

ABUS-FENSTER SETZT NEUE SCHIEBETECHNIK VON ROTO EIN

# Gemeinsam im Mehrwert-Modus

**Tatsächlich kann man bei Abus-Fenster von einem Traditionsunternehmen sprechen, das sich den Herausforderungen der Zukunft stellt. Erfahren Sie in diesem Praxisreport mehr über eine neue Produktkooperation, eine ausgesprochene Rarität, und was die Unternehmenslenker zum Preisdruck der „aggressiven Dumpinganbieter“ sagen.**

Im oberbayerischen Unterneukirchen hält man viel von Teamwork. Das lebt die vierköpfige Geschäftsführung des 1906 als Schreinerei gegründeten Familienunternehmens täglich vor. Ingeborg Bergmann, Rosmarie Wagen-spöck, Martin Frauenhofer und Joachim Auer treffen alle relevanten Entscheidungen stets gemeinsam. Ein Prinzip, das sich seit Jahren bewähre und die Firmenentwicklung positiv beeinflusse. Jedenfalls seien die aktuell 35 Vollzeit-Arbeitskräfte „gut ausgelastet“. Die Suche nach weiterem qualifiziertem Fachpersonal gestalte sich aufgrund der wirtschaftlich starken Region indes schwierig.

## Konsequente Investitionen

Einen Erfolgsfaktor sehen die Verantwortlichen in dem systematischen Ausbau des Sortimentes. Wichtige Stationen auf dem Weg zum Komplettanbieter waren die Spezialisierung auf Holzfenster 1973 und der 1996 realisierte Einstieg in die Kunststofffenster-Produktion. Auch die Werkstoffkombinationen Holz/Alu und Kunststoff/Colour dokumentieren das breite Modell-Portfolio, das bei Menge und Umsatz für Wachstum Sorge. Deutlich spürbar sei aber der von osteuropäischen Wettbewerbern und „aggressiven Dumpinganbietern“ ausgelöste Preisdruck, so Rosmarie Wagen-spöck, die im Geschäftsführer-Team das Finanzthema verantwortet. Darunter leide logischerweise die Ertragsseite. Von uneingeschränkter Zufriedenheit könne deshalb keine Rede sein, bekennt sie.

Aber das hielt und hält das Management nicht ab, in die Leistungs- und Zukunftsfähigkeit zu investieren. Die Unternehmenschronik ist gespickt mit Hinweisen auf neue bzw. modernisierte Hallen, Ausstellungen, Logistikkapazitäten, Maschinen und Fertigungslinien. Jüngere Beispiele dafür sind ein Spritzroboter und ein Bearbeitungszentrum für PVC-Fenster. Insofern basiere das formulierte Imageziel, als „alteingesessene Firma aus Bayern die Region mit topaktueller Technik zu bedienen“, auf einer stabilen Grundlage.



Fotos: Abus-Fenster / Foto

**Differenzierung hat für Abus-Fenster Priorität. Entsprechend hoch sind die Anforderungen an Industriepartner. Sie werden u. a. von Roto erfüllt. Das Foto zeigt den „NT“-Anschlag in der Produktion.**

## Klare Fokussierung auf Fachhandel

Überhaupt spiele die regionale Verwurzelung eine zentrale Rolle. Damit eng verknüpft ist die bewusste „Made in Germany“-Positionierung u.a. als Abgrenzung zur meist über den Preis verkauften Importware. Ein weiterer Eckpfeiler des Konzeptes: die klare Fokussierung auf den Vertriebspartner Fachhandel. Mit ihm würden nicht nur etwa 85 Prozent des Umsatzes direkt abgewickelt. Auch bei den restlichen 15 Prozent, die auf den Objekt- und Privatbereich entfallen, sei er in das Geschäft integriert. „Und neben speziellen Schulungen und Newslettern bieten wir den Händlern an, die eigene, 2015 neu gestaltete Ausstellung zur Produktpräsentation und Kundenberatung zu nutzen“, erklärt Ingeborg Bergmann, die für den Vertrieb verantwortlich zeichnet.

