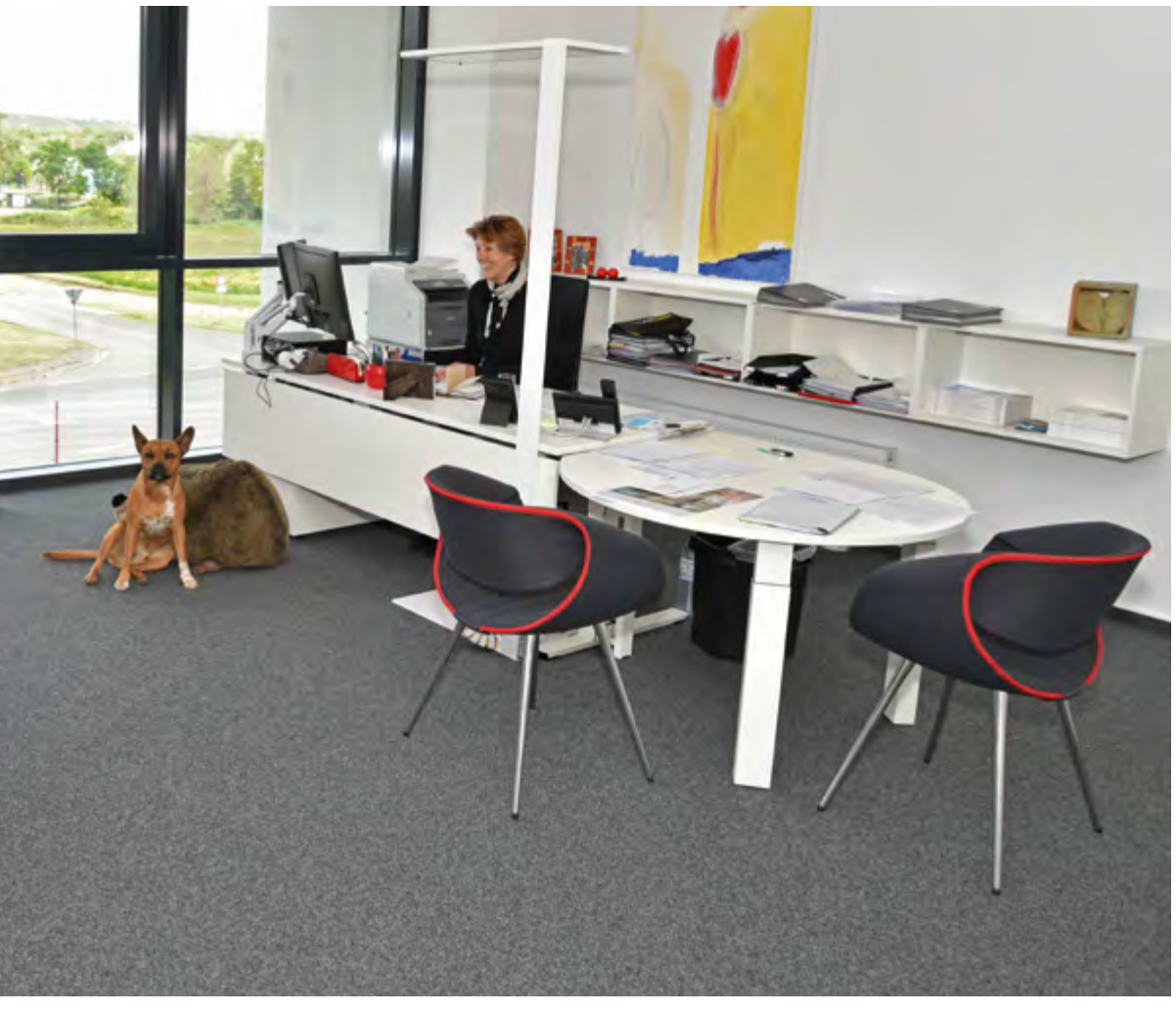
GT9 erfüllt auch höchste Anforderungen an den Brandschutz. „Sollte es trotz elektronischer Überwachung zu einem größeren Feuer kommen, wird das Löschwasser in der Halle aufgefangen, deren Bodenplatte als Wanne ausgeformt wurde. Zudem sind an allen Toren und Türen Löschwasser-Barrieren installiert, die im Brandfall geschlossen werden“, informiert Volker Mehler, der für das Site Management der Meffert AG verantwortlich ist. Er ist dankbar für die gute Zusammenarbeit mit den Behörden, auch bei den Probebrunnen, die im Hallenboden wegen der von der US Army im Grundwasser hinter-

lassenen Altlasten (Chlorkohlenwasserstoffe aus einem Reinigungsbetrieb) unterzubringen waren. Das hier geförderte Wasser wird nun zur Probenentnahme in einer außerhalb gelegenen Kompakt-Station gesammelt.

In einem lichtdurchfluteten Büro im Obergeschoss von GT9 arbeitet Steffi Meffert, die sich mit zwei Mitarbeiterinnen um die Immobilienverwaltung und das Versicherungsmanagement der Meffert AG kümmert. Auf dem gleichen Flur befinden sich die weiträumigen, mit modernster Lüftungs- und Klimatechnik ausgestatteten Büros der Personal- und der Einkaufsabteilung sowie ein Besprechungsraum für Teamsitzungen.

Unter der Büroetage liegt das ausgedehnte Foyer von GT9, das noch durch das Werk eines Bad Kreuznacher Künstlers verschö-

Neben der Halle wurden Ladesäulen für vier E-Mobile aufgestellt, deren Zukunft hat schon begonnen.



Im neuen Gebäude wurde nicht nur reichlich zusätzliche Lagerfläche geschaffen, sondern es entstanden unter anderem auch großzügige und moderne neue Büros, ein weiterer Schulungsraum sowie ein Film- und Fotostudio.

nert werden soll. Dem Foyer schließt sich ein großzügiger Gymnastikraum an: „Hier sollen bald wieder durch externe Partner Gesundheitskurse wie Rückenschule oder Yoga angeboten werden“, kündigt Steffi Meffert an. Auch Sanitär- und Sozialräume seien hier zu finden.

Marc Kahlstadt, Leiter der Vertriebstechnik DIY, freut sich, „dass wir durch GT9 einen zusätzlichen Schulungsraum für rund 30 Teilnehmer bekommen haben. Dieser ergänzt den sehr großen Schulungsraum in GT8.“ Bei Veranstaltungen, die nach Abklingen der Corona-Pandemie wieder anlaufen sollen, könne nun die optimale Raumgröße gewählt werden. Zudem steht der Marketingabteilung in diesem Bereich ein kleines Filmstudio zur Verfügung, in dem professionelle Werbe- und Anwendungsvideos für die verschiedenen Marken produziert werden.

Im Bürotrakt von GT9 wird demnächst auch das zweite Rechenzentrum der Meffert AG etabliert, das derzeit noch bei einem befreundeten Unternehmen in der Nachbarschaft untergebracht ist. IT-Leiter Tobias Mengler geht davon aus, dass der Umzug in der zweiten Jahreshälfte erfolgen wird. Dann stehen noch schnellere Datenleitungen bereit.

Für weiteres Wachstum in der Zukunft ist das Unternehmen gerüstet. Dazu sagt Vorstandsvorsitzender Klaus Meffert: „Angrenzend an unseren Bad Kreuznacher Firmensitz verfügen wir über 15.000 Quadratmeter bebaubare Fläche. Darüber hinaus haben wir gerade weitere 26.000 Quadratmeter im nahegelegenen Industriegebiet P7 erworben, um dort für unsere Tochterfirma Pronova eine sehr große Produktions- und Lagerstätte zu errichten. Die dadurch frei werdende Produktions- und Lagerhalle wird anschließend von der Meffert AG genutzt, um dort wässrige Spezialprodukte herzustellen.“

Heb dich ab!

ProfiTec stellt Malerbetrieben jetzt neue selbstbewusste und humorvolle Gerüstplanen-Motive zur Verfügung, mit denen sie sich ansprechend an den Fassaden ihrer Kunden präsentieren können, und kümmert sich auch um die gesamte Abwicklung.

Spar dir Zeit – werd **ratio**nell

*Neu aufgestellt: Innenfarben von ProfiTec mit Fokus auf Wirtschaftlichkeit und **ratio**nellem Arbeiten*

Die wirtschaftlichen Anforderungen in vielen Großobjekten haben in der Vergangenheit zu einem spürbaren Anstieg der Anwendung **ratio**neller Arbeitstechniken geführt. Auch wenn Pinsel und Rolle weiterhin als „klassische" Arbeitswerkzeuge relevant bleiben, so ist der Einsatz von Maschinentechnik doch an mehr und mehr Objekten zu beobachten. Doch welche Produkte eignen sich besonders für solche Einsatzzwecke? Seit Anfang des Jahres bietet ProfiTec seinen Partnern in Handel und Handwerk hier nun eine ganz einfache Orientierung. Im neuen **Ratio**-Sortiment werden insgesamt vier Innenfarben angeboten, die die gesamte Bandbreite möglicher Qualitätsanforderungen erfüllen. In sämtlichen für den Profi relevanten Nassabriebklassen stehen Produkte zur Verfügung, die aufgrund ihrer speziellen Formulierung eine wirtschaftliche und zeitsparende Alternative für die **ratio**nelle Verarbeitung in größeren Objekten bieten. Alle vier vereint, dass **ratio**nelles Arbeiten und damit echte Zeit- und Kostenersparnis durch die Wahl des richtigen Materials sichergestellt werden. Angeführt wird dieses neue Sortiment von Ratio TOP, einer hoch deckenden und strapazierfähigen Innenfarbe, deren technische Werte ebenfalls auf ganzer Linie überzeugen (Nassabriebklasse 1 sowie Kontrastverhältnis Klasse 1 bei 7 m²/l). Zusammen mit Ratio MATT, einer stumpfmatten Innenfarbe der Nassabriebklasse 2, Ratio AIR, einer bereits spritzfertig eingestellten Innenfarbe der Nassabriebklasse 3, und Ratio DIN, einer leicht füllenden Innenfarbe ebenfalls der Nassabriebklasse 3, steht ein schlagkräftiges Quartett für alle Kundenbedürfnisse zur Verfügung.

