

## Fit für neue Herausforderungen

Seit Sommer letzten Jahres ist der Ideal-Heißluftballon unterwegs, um bei Kunden-Events und Ballonfestivals die Marke Ideal Fensterbau voran zu bringen. Fotos: Ideal

Um die erfolgreiche Unternehmensentwicklung auch in den nächsten Jahren fortzusetzen, hat die Ideal Fensterbau Weinstock GmbH eine ganze Reihe von Maßnahmen getroffen. So wird neben einem Hallenbau zur Erweiterung der Produktionsfläche auch in neue Maschinen investiert, um die Produktion auf den neuesten Stand zu bringen. Die neue Kommunikationsstrategie mit neuen Verkaufsunterlagen, Social Media- und Internet-Auftritt wendet sich jetzt auch direkt an den Endkunden, um die Marke des Unternehmens in den Vordergrund zu stellen. Und nicht zuletzt setzt der Fensterhersteller auch auf Arbeitgeber-Marketing, um sich als arbeitnehmerfreundliches Unternehmen zu positionieren.

weil ein sichtbares Zeichen einer neuen Form der Kommunikation, die den Endkunden stärker in den Fokus rückt, beziehungsweise einer Kampagne zur Stärkung der Marke, ist der Heißluftballon mit dem Ideal-Logo, der seit Sommer letzten Jahres europaweit unterwegs ist. Genutzt wurde er für Events mit Kunden und hat zudem an diversen Ballon-Festivals teilgenommen. Erklärtes Ziel des Unternehmens ist es, damit den Bekanntheitsgrad der Marke beim Endverbraucher zu stärken als auch die Kundenbindung zu verbessern. Hierzu hatte das Unternehmen unter anderem zu einem Wochenende in die Eifel inklusive einer Ballonfahrt eingeladen. „Unsere Kunden sind regelrecht begeistert, was sich unter anderem in Dankeschreiben im Anschluss an die Veranstaltungen äußert“, berichtet Sabine Weinstock, die als Geschäftsführerin das Unternehmen heute gemeinsam mit ihrem Vater und Unternehmensgründer Ludwig Weinstock sowie ihrem Bruder Stefan Weinstock leitet.

Sabine Weinstock: „Die Events mit dem Heißluftballon kommen bei unseren Kunden gut an. Sie sind regelrecht begeistert.“ Foto: b2

### Die Fenstervielfalt

■ ■ ■ in Werkstoffen, Farben & Formen

Mit der Neuausrichtung der Kommunikationsstrategie wurden auch die Werbematerialien und Verkaufsunterlagen überarbeitet.

#### Den Endkunden im Blick

Mit der Neuausrichtung der Kommunikationsstrategie wurden auch die Werbematerialien und Verkaufsunterlagen überarbeitet. So wurde im Sommer letzten Jahres der neue Fenster-Gesamtkatalog unter dem Titel „Die Fenstervielfalt in Werkstoffen, Farben und Formen“ auf den Markt gebracht und den Handelspartnern für die Beratung ihrer Kunden zur Verfügung gestellt. Ergänzend dazu hat das Unternehmen kompakte Unterlagen für Fenster aus Kunststoff und Holz sowie deren Varianten mit Aluminium-Deckschalen aufgelegt. Diese sind mit der Wahl der Bilder und der Texte auf die Ansprache von Endkunden abgestimmt. Ausgehend von der Optik über die technische Konstruktion werden die verschiedenen Fensterarten vorgestellt, anschließend die Möglichkeiten der Verglasung sowie der farblichen Gestaltung und die verschiedenen Sicherheitspakete vorgestellt.

Abgerundet wird die Neuausrichtung durch die neu aufgesetzte Internetseite, die jetzt genauso frisch und aufgeräumt daherkommt wie die neuen Prospekte. Neben ansprechenden Ambientbildern wurde zudem auf ein responsives Design Wert gelegt, so dass sich die neue Webseite an das verwendete Endgerät automatisch anpasst. Überarbeitet wurde auch der Händlerbereich, in welchem jetzt alle technischen Details zu den jeweiligen Produkten zu finden sind.

#### Vorab schon mal testen

Mit integriert in die neue Internetseite wurde ein Online-Farbkonfigurator. Mit ihm kann der Kunde schon einmal testen, ob die von ihm gewählte Fensterfarbe mit der vorhandenen Fassade- und Dachfarbe am eigenen Haus auch wirklich harmonisiert. Der Konfigurator bietet dazu die Möglichkeit, eine Reihe von Varianten durchzuspielen. Damit erleichtert das Unternehmen vielen Kunden die Entscheidung, die sich schwer tun, die optische Wirkung der von ihnen ausgewählten Fenster in der gegebenen Fassade einzuschätzen.

