



# Die Chance nicht entgehen lassen

Liebe GLASWELT-Leser,

wie oft wurde sie schon angekündigt, die lang ersehnte Trendwende in der Bauwirtschaft. Und wie oft hat sich die Hoffnung als Trugschluss erwiesen und ins bittere Gegenteil gewandelt. Der Niedergang der Baubranche setzte sich Jahr für Jahr unaufhaltsam fort. Insbesondere in der Glas-, Fenster- und Fassadenbranche stehen nach wie vor rückläufige Absatzmengen und geringe Wertschöpfungen pro Fenstereinheiten zu Buche. Schätzungen zufolge hat allein in den letzten fünf Jahren das Marktvolumen um ca. 40 Prozent abgenommen. Dabei waren die Jahre davor schon kein „Zuckerschlecken“.

Experten gehen davon aus, dass der Fensterabsatz auch im laufenden Jahr noch weiter sinken wird. Im Vorfeld der Nürnberger Fensterbau/Frontale wahrlich nicht gerade eine tolle Ausgangssituation. Bei genauerer Betrachtung aber kein Grund, den Kopf in den Sand zu stecken. Denn anders als in den letzten Jahren, lassen sich diesmal wirklich einige Lichtblicke entdecken.

Zum einen die positivere Stimmung bei Unternehmen und Verbrauchern. Die Investitionsbereitschaft ist gestiegen, das Konsumklima so gut wie lange nicht mehr. Belebende Impulse dürften zudem von der steuerlichen Absetzbarkeit von Handwerker-Leistungen ebenso ausgehen wie von den KfW-Programmen zur energetischen Gebäudemodernisierung (siehe Seite 44). Zum anderen – und dies ist viel entscheidender

– gibt es immer noch das immense Sanierungspotenzial. Es wird in Deutschland auf rund 380 Millionen der insgesamt 540 Millionen Fenstereinheiten geschätzt. Will man nur annähernd dem hohen Ziel der CO<sub>2</sub>-Reduzierung gerecht werden, dann muss bald etwas geschehen.

Vor diesem Hintergrund sind verstärkte Marketingaktivitäten und frühzeitige Orientierung der Betriebe ganz besonders wichtig. Wer heute schon an morgen denkt, darf nicht auf bessere Zeiten hoffen, sondern muss aktiv werden. Ein Besuch der Fensterbau/Frontale gehört in jedem Fall dazu, um sich über die aktuellen Trends und Tendenzen, über die neuesten Produktlösungen und die lukrativen Marketing-Unterstützungspakete der Hersteller zu informieren. Diese Chance sollte sich keiner entgehen lassen. In diesem Sinne freut sich die GLASWELT-Redaktion auf ein Wiedersehen und interessante Gespräche mit Ihnen in Nürnberg.

Ihr

Hilmar Düppel, Chefredakteur