Für alle Kunden, die besonders auf Wirtschaftlichkeit dank **ratio**nellem Arbeiten achten, gilt daher ab sofort: „Spar dir Zeit – werd **ratio**nell".

Professioneller Messeauftritt trotz Pandemie

ProfiTec präsentiert sich auf virtueller Hausmesse

Im vergangenen Jahr mussten aufgrund der Corona-Pandemie Messen und Großveranstaltungen ausfallen. Sortimentsveränderungen, Produktneuheiten und viele weitere vorbereitete Inhalte konnten nicht vor Publikum gezeigt werden. Messegesellschaft und Messeausrichter wurden so zum Umdenken gezwungen: Sie mussten digitaler werden. So entschied sich der ProfiTec-Handelspartner SCHMITT & ORSCHLER GmbH & Co., seine Hausmesse in diesem Frühjahr virtuell stattfinden zu lassen – und die ProfiTec-Verantwortlichen wollten sich die Chance nicht entgehen lassen, dieses neue Format auszuprobieren.

Rund 500 Besucher und 38 Aussteller registrierten sich für die zweitägige Veranstaltung. Attraktive Messeangebote und drei neue Kurzfilme, die exklusiv für die Hausmesse erstellt wurden, rundeten den virtuellen ProfiTec-Messeauftritt ab.

Unsere Außendienstmitarbeiter standen den Besuchern bei Fragen via Chat und Videoübertragung während der gesamten Messezeit für ausführliche Gespräche zur Verfügung.

Die digitale Hausmesse lockte zwar etwas weniger Besucher an als eine herkömmliche Präsenzveranstaltung, dennoch war die Messe eine positive Erfahrung für das gesamte ProfiTec-Team und alle anderen beteiligten Fachabteilungen. Reicher an Erfahrungen, ausgestattet mit dem neuesten Equipment und technischem Know-how – auch zukünftig ist die Marke für virtuelle Veranstaltungen bestens gerüstet. Trotzdem freuen sich alle Verantwortlichen schon heute, den vielen Gästen zukünftig, sofern es die Umstände zulassen, sprichwörtlich wieder persönlich die Hand zu reichen.

Extrem Matt 1.0 räumt ab

Spezialist im Baustoff-Fachhandel gewinnt neuen Stern

Die Fachzeitschriften BaustoffMarkt und BaustoffWissen haben wieder Sterne verteilt und in vier Kategorien die Produkte des Jahres gewählt. Bewertet wurden hauptsächlich der Innovationsgrad, der Nutz- bzw. Mehrwert, die Nachhaltigkeit und das Marketing der Produkte. Die exklusiv im Baustoff-Fachhandel erhältliche Marke Tex-Color räumte dabei ab: Die Innendispersionsfarbe Extrem Matt 1.0 ist Sieger in der Kategorie „Innenausbau/Boden“.

Seit der Einführung des Produktes im vergangenen Sommer gewinnt die Innenfarbe immer mehr Fans, und die Auszeichnung wird dieser positiven Entwicklung weiteren Aufwind geben. Extrem Matt 1.0 ist die Innendispersion der Premiumklasse. Die in vielen Objekten immer häufiger anzutreffende Streiflicht-Problematik, mit der Handwerker regelmäßig zu kämpfen haben, stellt mit diesem Produkt keine unüberwindbare Herausforderung mehr dar. Da die Farbe über eine lange Offenzeit verfügt – also im frisch aufgetragenen Zustand über längere Zeit auf der Oberfläche nass bleibt –, kann sie auch bei großen zusammenliegenden Flächen ansatzfrei verarbeitet werden. Außerdem ist die Innenfarbe diffusionsfähig, geprüft desinfektionsmittelbeständig, lösemittel- und weichmacherfrei sowie vom TÜV Rheinland als „emissionsgeprüft“ ausgezeichnet.

Der Baustoff-Fachhandel zieht viele unterschiedliche Kundengruppen an. Egal ob Zimmermann, Maler, Bodenleger, Stuckateur oder Trockenbauer – im Baustoff-Fachhandel kann nahezu alles gekauft werden, was auf der Baustelle benötigt wird.

BaustoffMarkt und BaustoffWissen gehören zu den wichtigsten Publikationen der Branche. Tex-Color ist seit 15 Jahren dem Baustoff-Fachhandel als einzigem Vertriebskanal treu geblieben. Daher macht uns die Auszeichnung von Extrem Matt 1.0 als Produkt des Jahres besonders stolz.

15 Jahre sind erst der Anfang

Jubiläum einer soliden Partnerschaft – ein Interview mit Mathias Rapp

Im Sommer feiert die Marke Tex-Color 15 Jahre im Baustoff-Fachhandel. Dieses Ereignis haben wir zum Anlass genommen, um uns mit Vertriebsleiter Mathias Rapp über verschiedene Themen rund um die Marke Tex-Color und über Zukunftsperspektiven zu unterhalten.

Wie ist die Marke entstanden?
2003 hat die Meffert AG Farbwerke das Werk in Erfurt und auch die Marke übernommen. In den zwei darauffolgenden Jahren wurden diese in die Strukturen der Unternehmensgruppe integriert. 2005 wurde dann über eine neue Ausrichtung der Marke in dem Absatzkanal „Baustoff-Fachhandel“ entschieden, und 2006 erfolgte die Einführung der dort noch unbekannten Marke in den ausgewählten Vertriebskanal.

Was zeichnet Tex-Color aus?
Die Unternehmensgruppe ist schon sehr lange für ihre guten Qualitäten bekannt. Besonders Tex-Color setzt auf hohe Qualitäten in den Produkten; außerdem haben wir innerhalb der Marke ein sehr ausgefeiltes Produktsortiment. Aber auch die hervorragend ausgebildeten Mitarbeiter, die für alle Bereiche des Baustoff-Fachhandels beratend zur Seite stehen, machen Tex-Color zu dem, was es heute ist.

Wieso setzen wir auf den dreistufigen Vertrieb?
Wenn man in die Historie der Unternehmensgruppe schaut, wird im Hause Meffert schon seit eh und je auf den dreistufigen Vertrieb gesetzt, daher führen wir das auch in unserer Marke Tex-Color weiter fort. Wir produzieren und liefern an den Handel, also in unserem Fall an den Baustoff-Fachhandel. Nichtsdestotrotz sind wir direkt beim Handwerker, z. B. bei der Betreuung der Baustellen, oder wir unterstützen in der Akquise. Die Vermarktung jedoch erfolgt exklusiv über den Baustoff-Fachhandel.

Was war das beste Erlebnis in 15 Jahren Tex-Color?
Puh, es ist schwer, das auf ein Erlebnis herunterzubrechen. Wir haben in den letzten Jahren viele schöne Erlebnisse mit Tex-Color gehabt, dazu zählen gute Messebesuche, schöne Abende mit Kollegen und Kunden. Aber was besonders hervorsticht, sind die Auszeichnungen – wie zum Beispiel 2016 zum Lieferant des Jahres der hagebau. Auch dieses Jahr konnten wir uns wieder über eine schöne Auszeichnung für das Produkt des Jahres, unser Extrem Matt 1.0, verliehen von BaustoffMarkt und BaustoffWissen, freuen.

Tex-Color hat in den letzten Jahren immer wieder sehr große Erfolge erzielt. Wo wollen Sie in den nächsten Jahren hin?
Wir sehen uns heute schon als die führende Marke im Baustoff-Fachhandel im Bereich der Farben. Das gewachsene Händlernetz wird aktuell und auch in Zukunft bewusst und systematisch weiter ausgebaut. Unser großes Ziel ist es, eine flächendeckende Vermarktung von Tex-Color zu erreichen. Ich gehe davon aus, dass wir unsere führende Position im Baustoff-Fachhandel weiter ausbauen können und auch in der Wahrnehmung unserer Kunden die Position als Nummer-1-Marke im Farbenbereich zementieren.

Was schätzen Sie an Ihren Kunden bzw. was macht den Baustoff-Fachhandel als Kunden so besonders?
Der Baustoff-Fachhandel ist sehr Handwerker-affin und kennt sich durch teils jahrelange Kundenbeziehungen sehr gut mit dem Handwerk aus. Genau dadurch können wir voneinander profitieren und lernen. Außerdem schätze ich die Ehrlichkeit und das solide kaufmännische Denken am Baustoff-Fachhandel sehr.

Wie hat der Markt sich in den letzten 15 Jahren verändert und wie wird es Ihrer Meinung nach weitergehen?
Im Markt gibt und gab es eine starke Veränderung. Der Handwerkermangel ist ein allgegenwärtiges Problem, egal in welchem Bereich des Bauhandwerks. Die Anzahl der Betriebe und somit auch der Handwerker geht zurück. Kleinstbetriebe, die mehrere Tätigkeiten ausführen, sogenannte Allrounder, werden immer mehr. Diese Handwerkergruppe kauft viel im Baustoff-Fachhandel ein, da dort die Materialien für viele Gewerke an einem Ort zu finden sind. Daher ist diese Veränderung für Tex-Color sehr hilfreich. Unser breites Produktsortiment hilft außerdem enorm weiter.

