

Köster Aluminium präsentiert sich zum Jubiläum im neuen Design

Bereit für die nächsten 25 Jahre

KÖSTER 

bb-Messe-Nachlese:
Ligna 2025

bb-Nachbericht:
VFF-Jahreskongress „Inside 2025“

bb-Marktübersicht:
Haustürfüllungen

Köster Aluminium präsentiert sich zum Jubiläum im neuen Design

Bereit für die nächsten 25 Jahre – Tür auf für einen neuen Markenauftritt!

Fotos / Grafiken (sofern
nicht anders angegeben):
Köster Aluminium
GmbH & Co. KG

Die Köster Aluminium GmbH & Co. KG hat sich in den vergangenen Monaten intensiv mit der Umsetzung ihres neuen Markenauftritts beschäftigt. Der nun frische neue Look kommt insbesondere in der neuen Farbgebung, den Verkaufsunterlagen, dem neuen Online-Auftritt sowie im neuen Logo zur Geltung. Was jedoch nach außen wirkt, muss nach innen gelebt werden. Auch dies hat der Hersteller von Aluminium-Haus-türen, der in diesem Bereich mittlerweile zu den führenden Unternehmen Deutschlands gehört, im Rahmen des umfangreichen Relaunches bedacht. So wurden die Mitarbeitenden sämtlicher Werke unter anderem für ein internes Event inklusive einer ausführlichen Präsentation des neuen Markenauftritts nach Iserlohn ein-

geladen. Die Mitarbeitenden in den Veränderungsprozess mit einzubeziehen, war Ralf Stolte, der seit Mitte Oktober letzten Jahres das Ruder als neuer Geschäftsführer übernommen hat, dabei sehr wichtig. Mit ihm als Mitarbeiter der ersten Stunde ist die „Köster-DNA“ in das Unternehmen zurückgekehrt, welche die Kunden seit der Gründung im Jahr 2000 immer zu schätzen wussten. Der Zeitpunkt des großen Roll-outs des neuen Markenauftritts könnte besser nicht gewählt sein, denn am 5. Juli dieses Jahres feiert das Unternehmen sein 25-jähriges Jubiläum. Bei den Feierlichkeiten am Standort in Menden soll das neue Corporate Design von Köster Aluminium zum ersten Mal im großen Rahmen und vor der großen Masse sichtbar werden.

Mit Stolz spricht man bei Köster Aluminium von dem neuen, modernen Markenauftritt: „Unser Ziel ist es, allen zu zeigen, dass wir bereit sind für die nächsten 25 Jahre“, sagt Ralf Stolte selbstbewusst und auf das 25-jährige Jubiläum von Köster Aluminium Bezug nehmend. „Wir haben die Zeit der Krise genutzt und uns optimal aufgestellt, um richtig durchstarten zu können, wenn der Markt wieder in Bewegung kommt. Ich freue mich darauf, unsere Zukunft in die Hand zu nehmen und unserem Unternehmen gemeinsam mit den Mitarbeitenden eine neue und noch stärkere Identität zu verleihen“, fügt er hinzu. Neben dem neuen Markenauftritt, zu welchem auch das neue Logo des Unternehmens gehört, hat Köster Aluminium seine Homepage einem Relaunch unterzogen und die Kataloge – da-

Das Hero-Motiv der Woodline Serie ...



... sowie die dazugehörige Innenansicht der Woodline Serie



Homepage. Von links nach rechts verlaufen die Farben von einem dunkelblauen in einen roten Farbton.

Im Dezember vergangenen Jahres wurde der neue Auftritt an die Fachhandelspartner kommuniziert, im Februar dieses Jahres hat Köster Aluminium die neue Homepage veröffentlicht, sodass der neue Markenauftritt bereits sichtbar ist. Hierfür sind sowohl die

Homepage als auch der darin eingebundene Fachhandelsbereich komplett neu aufgebaut worden und erstrahlen im neuen Design. „Wir wollten eine unkomplizierte User Experience mit höchster Funktionalität schaffen, die zudem modern und anschaulich gestaltet ist. Die neue Farbwelt sticht hervor und erregt Aufsehen. Unser Auftritt besitzt nun nicht mehr das graue, zurückhaltende Aussehen von früher. Das kommt bei unserem Team

von speziell die Edition – in frischem Design herausgebracht. Das neue Erscheinungsbild zieht sich also wie ein roter Faden durch den gesamten Unternehmensauftritt.

Markenauftritt als Zeichen für Qualität und Innovation

„Die Welt, unsere Gesellschaft sowie die Medien haben sich verändert und entwickeln sich von Tag zu Tag rasant weiter. Unser neues Erscheinungsbild passt sich dieser Veränderung an. Während die neue Bildmarke, also das neue Logo, grafisch reduziert, zeitlos und vor allem leicht einzuprägen ist, setzen wir mit dem kräftigen Farbverlauf ein Statement“, berichtet Kerstin Goj aus dem Marketing bei Köster Aluminium. Deutlich wird dieser Farbverlauf auf der Startseite der neuen



V. l.: Stephan Bartolein, Kerstin Goj, Marc Hinners, Sophie Mech, Michael Frömert, Ralf Stolte, Steffi Laddach und Sascha Habor. Es fehlt: Vertriebsleiter Marc Arenfeld.

Oben ist das neue Logo abgebildet.

Foto: baelemente bau / Logo: Köster Aluminium GmbH & Co. KG

und den Fachhandelspartnern gut an“, verdeutlicht Kerstin Goj.

Mit den neuen und auffälligen Farben sowie der unverkennbaren Markenidentität möchte das Unternehmen ein starkes Zeichen für Innovation und Qualität setzen. Das Ziel des neuen Auftritts ist es, die langjährige Tradition von Köster Aluminium mit einer klaren Vision für die Zukunft zu verbinden. Dabei legt der Aluminium-Haustüren-Spezialist besonderen Wert auf die gewohnte Qualität, den Aspekt der Nachhaltigkeit sowie auf neue und frische Designs. „Das neue Erscheinungsbild spiegelt unseren hohen Anspruch wider, Türen nicht nur funktional, sondern auch zu einem ästhetischen und zukunftsorientierten Element im Zuhause der Endkunden zu machen“, bekräftigt Kerstin Goj.

