

Verband Fenster und Fassade zum Fenstermarkt 2000:

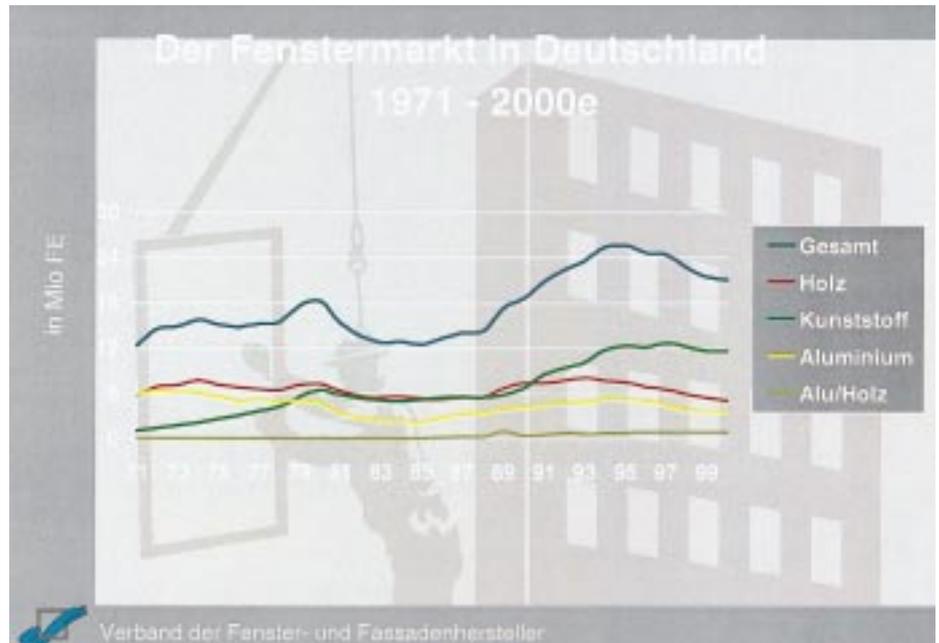
Ende der Durststrecke nicht in Sicht

Die Marktzahlen verheißen keine große Zukunft. Für dieses und nächstes Jahr erwarten die deutschen Fenster- und Fassadenhersteller einen weiteren Absatzrückgang auf rund 21 Mio. Fenstereinheiten. Allerdings – so gab der Verband der Fenster- und Fassadenhersteller (VFF) auf seinem Jahreskongreß in Frankfurt bekannt – verlangsamt sich die Talfahrt in der baunahen Branche.



VFF-Präsident Manfred Feldhaus

Nach den aktuellen vorliegenden Zahlen ging der Fensterabsatz im Zuge der allgemeinen Krise am Bau stetig zurück, nachdem der Absatz 1995 einen neuen Höhepunkt erreicht hatte. 1998 verringerte er sich um 7 Prozent auf 22,6 Mio. Fenstereinheiten. Für



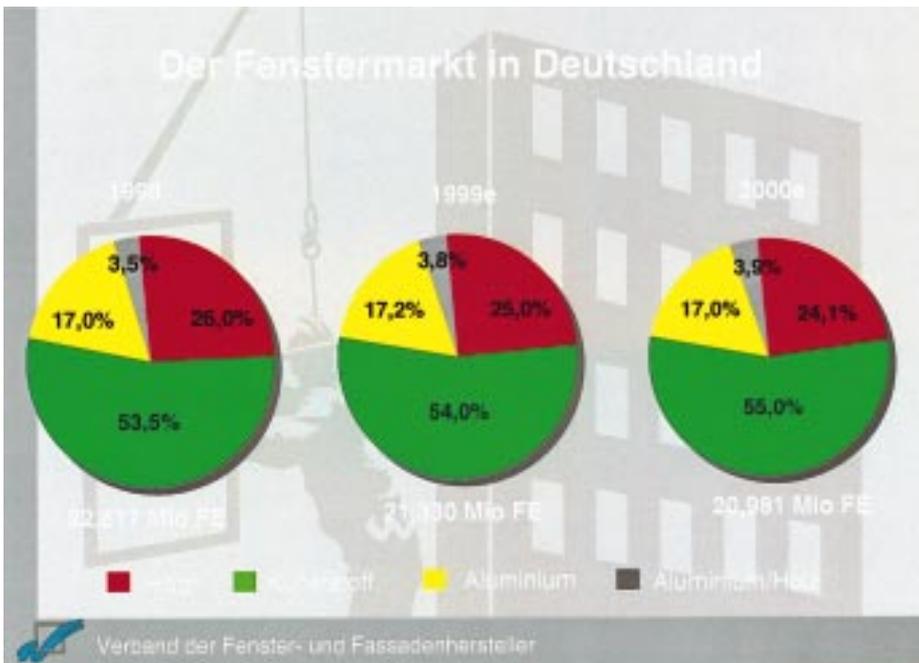
dieses Jahr wird ein weiterer Rückgang um 5,7 Prozent und fürs nächste Jahr um 1,6 Prozent erwartet. „Trotz dieser Rückgänge bewegt sich der Markt noch auf hohem Niveau“, betonte VFF-Präsident Manfred Feldhaus anlässlich des vom 10.–12. Juni abgehaltenen Jahreskongresses. „Der deutsche Fenstermarkt ist beispielsweise doppelt so groß wie der entsprechende Markt in England und dreimal so groß wie jener in Frankreich.“

