

Anfassen, visualisieren, ausprobieren

Türen- und Sperrholzgroßhandel Dunklau seit 1954 erfolgreich

SERIE

ERFOLG
MADE IN BÜNDE

VON KARL-HENDRIK TITTEL

■ Die Zeiten ändern sich und damit die Trends. War in den vergangenen 50 Jahren jede Dekade von einer mehr oder weniger klaren Formensprache beherrscht, ist in der Welt des Wohnens heutzutage alles möglich und erlaubt, sind Vielfalt und Individualität gefragt. Seit der Gründung im Jahre 1954 hat man es beim Türen- und Sperrholzgroßhandel Dunklau stets verstanden, neueste Marktentwicklungen so früh wie möglich aufzugreifen, um in der Zukunft konkurrenzfähig zu bleiben.

„Der Wohnungseigentümer möchte heute mehr Einfluss auf die Gestaltung seines Wohnraumes nehmen“, sagen die Geschwister Hans Ulrich Dunklau und Anette Grotgut, die das Unternehmen in der zweiten Generation leiten. Schnell, zuverlässig und vor allem flexibel müsse man sein, um sich am Markt behaupten zu können. Im Bereich der Türen, habe sich in punkto Design enorm viel getan. Gab es früher lediglich eine überschaubare Auswahl an Gestaltungsmöglichkeiten, sind diese heute nahezu unbegrenzt. „Das Bedrucken der Türen mit mannigfaltigen Mustern oder Formen ist seit ein, zwei Jahren ein Boom“, so Dunklau.

Und das beschränkt sich nicht auf die üppigen Vorlagen – nahezu jedes Bild kann gedruckt werden, und das auf Glas und Holztüren. „Nicht selten wird das gleiche Design kombiniert, abgestimmt auf das übrige Wohnumfeld.“ Glastüren seien für eine moderne Wohngestaltung kaum mehr wegzudenken. Auch ausgefallene Varianten mit findiger Beleuchtung oder wohlriechende Türen mit integriertem Flakon, in dem ein Duftstoff nach Wahl eingefüllt werden kann, dürfen heute in keiner gut sortierten Ausstellung fehlen. Die Klassiker seien kaum mehr gefragt, Schmuck und Design dafür umso mehr. „Auf so etwas muss man natürlich reagieren“, so Grotgut. Wie sich Trends aus anderen



Wohnwelten: Die Kundschaft von heute möchte Anfassen, Visualisieren und Ausprobieren. Die Dunklau-Geschäftsführer Hans Ulrich Dunklau und Anette Grotgut ermöglichen das in ihrer Ausstellung.

Unternehmen mit Tradition

■ 1954 gründete Hans Dunklau an der Ellersiekstraße 24 eine kleine Holzhandlung für Sperrholz und Türen. Aufgrund des steigenden Bedarfs an industriell hergestellten Sperrhölzern entwickelte sich die Firma gut und 1960 entschloss sich Dunklau zum Kauf des Grundstückes am Ackerhagen, noch heute der Firmensitz. Dort ist nach mehreren Erweiterungen ein modernes Bürogebäude entstanden, eine

große Ausstellung und 15.000 m² Lagerfläche. Auf 350 Quadratmetern Ausstellungsfläche können mehr als 70 Innentüren mit Beschlägen, Haustüren, innovative Glastüren und Glasschiebetüren, sowie Parkett-, Laminatböden, Paneele oder Lichtsysteme begutachtet werden. Im Unternehmen arbeiten 20 Mitarbeiter, geführt wird es in der zweiten Generation von Hans Ulrich Dunklau und Anette Grotgut.

Sparten auch in ihrer Branche niederschlagen, machen die Geschäftsführer am Beispiel der Farbe Weiß deutlich. „Ausgelöst durch die Autoindustrie, sieht der Konsument die Farbe Weiß als zeitgemäß und modern an. Weiß macht bei uns heute mehr als 50 Prozent aus.“ Und was für Türen gilt, gilt ebenso für die anderen Bereiche, die das Unter-

nehmen Dunklau bedient. Ob Parkett, Laminat oder Paneele, auch hier müsssten Neuheiten konsequent aufgegriffen werden. In den verschiedenen Wohnwelten der 350 Quadratmeter großen Ausstellungsfläche kann man über Laminatböden ebenso schreiten, wie Schiebetüren bewegen, Klingen oder verschiedene Lichtsysteme prü-



Schritt halten: In der Dunklau-Ausstellung kann man probeweise – wie über diesen Laminatboden – über verschiedene Bodenbeläge spazieren.

FOTOS: KARL-HENDRIK TITTEL

fen. „Die Kunden wollen anfassen, visualisieren, ausprobieren, daher ist es so wichtig, ständig zu aktualisieren“, so Grotgut.

Das Gleiche gilt für das Lagerortiment. „Der Bereich wird ständig optimiert, um einen besseren Zugriff zu ermöglichen.“ Die Lagerfläche von 15.000 Quadratmetern sei notwendig, denn man wolle sich so unabhängig

wie möglich von den mitunter langen Lieferzeiten der Firmen machen und so die Kunden „just in time“ beliefern. Dies sei ein Vorteil, den die Kundschaft zu schätzen wisse. Die befände sich von Bünde aus im Umkreis von rund 80 Kilometern. „Bünde ist für uns als Standort ideal, zentral gelegen, mit guten Verkehrsverbindungen“, sagt Dunklau.