

BM Spezial

Innenausbau / Möbel / Bauelemente

Sonderausgabe 2025

Bauelemente, Komponenten und Zubehör

/ *Pivot- und Designtüren – ab Seite 10*
Die besondere Drehachse

/ *Fenster, Haustüren, Beschläge – ab Seite 42*
Neu- und Weiterentwicklungen

/ *Fuhrpark-Marktübersicht – ab Seite 64*
Alle 3,5-Tonner im Überblick



Fotos: Köster Aluminium

/ Köster Aluminium setzt Haustüren gekonnt in Szene: Die Fachhandelspartner gewannen einen positiven Eindruck von der neuen Bildsprache der diesjährigen Edition, wie hier dem Hero-Motiv der Design-Serie.

Köster Aluminium setzt auf Teamgeist und einen neuen Markenauftritt

Jetzt geht es richtig los

Köster Aluminium feiert in diesem Jahr sein 25-jähriges Bestehen. Nach einem Führungswechsel und der Neuausrichtung präsentiert sich das Unternehmen mit neuem Markenauftritt, nachhaltigen Produktionsmethoden und innovativen Türdesigns. Mit klarer Markenbotschaft, wachsendem Vertrieb und der Erschließung neuer Märkte bleibt es auf Erfolgskurs. BM-REDAKTEUR STEFAN KIRCHNER

Köster Aluminium aus Iserlohn hat sich als mittelständischer Hersteller von Haustüren einen Namen gemacht. Die 13 000 m² große Produktion ist ungewöhnlich auf drei Etagen verteilt, und der Maschinenpark arbeitet noch nicht auf Hochtouren, aber die Zeichen stehen gut. Hinzu kommt eine Produktionsfläche von 3 500 m² im hessischen Schauenburg-Breitenbach, wo etwa 12 000 Haustürfüllungen pro Jahr von 25 Mitarbeitenden hergestellt werden. Die Füllungen werden nicht verkauft, sondern dienen bislang nur der eigenen Haustürherstellung.

Die Produktionszahlen sind beachtlich: Jährlich werden rund 600 t Profile und 400 t Bleche verarbeitet. Aktuell werden ca. 12 000 Haustüren jährlich gefertigt. Im Geschäftsjahr 2024/2025 lagen die Zahlen aus diversen Gründen unter den im Vorjahr erreichten

34,5 Mio. Euro. Allerdings ist seit der Neuausrichtung des Unternehmens in den vergangenen Monaten wieder ein Aufschwung spürbar.

Neuer Spirit nach Führungswechsel

Mit dem Wechsel in der Geschäftsführung im Oktober 2024 setzt Köster auf neue und bewährte Stärken. Ralf Stolte hat als Geschäftsführer den „alten Spirit“ im Unternehmen wiederbelebt. Im Mittelpunkt steht die Belegschaft: Rund 200 Mitarbeitende sind das Rückgrat des Unternehmens, ihre Motivation und Qualifikation gelten als Schlüssel zum Erfolg. Ralf Stolte und sein Team haben zunächst einmal klare Strukturen geschaffen, die Unternehmensabläufe analysiert und entsprechend optimiert sowie die interne Kommunikation verbessert.

Außerdem bindet er die Mitarbeitenden aktiv

in die Weiterentwicklung des Betriebs ein. Für Ralf Stolte, der das Unternehmen mit aufgebaut hat, war und ist die Haustüren-Broschüre der Edition der ausschlaggebende Faktor, welcher zum Erfolg geführt hat. Neben den hohen Qualitätsansprüchen überzeugt Köster mit einer übersichtlichen Auswahl an Haustüren sowie einer komprimierten Preisliste und dem benutzerfreundlichen Konfigurator. Das Gesamtpaket kam bei den Fachhandelspartnern so gut an, dass der Betrieb dadurch kontinuierlich gewachsen ist.

Neuer Markenauftritt, neues Logo

„Wir wollten weg vom grauen Image und uns absetzen vom Wettbewerb, mit einem kräftigen Farbverlauf von Dunkelblau zu einem satten Rotton. Rot sorgt für Aufmerksamkeit und Blau steht für Sicherheit. Das passte einfach



/ Kerstin Goj, Marc Hinners und Ralf Stolte (v. l.) gaben BM-Redakteur Stefan Kirchner Einblicke in das neu strukturierte Unternehmen.



/ Zum 25-jährigen Firmenjubiläum waren bereits am Vormittag zahlreiche Gäste zur Werksbesichtigung am Hauptstandort in Iserlohn gekommen.



