



Gute Laune beim Kunden-Event (v.l.): Paul Keßling, Bernard Verbrugge

Kumentag bei Alcoa

Die deutsche Marktposition stärken

Stefanie Manger

Alcoa Iserlohn beliefert deutschlandweit rund 400 Metallbauunternehmen mit seinen Profilen. Beim jüngsten Kundentag (s.a. Kasten Seite 24) zeigten sich die Systempartner zufrieden. Sie forderten, Alcoa solle seine deutsche Marktposition ausbauen und die Produktpalette erweitern. Beim Kundentag wurde über Neues beim Vertragsrecht und über den Einsatz von Folien bei der Pfosten-Riegel-Bauweise informiert.

Alcoa mit seinen rund 100 Mitarbeitern in Iserlohn rangiert deutschlandweit an fünfter Position der Aluminiumsystemlieferanten. Mit der Übernahme von Reynolds im Jahr 2000 hat sich der Aluminium-Weltmarktführer eine Zentrale in Deutschland geschaffen, von der aus ein Ausbau der Marktposition angestrebt wird. General Manager Bernard Verbrugge kündigte an: „Sicher haben wir Reynolds in Deutschland mit dem Ziel übernommen, unsere Marktposition hier zu stärken.“ Die Umstrukturierung, bei der es immerhin die Schließung eines Strangpresswerkes mit dem Verlust von rund 200 Arbeitsplätzen zu verkraften galt, ist abgeschlossen.

In diesem Jahr zielt die Zweigniederlassung in Iserlohn auf einen Umsatz von rund 27 Mio. €. Verbrugge geht von einem Wachstum zwischen 8% und 10% aus. Die jüngste EU-Osterweiterung spielt für die Marktstrategie von Alcoa keine große Rolle: „Unser Qualitätslevel ist für diese Länder noch zu hoch und unsere Logistik nicht entsprechend gerüstet“, räumt er ein.

Geht es um die Stärken im Vergleich zur Konkurrenz, so kommt Alcoa immer wieder auf die Wirtschaftlichkeit seines Systems zu sprechen. Key Account Manager Paul Keßling führt dazu folgende Punkte an:

→ Im Vergleich zu den Profilen anderer Hersteller werden für Alcoa-Systeme deutlich weni-

ger Lagerkapazitäten benötigt.

- Die Zubehörteile passen zu unterschiedlichen Serien.
- Die Werkzeuge lassen sich ebenso für meisten Serien einsetzen.

Zum Kundentag nach Iserlohn kam rund die Hälfte der Systempartner aus der Metallbaubranche. „Der Event soll Gelegenheit bieten, sich über das Telefongespräch hinaus kennen zu lernen“, erklärte Keßling.



Gut besucht: Kundentag bei Alcoa in Iserlohn

Das Programm am Kundentag war mit den Arbeitsfeldern Technik, Betriebswirtschaft und Management vielseitig gestaltet. Für die Ehefrauen der Metallbauer referierte Unternehmensberaterin Dr. Gabriele Dahl sowohl über die persönliche Präsentation, für die Auftreten, Ausstrahlung, Stimme und Umgangsformen sehr wichtig sind, wie auch über die Darstellung der Firmen auf Messen. Zu mehr als 90% sind die über 15 Teilnehmerinnen im Büro ihrer Firma tätig, Einzelne haben Verantwortung in Geschäftsführung oder Technik.

Das Seminar Fassadenkonstruktionen lockte mehr als 40 Zuhörer. Gutachter Ferdinand Dreising beschäftigte sich mit der Unterscheidung von Fenster, Fassade und Fensterfassade. Er erläuterte die statischen Anforderungen an eine Pfosten-Riegel-Fassade und analysierte zahlreiche Probleme im Zusammenhang mit Belüftung und Entwässerung.

Ein Thema, mit dem sich Systemgeber künftig sicher intensiver befassen werden, ist der Fassadenpass. Es könnte bei der künftigen Auftragsvergabe das Zünglein an der Waage sein, ob ein Fassadenhersteller den Pass

ausstellen kann oder nicht. „Den Systemlieferanten sollte eine gewisse Übergangszeit zugestanden werden“, stellte Dreising fest. Er weiß bislang nur von einem Systemhaus, das einen Fassadenpass vorlegen kann. Nach EN 13830 fallen bei einer Fassade siebzehn Kriterien an, für die Hersteller Werte angeben sollten.

Über Änderungen in der VOB berichtete Rechtsanwalt Michael Pinstock. Auf seiner Agenda standen beispielsweise das neue Schuldrecht und die unterschiedlichen Verjährungsfristen, die sich – je nach BGB- oder VOB/B-Vertrag – ergeben.

