



Jede Wand ein Unikat

Ein brüllender Löwe, ein goldenes Firmenlogo, ein Porträt: Heinrich Walther verwandelt Wände in ganz persönliche Kunstwerke und entwickelt eigene Rezepturen.

Zwei Herzen schlagen in meiner Brust«, sagt Stuckateurmeister Heinrich Walther aus Kaarst. »Das eine schlägt für den Handwerker, das andere für die Kunst, das Kreative. Immer auf der Suche nach neuen Ideen, mit dem Ziel, schöne Dinge zu schaffen.« Die Wandgestaltung ist mit einem Umsatzanteil von über 50 Prozent eine wichtige Sparte für den Stucka-

teurbetrieb mit drei Mitarbeitern.

Um eine Wand künstlerisch zu gestalten, verwendet Walther fast ausschließlich mineralischen Putz, zum Beispiel aus Marmormehl, Kalkhydrat, Vulkangestein und Erdpigmenten. Die Oberfläche der Wand wird bei Bedarf strukturiert und mit der Venezianer Kelle verpresst. Dann erfolgt die Veredelung mit unterschiedlichen Lasuren aus Sterlingsilber, Gold, Bronze, Kupfer und Wasser. Die durch Lasuren, Pigmente, Metalleffekte und Patinierungen geschaffenen Strukturen ergeben außergewöhnliche Kontraste und Lichtspiele. Wobei der Stuckateurmeister sehr experimentierfreudig ist. »In meinem Keller«, verrät er schmunzelnd, »habe ich eine Hexenküche, wo ich immer Neues probiere.« Mit einem Küchen-Mörser verreibt er zum Beispiel Bernstein oder Muscheln zu winzigen Teilchen. Auf Putz aufgetragen, ergeben sie außergewöhnliche Glanzeffekte. Die Regale im Keller seiner Werkstatt sind randvoll mit selbstgefertigten Werkzeugen, mit denen er den Putz modelliert. So schafft er freie Strukturen oder arbeitet mit Sgraffito-Technik und Prägetechnik. Dadurch bekommen die Wandkunstwerke eine sehr spezielle Oberflächenstruktur und Haptik.



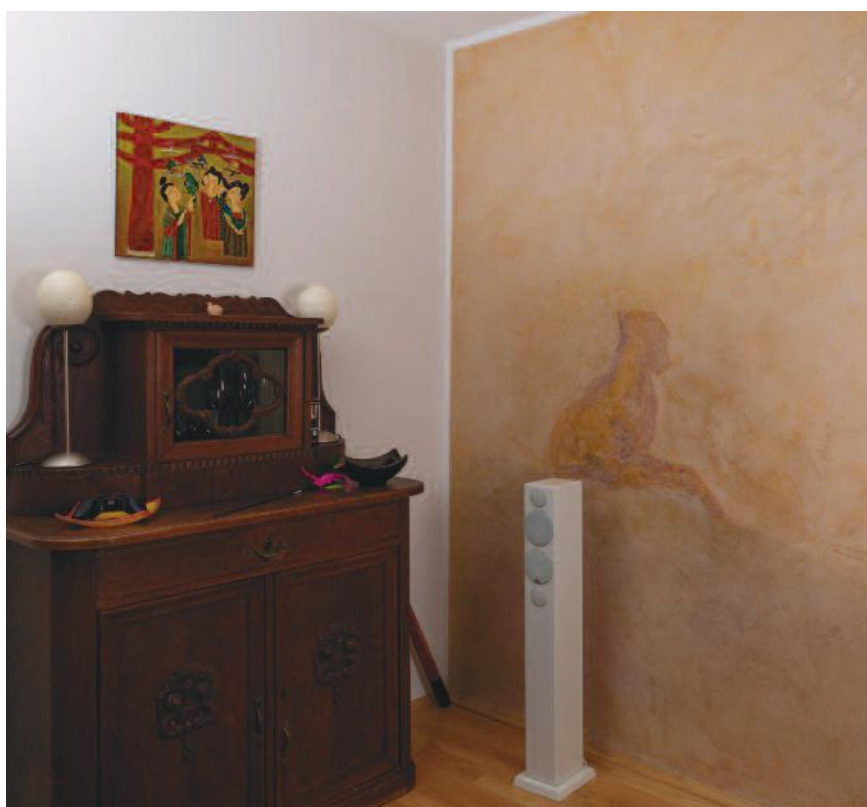


Handwerker und Künstler in Personalunion

Gestalten wollte Walther schon immer. Zunächst lernte er Stuckateur, dann studierte er Kunst und Philosophie. Als Student designte und baute er Möbel, die er mit einem Freund vertrieb. Mitte der 1990er-Jahre kehrte er

der »brotlosen Kunst« den Rücken und machte er sich als Stuckateur selbstständig. Heute verbindet der 50-Jährige sein künstlerisches Talent mit dem Handwerk. Neben klassischen Stuckateur-Arbeiten wie Fassaden-dämmung, Verputzen von Außen- und Innenwandflächen, Trockenbau und Stuckarbeiten hat sich die exklusive Wandgestaltung zum wichtigen Standbein der Firma entwickelt, die neun Kilometer von Düsseldorf entfernt liegt.