Sind Sie stolz auf das, was Ihr Team in den vergangenen Jahren geschafft hat, und wieso?
Natürlich! Wir können stolz auf uns und die Erfolge sein. Vor 15 Jahren hätte niemand geglaubt, dass die damals neue Marke in einem neuen Absatzkanal mal so erfolgreich ist und heute dort steht, wo sie steht. Wir sind mit einer ganz kleinen Mannschaft gestartet und haben uns den heutigen Erfolg erarbeitet. Das ganze Tex-Color-Team hat bewiesen, dass Beharrlichkeit, Beständigkeit und Ruhe in der Sache zum Erfolg führen können.

Würden Sie privat auch zu Tex-Color greifen?
NATÜRLICH!

Was treibt Sie im täglichen Arbeiten an, immer besser zu werden?
Unsere Kunden. Tex-Color entwickelt sich gemeinsam mit seinen Kunden. Der regelmäßige Austausch ist für uns sehr wichtig, denn unser tägliches Handeln ist immer auf den Kunden ausgerichtet.

Virtuell – einfallsreich – kompetent

Großer Zuspruch für Online-Vertriebstagung und Webinare

In Zeiten der Corona-Pandemie steht die Unternehmens-Kommunikation vor besonderen Herausforderungen. Tagungen, Seminare und Meetings in entsprechenden Gruppengrößen dürfen und können nicht vor Ort stattfinden. Aber das virtuelle Zusammentreffen über Online-Sitzungen macht den Austausch auf digitaler Ebene möglich.

Am 5. Februar 2021 fand sich das gesamte Vertriebsteam (Außen- und Innendienst) zur ersten Dinova-Online-Tagung an den Bildschirmen zusammen. Kleinere technische Schwierigkeiten wurden dabei mit Humor gemeistert und die Freude, sich gesund wiederzusehen, überwog. Auch im Online-Chat wurden die interessanten Themen lebhaft diskutiert. Ein Tagungspaket mit Verpflegung (inklusive Feierabendbier) und Unterlagen, das alle Teilnehmer:innen vorab erhielten, sorgte für das nötige Durchhaltevermögen. Die erste Dinova-Online-Vertriebstagung wurde von allen als insgesamt positiv bewertet, auch wenn der sonst übliche Praxisteil und das persönliche Wiedersehen sehr vermisst wurden.

Digitales Neuland wurde wenige Wochen später mit den ersten Dinova-Webinaren für den Handelspartner SEFRA in Österreich beschritten. Unter dem Thema „Dinova Meisterwebinare – Innovationen für innen und außen“ wurde eine Seminarreihe erstmals komplett online durchgeführt. Der Vorbereitungsaufwand war umfangreich, und der Technikeinsatz erinnerte schon fast an größere Fernsehproduktionen. Mit großem Engagement und Know-how gelang dem Team um den für die Organisation verantwortlichen Dennis Schneider (Online-Marketing-Manager) sowie die Moderatoren Andreas Geiger (Anwendungstechniker) und Andreas Gosenheimer (Verkaufsleiter) die Umsetzung. Während des Seminars wurden alle Fragen rund um die Themenkomplexe „Häufige Fehler vermeiden und Reklamationen vorbeugen“, „Die wirtschaftlichen und leistungsstarken Innenwandfarben von Dinova“, „Die effizienten und sicheren Fassadensysteme“ sowie „Digitale Farbgestaltung auf der Baustelle“ umfassend beantwortet. Positives Feedback und großen Zuspruch erhielt das Team dabei von allen Teilnehmern. Im Nachgang konnten die Teilnehmer das Webinar noch einmal anschauen und auch als Video speichern. Somit konnten die Webinare als zusätzliches Angebot für die Schulung eigener Mitarbeiter:innen genutzt werden.

Inzwischen sind die Dinova-Vertriebsteams auch auf den verstärkt stattfindenden digitalen Kundenmessen der Handelspartner erfolgreich, auch wenn diese den so wichtigen persönlichen Kontakt zu den Kunden natürlich nicht ersetzen können.

Neu!

Dinova Silicon-Haftgrund FZ rundet Silicon-Fassaden-System perfekt ab

Die neue weiß pigmentierte Grundierung, die einen sicheren Haftverbund zwischen Untergrund und den Dinova Silicon-Fassadenfarben schafft.

- **Hoch diffusionsfähig**
- **Mit Filmschutz**
- **Im BaseColor-System tönbar**

Flotte Flotte

Die Dinova-Lkw sind zusammen rund 250.000 Kilometer im Jahr für uns im Einsatz – das entspricht einer Strecke von mehr als sechsmal um den Erdball!

Österreich hat den Flow raus

Sefra bringt die Soft-Dry Technologie ins Nachbarland

Die fünfwöchige Einführungsaktion des neuen Bestsellers DinoFlow wurde vom österreichischen Handelspartner Sefra viral über Social Media verbreitet. Ein großes Dankeschön gilt den Niederlassungen für die coolen POS-Posts auf Facebook. Die Verkaufserwartungen wurden auch in Österreich bei Weitem übertroffen.

Made for Metal

Metallschutz einfach machen

Der Wandel zu mehr Nachhaltigkeit zeigt sich in fast allen Bereichen unseres Lebens. So steht mittlerweile auch das Motto „Restaurieren statt Entsorgen“ bei vielen Verbrauchern sehr hoch im Kurs. Im Bereich des Metallschutzes, z. B. bei Metallzäunen, Balkongeländern oder Gartentoren, war es das Ziel der Meffert AG, dem Kunden ein Produkt an die Hand zu geben, das zum Gelingen des persönlichen Wunsch-Projektes einen spürbaren Beitrag leistet.

„Made for Metal“, die neue Metallschutzlack-Linie der Marke Albrecht, begeistert mit einem modernen und gleichzeitig äußerst robusten Auftreten. Das aufgeräumt-reduzierte Layout der Dose trägt der Überforderung vieler Kunden am POS Rechnung, die häufig durch vollgepackte und zu bunte Aufmachungen einer Reizüberflutung ausgesetzt sind. Der QR-Code auf der Vorderseite leitet den Verbraucher blitzschnell zu allen gewünschten Informationen auf der Website. Durch die Kurzbeschreibung der Arbeitsschritte wird die einfache Anwendung des Produktes zudem auf einen Blick verständlich gemacht.

Deutscher Marktführer erobert den Osten

ERBEDOL Schlepperlacke sind auf dem ukrainischen Markt gefragt

Nach erfolgreichem Vertrieb der ERBEDOL Schlepperlacke im westeuropäischen Raum erfolgte in diesem Jahr der erste Schritt nach Osteuropa. Die Ukraine ist eines der Länder, in denen die Landwirtschaft nach wie vor ein wichtiger Sektor und vor allem großbetrieblich am Wachsen ist. Investitionen in Logistikausbau, Digitalisierung und moderne Technik werden dank neuen Gesetzen staatlich gefördert. Deutschland ist dabei der führende Importeur für Landtechnik.

Da blieben den ukrainischen Landwirtschaftshändlern auch die in Deutschland marktführenden Schlepperlacke für Renovierungsarbeiten nicht verborgen. Hohe Investitionen in Landtechnik erfordern vorausschauende Planung auch in Bezug auf Restauration und Wartung der schweren Maschinen. ERBEDOL aus dem Hause Albrecht überzeugte da auf voller Linie: jahrelange Erfahrung, hochwertige Qualität und positive Resonanzen des westeuropäischen Markts.

Pronova X Power

Die beste Alternative zum Bohren und Schrauben

Montage-, Reparatur- oder Abdichtungsarbeiten ohne vorheriges zeitintensives und mühsames Bohren und Schrauben? Pronova bietet dem Heimwerker ein breites Sortiment zum Kleben, Montieren, Abdichten und Verfugen für nahezu alle Anforderungen und Materialien im Innen- und Außenbereich. Die vier neuen X-Power-Produkte zeichnen sich durch exzellente Hafteigenschaften und hohe Witterungsbeständigkeit aus, sind lösemittelfrei und geruchsneutral.

X Power Universal – einer für alles
Ob spannungsfreies, elastisches Verkleben, sichere Montage oder universelles Abdichten und Verfugen – mit diesem Klebstoff hat der Anwender einen echten Allrounder zur Hand.

X Power High Tack – der Megastarke
Ein Hochleistungs-Klebstoff mit extrem hoher Anfangshaftung. Mit ihm können auch schwere Gegenstände aus verschiedensten Materialien ohne weitere Hilfsmittel befestigt werden. Natursteinverträglich und für Spiegelverklebungen geeignet.

X Power Ultra Flex – der Megaelastische
Ein Spezialist für maximal elastische, vibrations- und trittschalldämmende Verklebungen. Macht nahezu jede Bewegung mit.

X Power Ultra Clear – der Megatransparente
Die Klebefuge soll möglichst unsichtbar sein? Dieser Klebstoff härtet hochtransparent aus und vereint exzellente Klebeeigenschaften mit hoher Dauerelastizität.