Ergänzend dazu bietet der Hersteller demnach auch einen Haustür-Konfigurator. Die

ser ist für die Holz-Haustüren schon programmiert, die Versionen für Kunststoff und Aluminium sollen Mitte 2019 beziehungsweise Ende 2019 folgen.

**Erleichtert die Kaufentscheidung**  
Seinen Händlern bietet das Unternehmen mit PreisShop eine Handlen-Software, mit der sich Angebote und Aufträge erfassen sowie Lieferscheine und Rechnungen erstellen lassen. Parallel dazu will Ideal künftig auch ein webbasiertes Kalkulationsprogramm zur Verfügung stellen mit dem Fenster konstruiert konstruiert werden können sowie schnell und einfach der Preis ermittelt werden kann. Damit ist der Nutzer des Programms in der Lage, seiner Kunden noch im Verkaufsgespräch einen verbindlichen Preis zu nennen und muss ihn nicht wie bisher vertrösten.

Der Nutzer wird von der Software geführt, so dass kein Ausstattungsdetail vergessen werden kann. Das Programm ist seit Oktober bei ersten Testkunden schon im Einsatz. Im Zeitraum von November bis Dezember 2018 soll es dann online gehen. Die Version für die Kalkulation von Holzfenstern soll dann im Frühjahr 2019 folgen.

**Mehr Platz für den Sonderbau**  
Aber auch in die Hardware, sprich neue Produktionsanlagen sowie eine Hallenerweiterung am Standort in Wittlich hat das Unternehmen investiert beziehungsweise wird es noch tun. Mit der Erweiterung der Produktionshallen in Wittlich soll zusätzlicher Platz für den Sonderbau geschaffen werden. Dort sollen dann neben Hebeschiebetüren Sonderbauelemente wie Schrägländer aber auch Kunststoff-Fenster mit Alu-Deckschale gefertigt werden. „Aktuell haben wir einen Engpass bei den Hebeschiebetüren. Da können wir deutlich mehr machen“, be-

Der neue Haustür-Konfigurator ist für Holztüren bereits programmiert, die Versionen für Kunststoff und Aluminium sollen bald folgen.

Damit der Händler Fenster schnell und einfach konstruieren sowie Preise ermitteln kann, stellt Ideal demnach ein webbasiertes Kalkulationsprogramm zur Verfügung.

Stefan Weinstock: „Aktuell haben wir einen Engpass bei den Hebeschiebetüren. Mit dem Bau der neuen Halle werden wir diesen beseitigen und die Kapazität deutlich steigern.“ Foto: b2

Rechnungen erstellen lassen. Parallel dazu will Ideal künftig auch ein webbasiertes Kalkulationsprogramm zur Verfügung stellen mit dem Fenster konstruiert konstruiert werden können sowie schnell und einfach der Preis ermittelt werden kann. Damit ist der Nutzer des Programms in der Lage, seiner Kunden noch im Verkaufsgespräch einen verbindlichen Preis zu nennen und muss ihn nicht wie bisher vertrösten.

Der Nutzer wird von der Software geführt, so dass kein Ausstattungsdetail vergessen werden kann. Das Programm ist seit Oktober bei ersten Testkunden schon im Einsatz. Im Zeitraum von November bis Dezember 2018 soll es dann online gehen. Die Version für die Kalkulation von Holzfenstern soll dann im Frühjahr 2019 folgen.

**Mehr Platz für den Sonderbau**  
Aber auch in die Hardware, sprich neue Produktionsanlagen sowie eine Hallenerweiterung am Standort in Wittlich hat das Unternehmen investiert beziehungsweise wird es noch tun. Mit der Erweiterung der Produktionshallen in Wittlich soll zusätzlicher Platz für den Sonderbau geschaffen werden. Dort sollen dann neben Hebeschiebetüren Sonderbauelemente wie Schrägländer aber auch Kunststoff-Fenster mit Alu-Deckschale gefertigt werden. „Aktuell haben wir einen Engpass bei den Hebeschiebetüren. Da können wir deutlich mehr machen“, be-

Mit einem Hallenbau wird zusätzlicher Platz für die Fertigung von Sonderbauelementen geschaffen.

gründet Stefan Weinstock die Investition. Aktuell werden jährlich 1.200 der großen Elemente produziert. Abgesetzt werden könnten aber bis zu 2.000.