Neues Logo in Verbindung mit dem Claim „Verbindet Innen mit Außen“

Auch hinter dem neuen Claim steht ein Gedanke, der wie folgt lautet: „Es gibt zwei Welten, in denen wir uns bewegen: der geschützte Innenraum und die offene Außenwelt. Um nahtlose Übergänge zwischen diesen beiden Sphären zu schaffen, bedarf es passender Brücken.“ Nach dem Verständnis von Köster Aluminium erfüllen die Haustüren des Unterneh-

mens genau diese Aufgabe: Sie schaffen eine sichere, zuverlässige und schützende Verbindung zwischen dem Innen und dem Außen.

Die neue Bildmarke hat darauf basierend die passende Herleitung, da diese aus dem Haustürsymbol einer Architekturzeichnung stammt. In Zusammenarbeit mit der renommierten Marketingagentur gambit marketing & communication GmbH aus Dortmund wurde die Bildmarke sowie der gesamte neue Markenauftritt entwickelt. Das neue Logo in Kombination mit der neuen Hauschrift funktioniert sowohl in der Nähe als auch aus der Distanz. „Die Wirkung einer Marke im Gesamtbild ist wichtig, schafft Wiedererkennbarkeit und erzeugt Vertrauen“, unterstreicht Kerstin Goj.

Bildwelt mit Hero-Motiven

Einen positiven Eindruck bei den Fachhandelspartnern erzeugt auch die neue Bildwelt sowie das neue Design der diesjährigen Edition, für die eins der Hero-Motive als Titelbild ausgewählt wurde. Die gesamte Bildwelt der Außen- und Innenansichten der Hero-Motive wurde in Zusammenarbeit mit der Marketingagentur entwickelt und wird zukünftig auch großflächig auf der Lkw-Flotte von Köster Aluminium zu sehen sein.



Ralf Stolte.

Die neue Bildsprache ist kreativ, einzigartig und setzt die Haustüren gekonnt in Szene. „Durch das Hero-Motiv und die farbliche Gestaltung fällt die Edition natürlich besonders ins Auge. Es hat sich gezeigt: Der Kunde greift zur Farbe“, verdeutlicht Ralf Stolte. Die Architektur sowie die Umgebung, in Kombination mit einer perfekt dazu passenden Haustür, erzählen zu jeder Serie eine Geschichte und bleiben dem Betrachter dadurch im Gedächtnis. Die passenden Innenansichten, welche auf der Website und in der Edition gezeigt werden, runden diese Geschichten ab und gehen damit weit über den Standard hinaus.

Köster Aluminium hat die Edition nicht nur haptisch, sondern ebenfalls digital veröffentlicht. Erreichbar ist die Edition über die neue Homepage auch als Blätterkatalog. Im Köster Türen-Konfigurator können alle Türserien mit zahlreichen Features, welche die Tür besitzen kann, individuell zusammengestellt werden. Dazu zählen unter anderem Wunschfarben, Glasarten, Applikationen und Lisenen sowie verschiedene Oberflächen und Dekore. Passend zur Philosophie des neuen Logos können die Türen sowohl auf der Homepage als auch im Konfigurator in der Innen- und Außenansicht dargestellt werden.

„Die aktuelle Edition ist bei unseren Händlern sehr gut angekommen und zahlreiches positives Feedback hat uns seitdem erreicht. Natürlich gibt es immer kleine Verbesserungsvorschläge, die wir gerne annehmen, um uns bestmöglich zu präsentieren und unsere Verkaufsunterlagen fortlaufend zu optimieren“, so Kerstin Goj.

KÖSTER
Exklusive Haustüren aus Aluminium



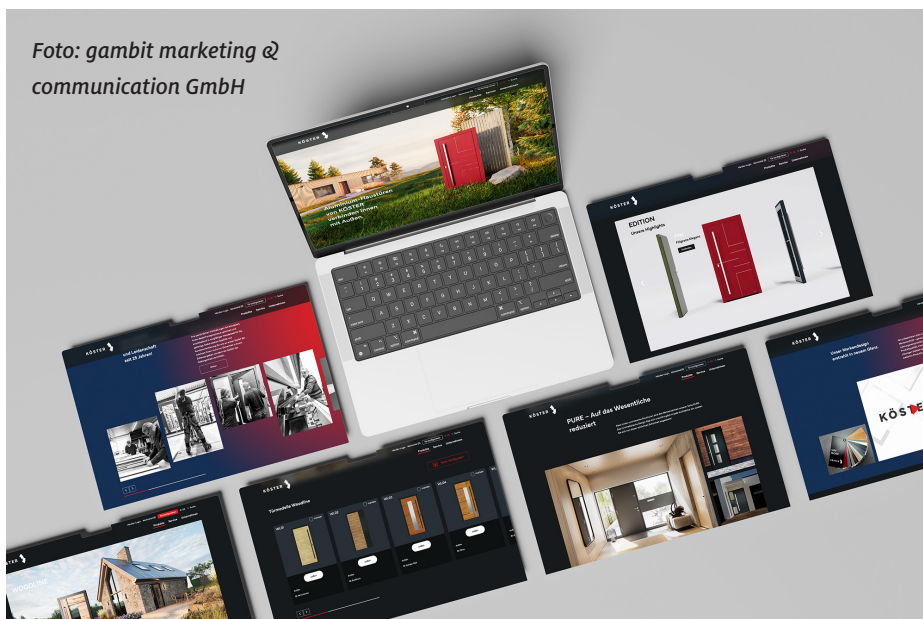
KÖSTER

Verbindet Innen mit Außen.



Vom alten zum neuen Logo.

Foto: gambit marketing & communication GmbH



Die Köster Website erstrahlt im neuen Design und zeigt zahlreiche neue Module.



Ein Lkw mit der Abbildung eines Hero-Motives auf der einen sowie auf der anderen Seite mit drei verschiedenen Türmodellen sowie dem Farbverlauf der neuen Unternehmensfarben.



Wie ein roter Faden

Mittlerweile ist das neue Corporate Design im gesamten Unternehmen sichtbar. Die neuen Flaggen hängen am Gebäude, zahlreiche Werbemittel wurden mit dem neuen Logo bestellt und die gesamte Beschilderung der Standorte wird aktuell umgesetzt. Darüber hinaus werden die Lkw in der Zwischenzeit mit dem neuen Design ausgestattet und präsentieren rechtsseitig die Hero-Bilder sowie linksseitig das Logo, den Farbverlauf und unterschiedliche Türmodelle auf den Autobahnen quer durch die Republik.

