



Olaf Vögele
Ressortleiter Sonnenschutz
voegele@glaswelt.de

Daniel Mund
Chefredakteur
mund@glaswelt.de

Foto: GLASWELT

Krisen schaffen neue Chancen

VÖGELE: Seit fünf Monaten befassen wir uns bei Online-Meldungen und Artikeln, Interviews etc. mit dem Thema Corona auch in der GLASWELT. Teilnehmerabsagen an Messen sind an der Tagesordnung und Messen werden bzw. wurden bereits verschoben und dann doch oder direkt abgesagt. Schlechtes Karma könnte man dazu sagen. In der R+S Branche wird nicht gejammert, sondern geklotzt. Die Lieferketten funktionieren (wieder) und die Auftragsbücher sind im Bereich Sonnenschutz und Outdoor mehr als voll. Der Fachkräftemangel ist das eigentliche Problem, denn weitere Montagekapazitäten können deshalb nur schwer aufgebaut werden. Wie sieht es im Fensterbereich aus, Daniel?

MUND: Auch im Fensterbereich funktioniert der Markt – besonders bei der Sanierung. Generell sehe ich es wie Andreas Engelhardt, CEO von Schüco: „So schlimm wie befürchtet ist es nicht gekommen.“ Im Gegenteil: Erstaunlicherweise sind entweder die Showrooms voller denn je (O-Ton Matthias König, CEO von Albohn) oder die, die die Ausstellungen besuchen, haben noch konkretere Kaufabsichten (O-Ton Klaus Gayko: „Die, die zu uns kommen, wollen auch wirklich etwas bestellen). Gerade für Gayko birgt die Krise deutliche Chancen für den Anbieter, der sich nicht in der Billigszene zu Hause fühlt. Er schätzt, dass es die Unternehmen schwer haben werden, die auf die untere Preisschiene setzen. Wichtig sind heute die umfassenden Serviceaspekte und eben auch besonders die Montagequalität. Nur dafür braucht man auch die gut ausgebildete Mannschaft – vom Vertrieb bis hin zur Baustellenkompetenz.

VÖGELE: Für den Vertrieb und Innendienst sehe ich momentan gute Chancen, gute Mitarbeiter zu bekommen, weil andere Branchen schwächeln und die Bereitschaft deren Mitarbeiter über den Teller rand zu schauen, steigt. Da heißt es aufzupassen und personell aufzustocken. Die Baustellenkompetenz bleibt nach wie vor das Problem. Aber Corona hat gezeigt, dass in der Digital-Wüste Deutschland doch so einiges geht, was vorher unmöglich schien. E-Learning bekommt da nicht nur in der Schule eine Bedeutung, sondern auch bei der betrieblichen Weiterbildung.

MUND: Hast du dafür ein Beispiel aus deiner Branche, wie das aussehen kann?

VÖGELE: Markilux bietet Fachpartnern im Sommer erste digitale Marketing- und Produktschulungen an. Es gibt zunächst drei Live-Webinare, für die man sich online anmelden kann. Die Webinare ergänzen das bisherige Angebot der Academy und sind Teil eines neuen Mix aus Präsenzseminaren und Onlinetrainings. Die Webinare werden zwischen 45 und 75 Minuten dauern und von erfahrenen Markilux Mitarbeitern moderiert. Ich finde das eine gute Lösung, bei der eigene Kompetenzen genutzt werden können. Bietet die Fensterbranche Ähnliches?

MUND: Ja, das gibt es bereits vereinzelt. Beispielsweise berichtet mir Schulungsanbieter Armin Leinen davon, dass er sein Angebot in Corona-Zeiten massiv umgestellt hat auf digitale Formate. Aber nach wie vor bleibt insgesamt oft ein Thema ausgespart: Die Schulung der Baustellenkompetenz. Das ist tatsächlich via Bildschirm sehr schwer zu vermitteln, denn hier sind auch praktische Übungen das Maß aller Dinge. Ganz ohne die Erfahrungen im Workshop geht es einfach nicht. Jetzt aber erstmal viel Spaß mit der vorliegenden Ausgabe.

TECHNOFORM

Anzeige

Creating
complete
solutions

www.technoform.com

Lösungen für den
thermisch optimierten
Glasrandbereich

