

August/September 2013 / 20. Jahrgang / 4,00 €

# exakt

EINRICHTEN – AUSBAUEN – MODERNISIEREN

MAGAZIN FÜR TISCHLER, SCHREINER UND MONTAGEBETRIEBE



Das Handwerk montiert  
Bäder. Möbel. Terrassen.



# Türen-Talk

## Gespräch über die Zukunft der Innentür

Zwei Türenexperten und Branchenkenner – Gerhard Menzel und Dr. Mario Hölscher – diskutieren über die Zukunftsthemen für Fachhandel und Handwerk.

Wohin entwickelt sich der Türenmarkt? Die „exakt“ dokumentiert ein Gespräch zwischen Gerhard Menzel, Geschäftsführer Vertrieb & Marketing beim Türenhersteller Jeld-Wen, sowie Dr. Mario Hölscher, Geschäftsführer des Holz- und Bodenbelag-Großhandels Fries. Sein Unternehmen beschäftigt rund 500 Mitarbeiter und bedient mit elf Standorten das Handwerk zwischen Nordsee, Ostsee und Spree.

**Gerhard Menzel:** *Herr Dr. Hölscher, Sie erwirtschaften steigende Umsätze, insbesondere im Bereich der Innentüren. Welche Themen sind für Sie zukünftig entscheidend?*

**Dr. Mario Hölscher:** Die Kernthemen sind marktgerechte Sortimente und

Dr. Mario Hölscher fasst zusammen: „Die absoluten Kernthemen sind verkaufbare marktgerechte Sortimente und intelligente logistische Lösungen für unsere Profikunden.“

intelligente logistische Lösungen für unsere Profikunden. Unser Erfolg basiert auf einem gut ausgebildeten und motivierten Mitarbeiterstamm als Berater und Partner unserer Handwerkerkunden. Mit Blick auf die Innentür wünsche ich mir, dass diese noch weiter aus ihrem Dasein nahe der Beliebigkeit herauskommt! Was tut Jeld-Wen, um die Tür nicht nur auf ihre Funktion zu reduzieren, Herr Menzel?

**Menzel:** *Wir setzen auf die Kraft der Marke und wollen uns weiter beim Profikunden etablieren und verankern. Eine Marke bietet Orientierung – und genau diese will Jeld-Wen den Verarbeitern und deren Endkunden bieten. Unsere Markenwerte sind Kundenorientierung, Vielfalt, Innovation sowie Umweltorientierung.*



**Hölscher:** Und wie möchten Sie die Endverbraucher erreichen, die wiederum unsere Handwerkskunden mit Aufträgen versorgen?

**Menzel:** *Wir ermitteln derzeit die Wirkung verschiedener Werbeformen bis hin zur Fernsehwerbung. Damit möchten wir erreichen, dass sich der Verbraucher ganz bewusst für diese Leistung entscheidet und den Wert des Handwerks – aber auch ganz konkret des Produktes „Tür“ – schätzt.*

**Hölscher:** Auch die neuen Medien werden weiter an Bedeutung gewinnen. Wie wird die Industrie den Fachhandel in diesem Zukunftsfeld unterstützen können?

**Menzel:** *Derzeit stecken wir den Rahmen für unseren Online-Handel ab. Wir möchten den Fachhandel aktiv in die Strategie von Jeld-Wen einbinden. Eine isolierte Vermarktung oder gar eine Direktvermarktung durch uns wird es nicht geben. Es geht vielmehr um die Online-Preispolitik unserer Kunden sowie die Kopplung der Produkte mit weiteren Leistungen des Handels.*

**Hölscher:** Logistik ist ein Schlüsselfaktor für den Erfolg von Industrie und Fachhandel. Ihr Liefersystem „5 Plus“ hat uns eine hohe Flexibilität und nachhaltige Vorteile verschafft. Wir beliefern unsere Kunden aus unserem Zentrallager heraus; von Flensburg bis Leipzig



Fotos: Jeld-Wen

„Erst der Verarbeiter macht ein Produkt lebendig. Er baut es ein, er lässt die Tür funktionieren“, stimmen Gerhard Menzel und Dr. Mario Hölscher überein.

und innerhalb von 24 Stunden. Logistik ist jedoch ein ständiger Lern- und Verbesserungsprozess. Welche Aufgaben sehen Sie für die kommenden Jahre?

**Menzel:** *Die Vernetzung mit dem Kunden und die Vermeidung von Überschneidungen können unser dynamisches Produktions- und Lieferkonzept „5 Plus“ noch effizienter und flexibler machen. Überlegungen bis hin zu mehrmaligen Belieferungen eines Kunden an einem Tag sind hier beispielsweise im Gespräch.*

**Hölscher:** Trotz eines deutlichen Anstiegs der Stückzahlen bei den Innentüren stellen wir fest, dass die Losgrößen immer kleiner werden. Wie können wir dieser ständig steigenden Komplexität in der Auftragsabwicklung begegnen?

