



Herzlicher Empfang: Die Firmenfamilie begrüßt die eintreffenden Händlerkunden.

DÖPFNER WILL MIT GEOPARTNERN DEN NACHHALTIGKEITS-TREND BESETZEN

Gemeinsam auf den Weg machen

Eines zeichnet den Fensteranbieter schon über viele Jahre aus: Döpfner konzentriert sich nicht nur auf Bauelemente aus Holz, sondern auch auf eine besonders nachhaltige und ressourcenschonende Fertigung mit „Holz von hier“. Am 11. Mai wurde offiziell das Produktportfolio stark erweitert und das Geo-Partner-Konzept für neue Marketing-Partnerschaften etabliert.

Auf der erstmals in den eigenen Hallen veranstalteten großen Hausmesse und dem Partnertag verkündeten die Fenstermacher, dass man gemeinsam mit den Händlern neue Wege gehen möchte: „Unser neues Geo-Partner-Konzept unterstütze gerade die Händler, die unsere Philosophie mittragen wollen“, so Frank Döpfner. Dabei gehe es darum, die Faktoren Nachhaltigkeit, Wertigkeit, Regionalität und energetische Effizienz, welche das Unternehmen mit seinen Produkten besetze, auch beim Endkundengeschäft umzusetzen.

Tradition verpflichtet zur Nachhaltigkeit

Das Unternehmen besteht seit 1909 – der Großvater der jetzigen Firmenlenker gründete damals eine Schreinerei. Daraus entwickelte sich dann seit den 1970er Jahren die reine Fensterproduktion mit dem Werkstoff Holz. Im Jahr 2000



Blicken zuversichtlich in die Zukunft: Mario (l.) und Frank Döpfner.

übernahmen Frank und Mario Döpfner die Geschäfte und bauten den überregionalen Vertrieb zu einem deutschlandweiten und internationalen Vertrieb weiter aus. Unterstützung bekamen die Unternehmer bei der Konzeption des Ver-

triebskonzeptes von einem Team der Fachhochschule Würzburg, welches in einem Projekt die Firmenpositionierung beurteilte und Empfehlungen aussprach: Döpfner sei ein Spezialist und kein Generalist bzw. Vollsortimenter. Deshalb solle man auch die nachhaltige Holzfensterherstellung mit regionalen Rohstoffen als Firmenphilosophie leben und dem Kunden entsprechend vermitteln. Herausgekommen sei dadurch der Slogan: „Natürlich anders“ und das GeoPartnerkonzept. Dabei steht das „Geo“ für den Produktionsstandort Gerolzhofen.

Der typische GeoPartner soll in den Augen von Frank Döpfner vor allem die Produkte und die Philosophie, die dahinter steckt verstehen. „Dies erfordert, dass sich der Partner mit unseren Produkten identifizieren kann.“

Auch soll er das Wort „nachhaltig“ in seinem Handelsgeschäft sichtbar übertragen. Aus diesem Grund wird bei dem GeoPartner auch die



MODERNSTE FERTIGUNG BEI DÖPFNER

In vielen Bereichen innerhalb der Fertigung hat das bayrische Unternehmen kräftig investiert, um qualitativ hochwertig, sinnvoll strukturiert und flexibel den Anforderungen des Marktes gerecht werden zu können.

Ein wichtiger Etappenschritt war dabei die Inbetriebnahme einer Weinig UC-Matic Winkelanlage im Jahr 2009. Gleichzeitig wurde damals eine Homag-BOF CNC-Anlage in die Fertigung integriert, die Rundbogen- und Sonderfensteranforderungen abdecken kann. Gerade mit der Software von Prologic (FenOffice) ließ sich der Anspruch erfüllen, eine rationelle Fensterfertigung (Kapazität: 1200 Teile pro Tag) auf höchstem Qualitätsniveau in den Herstellungsprozess zu etablieren. Und die Durchlaufzeiten innerhalb des Betriebes seien durch einen optimierten Transportweg und Komplettbearbeitung direkt an der Winkelanlage deutlich herabgesenkt worden. Dabei werden das Glas und die Kanteln automatisiert online bestellt und dem Fertigungsprozess in der richtigen Reihenfolge zugespielt.