Pronova expandiert

Meffert AG investiert 15 Millionen Euro

Das Produktionswerk unserer Tochter Pronova Dichtstoffe in der Rudolf-Diesel-Straße in Bad Kreuznach stieß mit 30 Millionen Kartuschen Acryl-Dichtmassen und Silicone im vergangenen Jahr an seine Kapazitätsgrenzen. Geplant ist daher eine große neue Produktions- und Lagerhalle mit integrierter Forschungs- und Entwicklungsabteilung, Anwendungstechnik und Werkstatt. Neue Büro- und Verwaltungsgebäude sind ebenso vorgesehen.

„In drei bis fünf Jahren wollen wir das Pensum verdoppelt haben“, kündigt Vorstandsvorsitzender Klaus Meffert an. Das Bestandswerk in der Rudolf-Diesel-Straße bleibt nach der Expansion bestehen.

Vorstand Dieter Meffert, Vorstandsvorsitzender Klaus Meffert, Planer Rainer Schmitt und Markus Schlosser, Bad Kreuznachs Dezernent für Wirtschaftsförderung, vor dem 26.000 Quadratmeter großen neuen Areal entlang der Karl-Förster-Straße.

Vintage-Stil – klassisch, nostalgisch und beliebt

Kreidefarbe jetzt auch in neutraler Aufmachung erhältlich

Aus neu mach alt – der nostalgische Vintage-Look ist nach wie vor im Trend. Mit der Kreidefarbe lassen sich herkömmliche Möbelstücke in antike Hingucker verwandeln. Die neutrale Aufmachung ermöglicht die Verbreitung des Produktes uneingeschränkt über alle gewünschten Verkaufskanäle. Dank der vier modernen Ready-Mix-Farbtöne können auch Händler ohne Mischanlage die Kreidefarbe anbieten – und das in einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis. Die klein gehaltene Verkaufsbox ist praktisch und kann nahezu überall im Markt präsentiert werden.

Und auch die Handhabung könnte einfacher nicht sein: Ein QR-Code auf dem Präsenter und den Dosen führt zum kurzen Anwendungsvideo. Dieses kann direkt im Markt oder bequem von zuhause angeschaut werden. In anderthalb Minuten wird dem Kunden die einfache und schnelle Verarbeitung gezeigt – das weckt die Freude am Selbermachen.

QR-Code zum Produktvideo:

Einheitlich – elegant – exklusiv

Moderner Look und Zweisprachigkeit für düfa-Produkte

Der Löwenanteil des düfa-Sortiments hat in den vergangenen Monaten einen optischen Relaunch erfahren und ist internationaler geworden. Die Meffert AG freut sich, das Traditionsunternehmen LANDI somit auch im französischsprachigen Raum beliefern zu dürfen. Der deutsche Fachhandel darf sich ebenfalls auf diese neue Optik freuen, denn die neuen Gebinde werden kurzfristig in den Verkaufsregalen Einzug halten.

In einem ersten Schritt sind überwiegend Lacke und Lasuren angepasst worden. Als Vorlage für die Etiketten diente die bestehende Linie der düfa Premium Produkte. In erfolgreicher Zusammenarbeit der Abteilungen Vertrieb, Produktmanagement, Marketing und unseres Partners O.D.D. Print und Medien ist ein frischer, moderner Look entstanden, der die Kundenbedürfnisse berücksichtigt und sich im wahrsten Sinne des Wortes sehen lassen kann. „Damit haben wir insgesamt nun ein optisch ansprechendes und stimmiges Gesamtbild“, freut sich Vertriebsleiter Stefan Jung.

Im nächsten Schritt wird bis Jahresende auch das restliche düfa-Sortiment angepasst. Über diesen Fortschritt werden wir Sie in der nächsten Ausgabe informieren.

Zweisprachig und modern folgen den Lacken und Lasuren bis Jahresende auch die restlichen Produkte des düfa-Sortiments.

Das Projektteam von links nach rechts: Sebastian Grünewald (Vertrieb), Benjamin Wolf (Produktmanagement), Caroline Memel (Marketing), Sahan Cimen (Vertrieb) und Nicole Bormann (O.D.D. Print und Medien).

Nicht zu (s)toppen!

Bundesweite WDVS-Vertriebsmannschaft wächst weiter

Der Bereich Wärmedämm-Verbundsysteme ermöglicht individuelle und einzigartige Formensprache. Damit die ganze Bandbreite der Meffert WDV-Systeme umfassend vermittelt werden kann, bedarf es einer qualifizierten und motivierten Vertriebsmannschaft. Diese wurde zuletzt um einen neuen Kollegen im Großraum Hannover erweitert, und weitere werden folgen.
Wie Fassaden durch eine gekonnt angewandte Wärmedämmung Struktur und Identität erhalten, zeigen diese ausgewählten Referenzen der vergangenen Monate.

Frankfurt #1
Objekt: Revitalisierung/Neubau (256 Wohnungen, 27 Eigentumswohnungen, 55 Studentenappartements und eine Kita), Ben-Gurion-Ring („Am Bügelsee"), Frankfurt-Niederrad
Objektgröße: Gesamtvolumen geschätzt ca. 25.000 - 30.000 m² WDVS-Fassaden

Frankfurt #2
Objekt: Neubau Wohnquartier (4 MFH), Weimarer Straße, Frankfurt-Nieder-Eschbach
Objektgröße: ca. 5.500 m² EPS/ Klinker-Riemchen

Bad Kreuznach #3
Objekt: Neubau (2 MFH), Hüffelsheimer Straße, Bad Kreuznach
Objektgröße: ca. 1.200 m²

Regensburg #4
Objekt: Neubau Wohn- und Gewerbepark, Guerickestraße, Regensburg
Objektgröße: ca. 2.500 m²

Bückeburg #5
Objekt: Neubau (3 MFH), Bethelweg, Bückeburg
Objektgröße: ca. 2.000 m²

Kreative Fassaden-Ideen

Putze in origineller Optik – auch für WDVS

Wie kaum ein anderer Werkstoff lädt Putz zum Experimentieren ein. Dezent oder knallig – in Verbindung mit abgestimmten Fassadenfarben zeigt sich die gestalterische Vielfalt einer gedämmten Fassade. Hier sehen Sie drei unserer beliebtesten Kreativtechniken:

Besenzugtechnik
Besenstrichputze überzeugen durch feinlinige Strukturen und die individuelle Handschrift des Handwerkers. Die kunsthistorisch-handwerkliche Technik erlebt heute eine Renaissance.
Der Hexen- oder Reisigbesen war das erste Werkzeug, das für die gewollt unregelmäßigen Strukturen in Putzoberflächen sorgte. Auch in der Gründerzeit und im Jugendstil gehörte diese besondere Putztechnik zum Standardrepertoire der Gestalter.

Materialien und Werkzeuge:
- Putzstrukturwischer oder Hexenbesen
- M 823 Putzgrund, tönbar
- M 1020 Universalmörtel, tönbar
- Schlussbeschichtung mit Fassadenfarbe

Kammzugtechnik
Mit der Kammzugtechnik entstehen auf Oberflächen faszinierende Topografien mit klarer und homogener Linienführung.
Der noch nasse Oberputz wird mit einem meist regelmäßig geschnittenen, kammartigen Werkzeug durchgezogen/durchgekämmt. Den Variationen in der Gestaltung, wie der Form, Erhöhung, Richtung und Vertiefung des Zuges, sind praktisch keine Grenzen gesetzt.

Materialien und Werkzeuge:
- Zahntraufel V-Form oder Zahnrakel
- M 823 Putzgrund, tönbar
- M 1020 Universalmörtel, tönbar
- Schlussbeschichtung mit Fassadenfarbe

Holzstruktur-Optik
Imitation von Holzoberflächen: Mit unserem Multitalent Universalmörtel lassen sich im Handumdrehen Fassaden spannend gestalten.
In den feuchten Oberputz können mit dem Holzstempel die Strukturen eingearbeitet werden, sodass die neu geschaffene Oberflächenoptik eine Anmutung von Holztafeln und Brettern (Paneelen) erhält.

Materialien und Werkzeuge:
- Holzstempel
- M 823 Putzgrund, tönbar
- M 1020 Universalmörtel, tönbar
- Schlussbeschichtung mit getönter Lasur in Holzfarbtönen

WeChat – eine für alles

Meffert AG bei chinesischer Mega-App aktiv

WeChat ermöglicht es, chinesische Kunden 24/7 mit News und Informationen rund um die Marke düfa zu erreichen.

Die Kombination aus Messenger, integrierten Apps sowie Zahlungsdiensten macht WeChat zu einer multimedialen Anwendung, die von einem Großteil der chinesischen Bevölkerung im privaten wie auch im beruflichen Leben genutzt wird. So wurde sie in den vergangenen Jahren zur drittgrößten App weltweit, und bereits über 1,2 Milliarden aktive Nutzer pro Monat organisieren ihren Alltag über die Anwendung.

WeChat dient dabei auch als eine Art Plattform, auf der externe Anbieter ihre Anwendungen integrieren können. Dieses Prinzip eröffnet vielfältige Möglichkeiten. So können Nutzer nicht nur chatten, News teilen und für sie relevanten Personen und Firmen folgen, sondern auch Sitzplätze im Restaurant reservieren, Essen bestellen, Rechnungen begleichen oder ein Taxi rufen.

Vor drei Jahren begann die Meffert AG damit, die Kolleg:innen in China mit Inhalten für WeChat zu unterstützen. Seitdem werden bestehende Kunden und potenzielle Interessenten regelmäßig per Stories und Bilder über Produktneuheiten sowie über lokale und internationale Neuigkeiten informiert. Themen wie Qualität, Umweltfreundlichkeit, Zertifizierungen sowie die Geschichte der Marke düfa und der Meffert AG stehen dabei im Vordergrund.

