

Aufklärungs-, Informations- und Anzeigepflichten des Unternehmers

Der Unternehmer hat im Rahmen des Werkvertrages sehr viele Informationspflichten wahrzunehmen. Diese beginnen bei den Vertragsverhandlungen, ziehen sich über die Arbeitszeit hinweg, bis hin zur Ablieferung des Werkes. Eine genaue Umschreibung, wie weit diese Informationspflichten gehen, ist schwer zu machen, da die Gerichtspraxis und die Lehre häufig darauf abstützen, dass es um Fragen wie die der Fachkundigkeit des Bestellers geht oder dass man auch vom durchschnittlichen Wissen eines Konsumenten oder einer Konsumentin ausgehen muss. Gerade dieses durchschnittliche Wissen verändert sich aber, sodass die Informationspflichten immer mehr zunehmen. Als Beispiel möge das durchschnittliche Wissen einer Hausfrau gelten. Wenn vor 30 Jahren eine Hausfrau in der Lage war, zu erkennen, um welchen Vorhangstoff es sich handelt, und dementsprechend auch wusste, wie er zu reinigen sei, kann heute von diesem Wissen nicht mehr ausgegangen werden. Dementsprechend erhöht sich auch die Informationspflicht des Unternehmers oder der Unternehmerin. Dies soll anhand von Beispielen erläutert werden:

Pflegeanleitungen

Ein Nähatelier fertigt einen speziellen Vorhang an, aus einem Stoff, der speziell veredelt wurde. Zwar wurde in diesen Vorhang eine Informationsetikette eingenäht, um welche Art Stoff es sich handelt; dass aber durch die Veredelung der Stoff nur mit 40 °C waschbar war, vergass man der Kundin anscheinend mitzuteilen, jedenfalls schriftlich, da bestritten. Das Gericht hielt hierzu fest, dass grundsätzlich die Angabe der Art des Stoffes genügt hätte und eine Waschangabe nicht nötig sei, denn man kann auch von einem Konsumenten erwarten, dass er sich

angesichts der Angabe des Stoffes erkundigt, mit welcher Temperatur dieser zu waschen sei. Indessen, wenn hier eine Spezialveredelung des Stoffes stattgefunden hat, der von der üblichen Waschbarkeit abweicht, so besitzt die Unternehmerin eine Aufklärungspflicht. Das Nähatelier konnte den ganzen Vorhang auf ihre Kosten neu erstellen. Wichtig ist aber auch der Zeitpunkt, wann die Pflegeanleitung oder die Information hierzu gegeben wird. Wird aufgrund einer speziellen Herstellung etwas geschaffen, das in seiner Pflege völlig aus dem Rahmen fällt und hohe Kosten nach sich zieht, so hat der Unternehmer schon im Rahmen des Beratungsgesprächs auf diese ausserordentlichen Folgen hinzuweisen. In dem zweiten Fall hat ein Nähatelier zwei völlig verschiedenartige Stoffe zusammengenäht, den einen zur «Innenseite», den anderen zur «Aussenseite», da es sich hier um grosse Fensterfronten handelt. Eine chemische Reinigung war nicht möglich, andererseits liess sich ein Waschen nur bewerkstelligen, indem beide Vorhänge wieder getrennt wurden, da das Waschverhalten der beiden Stoffe völlig inkompatibel war. Das Gericht hat hier entschieden, dass für solche Spezialfolgen schon eine Aufklärung während des Verkaufs- bzw. Beratungsgesprächs hätte stattfinden müssen, damit sich der Kunde auch im Klaren darüber gewesen wäre, worauf er sich einlässt. Der Kunde konnte vom Vertrag zurücktreten, und das Nähatelier bzw. Innendekorationsgeschäft blieb auf seiner Forderung «sitzen».

