

Interview mit Andreas Breschan, CEO Hörmann Schweiz AG

# Vom kleinen Familienunternehmen zur Nummer Eins Europas

Von Karin Stei\*

**Hörmann ist aus dem Markt von Toren und Türen nicht mehr wegzudenken. Wie ist Hörmann zu dieser Position gekommen?**

Als August Hörmann 1935 seine Firma «Bielefelder Stahltüren» gründete, prägte er gleichzeitig den Leitsatz: Einen guten Namen muss man sich erarbeiten. Diesem Anspruch sind seine Nachkommen gefolgt. Auch die heutige vierte Generation hat sich Qualität, Kundennähe und Innovation verschrieben, sodass Hörmann über viele Jahrzehnte den guten Namen weiter gefestigt hat.

**Innovation ist eine Stärke der Hörmann Gruppe. Können Sie ein paar Beispiele dafür geben?**

Ein frühes Beispiel ist das in den 50er-Jahren industriell gefertigte Garagen-Schwingtor, das so genannte «Berry-Tor». Hörmann ist heute der einzige Produzent, der serienmässig Aluminiumhaustüren der Sicherheitsklassen RC3 und RC4 liefert. Und wir bieten, als einziger Hersteller auf dem internationalen Markt, Produkte und Services aus den Bereichen Wohnraum- und Haustüren sowie Objekt-türen, Verladetechnik, Industrie- und Garagentore, Schranken, Poller und Brandschutz für Private, Gewerbe und Industrie

aus einer Hand. Nachhaltigkeit in der Produktion, die Langlebigkeit und Qualität der Produkte, eine exzellente Dienstleistung und ein gutes Design zeichnen Hörmann aus. In über 30 hochspezialisierten Werken werden Produktinnovationen vorangetrieben. Durch hochautomatisierte Fertigung erreichen wir eine herausragende Produktqualität und konkurrenzfähige Preise.

**Seit wann ist Hörmann in der Schweiz präsent?**

Bereits in den 1970ern lieferte Hörmann direkt an Schweizer Baustoffhändler, unter anderem das schon erwähnte Berry-Schwing-Tor. Die Verkaufsniederlassung in Kestenholz wurde 1983 mit zwei Mitarbeitenden eröffnet. Das Sortiment bestand damals aus Garagen-Schwingtoren, leichten Garagen-Sektionaltoren und einfachen Brandschutz- und Mehrzwecktüren.

**Wie ging die Entwicklung weiter?**

Im Zuge von Produkterweiterungen und laufenden Innovationen der Hörmann-Gruppe ist das Sortiment stetig gewachsen. Man konnte immer mehr Kunden bedienen und Bauteile anbieten. Parallel dazu hat die Hörmann Schweiz AG vor Ort ein Händlernetz aufgebaut. Im Nachhinein betrachtet war dies der entscheidende Faktor für den Erfolg von Hörmann auf dem Schweizer Markt. Der Ausbau eines qualifizierten Händlernetzes hat dafür ge-

sorgt, dass in den Regionen Marktnähe entstand und flexibel auf Marktgegebenheiten reagiert werden konnte. Mit konsequenter Schulung und weiteren Innovationen hat man die Qualität des Angebots und der Montage gesteigert. Dies gilt bis heute.

**Welche Pläne haben Sie für den Schweizer Standort?**

1997 haben wir in Oensingen im Kanton Solothurn die heutige Niederlassung gebaut. Hier arbeiten rund 150 Angestellte. Das Sortiment umfasst alle Arten von Toren und Türen, Verladetechnik, Zutrittskontrollen und Zufahrtskontrollsystemen. Aufgrund des Erfolgs haben wir in Oensingen bereits viermal erweitert. Nun bauen wir den Standort weiter aus, indem wir unsere Lagerhallen fast verdoppeln. Auf zusätzlichen 4000 Quadratmetern entsteht unter anderem ein Schulungs-Center für die Ausbildung unserer Kunden, Mitarbeiter sowie für Fachkräfte im Markt. Damit wollen wir dem bevorstehenden Fachkräftemangel entgegenwirken, der uns bevorsteht. Im März haben wir mit den Arbeiten am Baugrund begonnen und die Fertigstellung wird im Sommer 2022 sein.