Holzlieferant Schiller aus dem bayrischen Regen liefert dem Unternehmen Holzkanteln, die kommissionsweise und genau auf Länge zugeschnitten worden sind. Dabei garantiert Schiller, dass der natürliche Werkstoff aus der Region, insbesondere aus den deutschen und tschechischen Wäldern, geschlagen werde. Um diesen Herkunftsnachweis auch glaubhaft bescheinigen zu können, sind Schiller und Döpfner der Organisation „Holz von Hier“ (www.holz-von-hier.de) beigetreten. Das Netzwerk bildet ein Klima- und Umweltlabel für Holzprodukte und hat ein neutrales und fremdüberwachtes Zertifizierungssystem etabliert.

Vor Kurzem konnte man dann noch eine neue Oberflächen-Lackieranlage in den Prozess integrieren: Eine Dynflow-Lackieranlage von Range und Heine. „Im Grund-

de müssen Sie sich das vorstellen wie ein Dampfbad für die Fenster,“ erklärt Mario Döpfner, der im Familienbetrieb die Produktion leitet. Eine perfektere Oberfläche lasse sich nicht mehr spritzen, vor allem wenn in der Dynflow speziell entwickelte Lacke von Adler für den richtigen Dampf sorgen würden (Dickschichtlasur und Fensterlack). „Seit vier Jahren haben wir die Dynflow schon im Auge, sind aber immer davor zurückgeschreckt, denn ein Farb- bzw. Produktwechsel für verschiedene Aufträge ist mit dieser Anlage sehr aufwendig und zeitintensiv“, erinnert sich Mario Döpfner an den Beginn des Umstellungsprozesses. Deshalb war es mit einer Anlage des Anlagenbauers auch nicht getan. „Die Lösung war für uns, gleich zwei Durchlaufanlagen anzuschaffen. Jetzt lackiert eine Dynflow farblos und die andere weiß.“ Das spare Umrüstzeit und mache einen gut organisierten Beschichtungsablauf von 250 bis 300 Fenstern täglich möglich. Damit schaffen die beiden Anlagen 70 bis 80 Prozent der Gesamtproduktion. Der kleine Rest andersfarbiger Decklacke bleibt Handarbeit in der Spritzkabine. Ein weiterer Vorteil: Der Lack bleibt ständig in der Anlage, das bedeutet saubere Luft und der Lackverlust ist gleich null. „Und: Das Spritzergebnis ist einfach phänomenal“, schwärmt der Fenstermacher. Dazu konnten Döpfners noch vor Kurzem ein Highlight in der Fertigung installieren: Eine neue Anlage für das Setzen der Aluschalenhalter. Die Idee dazu kam vom Fensterbauer selbst und für die Umsetzung konnte man einen branchenfremden Anlagenbauer (inotec AP) gewinnen. „Der Prototyp ist jetzt ein halbes Jahr in Betrieb und hat bei uns schon für viel Zeitersparnis innerhalb der Fertigung gesorgt“

Kontakt: www.doepfner.de



Auf dem Partnertag hatte man Gelegenheit, die Produktion genau unter die Lupe zu nehmen.



Einzigartig: Anlage zur Montage der Aluschalenhalterungen.