Aufklärungspflichten

Die Frage dessen, was der Kunde erkennen kann und erkennen sollte, vor allem im Rahmen des Verkaufsgesprächs, ist von grosser Bedeutung. Ein Kunde liess sich bezüglich

Obligation de l'entrepreneur de renseigner, d'informer, de déclarer

Dans le cadre du contrat d'entreprise, l'entrepreneur doit respecter nombreuses obligations d'informer. Ces obligations débutent avec les négociations contractuelles perdurent durant les travaux et vont jusqu'à la livraison de l'ouvrage. Il est difficile de faire une description précise de ces obligations d'informer du fait que la pratique des tribunaux et la doctrine se basent souvent sur la question des connaissances spécifiques de celui qui passe la commande ou statue en fonction des connaissances générales des consommatrices et consommateurs. Et c'est précisément ce savoir général qui varie de sorte que l'obligation d'informer augmente toujours plus. Prenons pour exemple le savoir général d'une femme au foyer. Si il y a 30 ans on pouvait admettre qu'une femme savait identifier une étoffe et connaissait le mode de nettoyage approprié, ce n'est plus le cas aujourd'hui. Par conséquent, l'obligation d'informer de l'entrepreneur (homme ou femme) augmente. Quelques exemples permettront de mieux comprendre:

Mode d'entretien

Un atelier de couture confectionne un rideau spécial avec un tissu ennoblé avec un apprêt particulier. Une étiquette d'information a été cousue sur ce rideau, stipulant le genre de tissu; la déclaration de la vulnérabilité en raison de l'ennoblissement spécial, ne permettant de laver ce tissu qu'à une température inférieure à 40 °C, n'a cependant pas été mentionnée ni remise par écrit à la cliente qui aujourd'hui conteste avoir reçu une quelconque information y relative. Le tribunal constata que seules les indications relatives au tissu auraient suffi et qu'une mention sur le lavage n'est pas nécessaire puisqu'on peut attendre, d'un consommateur, qu'au vu de l'indication du tissu il se renseigne

afin de savoir à quelle température il peut être lavé. Cependant, si un ennoblissement spécial a été pratiqué impliquant un lessivage inhabituel, l'entrepreneur ou l'entrepreneuse a une obligation de renseigner. L'atelier de couture a pu remplacer tout le rideau à ses frais et dépens! Le moment de la fourniture de l'information ou du mode d'entretien est également important. Si, à l'aide d'un procédé spécial un produit dont l'entretien sort totalement de l'ordinaire et génère des coûts importants est fabriqué, l'entrepreneur doit en informer le client lors des premiers conseils déjà. Dans le deuxième cas, l'atelier de couture a cousu ensemble, deux tissus totalement différents; l'un sur le côté intérieur, l'autre à l'extérieur du moment qu'il s'agit ici d'une grande baie vitrée. Un nettoyage chimique n'était pas possible et un lessivage n'eût été possible qu'en décousant les deux tissus dont le comportement au lessivage est absolument incompatible. Le tribunal a décidé, dans ce cas, qu'en présence de conséquences ultérieures à telle point particulières, une explication aurait dû avoir lieu lors du premier entretien de vente ou conseil avec le client afin que ce dernier sache à quoi il doit s'attendre. Le client a pu se démettre du contrat tandis que l'atelier de couture, respectivement l'entreprise de décoration d'intérieur resta les «mains vides».

Obligation de renseigner

La question de savoir ce que peut et ce que doit reconnaître le client lors de l'entretien de vente joue un rôle prépondérant. Un client s'est fait conseiller au sujet d'un rideau. L'échantillon mesurait 30 x 60 cm alors que la fenêtre pour laquelle le rideau était destiné a une surface de 4 x 3 m. Alors que la cliente vit le rideau, elle réclama alléguant le fait que l'échantillon était de couleur

eines Vorhangs beraten. Das Musterstück war in einer Grösse von rund 30 x 60 cm, das Fenster selber, für welches der Vorhang bestimmt war, wies eine Fläche von 4 x 3 m auf. Als die Kundin den Vorhang sah, reklamierte sie, dass die Farbe des Vorhangs cremefarbig, das Muster aber weiss gewesen sei. Bei der Kontrolle musste festgestellt werden, dass Vorhang und Muster identisch waren. Indessen fiel beim Muster der spezielle Farbton nicht auf, sondern schien als Weiss auf. Hier hat das Gericht entscheiden, dass nur ein Fachmann in der Lage ist, zu erkennen, dass dieser Farbton im Rahmen eines Musters anders aussieht als bei einem grossflächigen Vorhang. Der Unternehmer musste den Vorhang zurücknehmen und einen neuen liefern.

