

Corporate Identity

Der ELBAU GmbH als Handout

Leitbild

Kombination von Tradition und Moderne, Vielfalt in einer offenen Gesellschaft und soziale und ökologische Verantwortung.

Corporate Identity

Behaviour

Forschung und Entwicklung:

- Stetige qualitative und ökologische Verbesserung der Produkte
- Ermöglichung der Massenproduktion, um jedem Betrieb Fenster und Haustüren mit einem angemessenen Preis zu ermöglichen

Personalpolitik:

- Ein neues Organigramm bricht die hierarchische Struktur auf und ermöglicht Mitarbeitern einen Einfluss auf die Produkt- und Unternehmensgestaltung zu nehmen.
- Das Team aus Mitarbeitern, Abteilungsleitern und der Geschäftsführung ergänzt sich in seinen Fähigkeiten und lernt voneinander.
- Eine neue eigenständige Personalabteilung ermöglicht es, den Fokus auf die Stimmung und Auslastung der Mitarbeiter zu legen. Dadurch können Familie und Arbeit in Einklang gebracht werden.
- Duzen

Angebotsverhalten:

- Der Fokus auf zwei Produktfeldern, bei einem Unternehmen der Größe, vereint die Vielfalt mit der Expertise und fachlichen Kompetenz
- Das Hauptaugenmerk wird auf individuelle Wünsche gelegt.

Preisgefüge:

- Die Preise der ELBAU GmbH liegen im oberen Mittelfeld und bieten dadurch die Mittel einen fortlaufenden qualitativen Standard bei jedem Fenster und jeder Haustür, egal ob Serienfertigung oder Einzelstück einzuhalten

Kontakt zum Kunden:

- Moderne Kommunikation über Telegram und Whatsapp für Businesses

Design

Produkte:

- Im Vordergrund steht die Kombination von schickem, modernem Design mit altdeutscher Handwerkskunst.
- Auch werden nachhaltige Rohstoffe integriert, welche nicht von deren traditionellen Alternativen zu unterscheiden sein sollen, um zu zeigen, dass nachhaltig auch schön sein kann.

- Durch die hauptsächliche Vermeidung von Farben, wird der Werkstoff einfacher recycelbar und sticht durch sein rustikales Aussehen heraus. Die Qualitativen Arbeiten müssen nicht unter Farbe versteckt werden.

Unternehmen:

- Gebäude ist selbstverständlich mit eignen Fenster- und Haustürelementen bestückt. Dadurch wird die eigene Arbeit beworben.
- Weiter setzt es auf Grüntöne und Holzfarben, welche Naturverbundenheit suggerieren. Hauptsächlich findet sich dies in den Möbeln wieder, die im Unternehmen stehen, da ja versucht wird auf Farben zu verzichten.

Communication

- Unternehmensleitung offen für Gespräche und Vorschläge von Mitarbeitern
- Jeder Wochenanfang Betriebssitzung (Klärung von Zielen und Problemen bzw. Lösungswegen)
- Duzen (familiäres Klima, weniger Hierarchiegefühl)
- Moderne Kommunikation über Telegram und WhatsApp for Businesses
- Hohe Neubaurate in Lingen

Werbung:

- Logo und Slogan auf dem Fuhrpark (kostengünstige Werbung mit angemessener Reichweite)
- Kinobewerbung im Filmpalast Cineworld (Regionalität und angemessener Kundenkreis)
- Internet Plattform → Vorstellung von Unternehmen und Produktangebot (Kontakt zu Kunden, kein Shop)
- Anzeigen in Zeitung → neue Innovationen der Produkte (NOZ suggeriert Kundennähe, regionaler Service)
- Broschüren → Vorstellung der Produkte (attraktives Angebot mit gutem kundennahem Service)

Verkaufsförderung/PR:

- Energiemesse Osnabrück → Bewerbung der Energieeinsparungsprodukte (ca. März jedes Jahr)

Event:

- Einen Tag "von der Erfindung des Fensters bis zum Superenergiesparhaus" (Eltern und Kinder lernen Geschichte des Fensters/der Tür und Entstehung des Unternehmens)

Sponsoring:

- Neuer Trikotsatz für die HSG Lingen (Nähe zur Region, soziales Engagement)

Culture

Ökologie und soziales, friedliches Miteinander in der Region ist Ziel für eine gelungene Zukunft. Nur das Produzieren von Produkten reicht denen nicht aus. Sie wollen auch einen Beitrag zur Gesellschaft leisten. Im Zusammenhang der Digitalisierung und weiter Entwicklung im Rahmen der Industrialisierung 4.0, möchte das Unternehmen sich modernisieren und ein guter Arbeitgeber bleiben/werden, bei dem Maschine und Mensch Hand in Hand arbeiten. Angestellte, die durch Roboter substituiert werden, sollen umgeschult werden, damit sie weiterhin beschäftigt werden können.

Es wird um Fachkräfte gerungen. Deswegen garantieren sie eine Übernahme nach der Ausbildung. Bereits Eingestellte und auch zukünftige Mitarbeiter sollen die Möglichkeit haben sich im Unternehmen verwirklichen zu können.

Zusätzlich beschäftigt die ELBAU GmbH das größte Problem der heutigen Zeit: der Klimawandel. Sie wollen als ökologisches Vorbild voran gehen und aufzeigen das Klimaneutral nicht gleich hässlich sein

muss, sondern durch außerordentliches Design hervorstechen kann. Ziel ist es zeitnah CO₂ neutral zu werden.

Image

(Prognose)

Die Unikate werden von den Kunden für ihre hohe Qualität geschätzt, was sich im Preis widerspiegelt, sodass kleine Betriebe sich Fenster und Haustüren nach Kundenwünschen nicht unbedingt leisten können. Das Bewusstsein von Ökologie wird wahrgenommen.