

Gute Geschäfte im Visier

„Erfolgreicher verkaufen, besser verdienen.“ Dieses Motto lockte über 120 Teilnehmer zum sogenannten „1. Erfolgstag“ der Abus-Fensterwerke nach Neufahrn bei München. Zahlreiche Vertriebspartner nutzten die Gelegenheit, um sich ausführlich über erfolgreiche Verkaufsstrategien und die neue Fenstergeneration des Herstellers zu informieren.

„Die gute Resonanz zeigt, daß wir mit unserem Seminartag genau ins Schwarze getroffen haben“, freut sich Abus-Inhaber Friedrich Bergmann. Gleichzeitig nahm der Firmenchef den „Erfolgstag“ zum Anlaß, das neue „Abus-Design-Fenster“ in Holz vorzustellen, von dem er sich lukrative Impulse auf dem Fenstermarkt verspricht. „Das rund geformte Flügelprofil überzeugt durch ein zeitloses Ambiente und wirkt stets modern. Jetzt haben wir auch ein Holzfenster für Kunden, die weg wollen von der konventionellen Fensterform“, erläutert Bergmann die Neuentwicklung.

Abus will damit einem Trend Rechnung tragen, der sich bereits vor zwei Jahren im Bereich der Kunststoff-Fenster abzeichnete. Damals bot der Hersteller mit dem Original-Design-Fenster aus Salamander-Profilen erstmals ein Fenster an, das im Profil keine Kanten, sondern nur noch Rundungen aufweist. „Die Resonanz war enorm. Das neue Design hat sich am Markt voll durchgesetzt“, zieht Bergmann eine positive Bilanz. Auch die erstmals auf der Fensterbau in Nürnberg vorgestellte Weiterentwicklung des Design-Fensters im Kunststoff-Bereich, das „Abus 3D“, ist laut Bergmann ein Renner. „Da ist es nur logisch, daß



Erfolg für den „1. Abus-Erfolgstag“ – Firmenchef Friedrich Bergmann war mit der Resonanz von 120 Teilnehmern sehr zufrieden
Bild: Abus

auch unser neues Holzfenster beste Marktchancen hat.“

Die neuen Design-Fenster sollen aber nicht nur in der Optik, sondern auch in den Punkten Wärmeschutz und Sicherheit Maßstäbe setzen. Die Holzausführung verfügt über eine Bautiefe von 78 mm, was den Wärmeschutzwert gegenüber herkömmlichen Holzfenstern um bis zu 20 % verbessert. Die Kunststoff-Ausführungen aus Salamander-Profilen verfügen über ein 3- bis 5-Kammer-System und genügen damit – so Bergmann – „höchsten Ansprüchen“.

Verkaufsstrategien

Weil sich beim „1. Abus-Erfolgstag“ alles um den Verkauf drehte, bekamen die Teilnehmer von den Referenten nicht nur die einzelnen Fenstertypen vorgestellt, sondern auch die passenden Verkaufsargumente gleich mitgeliefert. Das „Design-Fenster“ in Holz stellte Jochen Auer von der Abus-Holzverarbeitung vor. Die Vorteile und Nutzenargumente für das „Kunststoff-Design-Fenster“ erläuterte Fredy Neumeister vom Profillieferanten Salamander Industrie-Produkte, Türkheim. Peter Bohlinger von der Firma Guttmann (Aluminium-Profile) stellte das sonstige Abus-Programm an Qualitätsfenstern vor.

Um erfolgreiche Verkaufsstrategien ging es am Nachmittag im Vortrag von Michael Borchardt. Der auf Schreinerhandwerk spezialisierte Erfolgstrainer machte deutlich, daß die richtigen Produkte zwar eine gute Voraussetzung für den Geschäftserfolg, aber andere Aspekte wie Betriebsführung, Mitarbeitermotivation, persönliches Auftreten und exakt formulierte Unternehmensziele mindestens genauso wichtig seien. „Hier gab es viele interessante Neuigkeiten für unsere Vertriebspartner, die alle rundum begeistert waren“, stellte Bergmann abschließend fest.

Aufgrund der guten Resonanz beim „1. Erfolgstag“ plant der Unternehmer weitere derartige Aktionen. Ein zweites Verkaufsseminar mit dem Referenten Michael Borchardt und eine Informationsveranstaltung zur Einführung eines eigens für den Handel entwickeltem Konstruktions-, Kalkulations- und Organisations-Programms sind in Vorbereitung. □