



Im Vordergrund das Modell der neuen Höhbauer-Produktion im Maßstab 1:20 (Christoph Höhbauer mit uni-schwarzer Krawatte)

GLASWELT VOR ORT: HÖHBAUER PARTNERTAG 2014

Abwrackprämie selbstgemacht

Fensterbauer Höhbauer aus der Oberpfalz steht an der Schwelle zum Industriebetrieb: Mit dem Zukunftsprojekt Konzept „zweitausend20“ soll der Prozess institutionalisiert und Mitarbeiter und Partnerunternehmen gleichermaßen mit eingebunden werden. Auch im Marketing zeigt man sich offen für neue Ideen: Jetzt möchte man im Radio mit einer Abwrackprämie punkten.

Mit einem langfristig angelegten Lean-Management-Projekt will sich der Fensterhersteller Höhbauer in Luhe-Wildenau entscheidend weiterentwickeln. Produktneuheiten und ein neues 76 mm Standardprofilssystem werden kurzfristig umgesetzt. Das neue 76 mm System (Systemgeber Kömmerling) soll bereits auf der Messe „BAU“ im Januar 2015 in München vorgestellt werden. Über den Sommer plant das Unternehmen eine Werbeaktion für Kunden, bei der die Demontagekosten übernommen werden – die „Höhbauer Abwrackprämie“. Marketingleiterin Sabine Brunner präsentierte dazu zwei Radiowerbespots, die ab Juni gesendet werden.

Christoph Höhbauer leitet Strukturreform ein

„Wir versuchen den Schritt vom Handwerks- zum Industriebetrieb“, beginnt Christoph Höhbauer,

Sohn des Geschäftsführers Hans-Günther seinen Vortrag vor mehr als 100 Kunden auf dem Partnertag 2014. Grundlage dafür sei eine Strukturreform, deren Startschuss eine neue Führungsordnung mit einer dreistufigen Hierarchie war. Gleichzeitig wurden mehrere Kaizen- und Lean Managementprojekte begonnen, die teilweise noch in diesem Jahr Früchte tragen sollen. So werde das Qualitätsmanagement überarbeitet und verbessert.

Durchlauf- statt Stichprobenprüfung

Eine Maßnahme ist beispielsweise die Einrichtung neuer Prüfungspunkte in der Produktion, die eine hundertprozentige Prüfung zulassen und damit die bisherige Stichprobenkontrolle ersetzen. Weiterhin wird ein „Pareto-Tisch“ eingerichtet, an dem regelmäßig Besprechungen stattfinden, um abteilungs- und bereichsüber-

greifende Probleme schneller lösen zu können. Anschaulich wird die neue Form des Miteinanders an einem Holzmodell der Höhbauer-Produktion im Maßstab 1:20, das die Mitarbeiter selbst gebaut haben. Jede Abteilung sollte den eigenen Arbeitsplatz gestalten und die für sie optimale Anordnung von Produktionswegen, Maschinenpositionen oder Werkzeugschränken finden und im Modell positionieren.

Dafür haben sich die Mitarbeiter sogar nach Feierabend zusammengefunden und weiter getüftelt. Ziel sollte auch sein, jedem ein Verständnis für das „große Ganze“ zu geben. Die Erkenntnisse dieses Modells sollen nun in die Praxis umgesetzt werden.

Die Fensterbauer möchten aber auch insgesamt wachsen: Die Holztürenfertigung, ein traditionell starker Zweig, soll erweitert werden. Auch die Investition in neue Maschinen gehöre dazu. Kürzlich wurde ein benachbartes Grundstück ge-



Vertriebsleiter Karl Bodensteiner erläutert den Händlerkunden die Produktion der Kunststoff-Fenster und -Türen.

kauft, um dort eine neue Logistik mit einer neuen Versandhalle aufzubauen. Diese Pläne sollen nach der Umstrukturierung bis 2020 umgesetzt werden. Langfristig wird auch ein neues Bürogebäude benötigt und ein Schulungszentrum für die Partner-Unternehmen.

„Unsere Verkaufsausstellung ist das Herz unseres Endkundengeschäftes – so soll es bleiben“, stellte Vertriebsleiter Karl Bodensteiner klar.

Die Absatzstrategie konzentrierte sich auf das Direktgeschäft und den Handel, sagte er weiter, „gerade im Handel wollen wir aber weiter wachsen.“ Teil des Konzeptes „zweitausend20“ wird daher ein neues, einfaches Bestellsystem für die Händler sein – schon um eine effiziente Produktionsplanung beim Produzenten sicherzustellen.

Oktober 2014 kommt neues Fenstersystem „Lunea“

In einer Vorpremiere stellte Bodensteiner den anwesenden Partnern das neue Fenstersystem „Lunea“ vor. Neben dem aktuellen Premiumsystem „Soleo“, einem PVC-Profil mit Glasfaserverstärkung, wird der Fensterhersteller bis Ende dieses Jahres ein neues System mit 76 mm Einbautiefe und fünf Kammern als Anschlagdichtungssystem für Dreischeiben-Verglasung auflegen. Mit eigenem Logo und eigenem Markenauftritt wird Lunea bei Verglasungen bis 48 mm und einem U_f-Wert von 1,2 W/m²K (U_W = 0,88 W/m²K) die neue Standardlinie des Hauses sein. Verkaufstart ist Oktober dieses Jahres, der Produktionsstart wird mit Januar 2015 angegeben (die bisherigen 70er-Systeme werden nur noch bis Dezember 2014 verfügbar sein). Profillieferant ist die Marke Kömmerling der profine GmbH.

Schon am Partnertag stellte Bodensteiner die neue Parallelschiebetür vor. Praktisch, so der Ver-

triebsprofi, sei die neue ergonomische Handhabung, die ein Öffnen und Schließen mit geringem Kraftaufwand möglich mache.

Der Flügel wird zum Öffnen parallel abgestellt und zur Seite geschoben, ein Kipp-Vorgang entfällt. Als Standardbeschlag dient der Roto Patio PS. Zum einfachen Lüften wird der Flügel 5 mm parallel abgestellt.

Neu ist auch die sechs Meter lange Hebe-Schiebetür, die im Ausstellungsraum vorführt wurde. Hier wurde erstmals ein Hautau-Beschlagsystem verarbeitet. Bei den Holz-Haustüren gibt es fünf neue Modelle, die teilweise mit Bluetooth-Türöffner ausgestattet sind.

Rainer Hardtke



STECKBRIEF HÖHBAUER GMBH

Das 1960 als Zimmerei gegründete Unternehmen (Geschäftsführer Hans-Günther Höhbauer) beschäftigt zurzeit rund 330 Mitarbeiter, davon 18 Auszubildende (Schreiner und Industriekaufleute). Nachwuchssorgen gibt es in den kaufmännischen Berufen nicht, aber „Probleme bereitet uns der gewerbliche Bereich – wir sind immer auf der Suche nach guten Schreinerlehrlingen“, sagt Vertriebsleiter Karl Bodensteiner.

Das Produktsortiment umfasst:

- Kunststofffenster
- Holz und Holz-Alu-Fenster
- Wintergärten
- Holz, Holz-Alu- und Kunststoff-Haustüren
- Rollläden
- Lüftungssysteme

www.hoehbauer.com