

VEKA VISION

Das VEKA Kunden-Magazin

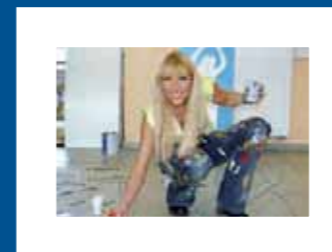
VEKA Partnerseminare:
Erfolgreicher verkaufen mit
dem Gebäude-Energiepass



Unterwegs:
Hubert Hecker in Tomsk



Handwerk:
Neuer Ausbildungsberuf



VEKAPLAN:
Sonya Kraus zu Besuch



Unser System. Ihr Erfolg.

Liebe Leser,



die Fußball-WM hat etwas Erstaunliches bewirkt, was die vereinten Bemühungen von Politik und Wirtschaft über Jahre nicht geschafft haben: Deutschland blickt gut gelaut und optimistisch in die Zukunft. Und auch die Prognosen von Branchenexperten wie dem Verband

der Fenster- und Fassadenhersteller sprechen vom Umschwung mit Umsatzwüchsen von bis zu 10 % gegenüber dem Vorjahr.

Ob die Trendforscher Recht behalten, wird sich schnell zeigen. Auf der fensterbau 2006 in Nürnberg haben wir auf jeden Fall viel von der Aufbruchstimmung spüren können. Und das lag mit Sicherheit nicht nur an der Stadion-Atmosphäre der VEKA PARTNER-ARENA.

Ein günstiges Konsumklima, gute Prognosen und neue Impulse wie der Energiepass für Gebäude allein machen aber noch keine Umsätze. Nur wer selbst am Markt aktiv wird, kann die

Chancen auch nutzen. Eine gute Möglichkeit, neue Kunden anzusprechen, bietet zum Beispiel das umfangreiche Werbemittelpaket der VEKA Partneraktion 2006, die das aktuelle Thema Heizkosten und Energiesparen aufgreift. In dieser Ausgabe der VEKAVISION berichten wir über die bereits erfolgreich angelaufene Aktion unter dem Motto „Fenster-Energiespar-Technik vom VEKA Partner“.

Nicht zuletzt entscheidet auch das verkäuferische Geschick über den Erfolg. Und das lässt sich trainieren. Mit den VEKA Partnerseminaren bieten wir unseren Partnerunternehmen wie gewohnt zahlreiche Weiterbildungsmöglichkeiten, die in praktischen Übungen wertvolles Wissen für Vertriebsmitarbeiter und Monteure vermitteln. Die Themen der kommenden Veranstaltungsreihe stellen wir auf Seite 3 vor.

Viel Vergnügen beim Lesen wünscht

Ihr Bonifatius Eichwald



PARTNERSEMINARE 2006/2007: FIT FÜR DIE PRAXIS

Auch im kommenden Winter bietet VEKA den Partnerunternehmen mit den beliebten Partnerseminaren wieder eine Reihe praxisorientierter Veranstaltungen zum erfolgreichen Verkaufen sowie ganz aktuell ein Seminar zum Energiepass für Gebäude.

Im Mittelpunkt des Angebots steht diesmal das Seminar „Praxis Preisverhandlungen“. Hier vermittelt der gefragte Trainer Eugen Erni Taktiken für Verkaufs- und Preisgespräche. Das Seminar ist besonders übungsintensiv und wendet sich an Teilnehmer mit Vorkenntnissen aus vorangegangenen Seminaren oder eingehender Vertriebs Erfahrung.

Auf Grund der großen Resonanz innerhalb der vergangenen Seminarreihe bietet Eugen Erni erneut das Seminar „Angebote professionell nachfassen“ an. Die Teilnehmer lernen hier in praktischen Übungen, wie sie durch gezieltes telefonisches Nachfassen Angebote in Aufträge verwandeln.

Eine weitere Veranstaltung wendet sich an Monteure mit direktem Kundenkontakt und greift das Schlagwort Kun-

denorientierung auf. Denn oft sind es die kleinen Dinge, die den Unterschied machen zwischen verärgerten Beschwerdeführern und zufriedenen Kunden, die einen gern weiterempfehlen.



Die Seminarreihe wird durch ein aktuelles Angebot zum Gebäude-Energiepass abgerundet: „Gebäude-Energiepass – Hintergründe und Umsatzchancen“. Hier erfährt man detailliert, was die neuen gesetzlichen Bestimmungen beinhalten und wie sie sich als schlagende Verkaufsargumentation nutzen lassen.

Für die Anmeldung zu den Partnerseminaren nutzen Sie einfach das dieser Ausgabe beigelegte Faxformular. Bei allen Fragen zum Thema Seminare steht Ihnen Herr Marco Schramm unter Telefon 02526 29-4420 gerne zur Verfügung.

