



Die Zukunft im Sinn

Nicht nur Technologieanbieter, sondern auch Büromöbelhersteller und Büroeinrichter stellt die digitale Transformation vor neue Herausforderungen. Dr. Jochen Ihring, Geschäftsführer der Dauphin HumanDesign Group GmbH & Co. KG und Sprecher des Geschäftsführungsteams, erläutert, wie das Unternehmen den Anforderungen neuer Arbeitswelten gerecht wird und welche Entwicklungen künftig noch stattfinden werden.

FACTS: Der aufgrund der Digitalisierung stattfindende Wandel der Arbeitswelt beinhaltet ein hohes Potenzial für den Büromöbelmarkt, denn neue Einrichtungskonzepte sind gefragt. Bringt er aber auch Nachteile mit sich?

Dr. Jochen Ihring: Wie jeder Wandel bringt auch dieser sowohl Chancen als auch Risiken mit sich. Der Fokus auf offene Bürolandschaften zeigt, dass sich unsere Zusam-

menarbeit grundlegend ändert, und es ist positiv zu bewerten, dass Unternehmen kreative Wissensarbeit fördern und die Chancen teamorientierten Arbeitens für sich nutzen möchten.

Die Umstellung von einem traditionellen auf ein modernes Büroraumkonzept ist allerdings eine Herausforderung, für die der Rat vom Fachmann unerlässlich ist, der den individuellen Bedürfnissen eines Unternehmens Rechnung



„Die Dauphin HumanDesign Group liefert Komplettlösungen für moderne Arbeitswelten. Dabei bilden unsere Marken mit ihren individuellen Schwerpunkten ein perfekt aufeinander abgestimmtes Vollsortiment.“

DR. JOCHEN IHRING, Geschäftsführer der Dauphin HumanDesign Group GmbH & Co. KG und Sprecher der Geschäftsführung

Fünf Jahrzehnte dabei und kein bisschen müde

Auch Firmengründer Friedrich-Wilhelm Dauphin, Vorsitzender des Gesellschafterausschusses und Berater im Unternehmen, stand FACTS für ein Kurzinterview zur Verfügung und zog im Jubiläumsjahr sein Fazit zu 50 Jahren Marktpräsenz.

FACTS: Wie würden Sie „50 Jahre Dauphin“ auf den Punkt bringen?

Friedrich-Wilhelm Dauphin: Etwa so: 50 Jahre tolle Erlebnisse und Erfahrungen, verbunden mit viel Spaß beim Aufbau der Marke Dauphin.

FACTS: Was waren die Highlights in der Firmengeschichte?

Friedrich-Wilhelm Dauphin: Der Aufbau von Dauphin und unserer weiteren Marken Bosse, Züco und DAUPHIN HOME waren besondere Ereignisse. Durch Firmenkäufe und Produktergänzungen bieten wir nun ein Vollsortiment im mittleren bis oberen Marktsegment.

FACTS: Was ist die treibende Kraft der Marke Dauphin?

Friedrich-Wilhelm Dauphin: In der Vergangenheit war dies meine Frau Elke Dauphin, die wir alle sehr vermissen. Sie hat insbesondere das Design bei Dauphin sehr stark geprägt. Auch über das Unternehmen hinaus hat sie sich in diesem Bereich engagiert und wurde dafür sogar mit dem Bundesverdienstkreuz am Bande ausgezeichnet. Im Moment setzen wir nun eine neue Ausrich-

tung in ihrem Sinne um. Auf der technischen Seite hat sicherlich die Entwicklung unserer ersten Synchronmechanik den Drehstuhlsektor nachhaltig geprägt.

FACTS: Welche Pläne und Visionen haben Sie noch für die Unternehmensgruppe?

Friedrich-Wilhelm Dauphin: Wir werden in Zukunft das gesamte Unternehmen weiter ausbauen. Ganz aktuell freuen wir uns erst einmal auf die positiven Reaktionen des Markts auf alle Neuheiten unserer Marken, die wir bei der Orgatec 2018 vorgestellt haben.



trägt. In eine solche Planung sollten auch die Mitarbeiter einbezogen werden, damit alle von der Umstellung profitieren und sich in der neuen Umgebung wohlfühlen. Denn das ist letztlich die Voraussetzung für Motivation und Leistungsfähigkeit. Die Dauphin HumanDesign Group ist ein Partner für ganzheitliche Konzepte. Das sieht man an den im vergangenen Jahr auf der Orgatec präsentierten Produkten, die sämtliche Facetten moderner Bürowelten berücksichtigen. Insbesondere in den Bereichen Akustik und Mittelzonengestaltung haben wir in diesem Jahr intelligente Lösungen wie „Dauphin Reefs“ und den „Bosse human space cube 4.0“ präsentiert.

FACTS: Herr Dr. Ihring, wie schafft es die Dauphin-Gruppe, sämtlichen Anforderungen heutiger Arbeitsumgebungen zu entsprechen?

Dr. Ihring: Die Dauphin HumanDesign Group liefert Komplettlösungen für moderne Arbeitswelten. Dabei bilden

unsere Marken mit ihren individuellen Schwerpunkten ein perfekt aufeinander abgestimmtes Vollsortiment. Mit dem Raum-in-Raum-System „Bosse human space cube“ und dem modularen Möbelsystem „Bosse modul space“ werden Räume intelligent strukturiert. Dauphin liefert ein einzigartiges Spektrum ergonomischer Sitzlösungen für den Büro-, Objekt- und Industriebereich, Trendoffice spricht jüngere Menschen an, denen hochwertige Arbeitsmittel wichtig sind, und Züco steht für Sitzmöbel in hochwertigem Design.

