

schloss+beschlagmarkt Umfrage

kosi. – Nach der BAU 2017 hat die Redaktion vom schloss+beschlagmarkt einige Aussteller zur Messe, ihren Erwartungen für das Geschäftsjahr 2017 und den zu erwartenden Herausforderung für das eigene Unternehmen sowie die Branche befragt. Hier lesen Sie die Antworten.

Wie fällt Ihr Messefazit aus?

Die Messe lief super für uns. Wir haben uns über die große Resonanz an unserem Stand gefreut. Themen wie Nachhaltigkeit, BIM, Smart Home und Digitalisierung von Produkten und Prozessen sind auf dem Vormarsch. Die Lösungen und Produkte von Assa Abloy können hier viel bieten und treffen den Zeitgeist.

Die BAU 2017 hat erneut bestätigt, dass sie für Athmer zur wichtigsten Messe gehört, um die Schlüsselkunden zu erreichen. Positiv überrascht hat dabei die hohe Anzahl von Besuchern auf dem Athmer-Messestand, sowohl aus dem europäischen Ausland, als auch aus Übersee. Zudem war es beeindruckend zu sehen, dass eine starke anwendungsbezogene Ausrichtung von neuen und innovativen Produkten hin auf einen konsequenten Kundennutzen stattfindet. Das technisch Machbare ist nicht mehr das alleinige Kriterium, sondern der Zusatznutzen für den Kunden.

Insgesamt zieht Athmer ein sehr positives Messefazit. Das Interesse an den neuen Produkten, wie die barrierefreie Außentürdichtung „Rainstop“ sowie dem innovativen Fingerschutzsystem „NR-32 Uni-Safe“, war sehr groß. Die Gespräche mit den Kunden waren geprägt von einer zurechtversichtlichen und optimistischen Grundstimmung, welche auf eine sehr stabile Baukonjunktur zurückzuführen ist.

Unser Messefazit fällt durchweg positiv aus. Wir waren wieder überrascht von der immer weiter steigenden Anzahl der Besucher – vor allem auch aus dem Ausland. Beeindruckt waren wir von der wachsenden Qualität der Gespräche die wir direkt auf der Messe führen durften.

Welche Erwartungen haben Sie an das Geschäftsjahr 2017?

Wir hatten ein ganz hervorragendes Geschäftsjahr 2016 in Deutschland und sind sehr zufrieden. Assa Abloy erlebt wieder einen Rekordumsatz, wir haben bestes Wachstum und besten Umsatz. In 2017 möchten wir konservativ wachsen.

Athmer erwartet ein gutes Geschäftsjahr 2017 – gerade mit den neuen Produkten wird Athmer seine Marktführerschaft ausbauen. Alle wichtigen Indikatoren deuten auf eine Fortsetzung der guten Baukonjunktur hin. In Athmers wichtigsten Absatzmärkten herrschen insgesamt stabile politische und rechtliche Rahmenbedingungen, so dass Athmer in diesen Ländern von einer zunehmenden Investitionsbereitschaft ausgeht.

Die Firma Aumüller hat hohe Erwartungen an das Geschäftsjahr 2017. Nach einem sehr guten Messefeedback werden wir natürlich hart daran arbeiten die vielen neu gewonnenen Kontakte auch in langfristige Kundenbeziehungen umzusetzen. Unser Unternehmen hat in den letzten vier Jahren eine Neustrukturierung durchlaufen welche nun in 2017 auch beim Kunden spürbar sein wird.

Welche Herausforderungen sehen Sie in 2017 für die Branche und welche ganz konkret für Ihr Unternehmen?

Wir erleben einen stagnierenden Markt mit explodierenden Preisen von Rohmaterial. Für die Branche bedeutet der Umgang mit diesen Konditionen eine Herausforderung. Die aktuellen Preise übersteigen teilweise bereits die Höchstpreise von 2011.