Auch Informationen, die nicht zutreffen, können sich später als negativ herausstellen. Wer z.B. einen Bodenbelag als pflegeleicht bezeichnet oder hinweist, er sei besonders strapazierfähig, muss sich auch hierauf behaften lassen. Die Begriffe «strapazierfähig» und «pflegeleicht» werden nach dem normalen Sprachgebrauch definiert. «Strapazierfähig» bedeutet, dass der Boden hohen Ansprüchen genügt, dass man den Boden nicht übermässig reinigen muss, ohne dass man Spezialpflegemittel oder Reinigungsmaschinen einsetzen muss, oder dass eine eingeschränkte Reinigung besteht. Pflegeleicht bedeutet, dass kein besonderer Aufwand, gleich welcher Art, betrieben werden muss. Weist man dann in seiner Broschüre darauf hin, «pflegeleicht, nur nebelfeucht aufzuwischen», so bedeutet dies im normalen Sprachgebrauch, dass man zwar nur nebelfeucht aufwischen müsse, dass man darüber hinausgehend aber auch «nässer» aufwischen kann. Wenn dies aber eine klare Ausschlussklausel sein soll, das

heisst, dass also alles, was nicht nebelfeucht ist, a priori ausgeschlossen werden muss, wurde der Kunde mit der vorgenannten Formulierung falsch informiert. Problematisch kann hier auch ein Zusammenfallen von verschiedenen Haftungen sein. So haftet der Bodenleger nicht nur für seine Arbeit, sondern auch für das Produkt, das er vertreibt – dies mit der gleichen Verjährungsfrist wie für die Arbeit, also 5 Jahre. Der Produzent haftet hier hingegen nach Verkaufsrecht nur für 1 Jahr. Wenn der Unternehmer sich hier auf Anpreisungen, d.h. auf Unterlagen des Produzenten, verlässt, so wird er gegenüber dem Kunden einzustehen haben; wenn aber die Verjährungsfrist gegenüber dem Produzenten schon weggefallen ist, steht er mit leeren Händen da.

Warentypische Eigenschaften

Als warentypische Eigenschaft werden die Veränderungen des Aussehens von Material bezeichnet, die durch den Gebrauch entstehen. Warentypische Eigenschaften sind z.B. vorgegeben durch: die nicht beeinflussbare Eigenschaft des Grundmaterials (z.B. Fasern) bzw. Materialkombinationen, die Warenkonstruktion und die Herstellungstechnik. Solche warentypischen Eigenschaften sind beispielsweise bei Textilstoffen die Massveränderung durch Waschen, bei Velourstepichen das Changieren oder bei Lederpolstermöbeln das Faltenwerfen. Der Begriff warentypische Eigenschaft existiert rechtlich gesehen nicht, indessen hat er doch Auswirkungen für die Frage des Mangelbegriffes.

Ein Mangel liegt vor, wenn ein vertragswidriger Zustand des Werkes besteht, der darin zu sehen ist, dass dem Werk eine vertraglich geforderte Eigenschaft fehlt. Die vertraglich geforderte Eigenschaft ist, so wie es der jeweilige Besteller nach

blanche alors que le rideau fini est de couleur crème. Lors du contrôle, force fut de constater que le rideau et l'échantillon étaient de teinte identique. Par contre, sur l'échantillon la teinte n'était pas évidente, elle paraissait plutôt blanche. Dans ce cas, le tribunal a constaté que seul un spécialiste est en mesure de percevoir la différence de la teinte d'un échantillon par rapport à une grande surface. L'entrepreneur a dû reprendre le rideau et en livrer un nouveau.

Les informations erronées peuvent par la suite aussi s'avérer négatives. Quiconque prétend qu'un revêtement de sols est d'entretien aisé ou rend attentif à une résistance particulièrement bonne à l'usure doit s'attendre à devoir endosser la responsabilité inhérente à ses affirmations. Les termes «résistant à l'usure» et «d'entretien aisé» sont définis en fonction de l'usage linguistique usuel. Résistant à l'usure signifie que le sol satisfait à de hautes exigences, qu'il ne doit pas être nettoyé exagérément, sans produit d'entretien spécial ou machine de nettoyage ou qu'il existe une quelconque restriction au nettoyage. Facile à entretenir signifie qu'il n'est pas nécessaire d'utiliser un quelconque procédé. Si dans le prospectus il est fait mention de «facile à entretenir, un chiffon humide suffit» cela signifie, dans le langage usuel, qu'on peut procéder au nettoyage avec un chiffon humide mais que le nettoyage peut aussi se faire «à grande eau». S'il doit cependant s'agir d'une clause d'exclusion indéniable, c'est-à-dire que tout ce qui est contraire à «humide» est exclu, force est de constater que la formulation précitée a induit le client en erreur. La problématique peut ici aussi résider dans le fait que plusieurs responsabilités peuvent coïncider. Ainsi, le poseur de sol répond non seulement de la bonne facture de son travail

mais aussi pour le produit qu'il commercialise – partant du même délai de prescription que pour son travail, soit 5 ans. Le fournisseur, par contre, répond, selon le contrat de vente, une année. Si l'entrepreneur évoque les propos consignés dans la documentation de vente du fournisseur, c'est lui qui répondra face au client et si la prescription envers le fournisseur est intervenue, il restera les mains vides.