**Neue Fensterlinie, neues Bearbeitungszentrum**  
Nach die neue Schweiß-Produktlinie von Rotox für die Rahmenfertigung wird am Standort in Wittlich zum Einsatz kommen. Grund der Anschaffung im Wert von 300.000 Euro ist die Tatsache, dass auf der bestehenden Anlage kein Kombinationsschweißen mit unterschiedlichen Blendrahmen-Breiten möglich ist. Die neue Anlage soll im Februar nächsten Jahres montiert werden.

Darüber hinaus steht das Unternehmen in Verhandlungen für ein neues Bearbeitungszentrum für die Rahmenfertigung wird am Standort in Wittlich zum Einsatz kommen. Grund der Anschaffung im Wert von 300.000 Euro ist die Tatsache, dass auf der bestehenden Anlage kein Kombinationsschweißen mit unterschiedlichen Blendrahmen-Breiten möglich ist. Die neue Anlage soll im Februar nächsten Jahres montiert werden.

Darüber hinaus steht das Unternehmen in Verhandlungen für ein neues Bearbeitungszentrum für die Rahmenfertigung wird am Standort in Wittlich zum Einsatz kommen. Grund der Anschaffung im Wert von 300.000 Euro ist die Tatsache, dass auf der bestehenden Anlage kein Kombinationsschweißen mit unterschiedlichen Blendrahmen-Breiten möglich ist. Die neue Anlage soll im Februar nächsten Jahres montiert werden.

Aktuell werden jährlich 1.200 der großen Hebeschiebe-Elemente produziert. Mit der Hallenerweiterung sollen es bald noch deutlich mehr werden.

**Flaschenhals in der Oberfläche**  
Darüber hinaus sucht das Unternehmen aktuell nach einer Lösung, um den Engpass in der Holzfensterfertigung in Traben-Trarbach zu beheben. Aktuell ist das Unternehmen durch die Oberflächenbeschichtung in seinen Kapazitäten begrenzt. „Zudem haben wir auch hier das Problem, qualifizierte Mitarbeiter zu finden und die, die wir heute haben, sind schon in einem gewissen Alter. Da heißt es rechtzeitig Vorsorge treffen“, macht Sabine Weinstock deutlich.

Erwogen wird daher, die beiden Handspitzstände durch zwei Lackierroboter zu ersetzen. Die Erfassung der zu beschichtenden Elemente durch einen Scanner soll dann den Robotern die Informationen liefern, die nötig sind, um die Fensterkonturen exakt abzufahren. Diese können auch in den Pausenzeiten eigenständig arbeiten, was den gewünschten Zuwachs an Kapazität brüch.

„Eine Verbesserung der Qualität ist nicht der Grund für unsere Überlegung, Roboter einzusetzen, denn erfahrene Mitarbeiter haben ein geübtes Auge und erkennen Holzpartien, die mehr Farbe aufnehmen“, erklärt Stefan Weinstock.

**Positionierung als attraktiver Arbeitgeber**  
Wie viele andere Unternehmen steht auch Ideal heute vor der täglichen Herausforderung, qualifiziertes Personal für die Mitarbeit



50 Prozent der Kunststoff-Fenster werden mit verklebten Scheiben ausgeliefert. Im Bild der neue Automat zur Scheibenverklebung.

im Unternehmen zu gewinnen. In der Region herrscht gewissermaßen Vollbeschäftigung, zudem ist das Industriegebiet in Wittlich in den letzten Jahren erheblich gewachsen, so dass Ideal beim Werben um Arbeitskräfte im Wettbewerb mit großen Industrie-Unternehmen steht, die mit attraktiven Vergütungen locken.

So hat sich das Unternehmen bereits vor einigen Jahren den Appell der Bundesregierung zu Herzen genommen, Flüchtlingen Arbeits-

und Ausbildungsplätze zu bieten. So wurden Menschen aus Syrien, Eritrea und Afghanistan in die Belegschaft aufgenommen. Zusätzlich wurde eine Integrationsbeauftragte eingestellt und Gastwohnungen zur Verfügung gestellt.

Darüber hinaus hat sich Ideal dem Netzwerk der Arbeitgebermarke Eifel angeschlossen. Die darin engagierten Betriebe verpflichten sich, für Ausbildungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten, eine familienfreundliche



Ideal hat sich dem Netzwerk der Arbeitgebermarke Eifel angeschlossen, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.