MESSERÜCKBLICK: GUTE STIMMUNG IN DER VEKA PARTNER-ARENA



Besucher aus aller Welt trafen sich am VEKA Messestand

Vom 22. bis 25. März fand auf dem Nürnberger Messengelände das weltweit wichtigste Branchenereignis statt: die fensterbau/frontale 2006. Die Messe konnte in diesem Jahr zusammen mit der gleichzeitig stattfindenden HOLZ-HANDWERK mit über 100.000 Fachbesuchern einen neuen Besucherrekord verbuchen. Das Publikum war nicht nur zahlreicher, sondern auch internationaler als je zuvor: Jeder vierte Messebesucher kam aus dem Ausland.

Eine besondere Attraktion war die VEKA PARTNER-ARENA: Der Messestand der VEKA AG war in der Gestaltung einem Fußballstadion nachempfunden und bot so einen Vorgesmack auf die Fußball-WM im Juni und Juli. Das Konzept wurde mit seiner Mischung aus einladender Architektur

und informativer Präsentation vom Fachpublikum begeistert angenommen. In diesem Ambiente präsentierte VEKA unter dem Motto „Gut aufgestellt für Ihren Erfolg“ die gesamte Bandbreite der Dienstleistungen und Produkte für die Partnerunternehmen.

Im Mittelpunkt standen die Komplettierung der 70-mm-Plattform durch das Mitteldichtungssystem SOFTLINE 70 MD, ein neues Fassadenkopplungssystem, das innovative Rollladenkastensystem VEKAVARIANT sowie ein Workshop zum Thema Verkleben von Gläsern.

Auch in puncto Service konnten sich die Besucher davon überzeugen, dass VEKA gut aufgestellt ist. Das beginnt mit

umfassender Marketingunterstützung für Partnerunternehmen und reicht über den eigenen EDV-Service bis zum Recyclingangebot der VEKA Umwelttechnik.

In den vielen Gesprächen, die das VEKA Messteam mit den Besuchern aus aller Welt führte, kam vor allem eines zum Ausdruck: Die Branche blickt optimistisch in die Zukunft. Auch in Deutschland wird wieder investiert und die Baukonjunktur zieht an.

Die positive Stimmung war ganz besonders am VEKA Kunden- und Presseabend am ersten Messetag (22.03.) zu spüren. Gut gelaunt feierte die Branche einen gelungenen Messeauftritt.

Die Gewinner unseres Messe Gewinnspiels finden Sie auf Seite 4.

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH!

Unter den zahlreichen Teilnehmern des Messegewinnspiels anlässlich der fensterbau/frontale 2006 wurden folgende Gewinner ermittelt.

Der Hauptpreis, ein Tischkicker, geht an:

- Thorsten Olinger, Oli-plast GmbH, Longuich

Einen original WM-Ball „Teamgeist“ haben gewonnen:

- Hugo Grütering, Altendorfer Holzverarbeitung
Hugo Grütering GmbH & Co. KG, Dorsten
- Reiner Mörsch, Fenster Mörsch, Kerpen

- Tekin Koc, Rolladen Mursall GmbH & Co. KG,
Scheuring b. Landsberg
- Niels Jørgen Larsen, Ventisol A/S, Dänemark
- Sirio Cattalani, Euomix s.r.l, Italien

Über ein original DFB-WM-Trikot können sich freuen:

- Roland Johann Burkhart, Fenster – Rolladen –
Metallbau, Dahn (Pfalz)
- Michael Madecki, Walter Stickling GmbH, Gütersloh
- Christian Granitzer, Klauke Kunststoff-Fenster GmbH,
Reute bei Freiburg
- Petar Šimic, GRAD-EXPORT d.o.o., Kroatien
- Ulo Horrak, OÜ KODUAKEN, Estland

QUALIFIZIERTER NACHWUCHS: NEUER AUSBILDUNGSBERUF IM KUNSTSTOFFFENSTERBAU

Mit der Veröffentlichung im Gesetzblatt Nr. 18 vom 24. April 2006 ist die neue Ausbildungsordnung für Verfahrensmechaniker für Kunststoff- und Kautschuktechnik in Kraft. Dadurch haben nun endlich auch Hersteller von Kunststofffenstern die Möglichkeit, ihren eigenen qualifizierten Nachwuchs auszubilden. Denn in der neuen Ausbildungsordnung ist erstmals ein eigener Ausbildungsberuf im Kunststofffensterbau vorgesehen.