Für die Branche gilt es, die zunehmende Komplexität von mechanischen und elektronischen Bauprodukten, inklusive deren Schnittstellen, sicher und zuverlässig zu beherrschen. Weiterhin muss aus Sicht der deutschen Beschlagindustrie der hohe Qualitätsstandard gegenüber den Kunden im Fokus liegen.

Für Athmer bedeutet das im Rahmen seiner konsequenten Internationalisierungsstrategie auch den international tätigen Kunden den gleich hohen Produkt- und Servicestandard wie zum Beispiel in Deutschland anbieten zu können. Mit weiteren innovativen Produkten und der Nähe zum Markt, wird Athmer die kommenden Herausforderungen erfolgreich meistern.

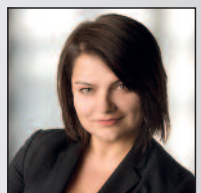
In den letzten Monaten ist nach einer langen Zeit der Ruhe wieder Bewegung in die Normung für automatisierte Fenster gekommen. Die Umsetzung der Anforderungen aus diesen Normen wird uns in diesem Jahr sicher beschäftigen. Sowohl die Hersteller als auch die Planer und Verarbeiter sind hier gefordert. Wir als Hersteller sehen so eine Anforderung aber auch immer als Impuls für innovativen und optimierte Produkte.



ANDREAS WAGENER
Geschäftsführer
Assa Abloy Sicherheitstechnik



HOLGER PERTZ
Geschäftsführer
Athmer



RAMONA MEINZER
Geschäftsführung
Aumüller Aumatic



JÜRGEN BARTELS
Geschäftsführer
Basys

Wie fällt Ihr Messefazit aus?

Die BAU ist für uns immer ein Gradmesser in vielerlei Hinsicht. Hier bekommen wir ein Gespür dafür, wie die Konjunkturstimmung innerhalb der Branche ist, wie zufrieden unsere Kunden mit uns und dem Messeauftritt sind und auf welche Resonanz unsere Innovationen stoßen. In allen drei Punkten wurden unsere Erwartungen übertroffen. Wir waren beeindruckt von der allgemein positiven Grundstimmung der Besucher und von der hohen Qualität der Messestände einiger Aussteller. Wir haben uns sehr über die positive Resonanz der Besucher auf unsere Neuheiten und den neuen Standort unseres Messestandes gefreut. Überrascht hat uns, dass wir mit unserem Produkt „PIVOTA DX Close“ den Innovationspreis für Architektur + Bauwesen gewonnen haben. Enttäuschungen haben wir hier weder erwartet noch erlebt. Wir waren wieder gerne in München und freuen uns schon auf die BAU 2019.



ECKHARD MEYER
Geschäftsführer
Vertrieb/Marketing
Dr. Hahn

Am Dr. Hahn Messestand spiegelte sich wieder, was die Messe München bereits vermeldete: Der Anteil von Besuchern aus dem Ausland war besonders hoch. Überrascht hat uns die hohe Zahl und Qualität von Gästen aus dem mittleren Osten. Auch gab es ungewöhnlich viele Anfragen nach konkret spezifizierten Angeboten. Insgesamt haben wir die Stimmung sehr positiv aufgenommen. Die Bau 2017 gehört für Dr. Hahn zu den besten der letzten Jahre.



JORDI NADAL
Geschäftsleiter
Roto Aluvision

Der Geschäftsbereich Roto Aluvision ist mit dem Verlauf und den Ergebnissen der BAU 2017 äußerst zufrieden. Unsere Botschaft der letzten Jahre wurde verstanden und wir konnten eine gegenüber der Messe 2015 noch einmal massiv angestiegene Zahl von Besuchern begrüßen, die zum Beispiel unseren Service „Roto Object Business“ nutzen wollen. Das Interesse an unseren Produktinnovationen, aber auch an individuellen Sonderlösungen war enorm. Die BAU 2017 hat uns die perfekte Plattform für sehr vielversprechende Gespräche über konkrete Projekte und Anforderungen geboten. Das hat uns nicht überrascht, weil wir ja viel getan haben, um diesen Zustand zu erreichen, aber die Zahl und Intensität der Kundenseite sehr gut vorbereiteten Gespräche hat uns sehr positiv überrascht.

