



Neuer Katalog 2006/07
wird auf der fensterbau/frontale
im März 06 erstmals präsentiert.

Unser neues Produktkonzept: OBUKELEMENTEC[®].
Ganzglastüren schaffen interessante Einblicke.

Neue Ausstellung bei OBUK

Seite 02

Messevorschau

Seite 03

Neuer Katalog 2006/07

Seite 04 | 05

Neuheiten

Seite 06

Rückschau auf Top-Partner-Programm Jubiläumskunden

Seite 07

Neuer Mitarbeiter Buchtipp

Seite 08

In der modernen Architektur heißt das Trendwort „Transparenz“. Glas steht dabei in Verbindung mit begleitenden Materialien wie Holz, Edelstahl und Aluminium als prägender Werkstoff im Mittelpunkt architektonischer Überlegungen. Innenarchitekten und wohnorientierte Verbraucher nehmen diesen Trend gerne auf und übertragen ihn auf die Wohngestaltung. OBUK hat neben den beiden fest integrierten Produktlinien **OBUKRESIN[®]** (Glasfaser-Verbundwerkstoff) und **OBUKALUMINIUM[®]** eine neue, ganz eigenständige und im Markt nicht vergleichbare Serie im Segment der Haustürfüllungen erfolgreich eingeführt. Hinter **OBUKELEMENTEC[®]** verbirgt sich die Idee, dass die wahren Werte guten Designs erst durch den „Mut zur Reduktion“ sichtbar werden. Dieser Gedanke verleiht unserer neuen Füllungsreihe erst ihren eigenständigen, unverwechselbaren Charakter. Zumal wir uns bei der Gestaltung durch die elementaren geometrischen Formen Quadrat, Kreis und Dreieck inspirieren ließen. Dabei können die Füllungen in Kunststoff-, Aluminium- und Holzhaustüren einge-

setzt werden. Gestaltungselemente wie Glasmattierungen, Dekorfolien oder Edelstahlapplikationen erzeugen eine edle Ansicht und vermeiden gleichzeitig unerwünschte, direkte Einblicke von außen. Vielfältige und wandlungsfähige Gestaltungsmöglichkeiten lassen Ganzglashaustüren zu einer edlen und zeitlosen Komponente in der Architektur werden. Die Entwicklung des dreifachen Glasaufbaus entspricht ganz den qualitativen Vorstellungen unseres Unternehmens und festigt gleichzeitig das Thema Sicherheit und Wärmeschutz. Wir arbeiten hierbei mit unterschiedlichen Glasmaterialien wie Klar- oder Mattglas und Wärmeschutzglas. Für die Türinnenseite wird ein 4 mm starkes Wärmeschutzglas und für die Außenseite ein 4 mm starkes Klarglas eingesetzt. Beide Glasscheiben dienen dabei als eine Art Schutzmantel für die dritte, 4 mm innenliegende Klarglasscheibe, die mit beidseitig aufgetragenen Gestaltungselementen für die feine Optik sorgt.

OBUKELEMENTEC[®] wird zur fensterbau/frontale 2006 mit neuen Füllungen und zusätzlichen Seitenteilen erweitert.

Unsere neue Ausstellung: Begegnungsstätte zwischen unseren Kunden und uns.

Unser lichtdurchflutetes **Präsentations- und Kommunikationszentrum** wird mehr und mehr zu einer Begegnungsstätte zwischen unseren Kunden und uns. Ein Querschnitt der Vielzahl unserer Haustürmodelle wird auf 350 qm eindrucksvoll präsentiert. Damit ist es uns möglich geworden, im Anschluss einer Betriebsbesichtigung unsere Partner ausführlich zu schulen und ihnen eine Menge Anregungen für die eigene Ausstattungs-gestaltung zu vermitteln.

