



Wolfgang Netzer nimmt Abschied von der Branche:

„Jammern löst keine Probleme“

Ein profunder Kenner der Isolierglas-Branche geht: Wolfgang Netzer, Marketing- und Vertriebsleiter von Henkel Teroson für den Bereich Isolierglas-Industrie, tritt in den verdienten Ruhestand. Über zwanzig Jahre war sein Leben mit der Isolierglas-Branche verknüpft, zuerst als Leiter der Teroson-Anwendungstechnik, zuletzt als Leiter Marketing und Vertrieb für den Gesamtbereich Isolierglas. Doch auch über die Zeit „danach“ macht Netzer sich Gedanken. Hier seine Visionen für die Zukunft des Isolierglas-Marktes.

Dass sich Märkte gravierend verändern, und das in immer schnellerem Tempo, mag schon ein Gemeinplatz sein. Für den Isolierglas-Markt aber trifft es in ungleich stärkerem Maße zu, zumindest in Deutschland. Der Ausbau von Überkapazitäten vor allem in den Boomzeiten nach „der Wende“, der kontinuierliche Rückgang der Isolierglas-Produktion, der drastische Preisverfall und eine nun schon acht Jahre an-

dauernde Rezession auf dem deutschen Bauproduktmarkt prägen und prägen die Branche – vor diesem Hintergrund ist der Markt zu einem täglichen „Kampfplatz“ geworden. Wolfgang Netzer: „Das ist für viele schon lange kein Spaß mehr, hier geht es ums nackte Überleben. Die Rezepte von gestern – sprich Rabatte, Rabatte, Rabatte – taugen nur noch zur Pleite. Wer jedoch Zukunft will, muss heute der Realität ins Auge sehen. Auch wenn das kein ganz so schöner Anblick ist. Immerhin ist bewundernswert, wie sich viele Isolierglas-Hersteller in diesem schwierigen Umfeld behauptet haben.“



Geht in den verdienten Ruhestand: Wolfgang Netzer, Henkel Teroson-Marketing- und Vertriebsleiter Isolierglasindustrie

Wachsen in der Rezession

Behaupten konnte sich auch Henkel Teroson mit dem Geschäftsfeld Isolierglas-Industrie. Und mehr als das: Es gelang nicht nur, die Marktführerschaft in Deutschland zu verteidigen, sondern sogar in den meisten Märkten Anteile hinzuzugewinnen, vor allem in den

Ansichten eines Branchenkenners:

Auch über den Ruhestand hinaus macht sich Wolfgang Netzer Gedanken um die Isolierglas-Branche. Hier seine „Überlebens-Theorien“:

- Dienstleistung – Mehrarbeit statt Feierabendmentalität! 35-Stunden-Woche heißt, den Kunden nicht ernst zu nehmen.
- Qualität ist kein Problem, sondern die Chance zur Rendite! Nur höchste Qualität bringt hohe Margen.
- Preiswettbewerb den Verlierern überlassen! Geiz ist geil – aber doch nur bei Rabatten. Flexibilität ist angesagt, wenn es darum geht, die eigenen Kosten im Griff zu haben.
- Eigene Stärken entwickeln und bezahlen lassen! Wer mehr bietet als andere, hat nichts zu verschenken.
- Aktiv bleiben: Nach dem Auftrag ist vor dem Auftrag! Wer erst seine Lorbeeren pflückt, hat schon den Anschluss verpasst.
- Offensive statt Defensive! Eigene Möglichkeiten anzupacken ist besser, als auf die Konjunktur zu warten.
- Innovation ist Standard, und das ist zu wenig! Innovativ sein heißt auch, banalste kaufmännische Regeln zu beachten
- Marketingkreativität heißt nicht Rabatte, Rabatte, Rabatte! Ideen sind der nachwachsende Rohstoff, bei dem man nicht sparen muss.
- Wissen macht cool! Auch der Wettbewerb hat keine Gelddruckmaschine im Keller stehen.
- Mut zur Realität! Wer den Kopf in den Sand steckt, kann sich auch gleich begraben lassen.