„Dabei setzen wir stets die Qualität und Kundenorientierung an erste Stelle. Wir möchten den Menschen nicht nur Sicherheit in Ihrem Zuhause geben, sondern ein Gefühl der Geborgenheit vermitteln. Unsere Authentizität und Innovationsbereitschaft sind nicht nur in unseren Türen sichtbar, sondern auch in unserem Unternehmensauftritt spürbar“, fasst Ralf Stolte das neue Corporate Design zusammen.

Verantwortungsvoller Umgang mit Rohstoff-Ressourcen

„In unseren Türen steckt Nachhaltigkeit“, titelt Köster Aluminium auf der neuen Homepage in der entsprechenden Rubrik und macht dabei auf einen signifikanten Hebel in der Nachhaltigkeits-Strategie des Unternehmens aufmerksam. Dass dem auch tatsächlich so ist, davon zeugt ein Zertifikat von Wicona by Hydro. Denn bereits seit 2019 setzt Köster Aluminium auf Hydro Circal, eine Aluminiumlegierung, die aus mindestens 75 Prozent recyceltem Aluminium besteht (recyceltes End-of-Life-Aluminium). Alleine im Jahr 2024 konnten durch die Verwendung von Hydro Circal über 3.400 Tonnen CO₂ eingespart werden. Die Energieersparnis im Herstellungspro-

zess betrage dabei bis zu 95 Prozent im Vergleich zu herkömmlichem Aluminium. Unter Berücksichtigung der guten Wärmedämm-Eigenschaften der Köster-Aluminium-Haustüren können diese somit signifikant die Energiebilanz eines Gebäudes optimieren.

Einfach zu bedienender Konfigurator

Als sehr beliebtes Tool bei den Fachhändlern von Köster Aluminium hat sich der Türen-Konfigurator etabliert, welcher auf der neuen Homepage ebenfalls für Endkunden abrufbar ist. „Wir bieten unseren Kunden mit dem Konfigurator sehr viele individuelle Möglichkeiten“, beschreibt Ralf Stolte. Zum einen lässt sich die gesamte Modellvielfalt der Edition inklusive der gewünschten Sicherheitstechnik, dem Zubehör, der digitalen Zutrittskontrollsysteme sowie individuellen Einbau-

Situation vor Ort abbilden. Zum anderen können aus dem Konfigurator heraus direkt entsprechende Angebote erstellt und angefragt werden.

Die Anfragen werden über den Konfigurator direkt an Köster Aluminium weitergeleitet. Fachhändler haben die Möglichkeit, den Konfigurator als personalisierte Händler-Version zu bestellen, wodurch ihr Logo sowie ihre Kontaktdaten im System hinterlegt werden und sämtliche Anfragen direkt an den entsprechenden Fachhändler gehen. „Mehr als 60 Prozent der Anfragen erhalten wir mittlerweile über den Konfigurator. Die Möglichkeit, sofort nach der Konfiguration ein Angebot inklusive der Montagekosten erstellen zu können, kommt bei unseren Fachhandelspartnern gut an“, berichtet Ralf Stolte.



Das Verwaltungsgebäude des Hauptstandorts von Köster Aluminium in Iserlohn; das neue Corporate Design ist auf den Flaggen bereits zu sehen.



Das Hero-Motiv der Loft Serie ...



... mit der dazu passenden Innenansicht.

Insbesondere während der Corona-Jahre sowie auch in der anspruchsvollen Zeit danach, habe sich der Konfigurator als überaus hilfreich erwiesen. Die Fachhandelspartner von Köster Aluminium können sich zudem in den internen Händlerbereich einloggen und erhalten somit rund um die Uhr Zugriff auf zahlreiche wichtige Dokumente.

Vertriebliche Stärkung und Schulungen

Der digitale Weg der Kundenbindung bei Köster Aluminium ist selbstverständlich nur ein Teil der Kunden-Philosophie des Unternehmens. Der persönliche Kontakt ist Köster Aluminium mindestens ebenso wichtig. Mit Marc Arenfeld ist Anfang dieses Jahres ein neuer Vertriebsleiter eingestellt worden. Marc Arenfeld kennt – genau wie Ralf Stolte – das Unternehmen schon länger; er war bereits 17 Jahre ein entscheidender Teil des Erfolgs des Unternehmens und ist nun zurückgekehrt. In der Rolle als Vertriebsleiter entwickelt er gemeinsam mit seinem Außendienstteam die Vertriebsstrategien weiter, fördert die Kundenbeziehungen und kümmert sich um die Neukunden-Akquise sowie um die Stärkung der Marktpositionierung von Köster Aluminium. „Es fühlt sich großartig an, wieder ‚zu Hause‘ zu sein und an 17 erfolgreiche Jahre anknüpfen zu können“, betont Marc Arenfeld.

Darüber hinaus setzt das Unternehmen verstärkt auf Händlerschulungen in Iserlohn. „Ich möchte unsere Fachhandelspartner hier am Standort begrüßen und auf diesem Wege auch die Kundenbindung stärken. In einer lockeren Atmosphäre bekommen unsere Fachhandelspartner nicht nur das Fachwissen über unsere Produkte und Services vermittelt, wir laden sie auch auf Produktionsrund-

Köster Aluminium setzt auf Stärkung der Mitarbeitenden

Seit der Gründung der Köster Aluminium GmbH & Co. KG hat sich das Unternehmen stets weiterentwickelt, auch was die Anzahl der Mitarbeitenden betrifft. Was einst zu siebt begonnen hat, ist mittlerweile auf ein starkes Team von rund 200 Mitarbeitenden angewachsen. Diese haben einen großen Anteil am Erfolg des Unternehmens.

Kein Wunder also, dass Köster Aluminium seine Mitarbeitenden an das Unternehmen binden möchte. Nicht nur, weil dies in Zeiten des Fachkräftemangels unabdingbar ist;

für Köster Aluminium zählt primär, dass das Unternehmen ein starkes und loyales Team in seinen Reihen weiß, welches sich mit dem Unternehmen identifiziert. Daher bekommen die Mitarbeitenden – genauso wie die Fachhandelspartner von Köster Aluminium – regelmäßige Schulungen über die Produkte.

„Wir wollen zur Stärkung und auch zur Weiterentwicklung des Teams das Wissen über unsere Produkte weitergeben, speziell für den Verwaltungs- sowie für den kaufmännischen Bereich. Dadurch entsteht nicht nur

eine stärkere Verbindung zum Unternehmen, sondern auch zu den Produkten, die wir verkaufen“, erklärt Ralf Stolte, Geschäftsführer der Köster Aluminium GmbH & Co. KG, den Gedankengang dahinter.

