

Jahrestreffen der CP- und SP-Partner:

Netzwerke ausbauen

Dort, wo viele Bundesbürger Urlaub machen, lässt sich auch vortrefflich arbeiten: Im Mai trafen sich die Geschäftsführer der Climalit- und Securit-Partner Mitgliedsbetriebe zu einem zweitägigen Arbeitstreffen in Palma de Mallorca. Im Mittelpunkt der Veranstaltung standen Themen wie die Situation der Glasbranche und die Markt- und Marketingstrategie der Gruppen. Auch über den weiteren Ausbau der Partnerschaften wurde beraten.

Seit dem 1. März ist Dr. Fabrice Didier Vorsitzender der Geschäftsführung von Saint-Gobain Glass Deutschland. Das Treffen bot für ihn eine willkommene Gelegenheit, die Strategie der weltweit operierenden Saint-Gobain-Gruppe vorzustellen. Didier präsentierte sodann auch Ideen und Ziele für das große Netzwerk der Partnerschaften, das künftig noch stärker

genutzt werden soll. Er betonte die Stärke des Unternehmens bei Spezialprodukten, wie z.B. dem Wärmedämmglas „SGG Climaplus Ultran“, einem High-Tech-Isolierglas, mit Spitzenwerten für Lichttransmission und Gesamtenergiedurchlassgrad.

Auf die Bedeutung der Partnerschaften ging Horst Biermann, Vertriebsleiter bei SGGD, ein. Rund 150 Climalit- und Securit-Partner gibt es in Europa. In Deutschland bilden sie die größte mittelständische Gruppe. Auch wenn der Markt für Bauglas insgesamt in den nächsten Jahren kaum wachsen werde, gebe es dennoch Märkte mit überdurchschnittlichem Potenzial, etwa Renovation, Wintergärten und den Innenausbau-Bereiche, in denen die Partner und SGGD mit speziellen Produkten gut aufgestellt seien, so Biermann. Ulrich Sieberath, Leiter des Instituts für Fenstertechnik ift in Rosenheim, sprach über „Neue Aspekte bei Glas, Fenster und Fassade“. Er untersuchte, welches Potenzial in den Bereichen Energiepass und energetische Gebäudemodernisierung sowie dem viel beschworenen „Hoffnungsträger Altbau“ liegt und welche Trends auszumachen sind, wie z.B. neue Konstruktionen für sommerlichen Wärmeschutz.

Fensterverkauf verbessern

Heiß diskutiert werden zurzeit die Anforderungen, die das CE-Zeichen für Isolierglas und Sicherheitsglas bringt. Daniela Mamet, die Koordinatorin der CP- und SP-Gruppen, und Dr. Nikolas Janke, Technisches Marketing SGGD, hoben die CE-Kennzeichnung als Chance in einem turbulenten Markt hervor, denn sie biete die Gelegenheit, Material- und Informationsflüsse zu optimieren und die Produktqualität durch Einführung des Qualitäts-Management-Systems auf gleichbleibend hohem Niveau zu sichern. SGGD unterstützt seine Partner dabei in vielfältiger Weise.

Bernd Blümmers, Marketingleiter von SGGD, widmete sich den vielfältigen Verbesserungsmöglichkeiten beim Fensterverkauf. Denn in den Ausstellungsräumen werde das Produkt Fenster oft auf das Rahmenprofil reduziert, auch die Verkäufer gingen bei ihrer Beratung zu selten auf die Leistungen von modernem Bauglas ein. Blümmers plädierte dafür, die Hochwertigkeit des Produkts Glas stärker in den Vordergrund zu stellen. Frank Rubbert, Leiter der Abteilung „Forschung und Entwicklung Bauglas“ (FEB) bei SGGD, stellte den Teilnehmern die Organisation seines Bereichs und die Leistungen für die Partner und ihre Kunden vor. Denn die FEB ist nicht nur Forschungsabteilung, sie gibt auch praktische Hilfen bei technischen Fragen und unterstützt die Partner aktiv. ■



Bild: SGGD

Dr. Fabrice Didier, der neue Vorsitzende der Geschäftsführung von SGGD erläutert die Strategie der Gruppe

Saint-Gobain Glass
Deutschland GmbH
52066 Aachen
Tel. (02 41) 5 16-0
glassinfo.de@saint-gobain-glass.com
www.saint-gobain-glass.com