**Was ist der Grund für die kontinuierlichen Investitionen in der Schweiz?**

Wir schauen zuversichtlich in die Zukunft, denn wir glauben an die Stärke der Schwei-

## Ein Business-Modell und nicht nur Bauelemente

Wer im Geschäft mit Bauelementen erfolgreich sein will, braucht qualitativ hochstehende Produkte, die die Ansprüche von Architekten und Bauherren erfüllen. Lieferperformance, Ersatzteilservice und gute Beratung sind ebenfalls matchentscheidend. Wichtig ist auch die Montagequalität. Ausserdem muss der Preis konkurrenzfähig sein. Zuletzt steht auch die Nachhaltigkeit der Produkte und die Lifecycle-Betrachtung zunehmend im Fokus. Die Wahl des Herstellers will also gut überlegt sein.

Im Bereich Tore, Türen und Zufahrtskontrollsysteme bietet Hörmann seinen Kunden seit Jahrzehnten diese Qualitäten an. Das deutsche Familienunternehmen wird in vierter Generation geführt und ist Europas Nummer Eins im Markt von Toren und Türen. Als einzige internationale Herstellerin bietet die Hörmann Gruppe alle wichtigen Bauelemente aus einer Hand.

Heute präsentiert sich das Unternehmen mit 36 hochspezialisierten Produktionswerken. Über 6000 Mitarbeitende, 100 eigene Vertriebsstandorte in mehr als 40 Ländern sowie Vertriebspartner in über 50 weiteren Ländern runden die Unternehmensentwicklung ab. Für Hörmann Schweiz AG sind rund 150 Mitarbeiter tätig. Vom Firmensitz in Oensingen aus vertreibt das Unternehmen die

ganze Palette der Hörmann Produkte im ganzen Land.

Zur Sicherstellung von Marktnähe und Reaktionsfähigkeit setzt Hörmann Schweiz auf ein Netzwerk qualifizierter Partner in allen Regionen. Das Hörmann-Partner-Konzept ist etwas Besonderes: Den Partnern wird neben einem in der Branche einmaligen Sortiment ein erfolgreiches Geschäftsmodell geboten. Zudem sorgt das Marketing von Hörmann dafür, dass Vertriebspartner von einer starken Marke und einer grossen Bekanntheit profitieren. Vertriebs- und Marketingmassnahmen werden im Unternehmen für die Fachbetriebe konzipiert und auf Wunsch auch gleich abgewickelt.

Ein weiterer Baustein für den Erfolg bildet die Hörmann-Akademie, wo sich die Vertriebspartner zu zertifizierten Fachpartnern ausbilden können. Daneben hilft ihnen ein modernes Showroom-Konzept, sich professionell präsentieren und Interessenten überzeugend beraten zu können. Zudem werden die Partner durch Fachspezialisten- und Kundenberatungsteam unterstützt. Eine spezielle Architektenberatung bringt Partner auch bei komplexen Bauvorhaben von Anfang an in Pole Position.

Wer Hörmann-Partner werden möchte, findet weitere Informationen auf [www.hoermann.ch](http://www.hoermann.ch) oder auf Anfrage per E-Mail [info@hoermann.ch](mailto:info@hoermann.ch)

Wer bei Türen, Toren, Antrieben und Verladetechnik Wert auf Qualität und Innovation legt, der kommt an Hörmann nicht vorbei. Vor 85 Jahren in Deutschland gegründet, hat sich die Hörmann Gruppe zum Marktführer für spezielle Bauelemente in Europa entwickelt. Auf dem Schweizer Baumarkt agiert Hörmann seit den 1970ern. Das Baublatt hat mit Andreas Breschan, dem CEO der Hörmann Schweiz AG, über die Vergangenheit und Zukunft des Unternehmens gesprochen und darüber, welche Vorteile der Familienbetrieb Mitarbeitern und Kunden bietet.

