

„Nach dem überraschend positiven ersten Halbjahr 2009 möchte man gerne sagen: weiter so! Und was können wir dafür tun? Setzen wir mit Vollgas auf das sogenannte Cocooning, oder ziehen wir den Kopf ein vor den nach der Bundestagswahl zu erwartenden Bad News? Um diese Frage zu beantworten, möchten wir uns weniger auf die Trendforscher und Volkswirte verlassen, sondern konzentrieren uns voll und ganz auf unsere Kunden. Begeisterung und Freude bei der Arbeit färben positiv ab, wo vieles doch etwas grau gesehen wird. Ehrlichkeit und partnerschaftliches Miteinander schaffen Sicherheit, wo man sonst immer mehr verunsichert wird. Perfektion in der Umsetzung und Qualität schaffen einen wohltuenden Kontrast zum grassierenden Sparfieber. Preiswürdigkeit zu vermitteln ermöglicht auch langfristig gesunde Umsätze, statt mit Rabattitis die Zukunft in Zahlung zu geben. Somit glauben wir daran, selber unsere ganz individuelle Konjunktur gestalten zu können, und werden bislang von unseren Kunden hierin bestätigt.“

Carsten Dörfler, Dörfler, Erlangen – “After the surprisingly positive first half of 2009 we would be very happy for things to carry on developing just as they are! And what can we do to help this happen? Do we go full out for so-called cocooning, or do we take cover before the bad news to be expected after the parliamentary election? In order to answer this question, we would like to rely less upon the trend researchers and economists, and instead concentrate fully and entirely upon our customers. Enthusiasm and pleasure in one’s work rub off and have a positive effect, when many things are after all seen to be somewhat grey. Honesty and partner-like cooperation create security, when one is otherwise increasingly being made to feel insecure. Perfection in realisation and quality create a pleasant contrast to the rampant saving fever. Communicating value-for-money also allows healthy sales over the long term, instead of selling off the future with discountitis. We thus believe that we can shape our own, individual economic situation and so far we have been confirmed in this belief by our customers.”



Die zweite, dritte und vierte Generation der Dörflers: (l.) Mareike und Carsten Dörfler mit Nachwuchs Leonard Lukas, (r.) Hartmut und Angela Dörfler.
The second, third and fourth generation of Dörflers: (l.) Mareike and Carsten Dörfler with offspring Leonard Lukas, (r.) Hartmut and Angela Dörfler.

|Photo: Dörfler