Welche Erwartungen haben Sie an das Geschäftsjahr 2017?

Konjunkturrell wird sich aus unserer Sicht das Geschäftsjahr 2017 genauso positiv gestalten wie das Jahr 2016. Die Anzahl der Baugenehmigungen ist noch einmal gestiegen; so haben wir keinen Zweifel daran, dass der Positivtrend im Baugewerbe anhält. Wir hoffen natürlich, dass wir unsere auf der BAU gezeigten Neuheiten erfolgreich im Markt positionieren können.

Bei einem Exportanteil von mehr als 60 Prozent, sehen wir auf den verschiedenen Märkten sehr unterschiedliche Entwicklungen. Auf dem deutschen Heimatmarkt erwarten wir eine durchaus positive Konjunktur, die auch durch das Wahljahr nicht beeinträchtigt werden wird. In Mitteleuropa sollten die Zahlen stabil gehalten werden können, wohingegen Südeuropa weiterhin keine großen Impulse setzen kann. Osteuropa ist stark vom Verdrängungswettbewerb geprägt. In Russland hoffen wir das inzwischen stark gesunkene Volumen verteidigen zu können.

Der Geschäftsbereich Roto Aluvision erwartet 2017 international ein deutliches Wachstum, obwohl einige der großen Märkte mit volkswirtschaftlichen Problemen zu kämpfen haben. Wir rechnen mit dynamischem Wachstum in für uns noch relativ jungen Märkten mit neuen Kunden, neuen Produkten und Dienstleistungen. Gleichzeitig geben uns die Produktinnovationen der zurückliegenden Monate die Chance, auch die Zusammenarbeit mit langjährigen Kunden zu verstärken, indem wir gemeinsam mit ihnen die Performance von Fenstern und Türen verbessern und damit neue Kaufanreize schaffen. Es bleibt dabei: Der Geschäftsbereich Roto Aluvision wird sich weiterhin darauf konzentrieren, messbaren und immer mehr Nutzen für die Hersteller von Aluminiumfenstern und -türen zu stiften.

Welche Herausforderungen sehen Sie in 2017 für die Branche und welche ganz konkret für Ihr Unternehmen?

In der Branche wird es zunehmend darum gehen, das hohe Niveau bezüglich Lieferfähigkeit und Zuverlässigkeit aufrechtzuerhalten. Aus Vertriebsicht muss die Diskussion mehr Nutzen- und Funktionsargumente in den Vordergrund stellen; sie darf sich nicht nur auf den Preis reduzieren. Wir müssen für hochwertige Produkte auch über einen angemessenen Gegenwert sprechen.

Im Unternehmen investieren wir in diesem Jahr in eine neue Produktionshalle sowie in moderne Lackiertechnik. Die Umsetzung bindet Manpower, und so gilt es, dass wir uns gut organisieren, damit Kunden davon keine Nachteile haben, nach Fertigstellung aber profitieren.

Aufgrund der sprunghaft steigenden Importe von Bauelementen nach Deutschland, muss es der Branche gelingen, den Mehrwert der hier produzierten Elemente und den damit verbundenen Service noch stärker in den Vordergrund zu stellen. Man muss dem Impuls, allein im Preiskampf bestehen zu wollen, widerstehen, da die Erträge schon heute nicht mehr auskömmlich sind. Wir bei Dr. Hahn sehen unsere Herausforderung darin, den digitalen Umwandlungsprozess intern sinnvoll zu gestalten. Wir wissen, dass wir gut aufgestellt sind, um unsere Partner, sei es Handel oder Verarbeiter, auf diesem Weg zu begleiten.