Auch bei Neuentwicklungen des Unternehmens werden die Mitarbeitenden aus allen Bereichen mit einbezogen. Was zunächst in einem kleinen Team entwickelt wurde, wird später den Mitarbeitenden vorgestellt und auf das Feedback reagiert.

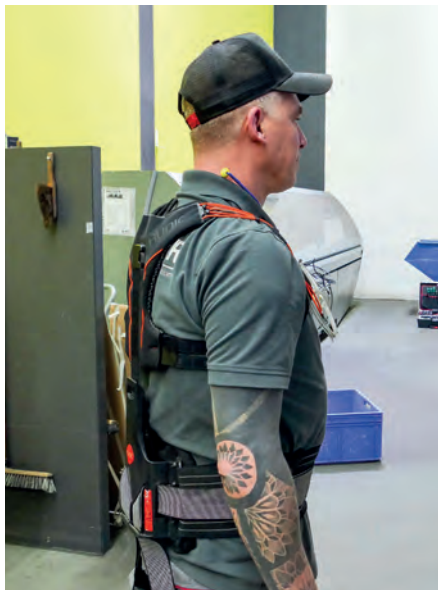
gänge ein und geben uns dementsprechend transparent. Unsere Fachhandelspartner fahren immer gut informiert und mit einem positiven Gefühl zurück nach Hause“, bestätigt Ralf Stolte die Rückmeldung zu den Inhouse-Schulungen.

Wie Köster organisiert ist

Mittlerweile ist die Köster Aluminium GmbH & Co. KG an drei Standorten in Deutschland präsent, die alle unterschiedliche Funktionen innehaben. Der Hauptstandort sowie die Verwaltung befinden sich in Iserlohn. Hier ist die Produktion von Aluminium-Haustüren und -Fenstern beheimatet. Im Werk 2 in Schauenburg-Breitenbach in Nordhessen, ist die Produktion der Haustürfüllungen untergebracht. Als neuester Standort ist die Disposition sowie das Versandlager in Menden, in der Nähe von Iserlohn, dazugekommen.

Derzeit arbeiten rund 200 Beschäftigte bei Köster Aluminium; 150 davon am Hauptstandort, 26 Mitarbeitende in Schauenburg-Breitenbach sowie zehn Mitarbeitende in Menden. Dazu kommt die Vertriebsmannschaft im Außendienst mit aktuell 14 Personen.

Die Gesamtproduktionsfläche gibt das Unternehmen mit rund 20.000 Quadratmetern an; davon ca. 13.000 Quadratmeter in Iserlohn, ca.



Verantwortungsvoller Umgang mit den Mitarbeitenden: In der Produktion beispielsweise stellt Köster Aluminium – hier mittels Exoskelett – Lösungen zur Entlastung zur Verfügung.

Foto: baelemente bau

3.000 Quadratmeter in Schauenburg-Breitenbach und ca. 4.000 Quadratmeter in Menden.

Im gesamten Prozessablauf finden in sämtlichen Abteilungen, neben den Wareneingangskontrollen der einzelnen Komponenten, unterschiedliche Qualitätskontrollen statt, die dokumentiert werden. In der End-

kontrolle wird am Ende des Produktionsprozesses der Warenausgang zu 100 Prozent kontrolliert, bevor er ausgeliefert wird.

Der Versand der fertigen Aluminium-Haustüren erfolgt aus Nachhaltigkeitsgründen grundsätzlich unverpackt. Mit einem Fuhrpark von 14 eigenen Lkw, sechs Sprintern sowie festangestellten Fahrern werden die Elemente zum Fachhandelspartner ausgeliefert. Der werkseigene Kundenservice ist für die Belange der Fachhandelspartner nach dem Einbau zuständig.

„Machen und Liefern“

„Der aktuellen Marktlage treten wir als geschlossenes Team und durch die strukturellen Veränderungen verstärkt entgegen. Wir wollen unsere Position als einer der führenden Hersteller von Aluminium-Haustüren weiter ausbauen und unsere Position am Markt stärken. Und genau das werden wir tun! Dank unseres hochqualifizierten und motivierten Teams in der Produktion, im Produktmanagement, Marketing, Vertrieb, der Verwaltung sowie dem gesamten Innendienst wird uns das auch mit unserem einzigartigen Teamgeist gelingen“, macht Ralf Stolte abschließend deutlich. ■

www.koester-aluminium.de



Ralf Stolte (r.): „Kundenservice heißt für uns, immer einen Schritt vorauszudenken und maßgeschneiderte Lösungen zu liefern.“ Marc Hinners: „Statt Stillstand haben wir die Pandemie für Fortschritt genutzt: durch die Optimierung interner Abläufe und der Entwicklung neuer Produktideen.“

Foto: Köster Aluminium GmbH & Co. KG

baelemente bau im Gespräch mit Ralf Stolte und Marc Hinners, beide Köster Aluminium GmbH & Co. KG

„Auf das Kerngeschäft konzentrieren und durch neue Strategien erweitern“

Im Zuge struktureller Veränderungen, einem brandneuen Markenauftritt sowie dem Einsatz neuer Vertriebsstrategien ist die Köster Aluminium GmbH & Co. KG bestens für die Zukunft aufgestellt. Basierend auf verschiedenen äußeren Einflüssen, welche die Branche sowie auch die gesamtdeutsche Wirtschaft beeinträch-

tigt haben, hat das Unternehmen in den vergangenen Monaten einen zielführenden Wandel in die Wege geleitet. Dieser war notwendig, um sich wieder stark aufzustellen und auf die Anforderungen des Marktes reagieren zu können. Verbesserte Abläufe, flexible Reaktionsmöglichkeiten und Investitionen in die Sichtbarkeit der Marke sind nur einige Punkte, die umgesetzt wurden. Darüber sprachen wir mit Ralf Stolte, Geschäftsführer der Köster Aluminium GmbH & Co. KG, und Marc Hinners, Prokurist und im Unternehmen verantwortlich für die Finanzen. Darüber hinaus plant das Unternehmen, zum ersten Mal auf der nächsten Fensterbau Frontale im März 2026 als ausstellendes Unternehmen aufzutreten. Die Formel, die Köster Aluminium nach den eher ruhigen zurückliegenden Jahren wieder auf Erfolgskurs führen soll, lautet: „Auf das Kerngeschäft konzentrieren und durch neue Strategien erweitern!“

Herr Stolte, das Geschäftsjahr 2024 liegt nun ein paar Monate zurück. Wie ist es dem Unternehmen in dieser Zeit ergangen?