Neben der **OBUKGALERIE®** finden unsere Kunden das neue Ausstellungskonzept der drei Lebenswelten vor. Es ist durch OBUK entwickelt worden, um den Partnern eine Anregung zu geben, wie sie sich in ganz besonderer Weise über Stilwelten in ihrem Markt präsentieren können, aber auch um sich gegenüber dem Wettbewerb eindeutig abzuheben. Je nach Vorliebe findet sich der Kunde beim Betreten der Stilwelten in seiner persönlichen Lebenswelt wieder und bekommt so die Sicherheit, die richtige Entscheidung für sich getroffen zu haben. Das System basiert auf drei farblich getrennten Cuben, die jeweils eine Stilwelt repräsentieren. Die angedeutete Bodengestaltung erzielt dabei den notwendigen Außen-

eindruck. Auf den Vorder- und Rückseiten sind die Cuben mit insgesamt 6 Türen bestückt. Die Farben Orange, Grün und Mocca symbolisieren die drei Welten:

Orange steht für "Lebendige Phantasie": Fröhlich, unbeschwert, erfrischend, jung, vital, sonnig. So sind die Füllungen hauptsächlich mit schwungvollen, unverwechselbaren Designs ausgestattet. **Grün** bedeutet "Puristische Schönheit": Reduziert, schlicht, neu, gradlinig. Hierbei sind unsere Füllungen mit geraden, reduzierten Formen ausgestattet. **Mocca** steht für "Romantische Eleganz": Stimmungsvoll, gemütlich, weich, warm und harmonisch. Die Füllungen sind mit klassischen Formen und verspielten Details konzipiert. Die Art der Präsentation hängt also mit den formalen Designausrichtungen unserer Türfüllungen zusammen.



OBUK geht zur
"fensterbau/from
Nürnberg vom 22

Messe "Frontale" in

03. - 25.03.2006

Die fensterbau/frontale ist mit 1.200 Ausstellern und weit über 90.000 Fachbesuchern die europaweit führende Fachmesse für Fenster, Türen, Zubehör und Fassaden und damit für uns eine einzigartige Plattform der Präsentation. Mit unserem Thema "Wohnkultur & Lebensstil" gestalten wir eigens dafür einen neuen Messestand, denn hier treffen wir eine Vielzahl unserer Kunden aus ganz Europa und können ihnen unsere Ideen, Konzepte und Produkte darstellen. Neben unseren neuen Modellen, Gläsern und interessantem Zubehör präsentieren wir erstmalig den aktuellen Katalog (siehe nächste Seite) sowie einen Übersichtsflyer inkl. Preisliste, die unserer Strategie der "Lebenswelten" folgen. Besuchen Sie uns in Halle 3, Stand 419.



OBUK Messestand-Modell

06
07

OBUK[®]
HAUSTÜREN ZUM LEBEN

Neuer Katalog 2006



WOHNKULTUR & LEBENSSTIL 2006 / 2007

Hier ist unser neues Werk: Der Katalog der repräsentiert und Umsatz schafft.

Ein Katalog ist wie ein Werk. Er fertigt zwar nicht, aber er stellt das wichtigste Bindeglied zwischen unserem Kunden und uns dar und hat damit eine gleichwichtige Aufgabe. In klar strukturierter und ansprechender Form macht er das Verkaufen leichter, weil er eine echte Entscheidungshilfe darstellt. Nur durch diesen Katalog können wir die enorme Produktbandbreite unserer Fertigung vermitteln und unseren Kunden ein ganz persönliches Produkterlebnis vor Augen führen. Denn heute gilt es mehr denn je Kundenerwartungen nicht nur zu erfüllen, sondern zu übertreffen.

Rot als Signalfarbe ist mutig. Rot ist aber auch Aktivität und Dynamik. Rot steht für bewusstes Handeln, Tatkraft und Aktion. Und genau das ist es, was wir auf ca. 260 Seiten signalisieren.

“Wohnkultur & Lebensstil“ ist das Motto, das zu einem durchgängigen Synonym für die zukünftige OBUK-Marktausrichtung wird. Unsere Aktivitäten werden sich diesem Motto unterordnen. Richtig, wir sprechen die Gefühle und Emotionen der Menschen an. Türen sind eben nicht nur ein “notwendiges Übel”, vielmehr repräsentieren sie heute mehr denn je die Gefühlswelt der Kunden.

