

Alt und neu

In Leinburg überzeugt ein historisches Gebäude seit 2016 in modernem Gewand und trägt heute zu einem aktiven Gemeindeleben bei.

Einfach abreißen oder doch sanieren? Vor dieser Aufgabe stand die Gemeinde Leinburg im Jahr 2002, als die letzten Schüler das alte Schulhaus verließen. Heute beherbergt das Gemeinde- und Gesundheitszentrum Räume für die Volkshochschule und Vereine sowie Praxen für Dienstleister im Healthcare-Sektor. Für Leinburg ist es das bedeutendste Bauprojekt der letzten Jahrzehnte. Auch, weil es den verantwortlichen Architekten rund um Werner Fischer, Architekt der Fischer Plänen und Bauen GmbH in Feucht, gelungen ist, den Jugendstil-Bau aus dem Jahr 1902 zu erhalten. Das Gemeinde- und Gesundheitszentrum vereint

nicht nur historische und neue Bausubstanz. Bei Kursen und in den Arzt- und Physiotherapiepraxen begegnen sich auch jung und alt. Die historische Fassade besteht wie einst aus Kalksandstein, der Baustoff kam auch im puristischen Neubau zum Einsatz. Werner Fischer: „Das Mauerwerk ist sehr homogen und bietet statisch wie schalltechnisch erhebliche Vorteile.“



Ende September weihten Wolfgang Zapf, Geschäftsführer der Zapfwerke, mit Cornelia Trinkl, stv. Landrätin des Landkreises Nürnberger Land, Brigitte Zepf, 3. Bürgermeisterin der Gemeinde Schwaig, und Dr. Michael Kutscher, stv. Forstbetriebsleiter Nürnberg, die neue Info-Plattform zwischen Schwaig und Diepersdorf ein (siehe auch www.zapf-daigfuss.de).



Eröffnung der Info-Plattform

Neue Info-Insel schärft den Blick für die Zusammenhänge in der Sandgrube

Von der Sandgewinnung bis hin zur Renaturierung: Was in einer Sandgrube passiert, können Interessierte nun Schritt für Schritt auf Infotafeln mit dem direkten Blick in die Sandgrube „Kreuzstein“ erleben. Azubis der Zapfwerke haben die informative Ruheinsel gebaut. Der Forstbetrieb Nürnberg und der Landesbund für Vogelschutz in Bayern unterstützten das Projekt mit Material und Know-how.

Nichts für schwache Nerven

Die FFW Nürnberger Land trainiert bei den Zapfwerken den Ernstfall

Geeignete Übungsorte für Höhenrettungen sind nicht leicht zu finden – aber unbedingt notwendig. Damit die freiwilligen Feuerwehren des Landkreises Nürnberger Land bei diesen besonderen Rettungsmanövern im Training bleiben, stellten die Zapfwerke Mitte Oktober ihren Portalkran am Lagerplatz des Kalksandsteinwerks Behringersdorf zur Verfügung. In der realitätsnahen Übungsumgebung trainierten die ehrenamtlichen Feuerwehrler Sicherungs- und Abseltechniken sowie Rettungen aus unterschiedlichen Höhenlagen in voller Feuerwehrmontur, nur an einem Seil hängend. Kein Training für schwache Nerven! Wolfgang Zapf, Geschäftsführer der Zapfwerke, zeigte vollen Respekt vor der Leistung der Feuerwehrleute: „Doch lieber ruhig und konzentriert den Ernstfall geübt, als dass in ebenjenem Hektik und Unsicherheit aufkommen.“



Damals...

Nachdem Georg Zapf 1899 die „Erste Bayerische Kunstsandsteinwerke GmbH Behringersdorf“ gründete, wurde bereits 1909 in Röthenbach an der Pegnitz das erste Zweigwerk eröffnet. Es gehörte zu den modernsten seiner Zeit. Schon immer hat sich das Unternehmen den aktuellen Bedingungen des Marktes angepasst. 2002 schlossen sich Zapf und Megalith Daigfuss zu einer Kooperation zusammen.