Die politische und wirtschaftliche Situation auf der Welt ist momentan sehr instabil. Wir müssen unseren Kurs trotzdem halten, aber auch Flexibilität beweisen und uns im Dienst unserer Kunden an besondere Herausforderungen schnell anpassen. Wir tun das auf der Grundlage unserer zentralen Motivation, stets nah am Kunden zu sein. Wir wollen in allen Ländern, in denen Roto Aluvision aktiv ist, die spezifischen Anforderungen unserer Kunden bestmöglich erfüllen. Und wir werden trotz aller Schwierigkeiten immer einen Weg finden, um den Erfolg unserer Partner weiter zu stützen. Davon bin ich überzeugt.

Wie fällt Ihr Messefazit aus?

Wir konnten unsere Kunden und Partner damit begeistern, dass unsere Produkte und Lösungen für Tür-, Fenster- und Sicherheitstechnik in „intelligente“ Anwendungen der Gebäudetechnik eingebunden werden können. Wir komplettieren die Gebäudeautomation und machen ein Gebäude zu einem wirklichen „Smart Building“. Denn mit unserem neuen Gebäudeautomationssystem und unseren Vernetzungsmodulen bringen wir die komplette „Intelligenz“ unserer Produkte und Systeme erstmalig in Gebäude ein, die auf der Basis der weltweit führenden offenen Kommunikationsstandards KNX und BACnet vernetzt sind. Außerdem hat die BAU 2017 erneut bestätigt, dass sie für uns zu den wichtigsten Veranstaltungen gehört. Gegenüber 2015 hatten wir ein Besucherplus im deutlich zweistelligen Bereich und knüpften zahlreiche neue Kontakte.

Die Bau in München 2017 bestätigt ihren Anspruch als national und international führende Leitmesse. Die Besucherzahlen steigen von Jahr zu Jahr und der Anteil an internationalen Publikum nimmt ebenso von Jahr zu Jahr stetig zu. Unsere internationalen Kunden bestätigen uns dass die Bau in München für Sie die weltweit qualitativ beste Messe ist.

Der in 2015 gute Besucherandrang am Maco-Stand wurde erneut übertroffen. Signifikant stieg die Vielfalt an internationalen Besuchern. Gäste aus west- und südeuropäischen Ländern kamen ebenso wie aus Osteuropa und vor allem Russland und China. Im Wesentlichen waren es unter den vielen Innovationen vier Produktbereiche, die sehr nachgefragt wurden: Ganzheitliche Sicherheitslösungen, Barrierefreiheit und Lüften als attraktive Lösungen für Architekten, Smart building components für die Vernetzung im Eigenheim.

Welche Erwartungen haben Sie an das Geschäftsjahr 2017?

Wir gehen bei „smarten“ Komplettlösungen für Türen und Fenster zur intelligenten Gebäudevernetzung von einem spürbaren Wachstum aus. Weiteren Umsatzzuwachs erwarten wir bei multifunktionalen Tür-lösungen, die komplexe Anforderungen erfüllen. Auf die Möglichkeiten, die uns die positive Entwicklung des Marktumfeldes bietet, sind wir bestens vorbereitet und rechnen auch bei Sicherheits- bzw. Brandschutz-türen, in der Türautomation und in der Fenstertechnik mit einer noch größeren Nachfrage.

Wir gehen mit einer positiven Erwartungshaltung in das Jahr 2017. Der Auftragseingang liegt in den ersten sechs Wochen bereits deutlich über dem Vorjahr. Begleitet von der Tatsache, dass wir mit der größten Produktoffensive in unserer 39-jährigen Firmen-Geschichte in das Jahr 2017 gehen und mit dem neuen Hafi-Sortiment designed by Studio F. A. Porsche eine sehr hohe Aufmerksamkeit bei unseren nationalen und internationalen Kunden in München erzielt haben sind wir überzeugt, dass wir unsere ambitionierten Ziele erreichen werden.