Und, es gibt zukünftig nur noch einen Katalog, in dem wir **OBUKRESIN**®, **OBUKELEMENTEC**® und **OBUKALUMINIUM**® zusammengefasst haben. Zusätzlich sind die Programme zu einem Vollsortiment abgeglichen worden. Wir erreichen dadurch eine starke Vereinfachung des Katalogs mit weniger Modellen und deutlicheren Verkaufsempfehlungen. Für eine erste Vorabinformation wird Ihnen ein übersichtlicher Flyer angeboten. Wir versprechen Ihnen, Sie dürfen mehr als gespannt sein!



Technische Neuheiten, die Sie schon jetzt kennen sollten:



Preisgünstige Variante: Flügelüberdeckende RESIN Haustürfüllung.

Die klassische Variante unserer flügelüberdeckenden Haustürfüllung genießt ihren guten Ruf auch durch die Option zur Passivhaustauglichkeit. Durch unsere Kunden ist der Wunsch an uns gerichtet worden, eine weitere, preiswertere Variante anzubieten. Ab Mai 2006 werden wir, parallel zur Passivhaus-Variante, eine technische Neuentwicklung mit einer 5 mm Deckschicht anbieten. Zu einem attraktiven Preis - Sie dürfen gespannt sein.



Rundum flügelüberdeckend - auch innen mit Dekorfolie!

Ab Mai 2006 ist das Angebot flügelüberdeckender Haustürfüllungen komplett. Wir liefern Ihnen alle Varianten beidseitig flügelüberdeckend. Egal in welcher Farbe, welchem Holzdekor oder Dekorfolie. Wir realisieren jeden Wunsch für Sie.



Rahmenlose Haustürfüllungen mit Dekorfolie.

Ein besonderes Design-Highlight bieten wir Ihnen ab Mai 2006 mit dem neuen Katalog an. Alle rahmenlos gefrästen Aluminiummodelle sind dann auch in **OBUKRESIN®** lieferbar. Und wir setzen noch eine technische Neuheit oben drauf: Alle rahmenlosen Modelle ob **OBUKRESIN®** oder auch **OBUKALUMINIUM®** sind in einer Vielzahl von Dekorfolien lieferbar. Hiermit trifft OBUK den Nerv der Puristen.

Eine Investition, die sich lohnte...

In 2005 informierten wir Sie an dieser Stelle über unsere Investition in eine neue Pulverbeschichtungsanlage. Schon heute kann man die Richtigkeit der Entscheidung nachweisen. Erst einmal, der Kunde hat es gemerkt. Die Resonanzen waren ausgesprochen positiv. Die Lieferzeit wurde erheblich verkürzt und die Farbanpassung optimiert. Wir haben damit unsere qualitative Verlässlichkeit weiter unter Beweis stellen können und was uns besonders freut, sind die starken Zuwachsraten im Bereich Aluminium. Vergleichbare Qualitäten sind wohl zur Zeit im Wettbewerb nicht üblich.



Rückschau auf unser TOP-Partner-Programm 2005

Aus Anlass des 25jährigen Jubiläums präsentierte OBUK ein TOP-PARTNER-PROGRAMM mit Sonderkonditionen, um auf einfache und besonders effiziente Weise alle Handelspartner bei der täglichen Arbeit zu unterstützen und das Verkaufen leichter zu gestalten. Das Verkaufspaket bestand aus fünf Bausteinen: 2 Haustürmodelle nach Wahl aus der siebenteiligen Serie "Stars". Dazu für eine attraktive Präsentation: 2 Module des bewährten OBUK-Galeriesystems und für eine optimale Beratung ein Standdisplay, in dem alle Verkaufsargumente sofort zur Hand waren. Individuelle Anzeigenmotive für lokale Werbung und maximal 10.000 Prospekte mit Händler-Eindruck rundeten dieses Verkaufsförderungspaket ab. Der Erfolg gab uns Recht. Aktuell sind über 150 Ausstellungen bestückt worden. Entsprechend erfolgreich gestaltet sich auch der Verkauf. Die fünf erfolgreichsten Modelle wurden in den neuen Katalog 06/07 übernommen.



OBUK-Partner feiern Jubiläum!