TERMINE 2018

DI 16.01.2018, 14:30 bis 17:30 Uhr
Bauforum 2 „Fachgerechtes Mauerwerk“
Aktuelles zu Normen und Bauausführungen
Zapf Daigfuss,
90571 Schwaig, Günthersbühler Str. 10

DO 25.01.2018, 16:00 bis 18:30 Uhr
Bauforum 3 „Fachgerechtes Mauerwerk“
Aktuelles zu Normen und Bauausführungen
Sportlerheim Wimmelbach,
91353 Hausen, Sportplatz 2

DO 01.02.2018, 14:30 bis 17:30 Uhr
Bauforum 4 „Kalksandstein – die richtige Lösung für alle Wände“
Der sichere Einsatz von Kalksandstein
Zapf Daigfuss,
90571 Schwaig, Günthersbühler Str. 10

DO 01.03.2018, 14:30 bis 17:30 Uhr
Bauforum 5 „Recyclingfähigkeit und Entsorgung von Baustoffen/Baukonstruktionen im Mauerwerksbau“
Kalksandstein aus natürlichen Rohstoffen
Zapf Daigfuss,
90571 Schwaig, Günthersbühler Str. 10



Eine neue Positionierung? Ein neues Selbstverständnis? Ein neuer Auftritt oder nur eine neue Kampagne? Zapf Daigfuss beantwortet offene Fragen und erklärt seine Mission: Mauerstein.

Eine Mitarbeiterbefragung machte sichtbar, was vielerorts schon lange spürbar war: Die Zapf Daigfuss-Belegschaft wünscht sich eine stärkere gemeinsame Identität. Ein Anliegen, das nachvollziehbar ist, findet auch die Unternehmensspitze von Zapf Daigfuss, habe sich das Unternehmen in den letzten 15 Jahren doch stark verändert. 2001 wurde aus Zapf und Daigfuss eins, neue Beteiligungen und ein Werk wurden in den Folgejahren in die Gruppe aufgenommen, ein Werk wieder geschlossen. Und jetzt? Sind die

einstigen Wettbewerber unterwegs auf einer gemeinsamen Mission. Dr. Hannes Zapf und Gerold Daigfuss über die Kunst, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren, über gemeinsame Werte und eine klare Zielsetzung: Mauerstein und Zapf Daigfuss – künftig sollen diese beiden Begriffe als Einheit gedacht werden.

ZETT-DE: Herr Dr. Zapf, wie verstehen Sie die Mission: Mauerstein?

Dr. Hannes Zapf: Als einen gemeinsamen Auf-

wird Mauerstein. Aus einem Kompetenzversprechen eine Mission.

Wir wissen, dass das nicht für jeden sofort nachvollziehbar ist. Und trotzdem haben wir den Schritt gewagt – auch weil wir sicher sind, dass wir verstanden werden. Vielleicht nicht gleich, aber nach und nach. Die Mission: Mauerstein gibt es nicht erst seit gestern. Und sie ist nicht willkürlich. Sie spricht aus und spitzt zu, was wir schon immer sind.

Werden Sie Teil unserer Mission. Wir freuen uns drauf!

Ihr Hannes Zapf

Der Mix macht's

Sandkörner

0,1-2 mm

In diesen Durchmessergrößen kommen die Sandkörner daher, die Ken Campanari aus dem Rohstoff Sand heraussiebt.

Qualität der Stein-Ausgangsstoffe. Er ermittelt z. B. den Feuchtigkeitsgehalt der Sandmischung und stellt mittels Sieblinie die Körnung des Gemischs dar, indem er Sandkörner durch immer feinere Siebmaschen rüttelt.

