

Jahreskongress Fenster und Fassade in Würzburg:

# Kompromisslos gut sein



Rechnet weiter mit rückläufigem Markt: VFF-Geschäftsführer Dr. Thomas W. Büttner

Bilder: VFF

Keine guten Nachrichten gibt es von der Fenstermarkt-Front. Demnach setzt sich die Talfahrt auch 2005 und 2006 weiter fort. So die jüngsten Prognosen des VFF, vorgestellt auf dem Jahreskongress „Inside '05“ am 3. und 4. Juni in Würzburg. Dennoch sieht der VFF Wege und Chancen für ein profitableres Wirtschaften der Fenster- und Fassadenbranche. Über 200 Führungskräfte von Mitgliedsunternehmen nahmen in diesem Jahr am Kongress des Verbandes der Fenster- und Fassadenhersteller e. V. teil.

**R**ealistisch betrachtet müssen wir auch weiterhin mit einer negativen Marktentwicklung rechnen. Umso wichtiger ist es, die Abwärtsspirale bei der Profitabilität unserer Branche zu durchbrechen“, erklärte Verbandsgeschäftsführer Dr. Thomas W. Büttner in seiner Eröffnung. „Konsolidierung, Kostensenkung und verstärktes Marketing sind die wichtigsten Aufgaben, die sich unserer Branche derzeit stellen.“ Erstmals fand der Jahreskongress in Verbindung mit Thementagen zu den verschiedenen Rahmenmaterialien Holz, Kunststoff, Metall und Holz/Metall statt. Die Zusammenlegung der materialspezifischen Fortbildungsangebote mit dem branchenpolitisch ausgerichteten Kongress fand bei den Teilnehmern großen Anklang.

### Werterhöhung und Emotionalität

Die Unternehmensberater Dr. Jan Klima von McKinsey und Dr. Sascha Haghani von Roland Berger erwarten eine weitere Konsolidierung der Branche. Klima wies auf das schwache Preisniveau in der Fenster- und

Fassadenbranche hin. Dagegen helfe nur eine entsprechende „Industriedisziplin“ der leistungsstarken Fensterbauer. Mit den Erfolgsrezepten anderer Branchen und Unternehmen wie ständige Produktinnovationen, kontinuierliche Kostensenkungen und Kostenweitergabe sowie eine werterhöhende Produktdifferenzierung könnten auch Fensterhersteller profitabel werden und neue Marktanteile erobern. Haghani stellte Praxisbeispiele vor, um die Profitabilität durch Restrukturierungsmaßnahmen nachhaltig zu verbessern. Ein mittelständischer Großhändler aus der Fensterbranche erreiche eine deutliche Ergebnissteigerung durch die Konzentration auf wenige, zentrale Standorte und Hauptlager, ein neues Kundenbetreuungsprogramm sowie eine Reduktion der Lieferanten und der Artikel. Haghani empfahl deshalb eine kompromisslose Qualitätssicherung, mehr Innovationen durch größere Kundennähe, mehr Kooperationen und Netzwerke.

Die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen kritisierte der Würzburger „Wirtschaftswoche“ Prof. Dr. Peter Bofinger. Gegen die derzeit herrschende Lehre von der



Die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen kritisierte der Wirtschaftswoche Dr. Peter Bofinger, hier im Gespräch mit Dr. Büttner

### Der Fenstermarkt 2005/06:

Mit Rückgängen von 6,4 % in 2005 und 5,4 % in 2006 hält die Krise des Fenstermarktes an. Der Absatz an FE wird nach der VFF-Prognose von 12,4 Mio. in 2004 auf 11,8 Mio. in 2005 und auf 11,2 Mio. im Jahr 2006 zurückgehen. Von dem Rückgang sind alle Materialien betroffen, der Wohnbau genauso wie der Nichtwohnbau und die Renovierung genauso wie der Neubau.

ausschließlichen Stärkung der Angebotsseite stellte Bofinger seinen Vortrag unter den Titel „Auf die Binnennachfrage kommt es an“. Insbesondere bemängelte Bofinger die zu geringen öffentlichen Investitionen sowie die fehlenden Anreize zum Sparen durch Erwerb von Immobilien.

Eine Chance für die Zukunft der Fenster- und Fassadenbranche bietet der für 2006 geplante Energiepass. Damit muss zukünftig bei Verkauf oder Vermietung die Energieeffizienz eines Gebäudes nachgewiesen werden. Baudirektor Hans-Dieter Hegner vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Wohnungswesen betonte, dass die Erstellung des Energiepasses mit Modernisierungsvorschlägen verbunden ist. Die Ausbildung zum Energieberater kann sich für den Fensterbauer also lohnen.

Die Perspektiven zur Verbesserung des Images des Fensters in der Öffentlichkeit wurden zum Abschluss der Tagung im Rahmen einer Podiumsdiskussion erörtert. „Wir müssen Hightech in Emotionalität ummünzen“, forderte Petra Hautau von der Hautau GmbH zum Schluss.