Das Berufsbild basiert auf dem des Verfahrensmechanikers für Kunststoff- und Kautschuktechnik – erweitert um den Schwerpunkt Kunststofffenster. Zum Start des Schuljahrs 2006/2007 fangen bereits die ersten Azubis an. Das umfassende Ziel der Ausbildung ist es, Mitarbeiter für alle Aufgaben rund um die Beschaffung, Produktion, Montage oder den Vertrieb von Kunststofffenstern und -türen zu qualifizieren.

Für diese zahlreichen Anforderungen ist eine insgesamt dreijährige Ausbildung unumgänglich. Einer soliden Grundausbildung zum Thema Kunststoff über alle Fachrichtungen hinweg folgt eine fachspezifische einjährige Qualifikation im Bereich Kunststofffenster und -türen.

Bereits seit Ende der 80er Jahre bemüht sich die Branche um einen eigenen anerkannten Ausbildungsberuf. Dass diese Pläne erst jetzt verwirklicht werden können, liegt an den komplizierten Abstimmungsprozessen in der Bildungspolitik.

Der Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie (GKV) wertet das erfolgreich abgeschlossene Genehmigungs- und



Anerkennungsverfahren als großen Erfolg. Er rechnet damit, dass in den kommenden Jahren einige hundert neue Ausbildungsplätze geschaffen werden.

Um interessierte Jugendliche für das neue Berufsbild zu gewinnen, hat der GKV ein Werbepaket mit Poster, Film und Informationsbroschüren zusammengestellt. Für Ausbildungsbetriebe gibt es außerdem eine Broschüre mit dem Titel „Perspektive: Zukunft – der Kunststofffensterbau erhält seinen eigenen Ausbildungsberuf“, die kostenlos in der Geschäftsstelle des GKV erhältlich ist.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.gkv.de

GKV – Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie e. V.
Aus- und Weiterbildung
Dipl.-Volkswirt Ralf Olsen
Am Hauptbahnhof 12
60329 Frankfurt am Main
Tel.: 069 27105-30
E-Mail: ROlsen@gkv.de

RUSSLANDREISE: HUBERT HECKER MIT WIRTSCHAFTSDELEGATION IN TOMSK



Der Brief kam aus Berlin, unterschrieben von Bundeskanzlerin Angela Merkel: Der VEKA Vorstandsvorsitzende Hubert Hecker war eingeladen worden, als Mitglied der deutschen Wirtschaftsdelegation zu den deutsch-russischen Regierungskonsultationen nach Russland zu fahren. Am 26.

und 27. April 2006 flog er mit 19 weiteren Wirtschaftsvertretern ins sibirische Tomsk, wo sich die Bundeskanzlerin, Wirtschaftsminister Michael Glos und weitere Kabinettsmitglieder mit dem russischen Präsidenten Wladimir Putin und zahlreichen Ministern trafen, um aktuelle Fragen der Zusammenarbeit beider Länder zu besprechen.

Die Einladung kam überraschend, aber nicht von ungefähr. Schließlich ist VEKA schon seit 1998 mit der Tochtergesellschaft „VEKA Rus“ in Moskau vertreten – und mit der Errichtung eines zweiten Extrusionsbetriebes in Nowosibirsk ist VEKA der erste deutsche Investor, der sich in Sibirien angesiedelt hat. Ein Engagement, das sowohl von den deutschen als auch den russischen Regierungsvertretern ausdrücklich gewürdigt wurde.



Die Wirtschaftsdelegation setzte sich aus Großunternehmen der deutschen Wirtschaft wie der Deutschen Bank, Siemens, E.ON und BASF sowie auch einigen mittelständischen Unternehmen zusammen.

Bei einem Wirtschaftsforum, an dem auch Angela Merkel und Wladimir Putin teilnahmen, ging es neben Energiefragen auch um künftige Investitionsschwerpunkte: So wurde unter anderem vereinbart, dass Deutschland und Russland bei der Sanierung der russischen Wohnbestände kooperieren werden. Hubert Hecker nutzte die Gelegenheit, um auch am Rande des offiziellen Programms neue Kontakte zu knüpfen. Mit seinem direkten Ansprechpartner aus dem Ostausschuss der deutschen Wirtschaft, Dr. Klaus Mangold, erörterte er die branchenspezifische Situation. Mit Hartmut Mehdorn, dem Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Bahn AG, besprach er Transportfragen.

Als weiteres Ergebnis brachte Hubert Hecker von der Reise die Idee zu einem Studentenaustausch zwischen der Universitätsstadt Tomsk und Sendenhorst mit. VEKA plant nun, Praktikumsplätze für russische Studierende anzubieten. Eine Weiterbildungsmaßnahme, von der beide Seiten profitieren, denn so kann VEKA später vor Ort auf besser qualifizierte Fachkräfte für die Werke in Moskau oder Nowosibirsk zurückgreifen.