60 Jahre:
Cuypers, Niederlande

1945 begann die eindrucksvolle Firmengeschichte unseres heutigen Partners Cuypers als reiner Glaslieferant. Ungewöhnlich, aber naheliegend, produzierte man Anfang der 60er Jahre Fernsehbildschirme für die Firma Phillips. Als uns alle in den 70ern die Ölkrise schockierte, war Unternehmergeist gefragt. Cuypers nutzte die Krise und beschloss, Iso-Glas zu verarbeiten. Später, in den 80ern, begann man mit dem Verkauf von Kunststoff-Fenstern, schnell danach mit einer eigenen Produktion. Seit 2006 lackiert man seine ganze Fensterproduktion selbst. Cuypers wuchs bis heute zu einem internationalen Lieferanten heran und beschäftigt zur Zeit 120 Mitarbeiter. Und das Schönste, auch heute noch liegt die Führung des Unternehmens durch Frau und Herrn Verheggen in Familienhand. Wir gratulieren ganz herzlich!

40 Jahre:
Schock in Denkendorf

300 Mitarbeiter, Kunden und Freunde feierten am 22. April 2005 ein großes Jubiläumsprogramm. Ein Zitat aus den Ansprüchen gefiel uns besonders gut: "Also, das mit dem Fensterwerk, das stimmt ja überhaupt nicht," sagte Horst Seehofer, Sozialexperte und langjähriger Freund des Seniorchefs Eckhard Schock mit einem Augenzwinkern. "Schließlich gibt's beim Schock ja auch noch wunderbare Türen und Wintergärten,,". Viele andere Vertreter des öffentlichen Lebens hatten es dem Landwirtschaftsminister Seehofer gleichgetan und waren zu Schock nach Denkendorf gekommen, um an diesem ganz besonderen Jahrestag zu gratulieren. Auch OBUK gratuliert noch einmal recht herzlich!

Personalwechsel Raasch / David

OBUK Vertriebsleiter Michael Witte holt Jens David (39 Jahre) als neuen Außendienstmitarbeiter in sein Team. Zugleich verabschieden wir uns von Matthias Raasch und sagen an dieser Stelle vielen Dank für die erfolgreiche Zusammenarbeit. Jens David arbeitet bereits seit über 10 Jahren in der Fenster- und Türenbranche und war zuvor beim größten österreichischen Fenster- und Türenhersteller tätig. Herr David liebt die Herausforderung, sich immer wieder auf neue Situationen und die unterschiedlichsten Menschen einzustellen. Wir heißen Herrn David hiermit herzlich Willkommen und wünschen ihm alles Gute und viel Erfolg.



Buchtipps

„Brain Script“ fasst die neuesten Erkenntnisse der Hirn-, Hormon- und Nervenforschung für Marketing und Verkauf zusammen und durchleuchtet das Verhalten der Kunden: Wann sie kaufen, was sie kaufen und warum sie kaufen. Wie kann ich mich als Verkäufer optimal auf die Bedürfnisse meiner Kunden einstellen. Die Gehirnforschung hat in den letzten Jahren sehr zu einem besseren Verständ-

nis des Menschen beigetragen. Das öffentliche Interesse an dieser Disziplin ist enorm gestiegen. Wie die vielen Titelseiten im FOCUS, STERN und dem SPIEGEL zeigen. Insbesondere für Vertrieb und Marketing haben die Erkenntnisse der Neurobiologie eine große Relevanz. Gerade dafür ist es wichtig zu wissen, was im Kopf des Konsumenten wirklich vorgeht und wie man besser verkaufen kann.



„Brain Script“ ist das dritte Werk von Bestsellerautor Hans-Georg Häusel. Dr. Häusel ist Unternehmensberater und Diplom-Psychologe. Im Haufe Verlag sind von ihm erschienen: „Think Limbic“ und „Limbic Success“. Seine wissenschaftlich fundierten Erkenntnisse wurden von ihm in seinen Büchern leicht verständlich und praxisorientiert dargestellt.

Zu beziehen über jede Buchhandlung
ISBN-Nr. 3-448-06191-3

Impressum

Herausgeber: OBUK Haustürfüllungen GmbH & Co.KG__Am Landhagen 96-98__59302 Oelde
Redaktion: Claudia Dunker und Michael Witte
Gestaltung u. Text: KOMMEDIA GmbH__Heinrich-Püts-Straße 20__33378 Rheda-Wiedenbrück