Das Thema Farben und Lacke ist in China noch viel emotionaler besetzt als in Deutschland und der Informationsbedarf wesentlich höher. Daher ist es immer eine große Herausforderung, den typisch bunten chinesischen Stil mit informativen Fakten zu kombinieren, um beide Kulturen zu vereinen. Für eine optimale Ansprache der chinesischen Kunden und um gleichzeitig das Look-and-feel von „Made in Germany“ zu transportieren, werden alle Inhalte immer auf Deutsch und Chinesisch veröffentlicht.

Besonders stolz war das gesamte Team, als 2021 nach drei Jahren erstmalig die magische Marke von 100.000 Views geknackt werden konnte. Eine schöne Motivation, um die nächsten Meilensteine in Angriff zu nehmen.

Auch Produktvorteile lassen sich über WeChat sehr gut kommunizieren.

In eigener Sache

Mario Gaffke wird neuer Dinova-Innendienstleiter

Seit 1. Mai 2021 gibt es einen neuen Verkaufs-Innendienstleiter bei Dinova. Mario Gaffke, 33, trat die frei gewordene Stelle aus den eigenen Reihen an und ist als Sachbearbeiter im Verkaufs-Innendienst bereits vielen Kunden bekannt. Für seine neuen Aufgaben wünschen wir ihm viel Freude und Erfolg.
Der langjährige Verkaufs-Innendienstleiter Thomas Laufenberg hat das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 30. April 2021 verlassen. Wir danken Herrn Laufenberg für sein unermüdliches Engagement und wünschen ihm alles Gute für die Zukunft.

Die im Stil eines überdimensionalen KeraLine-Gebindes gestaltete Empfangstheke inspirierte den Gesprächseinstieg.

Ein Stück Normalität

Meffert Production auf Präsenz-Baumesse YugBuild vertreten

Vom 24. bis 27. März fand in Krasnodar die YugBuild statt, die größte Baumesse im Süden Russlands. Unter Einhaltung der zu diesem Zeitpunkt in der Region geltenden Corona-Schutzmaßnahmen konnte die Messe nahezu im „Normalbetrieb“ vor Ort und mit Besuchern stattfinden. Teilgenommen haben 150 Hersteller und Lieferanten von Baumaterialien. In den vier Tagen hatte die Messe mehr als 8.000 Fachbesucher. Viele kamen aus den Nachbarregionen wie dem Nordkaukasus und der Schwarzmeerküste oder reisten aus Nachbarländern wie Armenien an.

Unsere russische Tochtergesellschaft Meffert Production legte bei der Gestaltung des Standes den Schwerpunkt auf die Neuheiten der Linie düfa Premium, die sich in Russland besonderer Beliebtheit erfreuen. Im Fokus standen dabei die KeraLine-Produktneuheiten, die durch abwaschbare Oberflächen punkten. Von der hervorragenden Reinigungsfähigkeit der Produkte konnten sich die Standbesucher bei Live-Vorführungen überzeugen.

Mit „Trendfarbe Black“ präsentierte Meffert Production außerdem ein Vollton-Schwarz als Readymix-Produkt, das bei den russischen Kunden hoch im Kurs steht. Das bekannte düfa-Logo war schon von Weitem gut sichtbar und lockte zusammen mit dem Versprechen „German Technology“ die Besucher an. Für alle Standbesucher stand ein düfa-Fotodrucker zur Verfügung: Wer wollte, durfte hier ein Foto in düfa Instagram-Optik schießen lassen und als Erinnerung mitnehmen. Der Stand wurde überwiegend durch die lokalen Vertriebsmanager aus den Regionen Krasnodar und Krim betreut. Es konnte eine Vielzahl an vielversprechenden Kontakten hergestellt werden – der Grundstein für weiteres Wachstum ist somit gelegt. Das durchweg positive Feedback der Standbetreuer spiegelte nicht zuletzt die Freude der Messebesucher über ein bisschen Normalität wider.

Wir zeigen Oberarm!

Meffert AG macht der Belegschaft ein Impfangebot

Dr. Thomas Brauneck (rechts) impft Klaus Sämann (links) gegen Corona. Darüber freuen sich auch Betriebsratsvorsitzender Andreas Christ (hinten rechts) sowie dessen Stellvertreterin Sandra Weinsheimer, die das Impfangebot im Unternehmen sehr begrüßen. Die Impfkabinen in frischem Meffert-Gewand sorgen für eine freundliche Atmosphäre. Foto links: KruppPresse

Die Meffert AG Farbwerke hat als einer der ersten Arbeitgeber in Stadt und Kreis Bad Kreuznach für ihre Mitarbeiter:innen ein betriebsinternes Impfangebot gegen Covid-19 organisiert. Der für den Bereich Arbeitssicherheit zuständige Volker Mehler hat mit Unterstützung des Vorstandes neben dem firmeneigenen Testzentrum jetzt auch ein Impfzentrum installieren lassen. Er freut sich, dass der Meffert AG bereits je 120 BioNTech-Impfdosen für die ersten vier Wochen für Erstimpfungen und noch einmal dieselbe Menge für Zweitimpfungen zugesagt wurden. Viele freiwillige Helfer, unter anderem aus dem Betriebsrat, der Personalabteilung und dem Marketing, sind engagiert an dem Gemeinschaftsprojekt beteiligt.

Bei der Vergabe der Impftermine werden zuerst die Prioritätengruppen berücksichtigt, dann wird abteilungsweise vorgegangen: Produktion, Lager und technischer Bereich machen den Anfang, gefolgt von Verwaltung sowie Kolleg:innen, die mobil von zuhause arbeiten. Das Impfangebot wurde von einem Großteil der Belegschaft bereits in Anspruch genommen.

Die Impfdosen werden nach Anmeldung, Aufklärung und Temperaturmessung durch Impfarzt Dr. Thomas Brauneck in den Oberarm injiziert. Nach der vorgeschriebenen Wartezeit dürfen die Geimpften dann wieder zurück an ihren Arbeitsplatz.

Die Meffert AG wird gesehen

831 Seiten voller Erfolgsgeschichten deutscher Familienunternehmen

Der Zeitverlag, Herausgeber der Wochenzeitung DIE ZEIT, publizierte im November 2020 die dritte Auflage des „Lexikons der deutschen Familienunternehmen“. Wir sind bereits seit 74 Jahren und in dritter Generation familiengeführt und sehr stolz, unter den über 1000 Einträgen dabei zu sein.

„Die meisten deutschen Familienunternehmen handelten und investierten schon nachhaltig, sinngebend und identitätsstiftend, als es den Begriff ‚Purpose‘ noch gar nicht im Deutschen gab“, sagt Dr. Florian Langenscheidt, Herausgeber des „Lexikons der deutschen Familienunternehmen“.

Mitherausgeber Prof. Dr. Peter May ergänzt: „Deutschland ist das Land der Familienunternehmen. Die ganze Welt beneidet uns darum. Unser Lexikon soll diesen Unternehmen ein Gesicht geben, sie sicht- und anfassbar machen.“

Interessante und charismatische Persönlichkeiten prägen unsere deutsche Firmenkultur. Das „Lexikon der deutschen Familienunternehmen“ stellt auf Seite 488 die Meffert AG mit Klaus und Dieter Meffert vor.

Mitarbeiterjubiläen 1. Halbjahr 2021

35 Jahre

Bad Kreuznach
Inge Gehres-Jung
Heinz Jung

30 Jahre

Bad Kreuznach
Rainer Faier
Rosemarie Faier
Sonja Kubek-Haßlinger
Jutta Matthiae
Matthias Renner
Roman Skowronski
Peter Stahlschmidt

25 Jahre

Bad Kreuznach
Annette de Campos Mendes
Frank Dilger
Andreas Klapdohr
Bernd Melzer
Lidya Mut

Ostrau
Manfred Bebersdorf
Ingolf Matthes

Königswinter
Bernd Klein

20 Jahre

Bad Kreuznach
Julia Agafonow
Beate Dilli
Rainer Franzen
Axel Hartwein
Heinrich Knorr
Holger Kobusch
Sevinc Kuru
Marion Petry
Waldemar Reiswich
Silvia Schade
Michael Schmidt
Silke Straßburger

15 Jahre

Bad Kreuznach
Henrike Beck
Sven Brümmerstädt
Jens Enders
Ariane Hupka
Benjamin Korb
Stefan Leidemer
Kai Sattelkau
Thomas Schwerg
Harribert Steinmetz
Christian Walg

Ostrau
Jens Rentler
Yvonne Spielmann

Erfurt
Stefan Schröder

Königswinter
Andreas Jahn

10 Jahre

Bad Kreuznach
Rosa Brandt
Murat Demirpolat
Sascha Imhof
Gisela Jung
Frank Korb
Martin Löwenbrück
Isabel Partenheimer
Lothar Peukert
Wolfgang Stieb
Peter Stolz
Manuel Viehl
Benjamin Wolf

Erfurt
Ronny Spangenberg

Königswinter
Michael Rieth

1986
1991
1996
2001
2006
2011

Coronabedingt fanden keine Jubiläumsfeierlichkeiten statt – hier exemplarisch die drei „25-Jährigen“ Frank Dilger, Annette de Campos Mendes und Andreas Klapdohr bei der Übergabe der Urkunden durch ihre Vorgesetzten.