»Mein Kunde soll sagen: das ist meine Wand«, erklärt Walther. Sie soll einzigartig sein, unverwechselbar, und immer sind da persönliche Motive eingearbeitet: Porträts von den Kindern, ein Löwenkopf als Erinnerung an den Urlaub in Afrika und einmal wünschte sich ein Kunde einen »Lebensbaum.« Den hat Walther mit Stuckeisen in den Putz modelliert – mit ruhiger Hand, etwas Zeit und einem Verzögerer, den er beimischte. So ein Wandkunstwerk, sagt Walther, hält 25 bis 30 Jahre. Drum prüfe, wer sich lange bindet. Eine de-





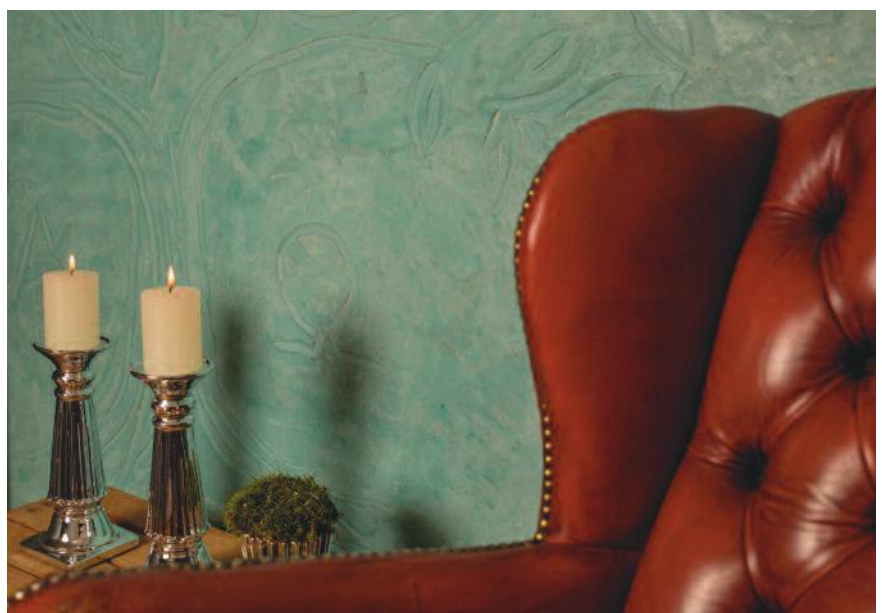
taillierte Beratung sei wichtig. Über 60 Musterplatten stehen zur Wahl, nicht im Taschenformat, sondern in DIN A 2. »Manchmal mache ich sogar zwei oder drei Muster.«

Exklusivität verkauft sich

Mit seinen Spachteltechniken gestaltet Walther Konferenzräume für Gewerbekunden, Wände für Gastronomie und Läden. Privatkunden beauftragen ihn, weil sie eine langweilige Wand in Küche, Wohnzimmer, Bad oder Flur aufpeppen möchten. Wer es flexibel mag, dem

rät er zu mobilen Wandbildern. Hierfür wird auf beschichteten Sandwichplatten gearbeitet, im Format zwei bis drei Quadratmeter, am Ende wird die transportable Wand in einen Rahmen gefasst. Wer sich so etwas leistet? »Zunehmend auch die jüngere Generation, Leute um die 30, die viel Wert auf Exklusivität legen«, sagt Walther.

Entsprechend investiert er in seine Homepage. Profifotos, ein Blog über aktuelle Projekte und die Zusammenarbeit mit einer Agentur für Online Marketing sind selbstverständlich, um die Qualität der Produkte ange-





Was würde sich da besser eignen als das Medium Film? Ein Video, stimmungsvoll inszeniert, zeigt wie ein Kunstwandwerk entsteht. Dabei hatte der Stuckateurmeister Glück: ein Freund seines erwachsenen Sohnes studiert Kommunikationsdesign. Ihm ließ er beim Dreh freie Hand. Das Ergebnis kommt gut bei Kunden an. Demnächst ist ein weiteres PR-Projekt geplant: Walther will sich bei der Arbeit mehrere Monate ab und zu von der Kamera begleiten lassen. Authentisch wolle er sein. Gut möglich, dass es auch Einblick in sein Privatleben gibt, zum Beispiel wie er Wirsing mit Königsberger Klopfen kocht.

*Christine Speckner,
freie Journalistin*

messen zu präsentieren. »Mir ist auch wichtig zwei Websites zu haben, die miteinander verlinkt sind. Denn ich will mein künstlerisches Leistungsspektrum darstellen, das über die klassischen Arbeiten eines Stuckateurbetriebs hinausgeht.« Wie geht das? Man muss immer nah am Kunden dran sein. Wissen, wie er tickt, ist er überzeugt. Die »Kundenbrille« müsse man aufsetzen, um zu verstehen, wonach die Besucher der Homepage suchen.

Emotionale Bildsprache als Magnet

Unter www.kunstwandwerke.de wurde deshalb neben den Mustertafeln für Wände auch eine Rubrik für Schnellsucher eingerichtet – mit Schlagworten wie etwa Lifestyle, Urban, professional, nature. Die positiven Rückmeldungen zeigen, dass Kunden gerne über ihren persönlichen Einrichtungsstil suchen und so ihre Wunschwand finden. »Damit erreiche ich einen Vertrauensvorschuss«, stellt Walther fest. Auf emotionale Bildsprache legt er besonderen Wert, wer seine Homepage besucht, soll schnell erfassen, mit wem er es zu tun hat.