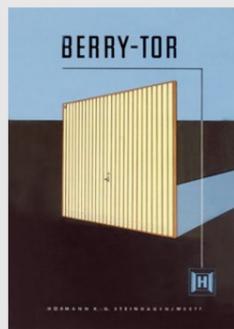
**1935:** August Hörmann lässt die «August Hörmann Bielefelder Stahltüren» im Handelsregister eintragen. Sein Sohn Hermann wird 1938 Miteigentümer. Produktion in gemieteten Hallen der Bielefelder Kammerich Werke, 1936.



**Bis 1945:** Produktion von Toren und Türen aus Stahl.



**1952:** Die ersten Berry-Tore werden produziert und ausgeliefert.



**1957:** 25 000 produzierte Berry-Tore.



**1964:** Aufbau einer eigenen Vertriebsorganisation über Niederlassungen und an Fachhändler in ganz Deutschland.



**1969:** Das millionste Berry-Tor.



**1983:** Gründung Hörmann Schweiz AG in Kestenholz.



**1997:** Neubau Hörmann Schweiz, Oensingen.



**1999:** 1 000 000 produzierte Stahl-Feuerschutz-türen. Werk in Freisen (D).



zer Bauwirtschaft. Zum einen aufgrund von unseren Stärken, zum anderen wegen der Qualifikationen unserer Partner. Es ist überaus wichtig, dass unsere Produkte verlässlich verfügbar sind. Die Termine werden immer kürzer und die Vielfalt der Produkte immer grösser. Wir benötigen den Platz, um leistungsfähig zu bleiben. Auch im Ersatzteilgeschäft ist es wichtig, dass die Ware verfügbar ist.

**Wie hat sich die Corona-Krise auf Ihre Arbeit und den Verkauf ausgewirkt?**

Am wichtigsten war uns eine gute Kommunikation mit den Mitarbeitenden und Vertriebspartnern, um ihnen Sicherheit zu geben und über die weiteren Schritte zu informieren. Wir haben sehr schnell, wo immer es ging, auf Home-Office umgestellt und es immer geschafft 100 Prozent operativ zu bleiben. In unserer Niederlassung halten wir strikte Distanzregeln und Hygienemassnahmen ein. Beim Absatz haben wir festgestellt, dass der Endverbraucher etwas zurückhaltender geworden ist, im Frühjahr 2020 wurden vorübergehend weniger Garagentore und Haustüren bestellt. Im Industrie- sowie im öffentlichen Sektor wird sich ein gewisser Rückgang wohl erst mittelfristig bemerkbar machen. Insgesamt sind wir aber optimistisch.

**Was macht Hörmann so attraktiv für die Vertriebspartner?**

Hörmann bietet als einziger Lieferant so viele Produkte aus einer Hand. Hörmann ist eine starke Marke und betreibt ein intensives Branding. Wir legen grossen Wert auf einen funktionierenden Vertrieb, eine fundierte Ausbildung sowie einen schnel-



Spatenstich zur Erweiterung des Standortes Oensingen (v.l.n.r.): Andreas Affolter (Leiter Bau, Gemeinde Oensingen), Fabian Gloor (Gemeindepräsident von Oensingen), Peter Geiser (Stellvertretender CEO Hörmann Schweiz), Andreas Breschan (CEO Hörmann Schweiz), Marco Christen (CEO Hörmann Oensingen), Oliver Suter (Bauherrenvertreter) und Markus Kobel (Planungsbüro bfo).

len und guten Service und ein umfangreiches Ersatzteilwesen. Uns unterscheidet von anderen Herstellern, dass wir unseren Partnern nicht nur die Produkte anbieten, sondern im Grunde ein Business-Modell, das ihnen ermöglicht, in der Branche erfolgreich zu sein. (Mehr dazu in der Box «Ein Business-Modell und nicht nur Bauelemente» auf Seite 45.)

**Ausbildung bedeutet auch Ausbildung der Vertriebspartner?**

Genau, Qualität entsteht mit Wissen, mit Praxiserfahrung. Wenn die am Prozess Beteiligten intensiv geschult werden, dann gelingt auch die einwandfreie Endmontage. Darauf setzen wir sehr stark, um eine perfekte Dienstleistung anbieten zu können und so den Endkunden zu begeistern.