Wir erwarten eine sehr positive Entwicklung für 2017. Diese Zuversicht resultiert zum einen aus unserer eigenen Innovationskraft und zum anderen aus den vielen guten Gesprächen mit Kunden, Verbänden und Wohnbauträgern, die auf Maco als Qualitätshersteller setzen. Die insgesamt positive Marktentwicklung und die Neuauflage der KfW-Fördergelder für barrierefreies Bauen lässt auch den Stimmungsindeks bei Maco stark steigen. Zudem sind wir in den Geschäftsfeldern Fenster und Hebe-Schiebeelementen in Deutschland sehr gut aufgestellt. Macos Weg, die mechanische Sicherheit mit elektronischer zu kombinieren und passive Hardware über Funk in integrierte Gesamtlösungen zusammenzufassen, zeichnet sich als richtig und unabdingbar ab.

Welche Herausforderungen sehen Sie in 2017 für die Branche und welche ganz konkret für Ihr Unternehmen?

Die gewerkeübergreifende Vernetzung unterschiedlicher Gebäudefunktionen und die Einbindung in die Gebäudeleittechnik werden neben der Anwendungsvielfalt von Türen und Fenstern noch bedeutsamer sein. Unsere Kunden werden mehr Unterstützung bei der Anpassung ihrer Prozesse an die immer selbstverständlicher werdende Planungsmethode Building Information Modeling (BIM) benötigen. Wir bringen unsere Türplanungskompetenz mittels intelligenter Türobjekte ein und ermöglichen eine ganzheitliche und umfassende Türenplanung in allen Leistungsphasen. Architekten, Planer und Verarbeiter werden erstmals gemeinsam an einem virtuellen Gebäudemodell Türen gestalten können. Mit anwendungsorientierten Komplettlösungen werden wir unsere Kunden und Partner also noch stärker unterstützen.

Wir sehen in der Digitalisierung der Produktwelt und der Digitalisierung der gesamten Prozesswelt in den jeweiligen Unternehmen eine große Herausforderung für unsere Branche aber auch für unser Unternehmen. Wir haben hierfür eine Stabstelle in der Geschäftsleitung geschaffen. Mit einer Kernaufgabe dieser Stabstelle ist die Implementierung einer komplett neuen ERP-Software in allen Unternehmensbereichen von Hafi in 2017.

Gestärkter Standort Deutschland: Ziel ist der Imagewandel vom Dreh-Kipp-Hersteller zum Qualitätshersteller und Lösungsanbieter für ganzheitliche Gebäude- und Sicherheitslösungen. Zudem werden wir kräftig daran arbeiten, uns als Experte für Tür- und Schlosslösungen sowie für Großflächenelementen zu etablieren. Dafür werden neue Vertriebskanäle gewählt und die interne Struktur ausgebaut. Die Branche steht vor der Herausforderung, die Wertigkeit und das Image des Fensters zu heben. In allen Bereichen des Baus wird investiert und sehr viel Geld ausgegeben, die Preise steigen. Bei Fenstern und Türen – die Visitenkarte des Hauses, – die ein Leben lang halten und nicht nur Design sondern erstklassige Funktion und Sicherheit bieten, wird gespart und die Preisspirale bewegt sich eher nach unten. „Wir dürfen uns nicht für unsere Preise rechtfertigen und über die Menge kalkulieren, sondern müssen mit Stolz die Qualität unserer Produkte vertreten.“



CHRISTIAN SCHULZE DIECKHOFF
Leiter Vertrieb Deutschland und Luxemburg Geze



RENE FINK
Geschäftsführer Hafi



FEKKE VAN DIJK
Geschäftsführer Maco Deutschland



THORSTEN STUTE
Geschäftsführer
Hewi

Wie fällt Ihr Messefazit aus?