Ralf Stolte: Ich glaube, Köster Aluminium ist es ähnlich ergangen wie allen anderen oder auch sehr vielen Unternehmen. Das ist natürlich der allgemeinen Marktlage mit all ihren Unsicherheiten geschuldet. Der Markt ist zurzeit sehr sensibel. Nichtsdestotrotz sind wir durch das Beobachten der Marktentwicklungen und darauf abgestimmte interne Neuerungen reaktionsfähiger als zu Beginn der Krise. Das Geschäftsjahr 2024 verlief insgesamt unterhalb der Erwartungen, da das prognostizierte Jahresergebnis durch Sondereffekte in der Ertragslage nicht erreicht wurde. Wir sind allerdings mit unserem Vorgehen und den darauf zurückzuführenden Veränderungen innerhalb der letzten Monate sehr zufrieden und gespannt auf das, was sich im Laufe des Jahres noch daraus entwickeln wird.

Möchten Sie unserer Leserschaft auch etwas über die Umsatzzahlen von Köster Aluminium in 2024 verraten?

Stolte: Aktuell liegen wir bei rund 200 Mitarbeitenden, die für das Geschäftsjahr 2024 prognostizierten Umsatzerlöse konnten aus diversen Gründen nicht erreicht werden und lagen daher unterhalb des Vorjahresumsatzes im Jahr 2023 von ca. 34,5 Millionen Euro.

Marc Hinners: Nach den außergewöhnlich starken Corona-Jahren sind wir natürlich auch von dem prognostizierten Umsatzrückgang der deutschen Bauelementeindustrie betroffen und mussten Einbußen verkraften. Die aktuellen Umsätze entsprechen dem vergleichbaren Niveau vor der Corona-Zeit.

Stolte: Die Menge der bei uns bestellten Haustüren ist in den ersten drei Monaten von 2025 wieder gestiegen. Das zeigt uns im ersten Schritt, dass wir richtig vorgehen, indem wir in allen Bereichen aktiv sind und das herausstellen, was wir können. Wir sind demnach optimistisch, dass die aktuelle Herangehensweise erfolgsversprechend ist. Darüber hinaus ist der Gesamtwert einer Haustür unter anderem durch die ständige Zunahme elektronischer Bauteile gestiegen, was sich wiederum auch im Umsatz zeigt.

Wie groß ist daran der Anteil des Umsatzes, den Sie 2024 in Deutschland generieren konnten?

Hinners: Rund 95 Prozent erwirtschaften wir in Deutschland, während etwa fünf Prozent durch unsere Auslandsmärkte generiert

werden. Des Weiteren sehen wir im Inland zusätzliches Potenzial, um unser Vertriebsnetz auszubauen. Wir wollen durch eine intensive Betreuung und die Verdeutlichung der Qualitätsvorteile unserer Haustüren zum einen ehemalige Fachhandelspartner wieder für uns gewinnen und zugleich Neukunden von unserem Rundumservice überzeugen.

Stolte: Ja, definitiv. Unser Ziel ist es unter anderem, ehemalige Bestandskunden zurückzugewinnen und infolgedessen starke Partnerschaften zu erneuern. Ein erster Schritt hierfür war der Gewinn eines neuen und erfahrenen Außendienstmitarbeiters für unser Vertriebsgebiet in Niedersachsen und Schleswig-Holstein. Dadurch können wir in diesem Gebiet bereits in kürzester Zeit deutliche Zuwächse verzeichnen. Deutschlandweit sind sämtliche Vertriebsgebiete tatkräftig von unserem Außendienst-Team betreut und aktiv ausgebaut.

Wie steht es aktuell bei Ihnen im Unternehmen hinsichtlich der Auftragslage sowie der Auslastung?

Stolte: Wir sind unter Berücksichtigung der äußeren Rahmenbedingungen zufrieden, obwohl wir natürlich gerne mehr Auftrags-eingänge verzeichnen würden. Ausreichende Kapazitäten sind im Unternehmen vorhanden und wir machen durch gezielte Aktionen und Angebote auf uns aufmerksam, wodurch wir bei unseren Fachhandelspartnern immer wieder präsent sind. Unterstützend bieten wir unseren Fachhandelspartnern Aktionen für ihre eigene Werbung und Medienpräsenz an.

Waren Sie gezwungen, beispielsweise Kurzarbeit einzuführen oder ähnliche Maßnahmen einzuleiten?

Stolte: Nein, wir konnten glücklicherweise komplett durcharbeiten und haben die verfügbaren Zeitfenster sinnvoll genutzt, indem wir an den Strukturen und Prozessoptimierungen gearbeitet haben.

Hinners: Die immer wieder aufkommende Anforderung seitens der Kunden nach einem festen Ansprechpartner mit entsprechendem Know-how können wir somit bestens erfüllen. Bei uns landet der Kunde in keinem anonymen Call-Center. Des Weiteren haben wir unsere Fertigungsabläufe in der Produktion überarbeitet, Ideen der Mitarbeitenden dafür eingebunden und Vorgänge dadurch optimiert.

Wie planen Sie bei Köster Aluminium für das aktuelle Jahr? Welche Ziele wollen Sie in 2025 erreichen?

Stolte: Auf jeden Fall wollen wir das Unternehmen stabilisieren, Händler von unserer Qualität und unserem Service überzeugen und uns gut für das Jahr 2026 aufstellen. Durch die Wiedergewinnung unseres neuen Vertriebsleiters Marc Arenfeld ist uns ein erster Schritt in diese Richtung gelungen. Wichtig ist uns auch, die Kundenbindung zu stärken und dauerhaft zu pflegen, indem unseren Fachhandelspartnern jederzeit ein zuverlässiger Ansprechpartner zur Seite steht und sie den gewohnten Support erhalten. Wir wollen, dass sich jeder Fachhändler bei uns bestens betreut fühlt!

Die Zahlen für den deutschen Markt der Außentüren sind seit Ende April 2025 vom Verband Fenster + Fassade (VFF) und dem Bundesverband Flachglas e.V. (BF) bekannt gegeben worden. Der Markt scheint die Talsohle überwunden zu haben, für 2025 wird ein Plus

von einem Prozent prognostiziert. Dennoch befindet sich der Neubau auch im Jahr 2025 noch in der Krise. Wie stellt sich Köster Aluminium als Unternehmen auf, um sich gerade in dieser noch schwierigen Situation als zuverlässiger Partner zu positionieren?