Personalpolitik und eine gute Unternehmenskultur zu sorgen. Diese und weitere Kriterien werden durch unabhängige Experten aus dem Personalmanagement geprüft.

Auch Ideal wurde kürzlich von den Auditoren des Rationalisierungskuratoriums der Deutschen Wirtschaft e.V. (RKW) Rheinland-Pfalz besucht. Dabei hatte sich die Unternehmensleitung einer Fülle an kritischen Fragen zu stellen. Offensichtlich mit Erfolg, denn das Unternehmen wurde als Arbeitnehmer-



Aktuell gibt es im Unternehmen Überlegungen, die beiden Handspritzstände durch zwei Spritzroboter zu ersetzen.

freundliches Unternehmen zertifiziert. Die Statuten des Netzwerks sehen eine jährliche Wiederholung der Auditierung vor. Stellenausschreibungen des Unternehmens werden bei der Agentur Künftig mit dem Logo der Eifel Arbeitgeber gekennzeichnet.

Ideal Fensterbau Weinstock GmbH in diesem Jahr ein anderes Veranstaltungsformat gewählt. Anstatt einer zentralen Veranstaltung am Firmenstandort wurde mit einer Roadshow an fünf Stationen in ganz Deutschland echte Kundennähe praktiziert.

Die erfolgreiche Roadshow mit fünf Stationen in ganz Deutschland soll in 2020 wiederholt werden. Für den Mai 2019 ist zudem eine Hausmesse bei Ideal geplant.



**Ideal goes green**  
Unter diesem Motto stellt sich das Unternehmen seiner Verantwortung für die Umwelt. Alle Ideal-Werke verfügen über eine eigene Photovoltaik-Anlage zur Produktion von regenerativer Energie. Den Mitarbeitern und Partnern wird eine Elektrotankstelle zur Verfügung gestellt, mit der E-Autos oder auch E-Bikes aufgeladen werden können. Zudem wurde die gesamte Produktion mit energiesparenden Leuchten ausgestattet, um Emissionen zu senken. Die für die Produktion der Holz- und Holz/Alu-Elemente eingesetzten Hölzer stammen aus nachhaltigem Anbau.

Seit 2017 ist Ideal Premium-Partner der Recyclinginitiative Rewindo. Gemeinsam mit anderen Fensterbau-Unternehmen verpflichtet sich Ideal damit nicht nur zum Recycling ausgebauter Kunststoff-Fenster, -rolläden und -türen, sondern unterstützt aktiv die Kreislaufwirtschaft durch die vermehrte Verwendung von Profilen mit Recyclatkern.

**Erfolgreiche Roadshow**  
Um es ihren Kunden möglichst einfach zu machen, sich über aktuelle Branchenthemen und neue Produkte zu informieren, hatte die

Fünf Tage, fünf Destinationen, fünf Ideal-Mitarbeiter: neben Wittlich waren Bremen, Teltow, Burgau und Straubing die Stationen der Roadshow. Ziel der Veranstaltungsreihe war es, den Teilnehmern die Möglichkeit zum gemeinsamen Austausch, Netzwerken und Raum für Fragen und Anregungen zu geben. Hierzu hatte das Unternehmen die Lieferanten Roma, Winkhaus, SFS Intec sowie die Referenten Armin Leinen und Eberhard Achenbach mit ins Boot geholt.

Geboten wurde den Teilnehmern eine Mischung aus Referaten zu aktuellen Branchenthemen sowie eine Fachausstellung, in der die Neuheiten von Ideal betrachtet und getestet werden konnten. Im Rahmen von praxisorientierten Workshops bot sich zudem die Möglichkeit, die zuvor angerissenen Themen weiter zu vertiefen. Mit diesem Angebot ist es dem Unternehmen gelungen, 60 Prozent der Kunden zu erreichen und mit Entschieden, Monteurern und Verkäufern einen breit gefächerten Teilnehmerkreis für die Veranstaltung zu gewinnen.

Auf Grund des Erfolges und der positiven Resonanz durch die Teilnehmer ist die Fortset-

zung der Veranstaltungsreihe für 2020 bereits fest geplant.