Farbe zum Anbeißen

Unser Vorstandsvorsitzender Klaus Meffert hat sich riesig über die vielen Glückwünsche zu seinem 70. Geburtstag gefreut. Zahlreiche schöne Bilder und Ideen erreichten die Geburtstags-Projektgruppe. Die Torten-Aktion der Kolleg:innen aus Erfurt war besonders süß und lecker.

PIMp my data 2.0

Erstes Lieferprogramm erfolgreich aus PIM erstellt

Zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte wurde ein Lieferprogramm, in diesem Fall für die Malermarke ProfiTec, aus dem neu eingeführten Produktinformationsmanagement-System generiert. Technische Daten, Produktbilder, Inhaltsverzeichnis, Layoutgerüst und Co. – über 95 % der Inhalte konnten mit eigenen Ressourcen automatisiert aus dem System bereitgestellt werden. „Dieser Schritt ist ein Meilenstein im Zuge der Digitalisierung und Prozessoptimierung und ebnet den Weg für weitere digitale Fortschritte in der Meffert-Unternehmensgruppe“, so Fabienne Bohr, PIM Data Specialist.

Da die PIM-Datenbank dauerhaft befüllt, aktualisiert und mit den neuesten Produktinformationen angereichert wird, ist bei Nachdruck der aktuelle Ist-Zustand des gesamten ProfiTec-Sortiments direkt in Form des Lieferprogrammes generierbar. Eine manuelle Nachbearbeitung ist nicht mehr notwendig. Minimierte Produktionskosten, extreme Flexibilität, optimierte Prozesse, hohe Produktdatenqualität und die Gewährleistung einer einheitlichen Produktkommunikation – das sind nur einige der Vorteile, die die zentrale Datenhaltung und Automatisierung mit sich bringen.

Die erfolgreiche Umsetzung war nur durch eine enge Zusammenarbeit von Produktmanagement, Vertrieb, Marketing und Anwendungstechnik möglich. Das Lieferprogramm von ProfiTec wurde sowohl optisch als auch inhaltlich komplett überarbeitet, damit ein schneller und komfortabler Überblick über das Produktportfolio gewährleistet ist. Aufgrund der vertikalen Anordnung können zum Beispiel die wesentlichen Eigenschaften, Verbrauchsangaben und Verpackungsgrößen noch einfacher miteinander verglichen werden.

Als nächster Schritt folgt eine Verknüpfung zwischen dem PIM-System und der ProfiTec-Website. Dadurch wird die Möglichkeit gegeben, die Produkt-Webseiten automatisch mit den aktuellsten Inhalten aus PIM zu befüllen – ohne zusätzlichen manuellen Pflegeaufwand. Somit wird eine einheitliche Produktkommunikation über alle Medien hinweg realisiert – egal ob Print oder Web.

Ja, mir san mi’m Radl da ...

Eine neue Lösung für alle Mitarbeiter:innen, die eine nachhaltige und günstige Alternative zum Auto suchen und gleichzeitig das eigene Fitnesslevel verbessern möchten: Seit Ende 2020 ist die Meffert AG offizieller Kooperationspartner von JobRad. Die FARBWERKEr:innen suchen sich einfach das für sie passende Leasingrad im Fachhandel aus – und schon kann es losgehen. Die Inspektions- und Versicherungskosten übernimmt dabei die Meffert AG. Ob für den Arbeitsweg oder als reines Freizeitrad genutzt, die Meffert AG und JobRad machen es möglich.

Fit für die Zukunft

Online-Marketing-Spezialist Oliver Albiez schult 25 Meffert-Mitarbeiter:innen für die Zukunft der Kommunikation

Mit der Digitalisierung hat sich die Art und Weise, wie wir miteinander kommunizieren, stark gewandelt. Nicht nur im privaten, sondern auch im geschäftlichen Umfeld sind Social-Media-Kanäle wie Instagram und Messenger wie WhatsApp allgegenwärtig. „Im Schnitt verbringt ein deutscher Erwachsener täglich 200 Minuten im Internet, davon 80 Minuten mit Social Media“, berichtet Oliver Albiez. Er berät und schult Firmen, damit sie diese Entwicklung besser verstehen und nutzen können. Denn das Internet sei heute mit großem Abstand das stärkste Werbemedium und damit der stärkste Kanal, um mit Kunden in Kontakt zu treten.

Das Online-Marketing befindet sich im ständigen Wandel. Deshalb ist es für Marketing-Mitarbeiter:innen wichtig, sich regelmäßig weiterzubilden. Eine erfolgreiche Implementierung des Digitalen Marketings setzt jedoch voraus, dass auch Kolleg:innen der Marken- bzw. Fachabteilungen ein umfassendes Verständnis dafür entwickeln. Zudem können während der Schulung neue Ideen für die Vernetzung mit dem Handel sowie für Unterstützungsmaßnahmen bei dessen Kundenkommunikation entwickelt werden.

Seit März vermittelt Albiez in insgesamt vier monatlichen Modulen verständlich und praxisnah die wichtigsten Themen zum Digitalen Marketing, sodass das Gelernte von den Teilnehmer:innen der Meffert AG im Tagesgeschäft eingesetzt werden kann. Coronabedingt findet die Schulung via Teams-Meetings statt – auch das macht die Digitalisierung möglich.

Gut für die Umwelt

Neue Heizungsanlage in Betrieb genommen

Seit einiger Zeit versorgt eine neue Heizungsanlage das Produktionsgebäude und die Sozialbereiche im Werk Bad Kreuznach mit Warmwasser und Heizwasser.

Die vier Gasbrennwertgeräte besitzen eine Gesamtleistung von 880 kW und passen sich modulierend an den Wärmebedarf an. Dabei übernimmt ein Kaskadenregler die Steuerung der Anlage und führt auch noch die Abwärmeleistung aus drei Druckluftkompressoren der Heizungsanlage zu. Die Kompressorenabwärme wird in zwei 1.500-Liter-Warmwasserspeichern zur Heizungs-Unterstützung bereitgestellt.

Somit vereint diese Anlage die Bedürfnisse der Bestandsanlage mit energiesparender Heiztechnik der neuesten Gerätegeneration. Bedient wird die Anlage komfortabel über eine Tablet-App.

Auf Augenhöhe mit der Zukunft

Für die nächste Entwicklungsstufe ihrer Tönsysteme ist die Meffert AG personell und technisch sehr gut aufgestellt

Jürgen Old, Spezialist auf dem Gebiet Tönpasten, koordiniert seit 2020 den Bereich der Tinting-Systeme.

Tinting – 2003 ging es bei der Meffert AG richtig los! Thomas Fink stieg zu dieser Zeit bei der Mischtechnik mit ein und begleitete die Entwicklung von Anfang an.

„Mit 30 Mischanlagen starteten wir. Heute sind wir mit 2.000 Anlagen am POS unserer Handelspartner vertreten“, so die Bilanz von Fink.

Damit wir unseren Kunden weiterhin zukunftssichere Systeme bieten, konzentriert er sich aktuell hauptsächlich auf die technische Weiterentwicklung der eingesetzten Tinting-Software und das „Internet der Dinge“.

Seit 2020 ist der Spezialist auf dem Gebiet Tönpasten, Jürgen Old, bei der Meffert AG angestellt und koordiniert den Bereich Tinting-Systeme. 1994 wechselte er von der Pharmaindustrie in die Farben- und Lackbranche. Old arbeitete hauptsächlich in der Entwicklung bei namhaften Farben- und Tönpasten-Herstellern, zuletzt als Technischer Leiter bei Dörken Coatings. „Jürgen Old kennt den Markt und die Produkte wie seine eigene Westentasche und wird das komplexe Thema ‚Pasten-Systeme‘ auf die nächste Entwicklungsstufe heben“, resümiert der Leiter Technik bei der Meffert AG, Thorsten Ehrhardt.

In der Meffert AG werden zwei unterschiedliche Tönsysteme eingesetzt. Einmal im Bereich Werkstönung und Fertigfarbtöne (In-Plant-Tinting bzw. IPT) oder direkt beim Kunden über Mischanlagen am POS. Grundsätzlich sind die Anforderungen an beide Tönsysteme (IPT, POS) sehr ähnlich, da mit den getönten Produkten identische Märkte und Kunden beliefert werden. Arbeitsweise und „Tönprofil“ weichen jedoch deutlich voneinander ab. Die Anforderungen an zukunftssichere Tönsysteme sind unter anderem Liefersicherheit (wie z. B. die Zwei-Lieferanten-Strategie), Effizienz (Kosten, Handhabung, Portfolio) sowie gesetzliche Anforderungen (z. B. Konservierungsmittelfreiheit, Kennzeichnung).

Zuerst war es notwendig, sich einen Überblick über die verschiedenen Tönsysteme in der Unternehmensgruppe zu verschaffen, um dann mit allen Stakeholdern eine gemeinsame Strategie und einen Maßnahmenkatalog zu definieren. Schrittweise werden diese Maßnahmen nun an den Produktionsstandorten Ostrau, Erfurt, Königswinter (Dinova) und Mainz (Lackfabrik Albrecht) umgesetzt. Ein Prozess, der viel Zeit, Geduld und Vorbereitung benötigt, da mehrere hundert Rezepturen in den unterschiedlichen Produkten und Sortimenten angepasst und geprüft werden müssen. Aktuell stehen die Systeme am POS auf dem Prüfstand. Die Daten von über zwei Millionen Tönungen werden ausgewertet und analysiert, um zu sehen, wie ein POS-Tönsystem der Zukunft aussieht.