boomenden Märkten Osteuropas, Asiens und – interessanterweise – Englands. „Wenn beispielsweise der russische Fenstermarkt jährlich um 20 bis 30 % wächst und 2003 dort ca. 15 Mio. Fenster produziert wurden, also mehr als in Deutschland, wird klar, warum wir uns in den letzten Jahren besonders stark um diese Märkte gekümmert haben.“

Trotz der Erfolge im Ausland ist und bleibt für die Heidelberger Deutschland der wichtigste Markt, nicht zuletzt wegen der weltweit führenden Technologien, höchsten Anforderungen und Standards. Dennoch tobt in Deutschland ein erbarmungsloser Preiskampf. Eine widersinnige Situation, findet Wolfgang Netzer. Um so mehr, als wegen des Trends zu Multifunktionsverglasungen die Isolierglas-Einheiten immer größer, komplizierter und teurer in der Herstellung werden. Netzer: „Mit Sorge beobachte ich die Tendenz, als wichtigstes Kriterium bei der Auswahl des Isolierglas-Dichtstoffs den Preis zu nehmen. Dabei kann, wie jeder weiß, der billige Dichtstoff bei Reklamationen sehr schnell sehr teuer werden.“ Der Werbeslogan „Geiz ist geil“ illustriert trefflich das Lebensgefühl nicht nur bei den Verbrauchern in der Isolierglas-Branche. Geiz ist aber völlig „ungeil“, wenn er den Preiswettbewerb, an sich ein wesentliches Element der Marktwirtschaft, pervertiert. Das ist spätestens dann der Fall, wenn Waren unter Wert verkauft werden. „Ob der Geiz der Investoren nun die Preisspirale nach unten in Gang gebracht hat oder ob die Dumpingpolitik einzelner Anbieter den Geiz der Verbraucher entfacht hat, sei dahin-

gestellt“, so Netzer. „Ganz klar aber ist, dass jetzt Verantwortung für den Markt gefragt ist. Wer Zukunft will, muss dieses Vabanquespiel beenden. Auch der Kunde der Isolierglas-Industrie weiß, dass für Tiefpreise auf Dauer keine Topqualität zu erwarten ist. Wer nur auf die Billigschiene setzt, muss die Folgen tragen: 1. weniger Qualität und 2. die Pleite.“

Grund zum Optimismus

Eines möchte Netzer der Branche aber noch auf den Weg mitgeben: den Optimismus in einen Zukunftsmarkt: „Ich sehe das schwierige Marktumfeld ohne Illusionen. Aber das ist nicht die ganze Wahrheit. Zur Realität unseres Isolierglas-Marktes zählen auch das ungeheure Zukunftspotenzial unseres Produkts und das Know-how-Potenzial seiner Hersteller. Unser Isolierglas-Markt ist mittel- und langfristig ein Wachstumsmarkt, und Isolierglas ist doch kein Auslaufmodell, sondern ein absolutes High-Tech-Produkt für die Welt von heute und morgen. Ob es um ökonomische oder um Fragen der Lebensqualität geht – was in diesem Produkt steckt, sind die Antworten auf eine Vielzahl

drängender Probleme. Hinzu kommt, dass wir in unserer Branche eine solche Dichte an Menschen mit Ideen und Kompetenz haben – Ihr könnt es doch!“ Jedenfalls kann Netzer gar nicht anders, als zuversichtlich in die Zukunft zu schauen. Die neue Verantwortlichen von Henkel Teroson wollen ihren Teil zu dieser Zukunft beitragen. Die Weichen sind gestellt, die Mannschaft steht, u. a. durch eine Straffung und Stärkung der Organisation. Mit Thomas Stein und Sebastiaan de Vries übernehmen ebenso erfahrene wie engagierte Kollegen das Steuer und die Marktbetreuung. Netzer: „Um den Kurs und um das Ziel ist mir nicht bange. Ich gehe beruhigt in den Ruhestand und freue mich darauf, dann von außen den Weg meiner Kollegen und Partner in die Zukunft zu beobachten.“ ■



Henkel TIG-Assembly Europa
69123 Heidelberg
Tel. (0 62 21) 7 04-0
www.Henkel-Teroson.de