**Neuordnung auf der Hausmesse**  
Für das nächste Jahr hingegen steht für den 17. Mai schon eine Hausmesse auf dem Programm. Daran beteiligen wird sich ein Großteil der Lieferanten. „Wir wollen damit die Probleme aufgreifen, die von unseren Händlern regelmäßig angesprochen werden“, erläutert Stefan Weinstock. Mit dabei werden daher auch branchenfremde Unternehmen sein, um beispielsweise Ladestysteme vorzustellen oder Anbieter von Montagehilfen und -kranen sowie Vakuum-Hebetechnik. Parallel dazu soll den Kunden die Gelegenheit gegeben werden, die Mitarbeiter kennenzulernen, mit denen sie täglich in telefonischem Kontakt stehen.

Ideal will die Veranstaltung nutzen, um seinen Handelspartnern eine neue, intelligente Lösung zur Identifikation von eingebauten Fenstern vorzustellen.

[www.ideal-fensterbau.de](http://www.ideal-fensterbau.de)

## Weiter auf Wachstumskurs

Mit den in den unterschiedlichen Bereichen getätigten Investitionen will die Ideal Fensterbau Weinstock GmbH in den nächsten Jahren weiter kräftig wachsen. Mit einer Steigerung des Umsatzes auf 50 Millionen Euro in den nächsten drei Jahren hat sich das Unternehmen ein ehrgeiziges Ziel gesetzt.



Eine Besonderheit im Ideal Fensterprogramm: die flächenbündige Konstruktion Ideal Plano. Jedes zweite Holzfenster wird bei Ideal mit einer Alu-Vorsatzschale ausgestattet.

Im letzten Jahr hatte der Fensterhersteller mit seinen insgesamt 315 Mitarbeitern einen Umsatz von 38 Millionen Euro erzielen können. Dazu hat der Bereich Holz 6,5 Millionen Euro beigetragen. Produziert werden neben modernen Fensterkonstruktionen auch Stilfenster und originalgetreue Denkmalschutzlösungen mit Wetterschenkel, Kapitellen und Schlagleisten.

Mit 50 Prozent ist der Anteil von Holz-Aluminium-Konstruktionen ungewöhnlich hoch. Darunter finden sich auch flächenbündige Konstruktionen wie IDEAL Plano oder die Verbundfensterkonstruktion IDEAL Sombra mit integriertem Sonnenschutz

### Jetzt auch RC3-zertifiziert

Für die unterschiedlichen Anforderungen der Kunden, was den Einbruchschutz angeht, bietet Ideal ein fünfstufiges Sicherheitskonzept. Dieses reicht von der Basisausstattung mit zwei Achtkant-Verschlussbolzen sowie zwei Sicherheits-Schließblechen bis zu geprüften Fenstern der Widerstandsklasse RC3. Für diese



Um die Produktion von Kunststoff-Aluminium-Fenstern weiter steigern zu können, sollen diese künftig auf der Linie produziert werden. Fotos: Ideal

sowie Elemente der Klasse RC2 wird die Klebtechnik genutzt, um die Sicherheitsgläser sicher in der Konstruktion zu verankern. Mit den zertifizierten Fenstersystemen ist das Unternehmen auch in den Empfehlungslisten der Kriminalpolizeilichen Beratungsstellen gelistet.

„Das ist für unsere Händler ein gutes Verkaufsargument und für uns ein wertvolles Marketinginstrument“, macht Sabine Weinstock deutlich.

### Lieferung auch nach Übersee

Die Exportquote liegt aktuell bei 25 Prozent. Mit einem Umsatz von fünf Millionen Euro ist

Frankreich der wichtigste Exportmarkt, gefolgt von der Schweiz und Luxemburg mit je zwei Millionen Euro Umsatz und Österreich mit einer Million Euro. Insbesondere in Luxemburg hat das Unternehmen dank erhöhten Wärmeschutzanforderungen und mit der Neukunden stark zulegen können.

Über einen Partner, der Fenster über ein Internetportal vertreibt, liefert Ideal aber auch Fenster in die USA, nach Neuseeland, auf die Seychellen, nach Kasachstan. Dabei handelt es sich überwiegend um hochwertige Holz/Alu-Fenster.

In diesem Jahr soll die Marke von 40 Millionen Euro geknackt werden. Auch in den nächsten drei Jahren will das Unternehmen deutlich zulegen, dabei den Umsatz auf 50 Millionen Euro steigern. Mit dazu beitragen sollen neue Kunden, darunter auch ein großer Fertighaushersteller, der für eine Zusammenarbeit gewonnen werden konnte.

[www.ideal-fensterbau.de](http://www.ideal-fensterbau.de)