



Alfred Brack (zweiter von rechts) und sein Sohn Matthias (zweiter von links) konzentrieren sich mit ihrem engagierten Team erfolgreich auf den Bau von Wintergärten

# Mit Wintergärten auf Erfolgskurs

Vor gut einem Jahrzehnt hat sich die Schreinerei Brack auf Wintergärten spezialisiert. Jetzt gewann das Allgäuer Unternehmen für sein überzeugendes Marketing-Konzept den zweiten Preis beim Thalhofer-Wettbewerb 2005.

Die Geschichte der Schreinerei Brack begann vor über hundert Jahren: 1904 gründete Otto Brack in Altusried bei Kempten eine Wagnerei. Sohn Franz betrieb später zusätzlich ein Ski- und Sportgeschäft und kümmerte sich außerdem um das Bestattungswesen. In der dritten Generation übernahm Schreinermeister Alfred Brack 1976 die Leitung des Handwerksbetriebes. Sein Rundum-Angebot umfasste sämtliche Schreinerarbeiten, vom Möbel- und Innenausbau über Fenster und Türen bis zur Einrichtung von Gaststätten, Büros und Praxen.

Im Rückblick erweist sich der Bau der ersten Wintergärten (1992) als Ausgangspunkt für eine strategische Neuausrichtung. Zwei Jahre später begann Alfred Brack außerdem mit der Eigen-

entwicklung von Holz-Alu-Wintergärten – ein neues Kapitel in der Firmengeschichte war aufgeschlagen. Seit nunmehr gut zehn Jahren hat sich das Unternehmen auf die Herstellung der »Wohnzimmer im Grünen« spezialisiert. Heute produziert die Schreinerei Brack mit acht Mitarbeitern auf 1200 m<sup>2</sup> Werkstatt- und Lagerfläche in zwei Ebenen Wintergärten, hauptsächlich in Holz-Alu-Konstruktion. Das Komplettangebot umfasst alles

von der Planung (seit 2000 verfügt Brack über ein hauseigenes Planungsbüro) und der Einholung der Baugenehmigung über die Ausschreibung sämtlicher Gewerke (Maurer, Heizungsbauer, Flie-

senleger, Elektroinstallateur, Maler) und die Fertigung im eigenen Haus bis hin zur Einrichtung des neuen oder renovierten Wintergartens. Der Kunde hat es dabei immer nur mit einem Ansprechpartner zu tun. Als erfahrener Spezialist weiß Brack auch für knifflige Probleme wie zum Beispiel zweistöckige Wintergärten mit Glasboden oder spezielle Bauanschlüsse überzeugende Lösungen anzubieten. Zum Programm gehören außerdem Fenster und Türen, Haustüren, Sonnen- und Insektenschutz sowie Innenausbau.

Seit 2004 unterstützt Matthias Brack, Schreinermeister, Holztechniker und Betriebswirt, seinen Vater Alfred Brack in tatkräftig der Unternehmensleitung. Im selben Jahr nahm die Schreinerei ein neues Büro- und Ausstellungsgebäude in Betrieb in Gestalt eines zweistöckigen Wintergartens in Betrieb. Hier können der Wintergarten-Spezialist und einige seiner Partner ihren Kunden alles rund ums Thema zeigen.

In jüngster Zeit hat das Unternehmen seinen optischen Auftritt völlig neu gestaltet. Das Logo überzeugt durch seine Originalität und, auch der schwarz-weiß Version, schnell wiederzuerkennen. Das typische Brack-Grün findet sich in allen farbig gestalteten Werbemitteln, vom Hausprospekt über Flyer, Anzeigen und Werbe-Kugelschreiber bis zum vorbildlich gestalteten Internet-Auftritt ([www.brack-wintergarten.de](http://www.brack-wintergarten.de)).

Bei der bevorzugten Zielgruppe – Kunden über 50, die das Häusle abbezahlt haben und sich nun den Luxus eine Wintergartens leisten können und wollen – ist das Unternehmen damit weit über seinen Firmensitz im Allgäu hinaus zum Begriff geworden: Zwar kommt der Großteil

der Aufträge aus einem Umkreis von 80 km um Altusried (Alfred Brack: »In fast jeder Gemeinde im Allgäu steht ein Referenzobjekt«). Doch hat sich die Kompetenz des Spezialisten inzwischen bis in



Ganz oben und oben: Vorher/nachher: Mit diesem Bildpaar haben die Bracks schon viele potenzielle Kunden von den Vorteilen eines Wintergartens überzeugt



Das Büro- und Ausstellungsgebäude steht für »Wintergärten« und den neuen Auftritt von Brack

die Großräume München und Stuttgart herumgesprochen.

Und wohin soll die Reise gehen? »Der Ausbau und die Festigung unserer

Marktposition sind unsere Hauptziele, so Geschäftsführer Matthias Brack. »Dazu streben wir ein kontinuierliches Wachstum an. Außerdem werden wir

den Service-Anteil bei unseren Aufträgen immer weiter ausbauen und dies unseren Kunden gegenüber als besondere Leistung darstellen.« *HWW*

## Thalhofer-Preis: Lohn für Innovation

Das Schreinerhandwerk durchlebt einen grundlegenden Strukturwandel. Vor diesem Hintergrund schreiben der Fachverband Schreinerhandwerk Bayern (FSH) und die Georg Thalhofer OHG seit 2004 den Thalhofer-Preis aus.

Der Innovationspreis für das bayerische Schreinerhandwerk ist mit 20 000 Euro dotiert. Teilnahmeberechtigt sind die rund 4000 Mitgliedsbetriebe der bayerischen Schreinerinnungen, aber auch Einzelpersonen und Innungen. Gestiftet wird der Preis von der Holzhandlung Georg Thalhofer, Deisenhausen. Sie will damit innovative Entwicklungen stärken, die zu einer Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit führen können.

»Positionierung eines Schreinerbetriebes im Markt und das darauf aufbauende Zielgruppenmarketing«, lautete das Thema des Wettbewerbs 2005. In diesem Jahr geht es um »Viel PR für wenig Geld – Schreinerhandwerk in den Medien«. Einsendeschluss ist der 31. Dezember 2006. Weitere Informationen und die Anmeldeunterlagen gibt es unter [www.schreiner.de](http://www.schreiner.de), Schreinerservice