Propriétés typiques à la marchandise

Les propriétés typiques à la marchandise englobent les changements visuels du matériau, dus à l'usage. Les propriétés typiques à la marchandise sont, par exemple: les propriétés inchangeables du matériel de base (par ex. l'effilochement) respectivement les combinaisons de matériaux, la construction de la marchandise et la technique de confection. Ces propriétés typiques à la marchandise qui, pour les tissus textiles, par exemple, concernent le changement des dimensions au lavage, pour les tapis de velours le changement ou pour les meubles rembourrés en cuir, la création de rides. La définition «typique à la marchandise» n'existe pas, en soi, en droit bien qu'elle ait entre-temps des incidences dans les questions relatives à la définition des défauts. Un défaut existe lorsque l'état de l'ouvrage n'est pas conforme au contrat, c'est-à-dire qu'une propriété stipulée dans le contrat fait défaut. La propriété mentionnée dans le contrat est celle que le client est en droit d'attendre en âme et conscience, puisqu'elle est contenue dans le contrat.

Un défaut, au sens du droit régissant le contrat d'entreprise, n'existe pas uniquement lorsque l'ouvrage ne correspond pas aux règles de la technique; il existe déjà lorsque la nature de l'ouvrage est contraire à

dem Inhalt seines Vertrages in Gut und Treu erwarten durfte. Ein Mangel im Sinne des Werkvertragsrecht liegt nicht nur dann vor, wenn das Werk nicht den Regeln der Technik entspricht, sondern schon dann, wenn das Werk von der Beschaffenheit abweicht, die es für den vertraglich vorausgesetzten Gebrauch haben muss. Warentypische Eigenschaften stellen keinen Mangel der Ware dar. Indessen können trotzdem Haftungsansprüche des Kunden auf den Verkäufer/Handwerker zukommen, wenn der Kunde nicht rechtzeitig, also vor seiner Kauf- oder Bestellungsentscheidung, über das Gebrauchsverhalten des Materials aufgeklärt wurde. Die Folge davon ist, dass der Kunde andere Erwartungen an das Material hatte. Er empfindet die optische Veränderung als Mangel. Bei Kenntnis dieser spezifischen, warentypischen Eigenschaft hätte er die Möglichkeit gehabt, sich für eine Ware zu entscheiden. Gerichte haben hier entschieden, dass sich die Aufklärungs- und Beratungspflicht des Verkäufers/Werkunternehmers auch im Fach-

handel auf diejenigen – für den ihm bekannten Verwendungszweck bedeutsamen – Eigenschaften des Kaufgegenstandes, die er kennt oder kennen muss, beschränkt. Der Käufer kann deshalb grundsätzlich keine Aufklärung über die ganz entfernten liegenden Risiken erwarten, die allenfalls dem Hersteller der Ware aufgrund dessen überragender Sachkunde bekannt sind. Zur Konkretisierung hier ein konkreten Fall: Wenn ein Möbelhändler eine helle Polstergarnitur mit einer Fleckenschutzimprägnierung verkauft, für die er 5 Jahre Garantie übernimmt, muss er den Käufer darauf hinweisen, dass er sich trotz bestimmungsgemäsem Gebrauch alsbald nicht behebbare, deutlich sichtbare Verunreinigungen zeigen können, wenn Benutzer nicht farbechte, aber handelsübliche Textilien tragen. Es obliegt ihm, darüber aufzuklären, dass die Fleckenschutzimprägnierung von vorneherein nicht geeignet ist, solche Verunreinigungen durch Farbabrieb zu verhindern.

