

Gesamttreffen des Flachglas Markenkreises:

Mit neuen Konzepten am Markt

Ende Oktober fand in Dresden das erste Gesamttreffen der Flachglas Markenkreis-Partner nach der Neukonstituierung statt. Die Gemeinschaft führender Produzenten von Isoliergläsern will eine erfolgreiche Zukunft durch eine Reihe von Aktivitäten sichern, die markt- und zielgruppennah auf die Bedürfnisse von Architekten und Verarbeitern zugeschnitten sind.

Die Erkenntnis, das sich Markenprodukte in einem wettbewerbsintensiven Umfeld am besten über den Service verkaufen, ist nicht neu. Bei der Umsetzung dieses Gedankens in Maßnahmenpakete erhofft sich der Flachglas Markenkreis große strukturelle Vorteile.

Die regionalen Isolierglas-Spezialisten kennen vor allem aufgrund ihrer Marktnähe die Informations- und Kommunikationsbedürfnisse der einzelnen Zielgruppen – wie Architekten, Fassadenbauer oder Handwerksbetriebe. Auf diesen Kreis von Isolierglas-Anwendern ist auch das Programm für 2002 zugeschnitten, das im Rahmen des Gesamttreffens mit breiter Zustimmung verabschiedet wurde.

Pragmatische Hilfe

Die Kernzielgruppe bleiben für den Flachglas Markenkreis weiterhin die Architekten. Diese werden bereits seit einigen Monaten durch regionale Architektenberater unterstützt, die Kontakte aufbauen, anwendungstechnische Beratung leisten und konkrete Aufträge an die Lizenznehmer vermitteln. Wichtig ist dem Markenkreis die Entwicklung von Werbeformaten und Kommunikationsmitteln, die über die bloße Produktdarstellung hinaus vielfältige Anregungen für eine innovative Glasarchitektur geben. Mailings mit kreativer Ansprache, die als Fachzeitschriften-Beileger und im Direktversand zum Einsatz kommen, sollen solche Anreize schaffen. Zusätzlich ist ein Buch unter dem Titel „Glasreich“ mit architektonischen Ideen zum Thema Glas geplant, das neben den Architekten alle potentiellen Bauherren ansprechen soll. Architekten sind deshalb ab sofort aufgerufen, reali-

sierte Projekte und Entwürfe zur Publikation in der „Glasreich-Dokumentation“ einzureichen. Eine ganz pragmatische Hilfe soll den Planern ab Frühjahr 2002 in Form einer speziellen Ausschreibungs-Software zur Verfügung gestellt werden.

Erfolgreiches Verkaufen

Wie wichtig gerade in einer angespannten Marktsituation eine persönliche Kundenansprache ist, demonstrierte der mit großem Beifall bedachte Vortrag des Verkaufstrainers und Marketing-Beraters Joachim Bullermann. „Erfolgreiches Verkaufen in umkämpften Märkten“ bedeutet für ihn in erster Linie die Berücksichtigung menschlicher Faktoren als wesentliche, kaufentscheidende Momente – bei internen Vertriebsmitarbeitern genauso wie auf Kundenseite.

Interne und externe Schulung

Eine zweite Säule der Markenkreis-Kommunikation ist die glas- und anwendungstechnische Schulung von Verarbeiter-Zielgruppen. So sind im

Rahmen der so genannten „Markenkreis-Akademie“ im Jahr 2002 verschiedene Veranstaltungen geplant, die grundlegendes Glaswissen sowie aktuelle Normen, Technische Regeln und Produktdetails behandeln. Markenkreisinterne sowie externe Referenten sollen dabei Fassadenbauer und Handwerksbetriebe ebenso ansprechen wie Mitarbeiter und Auszubildende aus den Partnerunternehmen.

Konzentrierte Kompetenz

Der Flachglas Markenkreis umfaßt 24 Unternehmen der Isolierglas-Branche, verteilt auf alle Regionen Deutschlands. Die Produktpalette der Markenkreis-Partner beinhaltet Sonnenschutz-Isoliergläser und Wärmdämm-Isoliergläser. Darüber hinaus vertreibt der Markenkreis hochwertige Funktionsgläser für den transparenten Schallschutz und unterschiedlichste Sicherheitsanwendungen. □

Flachglas Markenkreis GmbH
45884 Gelsenkirchen
Tel. (02 09) 91 32 90
info@markenkreis.de



Der Beirat des Flachglas Markenkreises auf dem Gesamttreffen in Dresden (von links): Frank Paßmann (Pilkington), Helmut Böttcher (GZ Rhein-Main, Aschaffenburg), Helmut Ströhle (GZ Berlin Dresden), Holger Rexhausen (Flachglas Wernberg)