

30. Rosenheimer Fenstertage:

„Es wird Zeit, daß wir uns selbst helfen“

Zum 30. Geburtstag des ift waren in diesem Jahr rund 700 Teilnehmer nach Rosenheim gekommen, um sich über die neuesten Branchentrends zu informieren. Neben den Fachvorträgen nahm für die Besucher wie immer der Austausch mit Kollegen und Partnern einen wichtigen Stellenwert ein. Die Traditionsveranstaltung entwickelt sich dabei auch zunehmend zu einer Plattform für die europäische Fensterbranche, wie die 130 ausländischen Gäste belegten.

Trotz der gegenwärtig schlechten Konjunkturlage war die Stimmung unter den Teilnehmern während der dreitägigen Veranstaltung gut. Den Auftakt am ersten Tag bildete eine Reihe von Plenumvorträgen und ein Rundgang durch das ift. Am zweiten Tag standen verschiedene Vorträge im Plenum sowie eine große Podiumsdiskussion an; der Nachmittag war dann geteilt in die drei Themenblöcke:

- Aktuelles aus dem ift.
- Bauphysik.
- Europa auf dem Weg zur Einheit.

Der Samstag stand im Zeichen der Neuwahlen des ift-Vorstandes sowie der beiden Vortragsblöcke „Innovation Glas“ und „Rund um Fenster und Fassade“. Begleitet wurde die Veranstaltung durch ein umfangreiches Rahmenprogramm.

Seit 30 Jahren führend

Der Vorsitzende des ift-Vorstandes, Erich Losch, eröffnete traditionell die Veranstaltung mit seinem Grußwort an die Teilnehmer. Er zeigte sich erfreut über die zahlreichen Gäste und fühlte dadurch die Arbeitsweise des ift bestätigt: „Das Konzept unseres Instituts und der Fenstertage funktioniert und wird angenommen, was wir durch die große Zahl der Teilnehmer auch dieses Jahr wieder bestätigt sehen.“



Erich Losch, der Vorsitzende des ift-Vorstandes, eröffnete traditionell die Rosenheimer Fenstertage

Ihm folgten die Begrüßungsworte von Dr. Helmut Hohenstein, Leiter des ift, sowie Peter Albers von der Prof.-Erich-Seiffert-Stiftung. Albers rief die Anwesenden auf, sich am 2. Deutschen Marketing-Preis der Stiftung zu beteiligen. Das Thema der mit 12 000 Euro dotierten Ausschreibung lautet diesmal: Innovative Produktpräsentation von Fenster, Türen und Fassaden. Wie wichtig professionelles Marketing gerade für die Fensterbranche ist, sollten die nachfolgenden Vorträge in drastischer Form belegen.

Der Krise aktiv entgegentreten

Die Festansprache hielt in diesem Jahr Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher vom Forschungszentrum für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung (FAW), Ulm. In seiner Rede legte er anfangs dar, wie stark die internationalen Wirtschaftsbedingungen unsere nationale Situation, und somit die Lage der Betriebe, bestimmen. Um hier einzugreifen, sei der Spielraum

für Politiker gegenwärtig jedoch gering. „Erwarten Sie keine große Hilfe von der Politik, sondern nehmen sie ihr Schicksal in die eigenen Hände“, riet Radermacher den Zuhörern. Das sei zwar nicht leicht, aber der Druck von außen setzt seiner Ansicht nach auch Chancen frei. Dabei schilderte er die Lage in Deutschland allerdings nicht so düster, wie es häufig zu hören ist. Gerade, wenn man die Bereiche Automobil oder Maschinenbau betrachte, zeige sich, daß die BRD ganz vorne stehe und unangefochten die besten Produkte erzeuge. Um trotz der schlechten Marktlage bestehen zu können, rief Radermacher dem Publikum zu: „Seien Sie trotzig. Zeigen Sie, wie flexibel und anpassungsfähig der Mittelstand ist, und was Sie leisten können.“ Wichtig ist nach seinen Worten, daß ein Unternehmen genau weiß, was es kann, und wo es im Markt steht. Dabei stellte er drei Kriterien auf, die stark zum Erfolg einer Firma beitragen:

- Herstellung von Produkten, die kein anderer erzeugt (innovatives Produkt).



Prof. Dr. Dr. Radermacher vom FAW, Ulm: „Seien Sie trotzig, zeigen Sie, wie flexibel und anpassungsfähig der Mittelstand ist und was er leisten kann, um trotz der schlechten Marktlage zu bestehen“

- Besondere (ökonomische) Art der Herstellung (innovativer Prozeß).
- Verständnis der Kundenwünsche (innovatives Marketing).

„Wenn man einen dieser Punkte erfüllt, stehen die Chancen schon recht gut, sich auf dem Markt zu behaupten“, so Radermacher abschließend.

Eigeninitiative ist gefragt

Diesen Ausführungen schloß sich Dr. Helmut Hohenstein an: „Die Branche muß sich selbst helfen, wenn sie im Markt bestehen will. Aber sie muß wissen, was sie will, d. h. sie darf nicht am Kunden vorbeireden. Leider gibt es hier massive Defizite.“

Dr. Hohenstein legte dann die neuesten Zahlen einer Marktstudie vor, die ein düsteres Bild auf die Fensterhersteller wirft. Beim Austausch von Fenstern geben laut Untersuchung folgende Ursachen den Ausschlag:

1. Fenster undicht,
2. Energieeinsparung,
3. Rahmen defekt,
4. Scheiben trübe,
5. Beschläge defekt.

Alles negative Gründe, die den Verbraucher zwingen, sich mit ihren Fenstern auseinanderzusetzen.