PETER PLATZER

celle imposée contractuellement pour l'usage. Les propriétés typiques à la marchandise ne constituent pas un défaut de celle-ci. Toutefois, la responsabilité du vendeur ou de l'artisan peut être revendiquée si le client n'a pas été informé à temps, donc avant l'achat ou la commande, sur le comportement à l'usage du matériel. La conséquence, c'est que le client avait d'autres attentes à l'endroit du matériel. Il réprouve le changement optique comme un défaut. S'il avait connu ces propriétés typiques à la marchandise, il aurait eu la possibilité de choisir un autre produit. Les tribunaux ont donc reconnu que l'obligation d'expliquer et de conseiller du vendeur ou de l'entrepreneur est aussi applicable au commerce de détail – l'importance étant dans la connaissance du but de l'usage; la responsabilité se limite aux propriétés de l'objet mis en vente que le vendeur ou l'entrepreneur connaît ou doit connaître. L'acheteur ne peut donc pas s'attendre à recevoir des explications sur des risques très éloignés que seul le fabricant de la marchandise peut, le cas échéant, connaître

en fonction des ses connaissances spécifiques très approfondies. Voyons un cas concret pour mieux illustrer ces propos: Lorsqu'un marchand de meubles vend un ensemble de meubles rembourrés, imprégnés contre les taches, pour lequel il endosse une garantie de cinq ans, il doit rendre l'acheteur attentif au fait que, nonobstant un usage conforme aux prescriptions, des taches irrécupérables pourraient apparaître sous forme de décolorations si l'utilisateur ne porte pas des textiles de couleur résistante à la décoloration, bien qu'usuels sur le marché. C'est à lui qu'il appartient d'expliquer que l'apprêt protecteur contre les taches n'est pas d'emblée approprié pour éviter de telles taches.

PETER PLATZER

ANZEIGE

Termin- und Themenplan

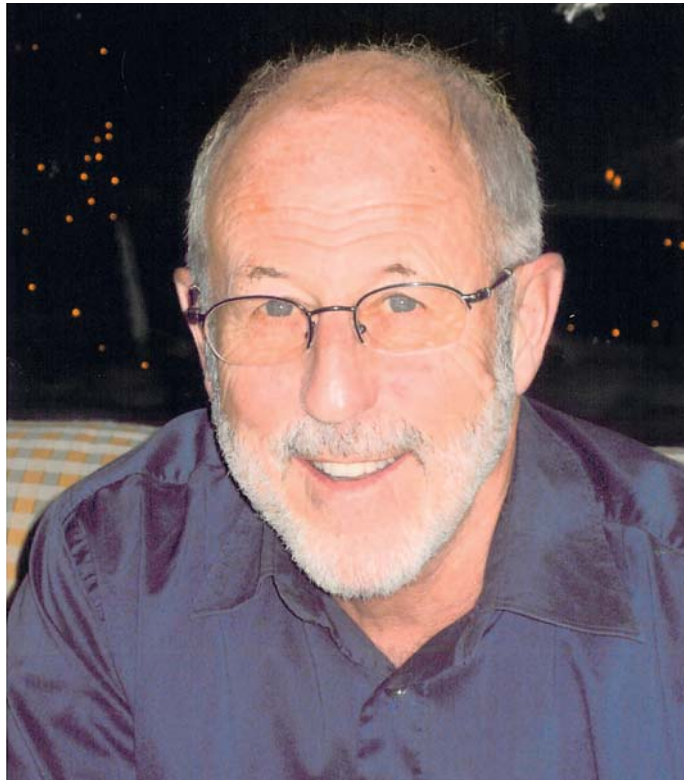
Erscheinung	Anzeigenschluss	Stellenanzeigenschluss	Ausgabe	Fachthemen
Oktober	01.09.2010	17.09.2010	10/2010	Parkett, Teppiche, Elastische Bodenbeläge, Zubehörmaterial, Verlegung
November	30.09.2010	18.10.2010	11/2010	Wohnkultur, Stühle, Möbel, Polstermaterialien, Stoffe
Dezember	29.10.2010	17.11.2010	12/2010	Textilien, Vorhänge, Möbel, Accessoires
Januar	02.12.2010	20.12.2010	01/2011	Bodenbeläge, Indoor-/Outdoor-Möbel, Textilien