Starke Einbrüche im Osten

Auch 1999 bleibt der Fenstermarkt gespalten. Während für Westdeutschland ein Rückgang um 3,2 Prozent prognostiziert wird, erwartet der VFF für Ostdeutschland ein Minus von 12,2 Prozent. Auch im Jahr 2000 wird die negative Entwicklung aufgrund einer weiter abgeschwächten Nachfrage im Neubau- und Sanierungsbereich anhalten, so die Einschätzung des VFF. Demnach beläuft sich der Rück-

gang im Westen auf 1 Prozent und im Osten auf 3,9 Prozent.

Eine Ursache für diese Entwicklung sieht der Fensterverband in dem Auslaufen der steuerlichen Förderprogramme für Bauten in Ostdeutschland. Besonders im Geschößwohnungsbau gehe die Nachfrage zurück. Wohnungsleerstände drückten auf das Mietniveau und behinderten so die Modernisierung von Altbauten. „Obwohl weniger Fenster in Altbauten eingebaut werden als im Vorjahr, bietet dieser Markt mittelfristig weitere Wachstumschancen. In Ostdeutschland sind beispielsweise erst knapp 40 Prozent der Wohnungen mit neuen Fenstern ausgestattet“, wagt Feldhaus einen optimistischeren Blick in die Zukunft.



Bilder: Düppel/VFF

Wenig Veränderungen gab es im letzten Jahr in bezug auf das Rahmenmaterial. Demzufolge waren 54 Prozent aller Fenster aus Kunststoff, 26 Prozent aus Holz, 17 Prozent aus Aluminium und 3 Prozent aus Holz-Aluminium. In Ostdeutschland, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein waren über 60 Prozent der neuen Fenster aus Kunststoff. Ausgehend von einer niedrigen Basis wächst auch

der Markt für Holz-Aluminium-Fenster stetig an. Holzfenster, die vor allem im Süden und Süd-Westen verbreitet sind, haben dagegen in den letzten fünf Jahren einen Marktanteil von 10 Prozent verloren.

Management-Initiative des Verbandes

Angesichts der wenig erfreulichen Aussichten will der VFF seine Akti-

vitäten weiter verstärken. Zum einen sollen neue Mitglieder akquiriert werden, was zum Teil bereits gelungen ist. Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage konnte der Verband im letzten Jahr 28 und in den ersten Monaten dieses Jahres 12 neue Mitglieder gewinnen. Derzeit gehören 338 mittelständische und börsennotierte Unternehmen dem Verband an. Zum anderen will man mit einem erweiterten Seminarkonzept zu aktuellen Themen wie Nachtragsmanagement und Unternehmensergebnis sowie Marketing- und Vertriebsstrategie den Mitgliedern Wege aufzeigen, wie sie ihren Betrieb mit einer zuverlässigen betriebswirtschaftlichen Strategie erfolgreich führen können. Dies scheint auch dringend notwendig zu sein. Denn nach den Aussagen von Manfred Feldhaus liegt hier vor allem das Manko der Branche: „Viele Betriebe sind einfach noch zu technisch orientiert. Unternehmerische Schwachstellen sind vor allem das nicht ausgeprägte Kostendenken, mangelhafte Vertriebsstrategien und insgesamt die fehlende betriebswirtschaftliche Ausbildung.“ Darüber hinaus stehen Initiativen gegen die erheblich verschlechterte Zahlungsmoral und imagefördernde Maßnahmen für energiesparende Fenster im Mittelpunkt der Verbandsarbeit der nächsten Zeit.

Hilmar Düppel