



Bildquelle: Dana

14 Mio. € wurden in die Standorte in Österreich investiert

DANA

Marke gestärkt

Österreicher übernehmen Federführung in Europa

Der seit 2007 zum amerikanischen Jeld-Wen-Konzern gehörende Türenproduzent Dana soll künftig die Federführung im Europa- und Ostvertrieb übernehmen. Zusätzlich soll Dana die europäische Topmarke des Konzerns werden. Damit dürften die österreichischen Produktionsstandorte, in die man in den vergangenen Jahren 14 Mio. € investierte, auch langfristig gesichert sein.

Seit Juli besteht die Geschäftsführung von Dana, Spital am Pyhrn, aus einem Dreierteam: Andreas Weichbold ist neu in der Mannschaft für die betriebswirtschaftlichen Belange, Gerhard Eckhart ist für Produktion und Technik und Horst Kögl für Marketing und Vertrieb zuständig. Dana gehört seit 2007 zum weltgrößten Türen- und Fensterkonzern Jeld-Wen, Oregon/US. Das 1960 gegründete Unternehmen beschäftigt weltweit 20.000 Mitarbeiter in über 100 Niederlassungen. In Europa hat man 24 Standorte in 13 Ländern. Die im deutschsprachigen Markt bestens eingeführte Marke Dana wurde jetzt weiter aufgewertet. Künftig soll sie in West- und Osteuropa als Topmarke für das gehobene Segment fungieren. In die Produktion in Spital wurden deshalb 14 Mio. € investiert. Zudem sind die Österreicher seit drei Jahren für den Ostvertrieb zuständig. Ein Produktionswerk in Lenti/HU stellt unter der österreichischen Führung eine speziell auf diese Märkte abgestimmte Produktpalette her.

Qualitatives Aushängeschild

Horst Kögl, der Geschäftsführer für Marketing und Vertrieb, ist auf die in Österreich erzeugten Produkte stolz: „Am westeuropäischen Markt hat sich Dana mit hochwertigen Türen einen Namen im oberen Preissegment gemacht.“ Deshalb sei Dana nun das qualitative Aushängeschild in Europa, dem man die Verantwortung für Produktion sowie Vertrieb und Marketing übertragen habe: „Unsere österreichischen Standorte dürften da-

mit gesichert sein“, meint er. Innerhalb der Jeld-Wen-Gruppe wurden die Kompetenzen von Dana erweitert: „Zum schon laufenden Ausbau des Ostgeschäftes werden wir auch das Topsegment in der EU verstärkt bearbeiten.“ Das drücke sich auch in den Zahlen aus: 2010 erwirtschafteten die Österreicher 86 Mio. €, für das laufende Geschäftsjahr erwartet man 90 Mio. € Umsatz. „Jährlich produzieren wir in Spital 500.000 Türen und 200.000 Holzzargen, die zu 80 % über den Großhandel vertrieben werden“, erklärt Kögl.

Zurück zu den Wurzeln

Die guten Absatzzahlen will Kögl weiter ausbauen: „Für unsere hochwertigen Produkte brauchen wir kompetente Partner für Beratung und Montage.“ Deshalb wolle man verstärkt die Tischler als Fachvertriebspartner gewinnen und setze auf Produktschulungen: „Wir wollen näher zum Tischler, auch wegen der fachlichen Rückmeldungen zu den Produkten, die wir bekommen und die wir oft als Verbesserungen umsetzen können.“ Für die Fachpartner sei auch die flexible Produktion in Spital wichtig, ist Kögl überzeugt: „Wir haben eine Losgröße-1-Produktion und liefern über 85 % der Bestellungen in weniger als dreizehn Werktagen“, ist er stolz. Die reine Produktionszeit betrage dabei nur sechs bis sieben Tage. Das sei der Verdienst der motivierten und fachlich gut qualifizierten Mitarbeiter in Österreich: „Die gute Qualität, die unsere 510 Mitarbeiter in Spital und in Pöckstein herstellen, hat den Aufstieg von Dana zur Topmar-



Die neue Führung: Andreas Weichbold, Horst Kögl, Gerhard Eckhart (v. li.)

ke erst möglich gemacht. Deshalb investieren wir nicht nur in neue Maschinen, sondern vor allem in die Mitarbeiter und wollen das sogar noch ausbauen“, erläutert Kögl die Strategie der neuen Geschäftsführung.

Innovationen als Umsatzmotor

„Einer der Erfolgsfaktoren von Dana sind die Produktinnovationen“, meint Kögl. Obwohl man an seit Jahrhunderten nahezu unverändert gebauten Produkten, wie Tür und Türstock, nur schwer Verbesserungsmöglichkeiten findet, gelinge es bei Dana immer wieder: „Vor allem der Komfortbereich bietet spannende Möglichkeiten, wie unsere Schließdämpfung Dana-Motion beweist. Der Kundennutzen hat aber bei Innovationen für uns Vorrang. Entwicklungen nur um der Neuheit willen gibt es bei uns nicht.“ Die neuen Produkte, wie die von Architekten oft nachgefragten raumhohen, mauerbündigen Elemente, bestätigen das.

Die neue Geschäftsführung wolle als Team auftreten, fasst Kögl zusammen: „Das Unternehmensmotto ‚Wir sind Dana‘ werden wir auch nach außen vertreten.“

RK

Neu im Programm: Türen mit zeitgeistigen Splintfurnieren