Nachruf Herbert Stohr

Am 9. Juli 2010 ist Herbert Stohr gestorben. Mit ihm verlieren der Verband und die Branche eine der markantesten Persönlichkeiten. Als er sich im Verband zu engagieren begann, war er bereits ein äusserst erfolgreicher Unternehmer. Er übernahm 1990 das Präsidium der Berufskommission. Dies war keine leichte Aufgabe, da der Altlastenberg gross war. So dümpelte seit 15 Jahren die Revision der Weiterbildungsreglemente vor sich hin, oder bezüglich des Modell-Lehrgangs war man heillos zerstritten. Mit straffer Hand, gradlinig, begann er zu arbeiten, immer einen methodisch-systematischen Ansatz verwendend. Er forderte von seinen Mitarbeitern und sich viel. Einen «Laueri»-Betrieb schätzte er überhaupt nicht. Wenn es um das Thema Arbeiten ging, verstand er keinen Spass. Legendär ist sein Ausspruch, den er circa nach einem halben Jahr tätigte: «Hier wird gearbeitet; wem dies nicht passt, dort ist die Türe!» Genauso wie er auf der einen Seite Leistungen verlangte, war er aber auf der anderen Seite dem Ausgleich, dem Gesellig-Gemütlichen, zugeneigt. So führte er als «Ausgleich» im Juli den Ausflugstag der Berufskommission ein, als Zeichen der Wertschätzung der geleisteten Arbeit. Bei seiner ganzen Tätigkeit kam ihm immer sein ausgeprägter Humor zugute. Herbert Stohr zeigte auch immer sein spitzbübisches Lächeln.

In seiner 10-jährigen Tätigkeit als Präsident der Berufskommission hatte er eine Erfolgsliste zu verzeichnen, die sich sehen lassen kann. Aufbau eines modernen Weiterbildungssystems, Modell-Lehrgang, anschliessend auch die Revision des Ausbildungsreglements der Innendekorateure und vieles andere. Herausragend war seine Tätigkeit als Präsident der Baukommission des Ausbildungszentrums. Die

Nécrologie de Herbert Stohr



■ Herbert Stohr.

■ Herbert Stohr.

Analyse der Bedürfnisse der Branche für überbetriebliche Kurse, Lehrabschlussprüfungen, Weiterbildungen und Ähnliches wurde von ihm konsequent an die Hand genommen, ermittelt und dann auch genauso erfolgreich umgesetzt. Dass dies alles auch gleichzeitig im Rahmen der vorgegebenen Finanzen blieb, konnte nicht erstaunen. Im Jahre 2000 trat er von seinen Ämtern zurück, nach dem Motto «10 Jahre sind genug». Später erschien er immer wieder im Verband und war an allem interessiert, wenn er sich auch nie einmischte, höchstens auf konkrete Anfrage hin seine Meinung äusserte. Auch in dieser Zeit war er immer wieder ein wertvoller Ratgeber, der voll aus seiner unternehmerischen Erfahrung schöpfte. Wir werden ihn nicht vergessen. R.I.P.

Herbert Stohr est décédé le 9 juillet 2010. C'est une personnalité notable que l'association et la branche perdent. Alors qu'il commença à s'engager dans les rangs de l'association, il était déjà un entrepreneur couronné de succès. Il reprit en 1990 la présidence de la commission professionnelle. Sa tâche n'était alors de loin pas facile en raison des problèmes antécédents irrésolus. En effet, la révision des règlements sur le perfectionnement professionnel périlait depuis 15 ans et les différends au sujet du manuel didactique étaient sans merci. D'une main de fer, avec droiture, il se mit à pied d'œuvre, suivant sans relâche une ligne méthodique systémique. Il exigeait beaucoup de ses coéquipiers. Il n'appréciait pas du tout la nonchalance dans l'oisiveté. Lorsqu'il s'agissait du travail, il n'acceptait pas de moyenne mesure. Son pro-

pos est légendaire. Il l'énonça après un semestre d'activité environ: «Ici on travail, celui à qui ça ne convient pas, la porte est là!» Comme il exigeait des prestations d'une part, il savait aussi apprécier la décompression et les beaux moments. En guise de compensation, par exemple, il organisa en juillet, pour la commission professionnelle une excursion à titre de remerciement pour le travail accompli. Dans l'ensemble de ses activités, son humour était toujours salutaire. Herbert Stohr avait aussi souvent un sourire narquois sur les lèvres.

Au cours de sa présidence de 10 à la tête de la commission professionnelle, il accumula une liste de succès qui cherchent leurs pareils à savoir: la mise sur pied d'un système moderne de perfectionnement professionnel, le manuel didactique puis la révision du règlement sur le perfectionnement professionnel des décorateurs d'intérieurs; cette liste n'est de loin pas complète. Son activité en qualité de président de la commission de la construction du centre de formation a été exemplaire. Il a élucidé et analysé les besoins de la branche pour les cours interentreprises, les examens de fin d'apprentissage, les cours de perfectionnement et autres pour ensuite les mettre en œuvre avec autant de succès. Que tout ceci se fasse en respectant strictement le cadre financier imposé n'était pas surprenant.

