

PSI JOURNAL

PSI Journal
Internationales Magazin
für Werbeartikel

Mai 2017
56. Jahrgang



Axel Dostmann

TFA Dostmann
50 Jahre im PSI

Product Guide

Lifestyle, Wellness,
Gesundheit
Messer, Werkzeug,
Sicherheitsprodukte

PSF Forum 2017

Zufriedene Teilnehmer,
glückliche Gewinner

SOL'S

Neue Produkte,
neue Märkte



WEEE Mehr Verantwortung für Hersteller

Bierbänke, Tapeziertische und einfachste Stände prägten das Bild der ersten PSI Messen. Heinz Dostmann, der Gründer von TFA Dostmann erinnert sich noch gern an das freundschaftliche, fast familiäre Miteinander. Über 50 Jahre ist es her und Dostmann ist immer noch dabei.

50 Jahre im Unternehmensnetzwerk PSI

„Unmögliches möglich machen“



Den Grundstein für die langjährige Verbundenheit von TFA Dostmann und dem PSI haben Heinz Dostmann und Walter Jung gelegt. Man darf es getrost Freundschaft nennen, was die beiden Unternehmer verbunden hat. Die Messgeräte und Armaturen des jungen Franken gingen damals in Industrie und Handel. An Werbeatikel hatte ursprünglich niemand gedacht – außer Walter Jung. Er war bundes-, ja europaweit unterwegs, um Unternehmer zu überreden, Teile ihrer normalen Produktpalette im Werbeatikelhandel zu platzieren. Alles was sich als Markenbotschafter eignete, hatte Jung im Visier. Auch die TFA – „Technische Fabrik für Armaturen“ – stellte Produkte her, die man mit Werbebotschaften bedrucken konnte. Und so erinnert man sich bei Dostmann noch gut, dass „uns auf Messen damals sprichwörtlich die Bude eingerannt wurde“. Es gab zu der Zeit noch keine Kataloge, keine Spezialzeitschriften, erst recht kein Internet, über das man sich hätte Informationen besorgen können. Die Messe war der einzige Ort, an dem Produkte und Informationen die Runde machten. Und so wuchsen viele Kunden mit dem PSI.

Wohlfühlcharakter PSI

Über viele Jahre und Entwicklungszyklen hinweg gab es bei Dostmann aus Wertheim immer ein Moment, das von der ersten Stunde bis heute das Verhältnis zum PSI ausmacht: das Fachpublikum im Unternehmensnetzwerk wie auf der Messe. Vielfach geprägt vom Charakter der Familienbetriebe ging man freundschaftlich, auf jeden Fall kollegial miteinander um. Man half sich, wo es Sinn machte, schließlich wollte man einen gemeinsamen Markt entwickeln. Der Mythos der PSI-Familie entstand. Bald machte Dostmann mit Werbegroßhändlern und den Werbeartikel-Katalogversendern wie Oppermann oder Hach, den Amazons der Old-School, schwindelerregende Umsätze.

Heute weiß man schon nicht mehr wie viele hunderttausend „Galileo Galilei“ Thermometer (Foto) damals verkauft wurden. Auch das Gartenthermometer, ebenfalls ein Premiumprodukt von ca. 160 Mark und bis heute eines der Lieblingsprodukte von Axel Dostmann, hat bis heute eine Auflage von knapp einer Million Stück erreicht und ging palettenweise von Wertheim aus in die Welt. Genau so das Hauswand-Thermometer aus den 70ern mit seinen freistehenden Zahlen: ein Klassiker, der immer noch viele Käufer findet.



Ein Blick auf das Firmengelände der TFA im schönen Tal der Tauber.

Innovationen aus Wertheim

Auf den Erfolgen hat man sich jedoch bei Dostmann nie ausgeruht. Gewonnenes Geld wurde beständig in neue Produkte und auch in Diversifikation investiert. Auch den Generationenwechsel leitete Heinz Dostmann frühzeitig ein. 1991 kam Sohn Axel nach Lehrjahren im Ausland in die Firma und übernahm wenige Jahre später die Leitung der TFA. Mit seinen beiden Brüdern bestimmt er heute die Geschicke der vielfältigen Familienunternehmen, die inzwischen zur Dostmann Gruppe mit über 300 Mitarbeitern heran gewachsen sind. Nach wie vor werden mechanische Thermometer, Barometer, Hygrometer und Kompassse mit hoher Fertigungstiefe im eigenen Unternehmen hergestellt. Einmal wegen der Qualität, zum anderen aber auch, weil sich aus der Produktion wieder viele neue Produktideen und Produktweiterentwicklungen ergeben. „Eine unbezahlbare Quelle für Innovationen“, so Axel Dostmann.

Neubau, Umbau, Ausbau

Auch Dostmann 4.0 wurde früh eingeleitet: „Wetter direkt“ über Online, App-Produkte und Cloud-basierte Anwendungen sind heute an der Tagesordnung und heißen: Smarthy, Thermowire, Weatherhub oder TouchPlay Upbeat. Hinzu getreten sind viele Formen von Uhren, Küchentimer und im Spitzensegment sogar Sous-Vide Gärer als Premium-Produkte. Die Palette der Artikel, die auch überall im Handel zu finden sind, ist schier endlos. Mehr als ein Beweis also für die Innovationskraft der Nordfranken. Um die Herausforderungen von Globalisierung, Technisierung und Digitalisierung bestehen zu können, hat Dostmann jüngst enorm in digitale Drucktechnik, ein modernes Logistikzentrum und die Automatisierung investiert. Schon 2015 waren die Gebäude fertig, jetzt ist die Elektronik installiert. Warenverfügbarkeit und Lieferfähigkeit sind verbessert und weiter beschleunigt worden. „Wir produzieren selbst, drucken selbst und können so oft Unmögliches möglich machen“, sagt Axel Dostmann. <

Drei Fragen, drei Antworten

Wann war persönlich Ihre erste PSI Messe?

Im Jahr 1991 als ich im elterlichen Betrieb eingestiegen bin.

Was schätzen sie am meisten am PSI?

Dass man mit Fachpublikum zu tun hat und auf viele inhabergeführte Betriebe trifft.

Worin sehen Sie die größten Herausforderungen der Branche in der Zukunft?

In der Digitalisierung und dass ganz neue Wettbewerber mit wettbewerbsverzerrenden Methoden auf den Markt drängen. Um dies zu bewältigen, müssen wir und das PSI sich gut aufstellen..



Axel Dostmann mit dem legendären Gartenthermometer.