VON A BIS ZETT TECHNISCHES ZUM MAUERN

M wie Musterbauordnung (MBO)

Als bauordnungsrechtliche Grundlage wurde die Musterbauordnung (MBO) überarbeitet und die Verwaltungsvorschrift Technische Baubestimmungen (VVTB) mit den zugehörigen Durchführungsbestimmungen neu erstellt. Die VVTB ersetzt zukünftig die Bauregellisten und die Liste der technischen Baubestimmungen. Darin sind alle in Deutschland bei der Erstellung von Bauwerken geltenden Normen, Richtlinien und Planungsvorgaben zusammengefasst. Für Kalksandsteine ergeben sich hierdurch keine gravierenden Änderungen. Die neue Musterbauordnung unterscheidet strikt zwischen in der EU harmonisierten (CE-gekennzeichneten) und nationalen (Ü-gekennzeichneten) Bauprodukten.

Mit dem KS-Siegel „Qualität überwacht nach DIN 20000-402“ können Sie unseren Kalksandsteinen ohne weitere Prüfung für Ihren Baueinsatz nach deutschen Anwendungsnormen vertrauen! Einfach und sicher.



IMPRESSUM: Redaktion: Gerhard Illig, Katharina Raab, Dr. Hannes Zapf, Wolfgang Zapf | Konzeption und Layout: Gerhard Illig Kommunikation, www.gerhardillig.de, Marie-Curie-Str. 1, 91052 Erlangen, Tel.: +49 9131 5330087 | V.i.S.d.P.: Gerhard Illig | Zapf Daigfuss Vertriebs-GmbH, www.zapf-daigfuss.de

IN DIESER AUSGABE: Mission: Mauerstein | Gemeindezentrum Leinburg | Von A bis Z | Infoplattform in der Sandgrube Kreuzstein | Feuerwehrübung im Kalksandsteinwerk Behringersdorf



Mission: Mauerstein



Dr. Hannes Zapf, 56

■ Geschäftsführender
Gesellschafter
Zapf Daigfuss

Gerold Daigfuss, 63

■ Geschäftsführender
Gesellschafter
Zapf Daigfuss



Fortsetzung von „Mission Possible“

trag und eine gemeinsame Leidenschaft. Wir wollen den Mauersteinmarkt in Nordbayern auch in Zukunft maßgeblich mitgestalten, Marktführer bleiben und unseren Kunden die beste Mauerwerkslösung bieten. Wir wollen aber auch der persönlichste Mauersteinexperte in Nordbayern sein – das wird z. B. bei Schulungen in unserem Bauforum spürbar oder über unsere persönliche und kostenlose Qualitätssicherung auf den Baustellen unserer Kunden.

ZETT-DE: Was bedeutet die Mission für Ihre Mitarbeiter?

Dr. Hannes Zapf: Sie sind als Werte- und Markenbotschafter Teil dieses Auftrags. Sie dürfen und sollen sich in den kommenden Wochen und Monaten darüber bewusst werden, dass jeder an seinem Arbeitsplatz und über die persönliche Zusammenarbeit mit Kunden, Partnern, Kollegen und Vorgesetzten den eigentlichen Mehrwert bringt.

ZETT-DE: Wie werden aus Mitarbeitern Markenbotschafter?

Dr. Hannes Zapf: Dazu braucht es viel Geduld. Wir haben das Projekt intern ein Jahr lang in einer Arbeitsgruppe und mit Unterstützung des Spezialisten Christopher Spall vorbereitet. Den neuen Markenauftritt präsentierten wir dann auf einem Mitarbeitertag. Natürlich warf er viele Fragen auf, zu deren Beantwortung wir drei Markenlotsengruppen geschaffen haben. Mitarbeiter aus allen Bereichen des Unternehmens kommen nun drei- bis viermal im Jahr zusammen und stellen und beantworten alle Fragen, die ihnen zu unserem neuen Auftritt – innen wie außen – begegnen.

ZETT-DE: Wie gehen Sie die Mission:Mauerstein an, Herr Daigfuss?