Stolte: Wir beobachten das Vorgehen am Markt genau, prüfen die Entwicklungen im Bereich der aktuellen Trends und sprechen mit unseren Händlern. Wir holen uns dadurch diverse Daten und Meinungen sowie auch Feedback ein. Zusätzlich tauschen wir uns im Verband aus und können nicht nur unsere Schlüsse daraus ziehen, sondern diese sinnvoll für Optimierungsmöglichkeiten einsetzen. Gleichzeitig zeigen wir unseren Händlern, dass wir auf ihre individuellen Fragen und Anregungen eingehen. Wir pflegen den regelmäßigen Kontakt und legen einen besonders hohen Wert auf unseren Kundenservice. Wir möchten unsere Fachhandelspartner Köster Aluminium persönlich kennenlernen lassen: den Betrieb, die Mitarbeitenden und unsere Leidenschaft für handwerkliche Qualität mit Manufakturcharakter. Die Implementierung eines neuen ERP-Systems wird uns neue Möglichkeiten in Sachen Ablaufoptimierung und Effizienz eröffnen.

Hinners: Unsere Kunden können sich immer wieder selbst davon überzeugen, wie viel Wert wir auf Qualität, einen bestmöglichen Service und unser Teamwork legen. Die gestiegene Nachfrage nach Kundenveranstaltungen bei uns im Werk, zeigen uns ein vermehrtes Interesse der Kunden und bieten immer wieder Möglichkeiten, unsere Qualitätsmerkmale vor Ort in den Fokus zu stellen und zu präsentieren. Hierüber definieren wir uns und genau das zeigt dann auch den Unterschied zum Wettbewerb. Wir werden außerdem unsere Position als attraktiver Arbeitgeber weiter ausbauen und haben dazu bereits einige Maßnahmen angestoßen.

Wie nehmen Sie die aktuelle Stimmung am Markt wahr?

Stolte: Generell ist die Stimmung sehr sensibel, dennoch haben unsere Fachhandelspartner ein hohes Bewusstsein, was Qualität angeht. Wir haben festgestellt, dass überwiegend hochwertige Ausstattungen, wie beidseitig flügelüberdeckende Konstruktionen mit individueller Sonderausstattung, bestellt werden. Der Durchschnittswert eines Auftrages ist bei uns dadurch aktuell relativ hoch. Hochwertigkeit und Qualitätsbewusstsein der Kunden gewinnt definitiv weiter an Bedeutung.

Was sind aktuell die stärksten Treiber bei der Entwicklung neuer Aluminium-Türen? Komfort, Sicherheit, Barrierefreiheit oder die Energieeinsparung?

Stolte: Die Themen Sicherheit und Energieeffizienz sind mittlerweile Standard. Barrierefreiheit wird ein immer größerer Treiber und könnte auch in Zukunft immer mehr in den Vordergrund rücken. Letztendlich muss die Politik aber auch mit entsprechenden Förderprogrammen zur Baubranche stehen.

Hinners: Das würde letztendlich auch die Entwicklung vereinfachen, wenn gezielte Förderprogramme vorhanden sind. Dann könnte man genau dort den Fokus legen.

In der Geschäftsführung von Köster Aluminium gab es im letzten Jahr einen personellen Wechsel. Inwieweit hat sich die Ausrichtung des Unternehmens geändert. Was sind – kurz zusammengefasst – die Punkte, welche Sie bis jetzt verändert haben?

Stolte: Fakt ist, dass wir uns so verändern mussten, um unsere „DNA“ wieder zurückzugewinnen. Intern bedeutete dies für uns, klare Strukturen, klare Ansprechpartner und auch Klarheit und Transparenz in der Kommunikation zu schaffen. Dabei wird auch Wert auf die Belange unserer Mitarbeitenden gelegt. Über umsetzbare Ideen wird gesprochen, aber auch Kritik wird ernst genommen, um hier gemeinsam Lösungen zu erarbeiten, die wir für die Zukunft nutzen können. Damit wir die Bindung zu unseren Kunden stärken, sprechen wir diese aktiv an und hören ihnen zu. Nur so kann man Lösungen kreieren.

Hinners: Wir wollen als Unternehmen nach außen wieder mit einer Stimme sprechen und am Markt wieder als Team wahrgenommen werden. Die Konzentration liegt dabei wieder auf dem Kerngeschäft.

Ist die Familie Brökelmann, die ja Mitbegründer von Köster Aluminium ist, noch am Unternehmen beteiligt?

Hinners: Ja, die Familie Brökelmann hat die Anteile von Michael Köster zu 100 Prozent übernommen. Sie sind nun alleinige Gesellschafter der Köster Aluminium GmbH & Co. KG. Daran hat sich seit dem Ausstieg von Michael Köster nichts geändert und daran wird sich auch zukünftig nichts ändern. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit bildet eine verlässliche Grundlage für nachhaltigen Erfolg und gemeinsame Weiterentwicklungen. Mit Familie Brökelmann, die in Person von Frau Brökelmann vertreten wird, stehen wir im regelmäßigen Austausch und pflegen ein vertrauensvolles und konstruktives Verhältnis.

Köster Aluminium bietet eine Vielzahl an Aluminium-Haustüren sowie Briefkastenanlagen an. Welches ist aktuell das Produkt, was am stärksten nachgefragt wird?

Stolte: Unsere Edition bleibt nach wie vor die am stärksten nachgefragte Hauptunterlage. Ergänzend dazu bieten wir auch Unterlagen zu Woodline, Energiespartür und der Basic Collection an. In Kürze wird zudem die Broschüre für Objekt- und Mehrfamilienhäuser verfügbar sein. Auch die exklusiven Signature-Modelle mit Keramik sind stark nachgefragt. Dennoch ist und bleibt die Edition unser Highlight und steht nach wie vor im Vordergrund.

Ist es angedacht, diese eher hohe Anzahl an Linien zu verschlanken?

Hinners: Nein, da jede Anfrage des Kunden individuell erfolgt und nach seinen Wünschen konfiguriert wird. Als Manufaktur, die maßgeschneiderte Lösungen bietet, haben unsere Kunden die Freiheit, ganz nach ihren Vorstellungen zu wählen.