En 2000 Herbert Stohr se démit de ses fonctions en arborant: «dix ans ça suffit». Plus tard il réapparaissait constamment dans les rangs de l'association, toujours autant intéressé mais sans immixtion, tout au plus disposé à donner son avis. Il était donc encore à cette époque un précieux conseiller qui disposait d'une immense expérience entrepreneuriale. Nous ne l'oublions jamais. R.I.P.

Vor- und Nachkalkulation von Aufträgen



Thema: Ist ein Kundenauftrag abgeschlossen, lässt sich in der Regel erfolgsseitig nichts mehr machen. Ob sich der Auftrag «rechnet», erkennt der gute Unternehmer bereits beim Erstellen der Vorkalkulation. Doch erst eine sorgfältige Auftragsausführung und die systematische Nachkalkulation garantieren nachhaltige Entwicklung und langfristigen Erfolg.

Ausbildungsziel: Grundlagen der Auftragskalkulation für die Innendekorationsbranche. Sie erlernen anhand von praktischen Beispielen, wie Aufträge mit verschiedenen Ansätzen und Kosten-

situationen einfach nachzurechnen sind.

Referent: Theo Wilhelm, Innendekorateur, Neuhaus SG, www.wilhelmwohnen.ch, th.wilhelm@vtxmail.ch

Kursdaten: Mittwoch, 10. November 2010, ganzer Tag, Kurszeiten bei Anmeldung.

Preis: Fr. 150.– für Angestellte von interieursuisse-Betrieben, Fr. 190.– CHF für interieursuisse-Mitglieder, Fr. 250.– für Nichtmitglieder. LAP-Gutscheine werden angerechnet. Kursunterlagen und Begrüssungsgetränk inklusive.

Ideal für: alle Selbstständigerwerbenden, Betriebs- und Abteilungsleiter der Innenausbaubranche mit Interesse an Kostentransparenz und dem damit verbundenen Unternehmenserfolg.

Kursort: Ausbildungszentrum Selzach. Das Kurslokal ist bequem mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit eigenem PW erreichbar. Für Seminargäste sind Gratisparkplätze reserviert.

www.interieursuisse.ch
Telefon 032 623 86 70

Wandbespannung – Systemübersicht und Anwendung



Thema: Die Wandbespannung ist eine traditionelle Handwerkskunst. Immer wieder feiert diese Technik eine Renaissance. Bei der Auftragsvergabe spielen die Kosten eine wichtige Rolle für den Verkaufserfolg und die Kundenzufriedenheit.

Ausbildungsziel: Grundlagen der Wandbespannungstechnik werden aufgefrischt. Anschliessend stellt Ihnen der Referent die verschiedenen Bespannungssysteme, welche auf dem Markt sind, vor. Sie üben anschliessend gemeinsam die Anwendung und die prak-

tische Bespannung von Wänden und Problemzonen in der Praxis.

Referent: Kurt Wild, dipl. Innendekorateur, Kirchberg, Wild Innendekorationen

Kursdaten: Montag, 22. November 2010, ganzer Tag, Kurszeiten bei Anmeldung.

Preis: Fr. 150.– für Angestellte von interieursuisse-Betrieben, Fr. 190.– für interieursuisse-Mitglieder, Fr. 250.– für Nichtmitglieder. LAP-Gutscheine werden angerechnet. Kursunterlagen und Begrüssungsgetränk inklusive.

Ideal für: Innendekorateure und Wohntextilgestalterinnen sowie Innendekorationsnäherinnen mit Grundkenntnissen in der Anwendung von Wandbespannungstechniken.

Kursort: Ausbildungszentrum Selzach. Das Kurslokal ist bequem mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit eigenem PW erreichbar. Für Seminargäste sind Gratisparkplätze reserviert.

www.interieursuisse.ch
Telefon 032 623 86 70



«IN-Tag» 2010 in Olten

Am **13. September 2010** findet in Olten wieder der IN-Tag statt.

Gastreferent wird u.a. Herr Richard A. Kille aus Deutschland sein mit dem Thema: «Bodenbeläge im Wandel der Zeit».

www.interieursuisse.ch, Telefon: 032 623 86 70