/ Einer der besten Skispringer der Welt, Karl Geiger, ist für die nächsten zwei Jahre der neue Markenbotschafter von Köster Aluminium.



/ Neuer Markenauftritt, neues Logo: Auf der Homepage sind die Hero-Motive, der kräftige Farbverlauf und das neue einprägsame Logo präsent dargestellt.

perfekt zu unseren Haustüren“, so Marketingleiterin Kerstin Goj. Auch das Logo wurde verändert, grafisch reduziert und mit einem Claim versehen. „Wir bewegen uns in der Innen- und Außenwelt. Um den nahtlosen Übergang zu schaffen, bedarf es passender Brücken. Diese Brücken sind unsere Türen. Deshalb haben wir ein sehr einprägsames Logo entworfen, das in Bauzeichnungen die Tür darstellt, und so stilistisch verändert, dass es die Brücke zwischen den Welten widerspiegelt“, erklärt Kerstin Goj.

Neuer Markenbotschafter: Karl Geiger

Auch ein neues Gesicht steht jetzt bei Köster als Markenbotschafter parat: der Skiflug-Weltmeister von 2020 und deutscher Skispringer Karl Geiger. Den Auftakt der Zusammenarbeit bildete Geigers Besuch beim 25-jährigen Jubiläum von Köster Aluminium in Menden im Sauerland. Seiner Familie gehört seit Jahrzehnten eine große Zimmerei in Oberstdorf. Karl Geiger kombinierte später den Leistungssport mit einem Studium für Energie- und Umwelttechnik. Somit schließt sich auch der Kreis zu Köster.

Nachhaltigkeit auf die Fahne geschrieben

Alle Profile, die Köster von Wicona by Hydro verarbeitet, sind mit dem größtmöglichen

Anteil an recyceltem Aluminium „Hydro Circal“ hergestellt. Das wird auch durch das Zertifikat von „Wicona by Hydro“ deutlich. Aus Nachhaltigkeitsgründen werden die Haustüren unverpackt auf den eigenen 14 Lkw mit festangestellten Fahrern ausgeliefert.

Mit Hero-Motiven Emotionen wecken

Jedes Jahr bringt Köster eine neue Edition heraus. Die Edition 2025 beinhaltet acht Türserien. Seit diesem Jahr werden die Türen pro Serie in Form von sogenannten Hero-Motiven als Titelmotive dargestellt, die z. B. auch auf der Fahrzeugflotte von Köster zu sehen sind. Die neue, farbenfrohe Bildsprache setzt die Haustüren gekonnt in Szene und zeigt sowohl die Außen- als auch die Innenansicht der Tür. „Wir stellen gerade fest, dass der Kunde wieder viel Wert auf das Design legt. Da treffen wir mit unserer neuen Bildsprache absolut den Nerv der Zeit“, so Ralf Stolte. Um die Vielfalt der Türen auch für Fachhändler und Endkunden angemessen aufzubereiten, wird der Türen-Konfigurator kontinuierlich erweitert. „Unser Konfigurator ist ein voller Erfolg. Ein Großteil der Bestellungen erfolgt mittlerweile über den Konfigurator“, erklärt Ralf Stolte. Auch die noch recht neue Haustürkollektion Woodline kommt laut Prokurist Marc Hinners beim Kunden sehr gut an. Mit Woodline hat

das Unternehmen erstmals auf eine Serie gesetzt, bei der das Thema Holz im Fokus steht, ohne dass dafür ein Baum gefällt werden muss. Der Schlüssel zu der authentischen Optik ist das Sublimationsverfahren, das die Holzoptik mit der Robustheit einer Pulverbeschichtung verbindet.

Doch auch elektronische Komponenten wie motorische Verriegelungen und Finger-Scanner oder Code-Systeme stehen bei den Kunden weit oben auf der Wunschliste.

Die Segel sind gesetzt – volle Fahrt voraus

Köster wird 2026 das erste Mal auf der Fensterbau Frontale ausstellen. Wie es dazu kam, fasst Ralf Stolte in klare Worte: „Es ist genau die richtige Zeit dafür. Wir haben uns neu strukturiert, und das wollen wir zeigen.“ In Halle 5, Stand 325 zeigt Köster exklusive Haustüren und sein Dienstleistungsspektrum. Mittelfristig will Köster auch in der Schweiz, in Belgien und in Österreich den Markt neu aufbauen bzw. vertiefen sowie Bestandskunden zurückholen, neue Kunden gewinnen und Partnerschaften weiter ausbauen. ■

Köster Aluminium
58636 Iserlohn
www.koester-aluminium.de