Auf dem Mitarbeitertag im Februar 2017 konnte Dr. Hannes Zapf das auf den Punkt gebrachte Ergebnis aus zahlreichen Markenworkshops an alle Kolleginnen und Kollegen verkünden: Mission:Mauerstein.

An der Bewertung des Markenkerns durften sich alle Mitarbeiter beteiligen – und sie taten es sehr engagiert.

Die neue Positionierung wurde vorher im Lauf des Jahres in kleinen Gruppen unter der Moderation der Beratungsagentur Spall.macht.Marke (www.spallmachtmarke.de) kontinuierlich erarbeitet.

Gerold Daigfuss: Ich werde selbst regelmäßig zum Markenbotschafter. Allerdings mache ich das nicht im großen Stil, sondern unter vier Augen im persönlichen Gespräch. Wir haben kleine Giveaways, auf denen wir unsere Mission kurz und knackig beschreiben. Das drücke ich meinem Gegenüber in die Hand und hake später noch mal nach. Ein kleiner Test sozusagen (lacht). Rückfragen beantworte ich dann auch gerne im persönlichen Gespräch. Es ist ein bisschen so, als würde man einen neuen Markt aufbereiten. Du überzeugst nur, wenn du selbst überzeugt bist.

ZETT-DE: Und das klappt?



Am Mitarbeitertag wurde der erste LKW mit dem neuen Logo und dem Schriftzug Mission:Mauerstein feierlich von Gerold Daigfuss und Wolfgang Zapf der Belegschaft präsentiert.

Gerold Daigfuss: Wir können doch gar nicht verlieren. Es dauert eben, bis sich etwas langfristig etabliert. Das ist mit Produkten so und mit neuen Ideen. Unser Vorteil ist, dass unsere Kunden wissen: Wenn wir etwas anfangen, dann bewährt es sich. Fortschrittmacher, persönlich nah, das sind Werte, die auf Erfahrung basieren. Wer etwas durchsetzen will, darf nicht kurzfristig denken und muss seiner Botschaft einen klaren Absender zuordnen! Hinter der Mission:Mauerstein stehen zwei Familienunternehmen mit unverwechselbarer Geschichte. Die Mission ist etwas, das bleibt, auch meine Tochter hat sie schon im Kopf und wird sie nun mit weitertragen. Eine „Mission possible“ mit offenem Ende.

ZETT-DE: Und vielen begeisterten Markenbotschaftern?

Dr. Hannes Zapf: Noch müssen wir auch intern mögliches Unverständnis in Verstehen verwandeln. Verstehen – leben – erklären, das sind unsere drei Phasen. Wir haben mit dem gemeinsamen Verstehen begonnen, langfristig geht es aber darum, un-

Persönlich nah

Regional stärker

Anspruchsvoll

Treu

Fortschrittmacher

Miteinander

tität, sondern vielmehr um die Rückbesinnung auf das, was wir bereits sind. Wir haben uns nicht neu erfunden, sondern kehren unsere Essenz nach außen.

ZETT-DE: Wird Ihre Mission draußen verstanden?

Dr. Hannes Zapf: Der Begriff Mission:Mauerstein ist kein einfacher. Er beginnt mit einem Fremdwort, das viele unterschiedlich interpretieren. Zudem haben wir uns dazu entschlossen, nicht mehr das Wort Kalksandstein zu verwenden, weil unsere großen Stärken weit über den Kalksandstein hinausgehen. Unsere Kunden suchen bei uns die beste Mauersteinlösung – dass sie aus Kalksandstein besteht, ist für sie zweitrangig.

Gerold Daigfuss: Wir sind vom Sandkorn bis zum Transport dabei. Und darüber hinaus. Wir liefern das Know-how mit dem Produkt und übernehmen überdurchschnittlich viel Verantwortung. Wir denken unsere Mission ganzheitlich, und die hört halt nicht beim Stein auf. Man darf nicht immer in Zahlen denken, manche Dinge müssen von Herzen kommen.