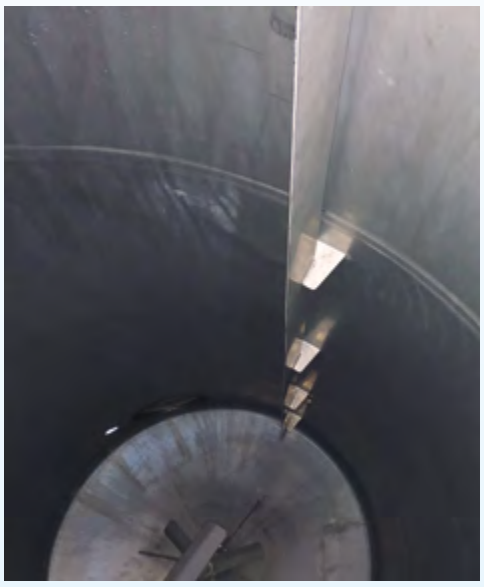
Um diese Ziele zu erreichen, arbeitet Jürgen Old in einer Vielzahl von Projekten mit verschiedenen Herstellern und Lieferanten von Tönsystemen zusammen. Die Meffert AG setzt auch in Zukunft auf bestehende langjährige und erfolgreiche Partnerschaften und zukunftsweisende Konzepte – unter anderem mit dem weltgrößten Hersteller von Tinting-Systemen, der sich auch mit neuen Töntechnologien befasst.

Nicht nur sauber, sondern rein

Gruppenweite Betriebshygiene-Standards durch regelmäßigen Austausch schaffen

Daniel Blades, der Leiter des Betriebshygiene-Teams im Stammwerk Bad Kreuznach, wertet mikrobiologische Proben aus.

Kristof Dagres bei der Vorreinigung eines Vorratsbehälters.



So sieht der Behälter nach der Reinigung aus.

Betriebshygiene bei der Meffert AG bedeutet, ein komplexes Produktportfolio an verschiedenen Standorten unter sich ständig ändernden gesetzlichen Rahmenbedingungen zu produzieren. Schon 2018 wurde durch den Vorstand ein Projekt ins Leben gerufen, um die vielfältigen Aktivitäten an den Meffert-Standorten im In- und Ausland zu koordinieren.

„Wir wollen nicht in jedem Werk eigene Lösungen generieren, sondern Standards einführen, wo immer dies möglich und sinnvoll ist“, erklärt Dr. Ronald Große, der als Projektleiter seit zwei Jahren für die standortübergreifende Betriebshygiene bei der Meffert AG verantwortlich ist. Die herausragende Expertise der Kollegen aus verschiedenen Fachbereichen und Standorten nutzbar zu machen, ist eine seiner Hauptaufgaben.

Ein solcher Standard existiert bereits für die Annahme von Tankzügen mit flüssigen Rohstoffen. So kontrollieren die Mitarbeiter in allen Werken die Schläuche, die von den Speditionen mitgebracht werden, nach strengen Kriterien. Auch für Molchanlagen wurden die Anforderungen an die eingesetzten Komponenten gruppenweit standardisiert. So müssen z. B. alle Rohrleitungen eine vorgegebene Oberflächenbeschaffenheit aufweisen.

Solche Vorgaben lassen sich aber nur durch eine intensive Abstimmung der einzelnen Werke festlegen, da deren spezielle Situationen berücksichtigt werden müssen. Und genau zu diesem Zweck finden die monatlichen Treffen der Betriebshygiene-Beauftragten statt. In dieser Fachgruppe werden Vorschläge kontrovers diskutiert und auch regelmäßig nachgebessert, um eine optimale Umsetzbarkeit und Akzeptanz zu gewährleisten. „Dabei gehen wir aber nie Kompromisse ein, die unseren mittlerweile sehr hohen Betriebshygiene-Standard abschwächen würden“, betont Große.

Seit einigen Monaten finden die Treffen virtuell statt, was aber der Produktivität und Effizienz nicht schadet. In Form von Impuls-Vorträgen werden die Aufgaben und Lösungsansätze von Experten vorgestellt, um sich anschließend die Meinung der Kollegen „abzuholen“. Eine virtuelle Veranstaltung hilft auf jeden Fall, den Kontakt zu den Kollegen zu halten, die vor den gleichen Herausforderungen stehen. „Ich freue mich aber trotzdem schon auf den nächsten Vor-Ort-Termin in einem anderen Werk. Man sieht auch in Prozessbereichen, die gegebenenfalls als nicht kritisch eingestuft werden, Optimierungspotenziale und kann mit seiner Erfahrung noch besser helfen“, sagt Daniel Blades, Leiter des Betriebshygiene-Teams in Bad Kreuznach.

Wenn wir Corona wegstreichen

Meffert-Azubis beweisen auch beim diesjährigen Zeitungsprojekt Wissbegierde und Kreativität

„Zeitung lesen macht Azubis fit" – unter diesem Namen läuft ein Projekt des Medienunternehmens VRM. Es bietet Auszubildenden in Rheinland-Pfalz und Hessen die Möglichkeit, ihr Wissen zu erweitern und kommunikative Fähigkeiten zu stärken. Finanziert durch den Ausbildungsbetrieb erhält jeder Teilnehmer ein Jahr lang die Tageszeitung nach Hause geschickt, um stets auf dem aktuellsten Stand zu sein. Zudem werden Workshops, Seminare und Veranstaltungen geboten, die junge Menschen auf ihrem Berufsweg unterstützen.

Für das Leseprojekt 20/21 hatten sich unsere Auszubildenden Carina Hahn (21, Industriekauffrau) und Sabri El Funte (22, Chemikant) angemeldet und erhielten von Ausbildungsbetreuerin Daniela Zimmermann das digitale Paket inklusive Tablet, um die Tageszeitung zeitgemäß als E-Paper lesen zu können.

Außerdem beinhaltet das Projekt einen kreativen Wettbewerb. Unter dem Motto „Wenn wir Corona wegstreichen" haben sich die teilnehmenden Meffert-Azubis etwas einfallen lassen: Mit ihrer kreativen Wandgestaltung kombinieren sie eines der global aktuellsten Themen mit der Farbenwelt.

Beide Berufsstarter sind begeistert von dem Projekt. „Wir können eine Menge über vielerlei Themen erfahren und haben auf kreative Weise Spaß am Zeitunglesen entwickelt", erzählt Carina Hahn. Besonders das regelmäßige Quiz zu den Themen der letzten vier Wochen habe sie dabei motiviert. „Das Projekt würden wir jedem empfehlen, der die Möglichkeit hat. Einfach auch, um das Allgemeinwissen aufzubessern." In Zukunft möchten beide das Zeitunglesen beibehalten.

So schnell kann es gehen!

Saskia Gräff bestand im Januar ihre vorgezogene Abschlussprüfung

Saskia Gräff konnte aufgrund ihrer guten Leistungen und eines vorausgegangenen Jahrespraktikums ihre Ausbildung zur Industriekauffrau um ein halbes Jahr verkürzen und hat ihre Abschlussprüfung bereits im Januar absolviert.

Wir gratulieren herzlich und freuen uns, dass wir sie in eine eigenverantwortliche Position in der Finanzbuchhaltung übernehmen konnten. Dort kümmert sie sich um die Zahlen unserer Tochtergesellschaft Pronova.

Bereits seit März 2020 arbeitet Saskia Gräff fest in ihrer Wunschabteilung mit und unterstützte zunächst die Kolleginnen im Kreditorenbereich der Meffert AG.

Die Arbeit liegt ihr sehr und hat ihr von Anfang an Spaß gemacht, was ihr auch die Kolleginnen sofort anmerkten.

Die Azubis, die ihre Ausbildung bei der Meffert AG in diesem Sommer abschließen, befinden sich zum Redaktionsschluss noch mitten in den Prüfungen oder stehen kurz davor. Wir wünschen allen von Herzen viel Erfolg und werden in der nächsten „Meffert aktuell" darüber berichten.

Azubi-Projekt begleitete junge Leute von Ausbildungssuche bis Ausbildungsstart

Der Rahmenlehrplan zur dreijährigen Berufsausbildung unserer angehenden Industriekaufleute sieht zum Abschluss das Thema „Unternehmensstrategie und Projektmanagement" vor. Im Gegensatz zu den bisherigen Jahrgängen der Berufsbildenden Schule Wirtschaft Bad Kreuznach (BBS), die überwiegend Projekte zur Unterstützung sozialer Organisationen auf die Beine stellten, dachten sich die Meffert-Azubis Katharina Eich, Tatjana Pfeiffer, Sahan Cimen und Virginia Huynh zusammen mit ihrer Berufsschulklasse BS Ik18 ein spezielles, der aktuellen Situation angepasstes Projekt aus.

Coronabedingt fallen schon seit über einem Jahr neben vielen anderen Veranstaltungen auch Ausbildungsmessen oder die speziell in der Bad Kreuznacher Region bekannte „Nacht der Ausbildung" aus. So kam die Idee auf, über Social Media eine Plattform anzubieten, die Ausbildungssuchenden virtuell die Möglichkeit gibt, Ausbildungsunternehmen und ihre vielfältigen Ausbildungsberufe kennenzulernen. Die Vorstellung der einzelnen Unternehmen fand in Form von Videos statt. Für die Meffert AG wurden hierzu Azubis und ehemalige Azubis aus allen Ausbildungsberufen interviewt, die den Interessenten einen kleinen Einblick in ihren Alltag während der Ausbildung gewährten.