Mit über 250 000 Besuchern hat die BAU 2017 erneut Rekorde gebrochen. Für Hewi ist die BAU einer der wichtigsten Leitmesen in Europa, die nicht nur Architekten, sondern auch Verarbeiter und weitere wichtige Entscheidungsträger anspricht. Sowohl mit der Zahl der Besucher sowie deren Internationalität als auch mit der Qualität und Dauer der Gespräche auf dem Messestand sind wir sehr zufrieden. Die Resonanz zu unseren Neuheiten war hervorragend.

Welche Erwartungen haben Sie an das Geschäftsjahr 2017?

Wir blicken dem Geschäftsjahr sehr positiv entgegen. Auf der Messe haben wir viele Neuheiten vorgestellt – neue Designs und innovative Funktionen, die den Markt verändern werden. Wir nutzen nun die Zeit, um unsere Lösungen im Markt zu etablieren und sind sicher, dass es ein positives Jahr für Hewi wird. Wir werden unsere Position in bestehenden Märkten weiter ausbauen und international expandieren.

Welche Herausforderungen sehen Sie in 2017 für die Branche und welche ganz konkret für Ihr Unternehmen?

Der Markt für Beschläge hat sich in den vergangenen Jahren sehr verändert, ist geprägt von starkem Preiskampf und günstigen Beschlägen aus Fernost. Wir legen unseren Fokus klar auf den Premium-Markt. Durch unsere starke Kundenorientierung und mit Produkten, die sich durch ausgezeichnetes Design, Funktionalität, herausragende Qualität und Langlebigkeit auszeichnen, schaffen wir Voraussetzungen für nachhaltigen Erfolg. Auch der demografische Wandel stellt nach wie vor eine der größten Herausforderungen unserer Gesellschaft dar. Wir möchten das Thema barrierefreies Bauen weiter vorantreiben und mit unserer Expertise sowie unseren Produktlösungen einen Beitrag dazu leisten, diese Herausforderung zu meistern.



ANDREAS FUHR
Geschäftsführer
Fuhr

Wir konnten unser neues, modernes Standkonzept auch in München nutzen und die Marke Fuhr und unsere Verriegelungslösungen somit sehr gut präsentieren. Auch zeigte das rege Interesse von bestehenden Kunden sowie neuen Kontakten, dass wir mit unseren systembasierten Lösungen dem Fachhandel und Verarbeitern einen echten Mehrwert bieten. Erneut positiv aufgefallen ist die Internationalität der Messe sowie die Organisation von Seiten der Messegesellschaft. Aus Sicht der Beschlagindustrie könnte die Öffnungszeiten am Samstag verringert werden.

Wir haben uns vorgenommen auch in 2017 weiter zu wachsen. Kommt es zu keinen Veränderungen der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Vergleich zum Vorjahr, so gehen wir von einer erneut positiven Entwicklung aus. Allerdings lassen sich die Risiken für die zentraleuropäische Wirtschaft durch die aktuellen Entwicklungen in den USA als auch den Brexit nicht abschätzen.

Das vergangene Jahr hat gezeigt, dass der positive Trend in der Branche sehr stark von den wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen in den jeweiligen Märkten abhängig ist. Eine Verschlechterung der Baukonjunktur durch unkalkulierbare externe Einflüsse in den Märkten, in denen 2016 eine positive Entwicklung zu verzeichnen war, wird insbesondere die Unternehmen vor neue Herausforderungen stellen, die Ihre Kapazitäten nach Jahren der Vorsicht zwischenzeitlich erhöht haben.