Schulungsbereitschaft (Produkt-, Ökologie-, Philosophie-, Verkaufs und Montageschulung) vorausgesetzt und ein gewisses Erscheinungsbild – auch online mit einer entsprechenden Shop-in-Shop Lösung – erwartet. „Dem Endkunden soll glaubhaft vermittelt werden, dass dieses Bewusstsein vom Wareneinkauf bis zum Handelsgeschäft durchgängig praktiziert wird“, so Mario Döpfner. Auf längere Sicht schließe sich auch aus, dass dieser Partner parallel Kunststofffenster verkauft. „Wichtig für uns ist, dass der GeoPart-

ner sich mit uns auf den Weg begibt, den Megatrend Nachhaltigkeit und Ökologie und unseren Slogan ‚natürlich anders‘ zu besetzen.“

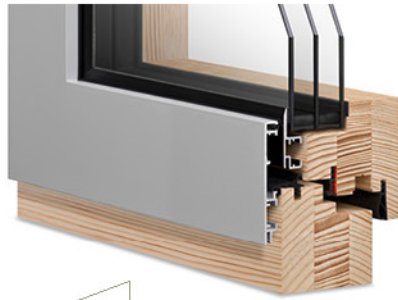
Produktpalette abgerundet

Gerade mit den neuen Fenstertypen habe der Partner auch die Möglichkeit, Endkunden von Holz- und Holz-Alu-Produkten zu überzeugen, die eher auch aus preisbewussten Gründen zum Kunststofffenster greifen würden. Schließlich braucht das neue Hybrid-Protect-Element diesen

Preisvergleich nicht zu scheuen. Das Holzfenster mit Aluminium-Flügelschale würde die perfekte Synthese zwischen einem Holz- und einem Holz-Alu-Fenster bieten. Es vereine diese zwei Systemwelten, biete Witterungsschutz auf hohem Holz-Alu-Niveau und könne preislich auf niedrigem Holzfensterniveau dem Kunden offeriert werden. „Ein Fenster, das ideal für budgetorientierte Bauherren mit Qualitäts- und Umweltbewusstsein ist“, so Mario Döpfner. „Gerade dieses Fenster wird unsere bestehenden Systeme >>



Mit dem Hybrid-Protect-Element möchten die Holzfensterhersteller auch bei budgetorientierten Bauherren punkten.



Moderner Ganzglasoptik beim Integra Plus: Der Rahmen kann komplett in die Fassade integriert werden.



System Contur 3: Alu-Konstruktion mit flacher, kantiger Rahmenschale und schwarz eloxiertem Flügelrahmen. Optional kann ein SFS-Fensterbank-Abdeckprofil für die Altbausanierung (Typ AS) angebracht werden.

nicht substituieren, sondern eher neue Käufer-schichten ansprechen, die bislang PVC-Fenster ausgewählt haben. Wir versprechen uns bis 2014 rund 30 Prozent mehr Umsatz allein durch diese Neuentwicklung.“ Im vergangenen Jahr hat Döpfner mit 65 Mitarbeitern rund 13 Mio. Euro umgesetzt. Davon entfallen 65 Prozent auf Holz-Alu-Fenster, 20 Prozent auf Holzfenster und 15 Prozent auf Haustüren.

Den 220 Handelspartnern wurden weitere Produktneuheiten vorgestellt:

— Das Holz-Aluminium-System Contur 3,

welches mit einem extrem flachen, schwarzen Flügelrahmen eine moderne Stufenglas-Optik erzeugt,

- das Slim 3, eine sehr schlanke Interpretation des flächenversetzten Holz-Aluminium-Fensters, bei dem die Kanten deutlich ausgeprägter definiert sind als bei dem bestehenden System „Soft“
- und das System Integra Plus, bei dem der Fensterflügel nur noch eine extrem flache, schwarz eloxierte Aluminium-Blendkante besitzt. Wenn hier die Aluschale des Fenster-

rahmens in die Fassade integriert wird, ergibt sich eine rahmenlose Ganzglas-Optik. Insgesamt zähle der Holzspezialist jetzt fast 60 Fenstertypen im Portfolio und daneben natürlich auch eine Reihe von Holzhaustüren in der 68 mm Bautiefe. „Nachdem wir unsere Produktpalette im Fensterbereich abgerundet haben, werden wir uns jetzt aber noch intensiver unserem Haustürangebot widmen und schon bald auch hier weitere Modelle auch in anderen Bautiefen anbieten können,“ verkündet Mario Döpfner.

Daniel Mund