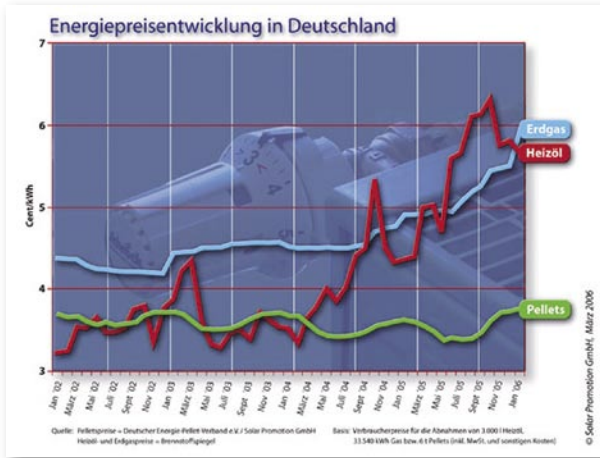


Energiepreis-  
entwicklung der  
letzten Jahre



Energie- und Rohstoffpreise drastisch gestiegen

# Hersteller geben nur Kostensteigerung weiter

**DIE STEIGENDEN ENERGIE- UND Rohstoffpreise sind in aller Munde. Über die Auswirkungen bei der Glasherstellung sprach die GLASWELT mit Dirk Ewald von Pilkington. Ewald (41) ist seit Januar 2000 bei Pilkington und war dort zunächst nur für Automotive Deutschland tätig. Weitere Stationen waren der Bereich Satellite Operations und ein Engagement in Finnland**

**GLASWELT:** Herr Ewald, viele Branchen klagen über gestiegene Rohstoffpreise. Welche Rohstoffe sind speziell für die Glasindustrie ausschlaggebend und woher beziehen Sie diese?

**Ewald:** Hierbei handelt es sich um die Produkte Sand in verschiedenen Qualitäten, Soda Asche, Dolomit, Kalkstein, Natriumsulfate. Wir kaufen diese Roh-

»Eine Verlagerung von Produktionsstandorten aus Logistik-Gründen bietet keine Alternative.«

stoffe lokal am jeweiligen Produktionsstandort. Aufgrund der Transportkosten wäre ein Einkauf in weiter entfernten Ländern, auch wenn die einzelnen Rohstoffe dort günstiger wären, nicht rentabel für uns.

**GLASWELT:** Wie haben sich die relevanten Weltmarktpreise in den letzten Jahren verändert?

**Ewald:** Für die meisten Rohstoffe haben sich die Preise dramatisch erhöht, da speziell ihre Herstellung sehr energieintensiv ist. Hinzu kommen Steigerungen bei den Kosten für den Rohstofftransport, die natürlich auch an den Energiepreis gekoppelt sind.



Dirk Ewald ist seit September 2005 als Leiter Einkauf West Region für die beiden Business Lines Automotive und Building in Deutschland, Österreich, Schweiz, Benelux und Tschechien verantwortlich

**GLASWELT:** Wie verhält es sich mit den Energiekosten und indirekten Kosten, wie z.B. Logistikkosten, in Hinblick auf den Float-Prozess?

**Ewald:** Der Float-Prozess ist natürlich ebenfalls sehr energieintensiv. Der gestiegene Gaspreis, der an den Ölpreis gekoppelt ist, lässt produktionsseitig die Kosten wachsen. Auch für unsere eigene Logistik müssen wir aufgrund der gestiegenen Energiepreise deutlich mehr ausgeben.

**GLASWELT:** Können Sie kurz erläutern, wie sich der Preis für Floatglas zusammensetzt?

**Ewald:** Der Float-Prozess ist nicht sehr arbeitsintensiv. Energie- und Rohstoffpreise begründen zu einem genauso großen Anteil den Gesamtpreis wie die Arbeitskosten. Da Glas zugleich relativ schwer und kostengünstig ist, verursachen die Logistikkosten, d.h. hauptsächlich die Transportkosten, durchschnittlich 10 Prozent der Gesamtkosten.

**GLASWELT:** Und in welchem Umfang werden sich diese Kostensteigerungen auf den Floatglaspreis niederschlagen?

**Ewald:** Die Produzenten geben bei ihren Preiserhöhungen lediglich die Gesamtkostensteigerung weiter.

**GLASWELT:** Von einer zukünftigen Senkung der Rohstoff- und Energiepreise ist nicht auszugehen. Wird der Glaspreis auch zukünftig weiter anziehen?

**Ewald:** Sollten die Energiekosten weiter steigen, steigen alle Kosten – direkte und indirekte – und somit auch der Glaspreis. Es gibt zur Zeit keine Erkenntnisse, die darauf deuten, dass sich

die Energiekosten dramatisch reduzieren werden.

**GLASWELT:** Gibt es Einkaufsstrategien, mit denen Sie diesen erhöhten Kosten begegnen?

**Ewald:** Ja, aber es gibt hier faktische Limitierungen. Wir können sicherlich Sand billiger in Tunesien kaufen, aber das wäre nur der Preis ex-works. Der DDP Preis für eine Lieferung in unser Werk Gladbeck beispielsweise wäre um ein Vielfaches höher. Auch eine Verlagerung von Produktionsstandorten lediglich aus Logistik-Gründen bietet keine Alternative.

**GLASWELT:** Herr Ewald, wir danken für das Gespräch.



Rohstoffpreisentwicklung der letzten Jahre



Wir sollten Wintergärten nicht nur als technische Produkte, sondern auch als **Gefühle verkaufen**, hat der Verkaufstrainer gesagt. Wir seien nicht nur ein Handwerksbetrieb, sondern auch ein



**Dienstleister für Emotionen.** Wir müssten auch persönlich **attraktiver werden**, hat er zum Schluss betont. (Habe seitdem vier Kilo abgenommen.) Wir müssten **neue Käuferschichten erschließen**

und mehr für Frauen und Senioren tun, hat die Beraterin für modernes Vertriebsmanagement gesagt. (Seitdem steht kein Gerümpel mehr auf der Kundentoilette.) Wir sollten den Kunden verstehen, wir sollten ihn emotional mitnehmen.



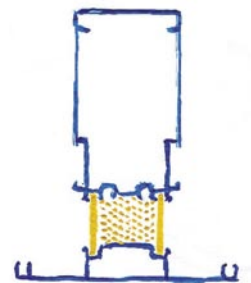
Wer liebt emotional mit? Wer lie-

**Aber wer versteht mich?**

Wer nimmt mich emotional mit? Wer liefert mir **Systemlösungen**

für alle Dachkonstruktionen, die ich brauche. Wer weiß, was Montagestunden kosten? Wer kann

für alle Fragen der Kalkulation und Fertigung angesprochen werden? Wer ist wirklich **auf**



**Wintergärten spezialisiert**, kann mir aber auch bei allen Nebengewerken zu Seite stehen? Wer gibt mir genau das, was ich brauche?

Wer lässt mich nicht im Regen stehen? Kurz: **Wer hilft mir wirklich weiter?**

TS Aluminium-Profilssysteme GmbH & Co. KG  
Industriestraße 18 · 26629 Großefehn  
Tel. 04943/9191-0 · Fax 04943/9191-21  
info@ts-alu.de · www.ts-alu.de