Mit Hilfe persönlicher Kontakte, die sich an einem Kundentag knüpfen lassen, möchte Alcoa die Beziehungen zu seinen Kunden stabilisieren. „Unserer Unterneh-

Info + Kontakte

Alcoa Architectural
Systems
Stenglingser Weg
65-78
58612 Iserlohn
Tel. (02374) 936101
Fax (02374) 936119
building.info@alcoa.com
www.alcoa.com

mensphilosophie widerstrebt es, Verbindlichkeiten per Vertrag zu schaffen", stellte Keßling klar. Mit dem Firmenslogan „in the business of being the best“ strebt Alcoa an, dass sich die Kunden freiwillig für den Systemlieferanten entscheiden. „Was nützen uns Verträge, wenn dahinter unzufriedene Kunden stehen“, konstatierte Keßling.

Alcoa bietet seinen Metallbau-Partnern folgende Hilfestellung:

- EDV-Software (Textverarbeitung, Kalkulation, CAD, Arbeitsvorbereitung, Buchhaltung),
- Unterstützung bei der Erstellung von Prospekten mit Objektberichten,
- Beratung,
- Marketingstrategien,
- Schulungen in den Metallbauunternehmen und bei Alcoa.

Seit Juli werden zwei zusätzliche Architektenberater eingesetzt, die Metallbauer im Kontakt zu den Architekten stützen sollen. In diesem Beziehungsgeflecht sieht Alcoa noch brachliegende Potenziale für die Auftragsakquisition.



Spezielles Damen-Programm: ein Seminar zum Thema Präsentation

„Wir wollen die Pflege des Kontaktes zu den Architekten nicht alleine den Metallbauern überlassen“, begründete Verbrugge das Aufstocken der Berater. Gleichzeitig hob er hervor, Schlüsselstelle im Beziehungsgefüge zu den Architekten seien nach wie vor die Metallbauer, mit denen die Berater gemeinsam die Kontakte zu den Architekten pfle-

gen. Neben den zwei neuen Planstellen setzt Alcoa auf die Wirtschaftlichkeit seiner Produkte. „Unser Baukastensystem soll mit wenig Aufwand vielerlei Konstruktionen ermöglichen“, betonte Keßling. ◊

Das meinen die Kunden

Systempartner halten Jahrzehnte die Treue

Während des Kundentages bei Alcoa hatte metallbau-Redakteurin Stefanie Manger Gelegenheit, einige Teilnehmer zu fragen, was sie vom Angebot und der Marktstrategie ihres Systemlieferanten in Iserlohn halten.



Rudolf Oberstaller

Rudolf Oberstaller, Technischer Leiter Stahl- und Leichtmetallbau Erich Span, Herzogenrath: „Neben Schüco, Hueck und Wicona beziehen wir seit 1978 Profile von Alcoa, die aufgrund ihrer Wirtschaftlichkeit überzeugen: Im Vergleich zum Angebot der Mitbewerber benötigen diese deutlich weniger Lagerkapazitäten, sowohl Zubehörteile als auch Werkzeuge sind für unter-

schiedliche Serien verwendbar. Allerdings verstehen wir nicht, weshalb Alcoa sein Angebot nicht um Brandschutzelemente erweitert. Dafür gibt es einen Markt, auf den wir seit zehn Jahren aufmerksam machen. Natürlich können wir auch mit dem Angebot der Konkurrenz die Nachfrage abdecken, aber wir arbeiten lieber mit Alcoa zusammen. Das hat mit der menschlichen Seite zu tun, aber auch mit dem System. Sicher könnten wir komplett zu Schüco wechseln, das wäre uns aber zuwider. Damit würden wir uns mehr oder weniger verkaufen, weil Schüco eine ganz brutale Marktstrategie fährt, der wir uns nicht beugen wollen. Darüber hinaus könnte Alcoa auch etwas für die Kontakte zu den Architekten tun. Aber ich denke, in diesem Bereich Schüco entgegenzutreten ist finanziell sehr aufwändig. Schüco hat, was die Personalkapazitäten anbelangt, mindestens einen zehnfachen Vor-



Heiner Streppelhoff

Heiner Streppelhoff, Betriebsleiter Metallbau Johannes Brockmann GmbH & Co. KG, Bottrop: „Das Programm hier während des Kennenlertages finde ich sehr ansprechend. Der Vortrag über Pfosten-Riegel-Konstruktionen und Folientechnik von Ferdinand Dreising hat mich am meisten interessiert. Die Veranstaltung ist gut organisiert, das Programmangebot mit den Ar-

beitsfeldern Technik, Betriebswirtschaft und Management vielseitig. Wir beziehen schon seit Jahrzehnten unsere Profile ausschließlich von Alcoa (vorher Reynolds). Sicher haben wir mit Mitbewerbern über einen Wechsel verhandelt, aber preislich erhielten wir von Alcoa bislang immer die besten Konditionen. Zwar ist die Produktpalette etwas eingeschränkter als bei der Konkurrenz, aber für unseren Bedarf vollkommen ausreichend. Vor allem die Betreuung durch den Außendienstmitarbeiter ist stets vorbildlich. Wir würden uns wünschen, dass Alcoa die Kontaktpflege zu den Architekten verstärkt. Geschäftsführer Bernard Verbrugge hat ja angekündigt, dass dieser Sektor mit zwei Architektenberatern intensiviert werden soll.“ ◊