Bereits zwölf Monate nach dem Einbau neuer Fenster zeigen sich viele Käufer unzufrieden, 12 %–15 % sogar sehr unzufrieden, unabhängig vom Material. Hauptursachen sind dabei Qualitätsmängel.

„Hier zeigt es sich, wie wichtig es für die Branche ist, ernsthaft auf die Kundenbedürfnisse einzugehen“, insistierte Hohenstein, „und hierin besteht auch die Chance, die derzeitige Krise als Motor für notwendige Veränderungen zu nützen.“

Das Image des Produkts „Fenster“ müsse im Gesamten verbessert werden, bei Renovierungsmaßnahmen etwa nähmen die Fenster aus Käufer-sicht erst Platz 15 ein. „Jedoch scheinen für sehr viele Hersteller die Markt- bzw. die Kundenbedürfnisse unklar, weshalb das Angebot nicht entsprechend formuliert werden kann.“ Als Beispiel nannte Hohenstein den weit verbreiteten Dreh-Kipp-Beschlag, der laut Studie von Bauherren nicht mehrheitlich akzeptiert werde, da den



Der Leiter des ift, Dr. Helmut Hohenstein: „Nutzen Sie die derzeitige Krise als Chance, um notwendige Veränderungen in Ihren Betrieben durchzuführen und umzusetzen“ Bilder: Rehberger

Lüftungsmöglichkeiten oder der freien Nutzung der Fensterbank klare Grenzen gesetzt seien. Hier gelte es, neue Wege zu finden und Angebote zu schaffen, die Bedürfnisse der potentiellen Kunden zu bedienen und so eine Belebung des Marktes zu erreichen. Würden völlig neue Fenstergenerationen mit beispielsweise intelligenten Verknüpfungen von natürlicher und automatischer Lüftung, Lichtleittechniken und selbstreinigende Oberflächen auf den Markt kommen, wären schlagartig alle vorhandenen Fenster „alt“ und „das Neue“ könnte einen Kaufanreiz schaffen. Dazu müßte aber zuallererst die Qualität stimmen und Mängel bezüglich versprochener Leistungen mit allen Mitteln bekämpft werden, um ein zukünftiges Image nicht zu beschädigen.

„Das Image des Fensters muß im Gesamten verbessert werden, wobei übergeordnete wettbewerbsneutrale Marketingaktivitäten die besten Ergebnisse liefern können“, schloß Hohenstein seinen Vortrag.

Gestützt wurden diese Aussagen auch von den weiteren Rednern: nur mit hochwertigen Produkten, kombiniert mit einer gestrafften Produktion, könnten die Fensterbaubetriebe über kurz oder lang am Markt bestehen. Jedoch müßte gezielter (kundennah) produziert und die eigenen Leistungsmerkmale massiv kommuniziert werden. Laut der genannten Studie wis-

sen beispielsweise nur 5 % der privaten Fensterkäufer, daß es Holz-Alu-Fenster gibt.

Innovationszentrum geplant

Um die Lage der Fensterbranche zu verbessern, plant das ift Rosenheim ein sogenanntes „Innovationszentrum Intelligente Gebäudehülle“ zu erstellen: Ein Gebäude, bei dem die neuesten Entwicklungen aus dem Bereich Gebäudehülle eingebaut werden sollen. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf einer optimierten Fenster-, Türen- und Fassadentechnik, unter Berücksichtigung aller Werkstoffe, in Verbindung mit den Bereichen der Steuerungs-, Sicherheits- und Energietechnik. Alle verwendeten Elemente sollen durch einen modularen Aufbau, flexibel und austauschbar bleiben. Das ift hofft auf die Mitarbeit von Partnern aus der gesamten Branche.

Das Gebäude soll als Ausstellungsgebäude für innovative Elemente und Bauteile dienen und als kommunikations- und Weiterbildungszentrum genutzt werden. Architekten, Bauherren, Herstellern und Montagefirmen will man damit die Möglichkeit geben, aktuelle Produktentwicklungen vor Ort zu begutachten und sich zu informieren und weiterzubilden.

Neuer Vorstand

Am letzten Tag der Veranstaltung wurde der neue Vorstand des ift mit den folgenden Mitgliedern gewählt: Alfons Schneider (Vorsitzender), Erich Losch (Stellvertreter), Oskar Anders, Peter Arlt, Franz Hauk, Dr. Helmut Hohenstein, Henner Klaas, Hans-Peter Kowalski, Luis Oberrauch, Dr. Harald Schulz.

Einen neuen Vorstand bekam auch das ifz, Informationszentrum Fenster, Fassade und Türen: Rolf Menck (Sprecher), Prof. Dr. Franz Feldmeier (stellvertretender Sprecher), Jürgen Benitz-Wildenburg, Frank Klement und Gottfried Lankes.

Die nächsten Rosenheimer Fenster-tage finden vom 23. bis 25. Oktober 2003 statt.

Matthias Rehberger