Da der neue Claim „Mission:Mauerstein“ an das Firmenlogo angebunden werden sollte, packte man die Gelegenheit beim Schopf und führte dabei gleich eine evolutionäre Modernisierung des Schriftbildes durch. Der Vorschlag wurde von Gerhard Illig eingebracht, dessen Büro in Erlangen auch die „ZETT-DE“ gestaltet (www.gerhardillig.de).

sere Mission Dritten erklären zu können und damit zu echten Markenbotschaftern zu werden. Gerade stehen wir zwischen Verstehen und Leben.

Gerold Daigfuss: Im Grunde läuft unsere Mission doch schon seit Langem, der neue Auftritt ist sozusagen die Krönung dieser Entwicklung. Wenn man bedenkt, dass Zapf und Daigfuss früher schärfste Konkurrenten waren und wir jetzt sogar ganz offiziell eine gemeinsame Mission haben, dann ist das ein sehr gutes Gefühl. Wir können uns aufeinander verlassen. Wäre das nicht so, hätten wir diese Mission nicht gestartet.

ZETT-DE: Gab es persönliche Highlights während des Markenprozesses?

Dr. Hannes Zapf: Die Kunst ist es, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Dass da am Ende ein Begriff wie „persönlich“ steht, war nicht überraschend, aber eine gute Bestätigung. Die Mission:Mauerstein ist keine Marketingkampagne von außen, sondern etwas, das tiefgreifend von innen kommt. Es ging uns nicht um eine neue Iden-



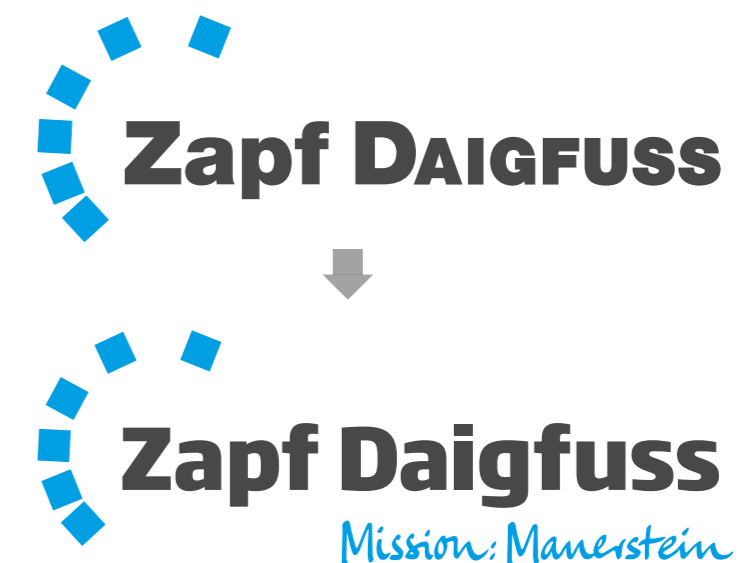
Christopher Spall, der den Markenprozess begleitete, erklärte am Mitarbeitertag der gesamten Belegschaft, wie es zur Mission:Mauerstein kam, was sich genau dahinter verbirgt und wie diese konkret von jedem Mitarbeiter gelebt werden kann.



Um auch den Kunden und Partnern die neue Markenstrategie näherzubringen, lud Zapf Daigfuss im April zu einer Kundenveranstaltung ein.



Dort lernten alle erstmalig das neue Firmengebäude „Zapfanlage“ kennen. Dr. Hannes Zapf nutzte die Gelegenheit, um sich bei den Vertretern der am Bau beteiligten Firmen für die erfolgreiche Zusammenarbeit zu bedanken.



Vorher:

- ungleicher Einsatz von Groß- und Kleinschreibung (historisch bedingt)
- Grundschrift Helvetica

Aktualisiert:

- gleichmäßiger Einsatz von Groß- und Kleinschreibung
- Grundschrift Soho (modifiziert)

Wirkung:

- harmonisch, zeitgemäß
- spiegelt die Markenwerte wider