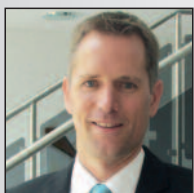


FRANK JEDAMSKI
Kaufmännischer
Geschäftsführer
Hautau

Die Messe war für Hautau ein voller Erfolg. Wir konnten gegenüber dem Vorjahr noch einmal deutlich mehr Besucher auf unserem neu gestalteten Messestand begrüßen. Unser Messeteam hat zahlreichen Interessenten das umfangreiche Programm mit Innovationen aus dem Bereich Schiebetechnik und Gebäudeautomation präsentieren können. Mit unserem Messethema „Hautau – Komfort erleben“, haben wir Lösungen für aktuelle und zukünftige Anforderungen gezeigt. Hautau wird auch in 2019 die BAU nutzen, um dem internationalen Publikum Produktneuheiten zu präsentieren.

Überraschungen haben wir nicht erlebt. Festzustellen ist, dass die Zahl der Besucher noch einmal deutlich gestiegen ist. Die Arbeit der Münchener Messe und der stetige Ausbau des Messestandorts zahlt sich aus. Aus unserer Sicht könnte die Dauer der Messe auf vier bis fünf Tage reduziert werden.

Die Branche muss weiterhin am Stellenwert des Fensters arbeiten. Fenster sind Multifunktionsbauelemente die durch sinnvolle Ausstattungen zum Beispiel Sicherheit und Barrierefreiheit sowie vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten bieten. Mit guter Beratung muss dieser Mehrwert des Fensters verkauft werden.



JAN KARCHER
Managing Director
Karcher Design

Wir waren sehr zufrieden mit der hohen Besucherzahl. Wie auch bei der letzten BAU konnten wir auf unserem Stand zahlreiche Kunden willkommen heißen und bedeutsame neue Kontakte knüpfen.

Wir sind sehr optimistisch und erwarten ein weiterhin gutes Wachstum!

Selbstverständlich nehmen wir uns vor, das starke Wachstum des Vorjahres auch 2017 konsequent zu halten und schließlich weiter voranzutreiben. Als größte Herausforderung für die Branche sehen wir die sich derzeit im Wandel befindende Weltpolitik. In den kommenden Jahren ist vor allem diplomatisches Geschick gefragt.

Wie fällt Ihr Messefazit aus?

Die BAU ist die einzige Messe, an der Esco Metallbausysteme GmbH teilnimmt. Deshalb ist unsere Erwartungshaltung entsprechend hoch. Auch in diesem Jahr wurden wir nicht enttäuscht. Nach einem verhaltenen Start am Montag war unser Stand an allen Messetagen sehr gut besucht und wir freuten uns besonders über die große Zahl an Nichtkunden und an internationalen Besuchern. Unsere neue Software, der Esco Entscheidungsfinder, hat großes Interesse hervorgerufen. Sie ist für den Metallbauer ein wichtiges Tool und rundet unser Programm an Produkten der Eigenmarke „systeQ“ auf hervorragende Weise ab. Ein weiteres Highlight auf unserem Stand war das „greenteQ“-Programm der VBH für den Metallbauer. Unser Fazit fällt also durchweg positiv aus.

Unser Fazit von der Messe BAU 2017 ist durchweg positiv. Wir konnten in diesem Jahr noch mehr Kontakte und vor allem intensive Fachgespräche verzeichnen als in den vergangenen Jahren. Neben der Vielzahl von Besuchern aus den Bereichen Handel, Verarbeiter und Architektur, ist besonders der weiter steigende Anteil von internationalen Besuchern zu vermerken. Beeindruckt hat uns mit welchen konkreten Anforderungen viele Besucher zu uns auf den Messestand gekommen sind, was die fachliche Kompetenz unterstreicht. Sehr erfreut sind wir über Resonanz und Zuspruch auf unsere Neuheiten rund um das Thema Klemmschutz, die „Tectus“-Bandvariante für gefälzte Holzhaustüren und insbesondere die neue verdeckt liegende Bandtechnik für flächenbündige Glastüren.