Stolte: Was technisch möglich und zulässig ist, setzen wir gerne um. Genau das ist unser Anspruch – als Fachunternehmen streben wir danach, höchste Individualität zu bieten und diese mit Leidenschaft und Expertise zu realisieren.

Das Thema Nachhaltigkeit ist in den letzten Monaten etwas in den Hintergrund gerückt, ist aber dennoch präsent. Ein starkes Bewusstsein für die Umwelt ist in der Unternehmens-DNA verankert. Wie kommt dieses bei Köster Aluminium zum Tragen? Welche Maßnahmen haben Sie eingeführt beziehungsweise sind geplant?

Stolte: Wir setzen auf Nachhaltigkeit und Produkte mit verringertem CO₂-Fußabdruck. So verarbeiten wir zu rund 75 Prozent recycelte Aluminiumprofile des End-of-Life-Aluminiums Hydro Circal. Dadurch konnten wir allein im letzten Jahr knapp 3.500 Tonnen CO₂ einsparen. Auch beim Material Glas erhalten wir mit einem Anteil von circa 30 Prozent recyceltes Material. Generell legen wir bei der Materialbeschaffung großen Wert auf die Aspekte der Energieeffizienz. Darüber hinaus liefern wir unsere Türen komplett unverpackt aus, womit wir einen wichtigen Beitrag zur Abfallreduktion leisten. Unser Werk 2 haben wir vollständig auf LED-Beleuchtung umgerüstet, eine Maßnahme, die sich bereits nach rund zweieinhalb Jahren amortisiert hat. Diese umweltfreundliche Initiative werden wir nun auch an unserem Hauptstandort in Iserlohn umsetzen, um dort unsere Energiebilanz weiter zu optimieren und den Verbrauch deutlich zu senken.

Hinners: Unsere Ersatzbeschaffungen und Investitionen erfolgen stets mit dem Fokus auf Energieeffizienz, sei es beim Austausch unseres Maschinenparks oder bei anderen neuen Anschaffungen. Dabei setzen wir weiterhin auf deutsche Lieferanten, sodass wir nicht von langen Lieferketten abhängig sind und kurze Transportwege nutzen können. Durch unseren eigenen Fuhrpark sind wir jederzeit in der Lage, Optimierungen in der Logistik kurzfristig umzusetzen. Außerdem können wir somit sicherstellen, dass unsere hochwertigen Bauelemente auf direktem Wege und sicher zum Kunden gelangen und nicht durch Spediteure mit diversen Ladegütern verladen, umgeladen und gegebenenfalls beschädigt bei den Kunden ankommen. Unserer Belegschaft bieten wir ein Firmenfahrrad-Leasing-Modell an, das gut angenommen wird, sodass die Mitarbeitenden auch bereits die Fahrten zur Arbeitsstätte ressourcenschonend gestalten können.

Welche Serviceleistungen bieten Sie Ihren Kunden und Partnern konkret an?

Stolte: Wir bieten unseren Kunden umfassende Unterstützung bei ihren Werbemaßnahmen – von der Bereitstellung von Bildmaterial über Fahnen bis hin zu LED-Logos. Dabei gehen wir individuell auf die Bedürfnisse unserer Fachhändler ein und versuchen, maßgeschneiderte Lösungen zu finden. Darüber hinaus unterstützen wir unsere Fachhändler mit Schulungen direkt bei uns im Haus. Hierbei werden auf Wunsch unterschiedliche Themen näher erläutert, technische Fragen beantwortet und Neuheiten aufgezeigt. Der gegenseitige Austausch ist hier für beide Seiten ein enormer Vorteil und hilft uns dabei, besser auf die Wünsche und Ideen unserer Händler einzugehen und unsere Vorgehensweisen zu verbessern. Ein weiterer Aspekt, den ich besonders hervorheben möchte, ist unser erstklassiger Kundendienst, den wir ständig optimieren.

Hinners: Im Grunde ist es ein Rundum-Sorglos-Paket, das wir in diesem Bereich anbieten. Unsere Kunden definieren ihre Anforderungen und wir setzen alles daran, diese zu verwirklichen. Für diese breite Palette an maßgeschneiderten Lösungen sind unsere Kunden auch gerne bereit, zu investieren.

Welche sind – neben Deutschland – die Hauptmärkte für Köster Aluminium?

Stolte: Wir beliefern derzeit die Schweiz, Belgien, Luxemburg, Frankreich und die Niederlande, auch wenn diese Märkte noch nicht

zu unseren Hauptmärkten zählen. Wir sind dort noch in der Wachstumsphase und arbeiten aktiv daran, die Präsenz von Köster Aluminium durch unseren Außendienst weiter auszubauen und die Marke dort noch bekannter zu machen.

Und welches ist derzeit der interessanteste Exportmarkt für Köster Aluminium?

Hinners: Einen großen Umsatzanteil im Ausland haben wir derzeit in der Schweiz und betrachten den Markt als besonders vielversprechend. Wir intensivieren unseren Auftritt, bauen Kontakte auf und arbeiten zum Beispiel mit dem Kundendienst eines Händlers zusammen, um auch dort vor Ort schnell und fachkundig reagieren zu können und unsere Marktposition weiter auszubauen.

Gibt es Märkte, die Sie in naher Zukunft noch erschließen wollen?

Stolte: Ja, durchaus! Der österreichische Markt ist für uns von großem Interesse, auch wenn wir dort noch nicht präsent sind. Wir planen, diesen Markt in naher Zukunft durch den Aufbau eines lokalen Außendienstes zu erschließen und unsere Präsenz auch dort gezielt auszubauen. Dies wird einen weiteren positiven Beitrag zur Entwicklung des Unternehmens leisten.

Sie waren als Besucher auf der zurückliegenden Bau in München mit dabei, das Unternehmen aber nicht als Aussteller. Ist in den nächsten Jahren wieder eine Messebeteiligung in Deutschland geplant?

Stolte: Ja, wir planen im Jahr 2026 tatsächlich erstmalig eine Messebeteiligung an der nächsten Fensterbau Frontale. Diese Entscheidung ist Teil unserer Strategie. Wir möchten unsere Händler und Interessenten gezielt und wirkungsvoll ansprechen. Insgesamt sehen wir diese Messebeteiligung als eine lohnende Investition, die spannende Möglichkeiten bietet – und auf die man durchaus gespannt sein darf.

Ist Köster Aluminium auf größeren internationalen Messen als Aussteller präsent?