FACTS: Können Sie uns diese Besonderheiten ausführlicher erläutern?

Dr. Ihring: Neben dem gemeinsamen Anspruch, Arbeitswelten ganzheitlich zu denken und auszustatten, hat jede Marke der Dauphin-Gruppe ihre individuelle Expertise. Die Marke Dauphin zeichnet sich im Bereich der ergonomischen Bürostuhltechnik insbesondere durch ihre anspruchsvollen Mechaniken aus. Dank ihnen lassen sich ▶



► Stühle für Einzelarbeitsplätze bis ins kleinste Detail an ihren Besitzer anpassen; an Wechselarbeitsplätzen ist die schnelle, intuitive Anpassung möglich, ohne auf ergonomisches Sitzen zu verzichten. Eine Reihe an Patenten zeigt, dass wir hier immer an der Spitze der Produktentwicklung bleiben. Der neue „Bosse human space cube 4.0“, den wir auf der Orgatec präsentiert haben, stellt Technologie in den Mittelpunkt. In puncto Akustik, Beleuchtung und Belüftung setzen wir hier Benchmarks und auch das Design mit seinen riesigen, ununterbrochenen Glasflächen ist absolut einzigartig. Züco repräsentiert die Liebe zu Design, Handwerkskunst und hochwertigen Materialien: Die zeitlose Ästhetik wertet Räume von Lounges über Lobbys bis hin zu repräsentativen Büros auf. Trendoffice wendet sich an eine urbane, budgetbewusste Zielgruppe, die Wert auf kurze Lieferzeiten, Ergonomie, Design und Nachhaltigkeit legt. So können wir für jede Herausforderung moderner Arbeitswelten gemeinsam die passende Lösung entwickeln.

FACTS: Wie sehen Sie die Positionierung der Dauphin-Gruppe im Markt?

Dr. Ihring: Mit 50 Jahren Erfahrung und technischer Expertise sind wir einer der führenden Büroausstatter Europas. Wir gewährleisten mit ganzheitlich konzipierten Produkten und Services die ergonomische Ausstattung von modernen Arbeitswelten. Unsere Office- und Ergonomieexperten unterstützen und beraten dabei umfassend.

FACTS: Konsumenten sind sehr kritisch geworden – Ethik und Unternehmenswerte spielen heute eine wesentliche Rolle für sie. Für welche Werte steht Dauphin?

Dr. Ihring: Dieses Jahr feiern wir 50-jähriges Jubiläum. Uns ist zu diesem Anlass noch einmal besonders deutlich geworden, wie stark wir den Traditionen von Familie und Familienunternehmen verbunden sind. Vom ersten Tag an haben Friedrich-Wilhelm und Elke Dauphin Vertrauen, Partner-

schaft und Gastfreundschaft hochgehalten und vorgelebt. Der respektvolle Umgang miteinander wird daher bei uns in der Dauphin-Gruppe und auch unseren Partnern und Kunden gegenüber sehr hoch bewertet. Bei uns allen stehen langfristige Beziehungen, gemeinsame Ziele und die Zufriedenheit unserer Partner und Kunden an erster Stelle und das wird von diesen zum Teil seit Jahrzehnten honoriert. Auch bei der Entwicklung unserer Produkte setzen wir auf langfristige Werte. Unsere Kunden verlassen sich bei jedem Produkt der Marken Dauphin, Züco, Bosse und Trendoffice darauf, dass sie in hochwertige Technik, nachhaltige Produkte und anspruchsvolles Design investieren.

FACTS: Wie geht es der Büromöbelbranche derzeit überhaupt? Und wie wird der Markt Ihrer Meinung nach in Zukunft aussehen?

Dr. Ihring: Wie bereits angesprochen, ändert sich die Arbeit und damit verändern sich auch Büros und deren Ausstattungen. Lösungen für kooperatives Arbeiten in der Mittelzone sowie im Besprechungs- und Konferenzbereich stehen daher stark im Fokus. Dabei sehen wir schon seit Längerem die Annäherung an Wohnwelten mit einladenden, gemütlichen Produkten. Trotzdem stellen wir bei der Dauphin-Gruppe fest, dass Ergonomie auch in den neuen Arbeitswelten ein zentrales Thema bleibt. Der Mensch ist und bleibt im Mittelpunkt, die Arbeitsumwelt muss sich an ihn anpassen und nicht umgekehrt. Das bedeutet eine Betrachtung des gesamten Arbeitsumfelds und eine optimale Abstimmung auf die zu bewältigenden Aufgaben des dort Arbeitenden. Gerade heute, bei Vollbeschäftigung und Fachkräftemangel, wird es Arbeitgebern immer wichtiger, nicht nur durch ein wohlliches Ambiente zu überzeugen, sondern auch durch ergonomische Arbeitsumgebungen zur Gesundheit und Motivation der Mitarbeiter beizutragen – langfristig zahlt sich das auch für das Unternehmen aus.

Graziella Mimic ■