## Es kommt auf den Mehrwert an

Die Vielfältigkeit des breiten Qualitätssortimentes hebe Abus-Fenster ebenso „aus der Masse heraus“, wie seine Mehr-

wertleistungen. „Was andere oft als Zusatzausstattung offerieren, ist bei uns bereits im Basispaket enthalten“, so Bergmann. Das treffe beispielsweise auf P- und V-Zapfen bei den stark nachgefragten Sicherheitsfenstern zu (Anm. d. Red.: Sicherheits-Pilzzapfen mit verstellbarem Anpressdruck. Beim V-Zapfen ist auch die Höhe verstellbar).



**Der Wechsel auf das neue Beschlagprogramm „Patio Alversa“ ist in der Ausstellung des oberbayerischen Unternehmens bereits vollzogen. Davon können sich Handelspartner und Besucher live überzeugen.**

Weitere Trendfavoriten seien Komfort, Digitalisierung/Smart Home und die architektonische Tendenz zu großen Elementen. Hier könne man durchaus mit Kompetenz punkten. Kein Wunder, dass sich die Oberbayern von der „digitalen Welt“ einiges versprechen.

### Hohes Anforderungsprofil

Bei all dem liegt es auf der Hand, dass die Industriepartner des Unternehmens ein hohes Anforderungsprofil erfüllen müssen – und das dauerhaft. In erster Linie gehören dazu, heißt es in Unterneukirchen, Innovationskraft, Liefertreue, Zuverlässigkeit, feste versierte Ansprechpartner sowie eine „beständige Kalkulationsbasis für nachhaltiges Wirtschaften“.

Im Beschlagsektor hat Abus-Fenster den „Partner des Vertrauens“ mit Roto schon sehr lange gefunden. Genauer: vor 70 Jahren. Dennoch hält man am Partner nicht allein aus Tradition fest – die Kooperation muss sich doch immer wieder neu als richtig und nützlich er- und beweisen. Dabei dürften das „Made in Germany“-Bekenntnis von Abus-Fenster und die ebenso wertorientierte „german made“-Strategie von Roto eine wichtige gemeinsame Basis sein.

Die buchstäblich historische Bedeutung des markanten Jubiläums schlägt sich beispielsweise in Zahl und Art der bisher eingesetzten Produkte und Systeme nieder. Auf der Liste standen bzw. stehen die Drehkipp-Institution „NT“, Schiebebeschläge der Sortimentsgruppe „Patio“, der „Fentro“-Ladenbeschlag, „Line“-Griffe, elektronische „E-Tec“-Ausführungen, „Solid“-Haustürbänder und Deventer-Dichtungen. Letztere sind nach der Anfang 2016 erfolgten Übernahme der Deventer-Gruppe durch Roto natürlich ebenfalls Teil der Kooperation. Eine Tatsache, die die Geschäftsführer sowohl gene-



**Kontinuität pur: Seit 70 Jahren kooperieren Abus-Fenster und Roto. Verkaufsleiter Klaus Schunke (2. von rechts) würdigte diese außergewöhnliche Kundentreue durch die Übergabe einer Urkunde an die Geschäftsführung des Unternehmens. v.l.: Joachim Auer, Rosmarie Wagenspöck, Ingeborg Bergmann und Martin Frauenhofer.**

rell als auch für ihr Haus positiv bewerten. „Durch die Verzahnung von Dichtung und Beschlag können beide Systeme noch besser aufeinander abgestimmt werden“, sagt Martin Frauenhofer, Geschäftsführer für die Fertigung Kunststoff.

Die Kooperation erstreckte sich außerdem auf den Service- und Unterstützungsbereich. Während aktuell eine Prüfung von Holz- und Holz/Alu-Elementen im akkreditierten Internationalen Technologie Center (ITC) bei Roto in Leinfelden geplant sei, wirke man bereits seit einiger Zeit an der Einbruchschutz-Kampagne „Quadro Safe“ des Beschlaganbieters aktiv mit. Das geschehe durch eine Vermarktung im Ausstellungsraum, auf Geschäftspapieren, Produktunterlagen, im Internet und durch Kundenschulungen. Künftig gehe es darum, die Handelspartner noch stärker zu integrieren.