Stolte: Als Besucher, darunter natürlich auf der Bau in München, auf der Batimat in Paris und auf der Polyclose in Gent.

Im Februar dieses Jahres haben wir einen neuen Bundestag gewählt. Welche Wünsche beziehungsweise welche Erwartungen haben Sie an die neue Regierung?

Stolte: „Machen“ ist wichtig! Das gilt sowohl für uns und unsere Branche als auch für die Politik. Es ist höchste Zeit, dass die Politik aktiv wird, den Mittelstand stärkt und neue, sinnvolle Förderprogramme auflegt, um den Standort Deutschland wieder zukunftsfähig zu machen und zu sichern.

Hinners: Der Abbau von Bürokratie ist ebenfalls ein entscheidender Punkt. Wenn man sich vor Augen führt, was für Antragsformulare für die Beantragung von Fördermitteln ausgefüllt werden müssen, ist es kaum überraschend, dass viele Fachhändler ihre Endkunden nicht auf die verfügbaren Fördermöglichkeiten hinweisen.

Herr Stolte, Herr Hinners, wir danken Ihnen beiden herzlich für das Gespräch! ■

www.koester-aluminium.de

Köster Aluminium begeht 25-jähriges Jubiläum

Große Feier am Standort Menden



Die Köster Aluminium GmbH & Co. KG feiert in diesem Jahr gemeinsam mit ihrem Team (hier im Bild) sowie mit zahlreichen Fachhandelspartnern und Lieferanten ihr 25-jähriges Jubiläum.

Foto: Köster Aluminium GmbH & Co. KG

Die Köster Aluminium GmbH & Co. KG mit Sitz in Iserlohn, Nordrhein-Westfalen, zählt zu den führenden Herstellern von Aluminium-Haustüren in Deutschland. Seit der Gründung im Jahr 2000 hat sich das Unternehmen durch Innovationskraft, Qualitätsbewusstsein und Kundenorientierung kontinuierlich weiterentwickelt. In diesem Jahr kann Köster Aluminium einen weiteren Meilenstein feiern: das 25-jährige Jubiläum. Mit der größten Veranstaltung in der Unternehmenshistorie plant der Aluminium-Haustüren-Hersteller am 5. Juli 2025 eine Feier für die Fachhandelspartner, Lieferanten und Mitarbeitenden.

Nachdem zum 20-jährigen Bestehen aufgrund der damals unsicheren Situation der Corona-Pandemie keine Jubiläumsfeier stattfinden konnte, ist jetzt genau der richtige Zeitpunkt: „Die Feier nun in diesem Sommer zu veranstalten, nachdem alles rund um unseren neuen Auftritt abgeschlossen ist und wir uns vor einem großen Publikum präsentieren können, passt natürlich perfekt“, sagt Ralf Stolte, Geschäftsführer des Unternehmens.

Die Organisation des Events haben Steffi Laddach, Leiterin des Einkaufs und der Materialwirtschaft, und Sascha Habor, Leiter des Innendienstes, des Werks 2 sowie der Arbeitsvorbereitung hauptverantwortlich übernommen.

„Wir planen eine große Veranstaltung mit rund 350 Gästen. Darunter sind sowohl unsere Fachhandelspartner sowie Lieferanten, aber natürlich auch unsere Mitarbeitenden. Die Jubiläums-Feier startet am 5. Juli 2025 bereits vormittags am Hauptsitz des Unternehmens in Iserlohn. Es wird mit einer großen Werksbesichtigung gestartet, bei der die Besucher in Gruppen eingeteilt sind und sich den gesamten Ablauf ansehen können. Nach-

mittags werden die Gäste mit Shuttlebussen aus den jeweiligen Hotels abgeholt und zur Jubiläumsfeier zum Standort nach Menden gebracht. An unserem Standort in Menden werden wir in einer großen Halle feiern. Auf diesem Weg sind wir auch unabhängig vom Wetter“, beschreiben Steffi Laddach und Sascha Habor.

„Wir freuen uns alle schon sehr auf diese Feier! Ein großes Lob möchte ich an dieser Stelle an Steffi Laddach, Sascha Habor und das gesamte Organisations-Team aussprechen. Solch eine Feier zu organisieren und auf die Beine zu stellen ist eine große Leistung“, bekräftigt Ralf Stolte.

25 Jahre Köster Aluminium

Vor ziemlich genau 25 Jahren, im Juli 2000, wagten Michael Köster als Ideengeber und Friedrich Brökelmann als Investor den Schritt, in einen augenscheinlich verteilten Markt einzutreten und die Köster Aluminium GmbH & Co. KG zu gründen. Zu diesem Zeitpunkt umfasste das Team von Köster Aluminium gerade einmal sieben Mitarbeiter. Von dem Moment an konzentrierte sich Köster Aluminium auf die Fertigung hochwertiger Aluminium-Haustüren und schreibt seitdem Erfolgsge-

schichte. Ein feines Gefühl für Markttrends, eine strikte Serviceorientierung, großes Engagement und eine loyale Belegschaft, die das Führungsteam hinter sich versammeln konnte, bilden die Säulen dieser Entwicklung. Das stetige Wachstum ist der Lohn von harter Arbeit und Herzblut, die jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter tagtäglich investieren, um das Unternehmen voranzubringen. Demzufolge ist Köster Aluminium heute auf ein Unternehmen mit über 200 Mitarbeitenden herangewachsen und zählt zu den führenden Herstellern von Aluminium-Haustüren in Deutschland. Das Unternehmen hat sich als feste Größe auf dem deutschen Markt für Aluminium-Haustüren etabliert.

Seit nun schon einem Vierteljahrhundert baut Köster Haustüren aus Aluminium, die beeindrucken und nicht nur das Zuhause schützen, sondern es perfekt ergänzen – in Design, Komfort und Funktion – mit Liebe zum Detail, modernster Technik und hochwertigen Materialien. Maßgefertigt in Deutschland kombiniert Köster Aluminium handwerkliche Fertigungskunst mit einem klaren Fokus auf Innovation, um Sicherheit und Wohlbefinden für den Alltag zu schaffen. Durch kontinuierliche Weiterentwicklungen in den Bereichen Wärmedämmung und Energieeffizienz entstehen zukunftsfähige und verlässliche Lösungen – technisch ausgereift und gestalterisch flexibel. Diese Authentizität und Innovationsleistung ist in allen Türen nicht nur sichtbar, sondern auch spürbar. ■

www.koester-aluminium.de