Mit dem enormen Interesse an unseren Lösungen und dem durchweg positiven Feedback zu unseren Produkten sind wir sehr zufrieden. Wir konnten zahlreiche intensive Gespräche mit Kunden und Interessenten führen und schon während der Messe diverse verbindliche Vereinbarungen für zukünftige Partnerschaften treffen. Dass wir das Thema Raumkomfort als ‚Vorreiter‘ besetzt haben, kommt bei unseren Kunden gut an. Sie sehen, dass wir uns aktiv mit richtungsweisenden Trends und den Themen der Branche beschäftigen.

Welche Erwartungen haben Sie an das Geschäftsjahr 2017?

Bereits bei unserer Planung für das Jahr 2017 sind wir von einer leicht positiven Entwicklung in 2017 ausgegangen und aus vielen Gesprächen mit Kunden und Marktpartnern während der BAU sehen wir uns bestätigt, d.h. wir blicken optimistisch in das Jahr 2017.

Die positive Stimmung von der Messe BAU bestärkt unsere Einschätzung zu einem guten Geschäftsverlauf in 2017. Um die gesetzten Ziele zu erreichen, werden wir motiviert durch innovative Ideen und Produkte auf unsere Kunden zugehen.

Für den deutschen Markt erwarten wir 2017 eine positive Entwicklung, von der wir mit unseren Fenster-, Tür- und Komfortsystemen profitieren werden. Zudem sind wir zuversichtlich, dass sich der russische Markt stabilisiert und es in 2017 sogar erstmals wieder ein moderates Wachstum geben kann. Allgemein sehen wir in vielen Ländern eine mögliche Fortsetzung der positiven Tendenzen aus 2016.

Welche Herausforderungen sehen Sie in 2017 für die Branche und welche ganz konkret für Ihr Unternehmen?

Die eher konservativ aufgestellte Baubranche steht vor großen Herausforderungen: Building Information Modeling (BIM) und Digitalisierung sind in aller Munde und auch unser Unternehmen wird sich in 2017 konkret mit digitalen Medien auseinandersetzen. Der Esco-Entscheidungsfinder setzt neue Maßstäbe und zusammen mit Orgadata werden wir diesen weiter entwickeln und verfeinern. Wir wollen unsere Kunden nicht nur mit guten Produkten und einer ausgezeichneten Logistik überzeugen, sondern auch mit Dienstleistungen, die wertvolle Zeit und Kosten sparen und Sicherheit geben.

Eine große Herausforderung für die gesamte Branche ist die Digitalisierung und der Online-Handel. Das ist auch für Simonswerk und unsere Kunden eine spannende Herausforderung, der wir gemeinsam begegnen müssen. Wir werden unsere Partner weiterhin aktiv durch die Bereitstellung von Bild- und Artikeldaten auf allen Ebenen unterstützen.

Klar erkennbar war auf der BAU, dass die Nachfrage nach Smart Home-Lösungen steigt. Hier ist die Branche gleich doppelt gefordert. Zum einen gilt es, eine Chance in einem Themenumfeld zu nutzen, mit dem der klassische Fensterbauer Neuland betritt – wohl wissend, dass Endanwender rund um ihre Smart Home-Produkte auf kompetente Unterstützung sowie ergänzende Service- und Montageleistungen ganz besonders angewiesen sind. Mit dem Schulungskonzept von Siegnia Advance stellen wir die Weichen dafür, dass unsere Partner gestärkt in Verkauf und Montage gehen. Zum anderen erwarten Endanwender im Smart Home-Segment zu Recht herstellerübergreifende Lösungen, die für Vernetzung und Kompatibilität sorgen. Mit „connect“ beschreiten wir diesen Weg konsequent, denn unsere App steuert mehr als 900 Produkte der unterschiedlichsten Hersteller.



CHRISTOPH SCHILL
Geschäftsführer
Esco



MICHAEL MEIER
Geschäftsführer
Simonswerk



GUY MULLER
Leitung Geschäftsbereich
Markt-Kunden
Siegnia