**Menzel:** *Eine Lösung zur Vereinfachung bieten effiziente Kalkulations- und Bestellprogramme, die auch direkt mit den Systemen des Handwerkskunden verknüpft werden. Die Tür der Zukunft wird sicher nicht mehr per Fax vom Büro aus bestellt, sondern per Smartphone oder Tablet-Computer direkt von der Baustelle. Weil aber die Kommunikationspunkte insgesamt seltener werden – und dadurch jeder einzelne an Bedeutung gewinnt – bedarf es persönlicher, qualifizierter Kontakte. Wie gehen Sie vor?*

**Hölscher:** Unsere rund 60 Mitarbeiter im Außendienst verzeichnen pro Tag je ca. fünf Besuche bei Handwerkern vor Ort. Wir dürfen nicht warten bis unsere Kunden zu uns kommen – wir kommen zu ihnen. Online-Informationen werden zwar parallel und ergänzend eingesetzt, können jedoch nie eine persönliche, sachlich-kompetente Beratung

ersetzen. Gerade für Endverbraucher muss man außerdem ein hochwertiges Produkt erlebbar machen, sowohl in der Haptik als auch in der Funktion. Die Ausstellung bleibt also nach wie vor für uns ein Erfolgsfaktor und eine unserer Kernkompetenzen in fast allen Produktbereichen. Wie differenzieren Sie sich?

**Menzel:** *Innerhalb der Wertschöpfungskette sind wir es, die in jeder Hinsicht marktfähige Produkte produzieren müssen. Der Holz-Fachhandel fungiert als Berater und Distributor vor Ort. Und zu guter Letzt ist es der Verarbeiter, der die Leistung beim Kunden abschließt. Das Empfinden für den Wert einer Ware hängt somit maßgeblich von ihm ab.*

**Hölscher:** Ja, der Handwerker spricht mit den Endkunden und ermittelt den Bedarf. Seine Erfahrungen werden wir auch weiterhin stark berücksichtigen, um den Markt optimal abzudecken. Dass der Verarbeiter ein Mehr an Kenntnissen und Informationen erhält, dafür sorgen wir als Fachhandel. Wichtig in dem Kontext sind unter anderem auch die Themen Umwelt und unternehmerische Verantwortung.

**Menzel:** *Die Sorge für die Umwelt gehört bei Jeld-Wen fest zur Unternehmenskultur, sie ist eine unserer Marktwerte. FSC oder PEFC-Zertifizierung, wohngesunde Innentüren und die neue European Timber Regulation sind die nach außen erkennbaren Ausprägungen einer professionell umgesetzten Umweltverantwortung. Ökonomie und Ökologie sollten in allen Bereichen Hand in Hand gehen.*

**Hölscher:** Angebote für zunehmend differenziertere Zielgruppen sollten also immer präziser werden. Handel und Handwerk müssen sich intensiv austauschen. Und die Abläufe werden gemeinsam mit der Industrie schneller, smarter und komfortabler gemacht.

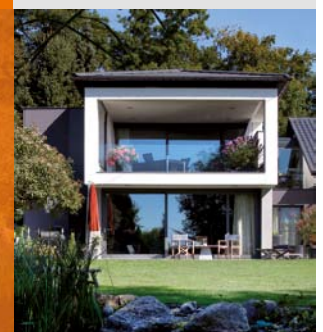


„Die Tür der Zukunft wird sicher nicht mehr per Fax vom Büro aus bestellt, sondern per Smartphone oder Tablet-Computer direkt von der Baustelle“, ist Gerhard Menzel überzeugt.

# KNEER - SÜD FENSTER

Wohnen mit Weitblick

MEISTERWERKE FÜR DIE MODERNE ARCHITEKTUR!



## Aluminium- Holz-Fenster AHF 105 S Integral

Rahmenloses Design für die moderne Architektur

Flächenbündiger Flügel innen, von aussen unsichtbarer Flügel.

Top-Wärmedämmung.

Seidenmatte Holzoberflächen.

Effektfarben sowie die gesamte RAL-Palette bieten unendliche Gestaltungsmöglichkeiten.

KNEER GmbH  
Fenster und Türen  
Riedstraße 45  
72589 Westerheim  
Telefon (0 73 33) 83-0  
Telefax (0 73 33) 8340  
E-Mail: info@kneer.de

[www.kneer-suedfenster.de](http://www.kneer-suedfenster.de)