### Mehr Größe, mehr Glas

Unter dem Strich zeigen sich die Oberbayern mit der Zusammenarbeit und der Betreuung durch ihren Beschlagpartner „sehr zufrieden“. Das komme auch darin zum Ausdruck, dass man die Marke „Roto“ nicht verstecke, sondern offensiv mit ihr werbe: „Warum sollen wir auf die Synergieeffekte zweier guter Namen verzichten?“ Und für die Zukunft sieht man in der Partnerschaft viel Potenzial in den Themen Produktion (Datenservice, Fertigungsoptimierung) und Vertrieb. »



### PATENTES QUARTETT

Das „Patio Alversa“-Sortiment von Roto umfasst vier Lösungen:

- Die Variante „KS“ ist ein Kippschiebesystem mit Kipplüftung. Bei Flügelgewichten bis 100 kg deckt es Flügelalzfalzbreiten (FFB) von 600 bis 1250 mm und Flügelalzhöhen (FFH) von 600 bis 2350 mm ab. Die entsprechenden Daten bis 160 kg: FFB von 600 bis 1650 mm und FFH von 600 bis 2700 mm.
- Die Variante „PS“ steht für ein Parallelschiebesystem ohne bzw. mit Spaltlüftung. Bis 160 kg betragen die max. Maße 720 bis 1650 mm (FFB) und 600 bis 2700 mm (FFH). Bei max. 200 kg lauten die Werte: 1170 bis 2000 mm bzw. 600 bis 2700 mm.
- Variante „PS Air“ (Parallelschiebesystem mit Kipplüftung): Bis 160 kg reicht das Spektrum von 720 bis 1650 mm (FFB) und 600 bis 2700 mm (FFH).
- Die Variante „PS Air Com“ kombiniert ein Parallelschiebesystem mit einer Kipplüftung. Bis 200 kg (FFB: 1170 bis 2000 mm; FFH: 600 bis 2700 mm) und ist mit geringem Kraftaufwand zu bewegen. Bei Flügelgewichten bis 160 kg sind Abmessungen von 720 bis 1650 mm (FFB) und 600 bis 2700 mm (FFH) realisierbar.

[www.roto-frank.com](http://www.roto-frank.com)

Anzeige

**Wir teilen  
mit Ihnen  
unseren Erfolg  
und freuen uns  
auf weitere  
Vertriebs-  
Partner!**



Nähere Informationen unter:  
**Telefon: 08208/86744-11**  
**Herr Ralph Drechsel**  
**E-Mail:**  
**[ralph.drechsel@rondogard.de](mailto:ralph.drechsel@rondogard.de)**

Das Gebirg®  
unter den  
Wintergärten.

**rondogard**  
[www.rondogard.de](http://www.rondogard.de)





- 1 Permanente Investitionen in die Leistungs- und Zukunftsfähigkeit prägen die Chronik von Abus-Fenster. Im Bild: die moderne PVC-Produktionslinie.
- 2 Made in Germany auf hohem Lackierniveau: Ein Spritzroboter sorgt in der Holzfenster-Fertigung gleichermaßen für Qualität und gute Arbeitsbedingungen.
- 3 Das neue universelle Roto-Beschlagprogramm für Parallel- und Kippschiebesysteme geht auch bei Abus-Fenster „in Serie“. Das Foto zeigt die Anschlagstation.

Das Credo einer stabilen langjährigen Partnerschaft dokumentiere sich auch in dem jüngsten Verbund-Projekt: der Umstellung auf das universelle Beschlagprogramm „Patio Alversa“ für Parallel- und Kippschiebesysteme. „Das Segment Schiebefenster und -fenstertüren stufen wir als sehr wichtig ein“, erläutert der Geschäftsführer für den Holzbereich, Joachim Auer und verweist dabei auf die Abwicklung von über 300 Anlagen pro Jahr. Das Marktvolumen werde in den nächsten Jahren vermutlich weiter wachsen. Treiber dafür seien u. a. die Architekten mit ihren Wünschen nach mehr Größe, mehr Fläche und maximaler Verglasung.