Ziel des Projektes war es, angehende Azubis auf ihrem Weg von der Ausbildungssuche bis hin zum Ausbildungsstart zu begleiten. Daher wurden auch zahlreiche Tipps zu Bewerbungsunterlagen, Einstellungstests und dem Bewerbungsgespräch geboten. Das Ergebnis ist auf dem Instagram-Account „bewerbungs_abc" zu sehen.

Vorweihnachtliche Bescherung

Meffert AG spendet 30.000 Euro an gemeinnützige Vereine und Organisationen der Region

Vorstandsvorsitzender Klaus Meffert (7. von rechts) und Vorstand Dieter Meffert (8. von rechts) überreichten Spendenbriefe im Gesamtwert von 30.000 Euro an die Repräsentanten von 13 gemeinnützigen Vereinen und Organisationen aus Bad Kreuznach. Foto: KruppPresse

Ausgesuchte Leckereien wechselten unterm Weihnachtsbaum den Besitzer – hier Klaus Meffert (rechts) bei der Übergabe eines der festlichen Gebinde an den Betriebsratsvorsitzenden Andreas Christ.

Nach einem erfolgreichen Jahr beschloss der Vorstand der Meffert AG Farbwerke, für eine Spendenaktion den stattlichen Betrag von 30.000 Euro bereitzustellen, der in Tranchen zu 1.000 bis 4.000 Euro an gemeinnützige Einrichtungen und Vereine in Bad Kreuznach ausgeschüttet wurde. Zum Kreis der Empfänger zählten der Kinderschutzbund, die Tafel, der Sonntagstisch, das Eugenie-Michels-Hospiz, die Hilfsorganisation Interplast, das Frauenhaus, die Reling, die Lauffreunde des LC 80, die DLRG, die SG Eintracht Bad Kreuznach, das Museum für PuppentheaterKultur (PuK), der Tierschutzverein Bad Kreuznach und der Künstlerbahnhof Ebernburg. Vorstandsvorsitzender Klaus Meffert und sein Vorstandskollege Dieter Meffert nahmen sich gerne die Zeit, den Vertretern der Vereine und Organisationen die ihnen zugedachten Spendenbriefe persönlich zu übergeben.

Zum Dank für die engagierte Mitarbeit der Belegschaft wurden 670 Sondergebinde in der streng limitierten Meffert-Weihnachtsedition gepackt. Diese waren mit 94 kg Holzwolle, 670 Flaschen Sekt, 2.800 Mandarinen, 6.700 Walnüssen und je 670 weiteren Köstlichkeiten von regionalen Händlern gefüllt und wurden im Licht des Weihnachtsbaums persönlich an die Mitarbeiter übergeben.

Geste der Anerkennung

Meffert AG lässt am internationalen Tag der Frau Rosen regnen

Rosen in der Farbe Rosa stehen für Dankbarkeit, Respekt und Bewunderung. Auch in diesem Jahr schloss sich die Meffert AG wieder der Aktion des Rotary Clubs Stromberg-Naheland an und überreichte anlässlich des Weltfrauentages am 8. März jeder Arbeitnehmerin zum Dank für ihre Mitarbeit eine edle Rose. Eine symbolische Geste der Wertschätzung, die in diesem Jahr mit Worten von Klaus und Dieter Meffert untermauert wurde, die auf die gerade in Zeiten von Corona besondere Belastung berufstätiger Frauen hinwiesen.

Erhöhte Aufmerksamkeit gilt aber vor allem den Frauen, denen es weniger gut geht. Aus diesem Grund war auch in diesem Jahr mit jeder Rose eine Spende an das Frauenhaus in Bad Kreuznach verbunden. Der Verein gewährt von häuslicher Gewalt bedrohten oder betroffenen Frauen und deren Kindern Schutz und Unterstützung und leistet wichtige Öffentlichkeitsarbeit.

Oldtimer zu Gast

Alter Meffert-Auflieger immer noch im Einsatz

Wiedersehen macht Freude – kürzlich bekam die Meffert AG Besuch von einem langjährigen „Mitarbeiter“: Ein ehemaliger Meffert-Lkw fuhr auf den Hof – allerdings ohne die damalige Zugmaschine in derselben Farbgebung.

Der Sattelzug legte von 2003 bis 2011 dreimal pro Woche die Strecke Ostrau – Bad Kreuznach – Erfurt – Ostrau zurück und bewegte dabei wöchentlich rund 132 Tonnen bzw. 350 Paletten. Die jährliche Laufleistung betrug etwa 130.000 Kilometer. 2011 wurde der Auflieger an die Spedition Kipping verkauft, für die er heute noch im Einsatz ist. Die rote Zugmaschine der Spedition steht dem auffälligen Meffert-Auflieger auch nicht schlecht.

Mitsingen und gewinnen!

Hier geht's zum Video auf YouTube:

Die Meffert AG ist unter die Komponisten gegangen und hat ein herziges Farben-Lied komponiert. Die Tochter unserer Kollegin Christina Mierlein verzaubert alle Hörer mit ihrer goldigen Kinderstimme – musikalische Unterstützung hatte sie dabei von Kurt Sawalies.

Viel Spaß beim Mitsingen! Jetzt noch gleichzeitig zuhören und zuschauen – und schon sind Sie einen Schritt näher an einem unserer tollen Preise!

Tragen Sie die Lösungen in den Teilnahmecoupon ein. Füllen Sie den Coupon vollständig aus. Anschließend an die Marketingabteilung senden oder einfach in den Meffert-aktuell-Briefkasten einwerfen. Einsendeschluss ist der 15.08.2021. Teilnahmeberechtigt sind alle Mitarbeiter der Meffert-Unternehmensgruppe. Mehrfachteilnahmen und manipulierte Teilnahmecoupons werden nicht akzeptiert. Unter den richtigen und gültigen Einsendungen werden die Gewinner ausgelost und persönlich benachrichtigt. Der Gewinn kann nicht in bar ausgezahlt werden. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Diese Preise warten auf zehn Glückspilze:

1. Preis: **Mobile LED-Leuchte „blomus ANI LAMP“**
33 cm hoch, Ø 22 cm, als Hänge- und Tischlampe einsetzbar, mit integriertem Akku, für drinnen und draußen geeignet

2. Preis: **Trampolinstuhl**
rot, 83,5 x 70 x 80 cm, stabiles Gestell aus Stahl mit ausklappbaren Standfüßen, bequeme Sitzfläche aus elastischen Seilen und Polyester, Tragfähigkeit ca. 100 kg

3. Preis: **Trolley „d & n Travel Line 2100“**
dunkelblau, 38 x 55 x 20 cm, robustes ABS-Material, 4 Doppelrollen, TSA-Lock, Innenausstattung mit Mehrfacheinteilung und Gepäckband

4. Preis: **Grill-to-go „BBQcroc Cool Grill“**
aufgebaut 18 cm hoch, Ø 35 cm, aus Carbonstahl und Edelstahl, leicht und kompakt, inkl. Nylon-Tragetasche

5. – 10. Preis: **TROIKA Outdoor-Erste-Hilfe-Set + Dinova Strandtuch**
Erste-Hilfe-Set wasserdicht, PVC-beschichteter Polyesterbeutel, Rolltop-Verschluss, Karabiner; Strandtuch 70 x 140 cm, doppellagig, Vorderseite 100 % Mikrofaser, Rückseite 100 % Baumwolle

Frage 1: **Wie oft wird im Songtext ein Streichwerkzeug erwähnt?**

Lösung

Frage 2: **Die Logos wie vieler Meffert-Marken erscheinen im Video?**

Lösung

Frage 3: **Welches Haustier hat in einer Videosequenz einen Auftritt?**

Lösung

Name/Vorname

Abteilung

Werk/Standort

Auflösung unseres Gewinnspiels aus „Meffert aktuell“ Dezember 2020

Lösung: Die gesuchte Bedeutung der chinesischen Schriftzeichen war: DANKE!

Wir gratulieren:

1. Preis: **SAMSUNG „Galaxy Buds“ SM-R170 Kopfhörer + Spotify-Gutschein im Wert von 10 Euro**
Rasuole Bernotaite, Bad Kreuznach

2. – 3. Preis: **SAMSUNG „Galaxy Buds“ SM-R170 Kopfhörer**
Franziska Scheiber, Bad Kreuznach
Jens Bohr, Bad Kreuznach

4. Preis: **Veuve Cliquot brut 0,75 Liter im Ice Jacket**
Ludmilla Bopp, Bad Kreuznach

5. Preis: **Jahreslos von „Aktion Mensch“**
Holger Foit, Königswinter

6. – 10. Preis: **Spotify-Gutschein im Wert von 10 Euro**
Tim Reidenbach, Bad Kreuznach
Torsten Müller, Bad Kreuznach
Andrea Kröll, Bad Kreuznach
Rita Hasslinger, Bad Kreuznach
Werner Danke, Bad Kreuznach

Coronabedingt auch diesmal als Collage: Diese Kolleg:innen wussten die richtige Lösung und hatten das Glück, von unserer Praktikantin Jessica Lay aus dem Lostopf gefischt zu werden.

Oh Schreck!

Gleich zweimal wurde die seltene Gottesanbeterin, die einzige in Mitteleuropa vorkommende Fangschrecke, dabei erwischt, wie sie am Personaleingang einchecken wollte, und dem NABU gemeldet.

Impressum

Herausgeber: Meffert AG Farbwerke

Gesamtauflage: 4.000 Stück

Redaktion: Meffert Marketing
redaktion@meffert.com

Druck: O.D.D. GmbH & Co. KG Print + Medien

Bildnachweis: Meffert AG Farbwerke