**Welche weiteren Gründe gibt es für Hörmann noch, sich für Hörmann zu entscheiden?**

Der Kunde hat heute erhöhte Ansprüche an die Qualität, Beratung, Montage und an den Service. Hörmann und seine Vertriebspartner erfüllen diese Ansprüche und dies zu einem attraktiven Preis-Leistungsverhältnis.

**Um das Thema Fachkräftemangel aufzugreifen: Wie attraktiv ist Hörmann als Arbeitgeber?**

Wir gehen immer vorwärts, bieten Perspektiven, sind innovativ und ermöglichen unseren Mitarbeitenden ein Umfeld, in dem sie sich entfalten können, natürlich mit allen modernen Zusatzleistungen. Das beweist auch das Qualitätslabel «Friendly Work Space» mit dem Hörmann seit 2015 ausgezeichnet wird. Das Label steht für eine erfolgreiche Umsetzung von betrieblichem Gesundheitsmanagement (BGM) und für das systematische Engagement für gute Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden. Die Beurteilung und die Labelvergabe erfolgen durch die Gesundheitsförderung Schweiz. Ausserdem bieten wir jungen Menschen attraktive Entwicklungsperspektiven und Karrierechancen, indem wir den Fokus auf eine qualifizierte Ausbildung legen.

**Wie bewerten Sie selbst als CEO Ihr Arbeitsumfeld?**

Für mich ist es sehr angenehm in einem Familienunternehmen zu arbeiten, welches seit Generationen besteht. Werte spielen bei der Hörmann-Gruppe eine grosse Rolle, ohne den Innovationsgeist zu vernachlässigen. Kurze Entscheidungswege erleichtern die Arbeit. Ich bin seit acht Jahren bei Hörmann tätig und an keinem einzigen Tag war es mir langweilig. Es gibt noch viele Projekte, auf die ich mich freue. Mit der Unternehmerfamilie Hörmann stehe ich in sehr gutem Einvernehmen, sie schenken mir viel Vertrauen und sind immer offen für gute Ideen. ■

\* Dieser Artikel entstand in Zusammenarbeit mit Hörmann Schweiz.

**Hörmann weltweit**

- 1961: Hörmann Belgium, Hörmann Nederland
- 1979: Hörmann UK
- 1982: Hörmann France
- 1983: Hörmann Schweiz
- 1984: Hörmann Austria
- 1986: Hörmann Danmark
- 1990: Hörmann Italia
- 1991: Hörmann Hungaria
- 1992: Hörmann Polska
- 1994: Hörmann Espana
- 1997: Hörmann Česka Republika, Hörmann Russia
- 1998: Hörmann Svenska
- 1999: Hörmann Norge, Hörmann Ukraine
- 2001: Hörmann USA, Hörmann Lietuva, Hörmann Romania
- 2002: Hörmann Portugal
- 2004: Hörmann Slovenska Republika, Hörmann Türkiye
- 2005: Hörmann Bulgaria, Hörmann Eesti
- 2008: Hörmann India, Hörmann Kazakhstan, Hörmann Middle East, Hörmann Serbia
- 2009: Hörmann Hellas, Hörmann Hrvatska
- 2011: Hörmann Maroc, Hörmann Mexico, Hörmann Vietnam
- 2012: Hörmann Belarus
- 2013: Hörmann Malaysia, Hörmann Korea
- 2020: Hörmann Slovenija

**2004, 2008 und 2014:**

Ausbau von Lagerhalle, Produktion und Bürogebäude.



**2006:**

1 000 000 produzierte Garagen-Sektionaltore.



**2008:**

3 000 000 produzierte Stahl-Innentüren. Stahltürenproduktion Werk Freisen (D).



**2009:**

– 100 000 produzierte Industrie-Rolltore.  
– 2 000 000 Garagen-Sektionaltore.

**2010:**

– 10 000 000 produzierte Berry-Schwingtore.



**2011:**

3 000 000 Garagen-Sektionaltore.



**2013:**

5 000 000 produzierte Antriebe. Automatisierte Fertigung im Werk Antriebstechnik.



**2015:**

– Verkaufsstart vom Türantrieb PortaMatic und Holz-Innentüren.  
– Eröffnung Hörmann Forum (Bild).