Neben klassischen Hebe-Schiebe-Anlagen in Holz/Alu und PVC umfasse das Abus-Fenster-Portfolio Parallelschiebe-, Parallelschiebekipp- und Faltschiebe-Lösungen. Grundsätzlich erwarten die Firmenlenker von der Beschlagtechnik für Schiebeselemente primär Barrierefreiheit, die Vermeidung von Fehlbetätigungen, eine leichte, intuitive Bedienung und „höchstmögliche“ Sicherheit. Das neue Roto-Programm (siehe Infokasten) erfülle nicht nur diese Kriterien, sondern biete auch weitere Vorteile. Dazu zählen die Geschäftsführer die erheblich reduzierte Lagerhaltung durch weniger unterschiedliche Bauteile sowie das komfortable und schnelle Verbauen der Anlagen.

Ebenfalls positiv sei die Option, bei Bedarf unkompliziert zwischen den insgesamt vier Varianten wechseln zu können. „Wünscht etwa ein Endkunde nachträglich eine andere Lüftungsversion, erfordert das keinen großen Aufwand“, freut sich Auer. Und: „Die erstmalige Kombination eines Parallelschiebesystems mit einer Kipplüftung trägt definitiv zur Differenzierung bei.“

Mit Blick auf die genannten Argumente fiel die Entscheidung, von den bisherigen Roto-Alternativen auf „Patio Alversa“ umzustellen, „relativ rasch“. Konkret kommen in Unterneukirchen die Varianten „PS“ und „PS Air Com“ zum Einsatz. Roto unterstütze den Wechsel durch einen Musteranschlag an zwei Ausstellungselementen, einen Erst-Einlagerungsvorschlag, maschinentechnische und kaufmännische Datenlieferungen sowie eine Mitarbeiterschulung. Die Händler werden durch den Vertrieb über die Innovation informiert und von ihm bei Bedarf auch trainiert. Dabei greife man gezielt auf die vom Beschlagpartner angebotenen Marketinghilfen wie Broschüre, Katalog und Filmmaterial zurück.

„Per saldo hat Roto mit der neuen Generation im Schiebesegment die Nase vorn“, bestätigt Auer. Die drei Hauptgründe dafür seien die realen Fertigungsvorteile, die für das System charakteristische Flexibilität und die intuitive Bedienung. Von Letzterer profitierten sowohl die Endkunden als auch der Handel sowie das eigene Unternehmen in Form geringerer Reklamationen. Das wiederum bedeute automatisch weniger Serviceeinsätze – und damit ganz praktischen Mehrwert. ■

## **i** SO TICKT ABUS-FENSTER

1906 gründete der Schreinermeister Josef Zaunbos eine Schreinerei im oberbayerischen Unterneukirchen. Kurze Erklärung zum Firmennamen: Abus steht für die zweite und dritte Generation: Zaunbos' Schwiegersohn **Alois Bergmann** und sein **Sohn Fritz** – und damit es keine Verwechslung gibt zum anderen gleichnamigen und bekannten Unternehmen, nennen sie sich „Abus-Fenster“. 1973 erfolgte eine Spezialisierung auf Holzfenster, um dann 1996 auch Kunststofffenster aus dem System Salamander anzubieten. Nach dem Tod von Fritz Bergmann erhält das Unternehmen seine heutige Geschäftsführer-Struktur mit Ingeborg Bergmann (Vertrieb) und den ehemaligen Teilbereichsleitern Rosmarie

Wagenspöck (kaufmännischer Bereich, Personal), Martin Frauenhofer (Fertigung Kunststoff) und Joachim Auer (Fertigung Holzfenster). Permanente Investitionen in die Leistungs- und Zukunftsfähigkeit prägen das Unternehmen – eine große Investition wurde bspw. 2013 getätigt: Neuanschaffung Bearbeitungszentrum Holzfenster „Weinig-Conturex 226“.

Das Unternehmen zählt mehr als 400 Handelspartner, darunter Schreinereien und reine Bauelementehändler in Bayern, die Kunststofffenster (rund 65% Produktionsanteil) sowie Holz- und Holz-Alu-Fenster, Haustüren, Hebeschiebe und weitere Nebenprodukte beziehen können. [www.abus-fenster.de](http://www.abus-fenster.de)