Hubert Hecker berichtete, dass die Gespräche von einer guten Atmosphäre und großer Sachlichkeit geprägt waren. Er zeigte sich auch persönlich beeindruckt von Angela Merkel, die einen kompetenten, präzisen und authentischen Eindruck hinterlassen habe.





VEKAPLAN IM EINSATZ: VON DER FUSSBALL-WM BIS ZUM ZWERGEN-SCHLOSS

VEKAPLAN Platten sind besonders stabil, beständig und vielseitig. Das macht sie zu einem beliebten Material für die unterschiedlichsten Anwendungsgebiete. Kein Wunder also, dass auch die Organisatoren der Fußball-WM auf VEKAPLAN setzten.



So standen an allen 12 Spielorten in ganz Deutschland Veranstaltungsräume in Zeltbauweise, bei denen die welt-

meisterlichen Platten als Wandpaneele zum Einsatz kamen. Ein niederländisches Tiefziehunternehmen übernahm den Großauftrag für den Zeltverleiher und brachte die VEKAPLAN Platten durch Tiefziehen in Form. Als Ausgangsmaterial wurde die robuste Hart-PVC-Kompaktplatte VEKAPLAN K verwendet.

Eine ganz andere Verwendung fanden VEKAPLAN Platten in der Kindertagesstätte Zwergenburg im westfälischen Drensteinfurt. Hier wurde dringend mehr Stauraum benötigt und so wurde in einer wohlthätigen Aktion die „Garten-Zwergenburg“ geschaffen – eine kleine Burg aus Kunststoffplatten. Das Material wurde von VEKA gesponsert.

Zur feierlichen Einweihung der Garten-Zwergenburg am Freitag, den 2. Juni 2006, fand sich prominenter – und fachkundiger – Besuch ein: Sonya Kraus, die auf Pro 7 zusammen mit Charlotte Engelhardt die beliebte Heimwerker-Sendung „Do It Yourself – S.O.S.“ moderiert, griff höchstpersönlich zu Pinsel und Farbe. Zusammen mit den Kindern der Zwergenburg und mit dem Drensteinfurter Bürgermeister Paul Berlage gestaltete sie eine phantasievolle Fassade für das neue Schmuckstück im Garten der Tagesstätte.



Die kleinen Zwergchen waren begeistert von ihrer neuen Burg. Und auch die großen Fans von Sonya Kraus kamen voll auf ihre Kosten – bei einer anschließenden Autogrammstunde mit dem sympathischen und natürlichen Fernsehstar.

VEKA stellt die Weichen für die Zukunft: Wie Sie schon in unserem Schreiben vom 27. Juli erfahren haben, wird unser Vertriebs- und Marketingleiter Herr Bonifatius Eichwald zum 01.01.2007 die Position als Vorstand Vertrieb übernehmen. Für einen nahtlosen Übergang sind bereits jetzt zum 01.08.2006 die bisherigen Verantwortungsbereiche von Bonifatius Eichwald neu besetzt worden: Thomas Hildenbrandt ist der neue Vertriebsleiter Profile Inland und Jürgen Herbe übernimmt die Leitung der Abteilung Werbung. Beide stellen wir Ihnen hier kurz vor.

HERZLICH WILLKOMMEN: THOMAS HILDENBRANDT



Thomas Hildenbrandt, 45 Jahre alt, ist in Trier geboren und aufgewachsen, seit seinem 27. Lebensjahr lebt er im Großraum Köln/Bonn. Der gelernte Industriekaufmann und Diplom-Volkswirt kann bereits auf 15 Jahre Vertriebs- und Marketing-Erfahrung in verschiedenen führenden Positionen zurückblicken.

In den vergangenen 10 Jahren leitete er den Vertrieb bei einem namhaften Hersteller und Systemanbieter im Bereich Dachbaustoffe – eine Position, die viele Parallelen zu seiner neuen Aufgabe bei VEKA aufweist.

Zunächst absolviert Thomas Hildenbrandt bei VEKA eine umfangreiche Einarbeitungsphase, die eine Schulung in allen für die neue Aufgabe relevanten Abteilungen umfasst – von der Mischerei über die Produktion und Anwendungstechnik bis zur EDV. In den nächsten Wochen wird er mit Außendienstmitarbeitern die ersten Kunden besuchen.

Thomas Hildenbrandt fühlt sich schon ganz zu Hause bei VEKA. Seine ersten Eindrücke fasst er so zusammen: „Ich habe nur freundliche und kompetente Mitarbeiter kennen gelernt, die offene Kommunikation im Hause und die flachen Hierarchien erleichtern die Einarbeitung sehr.“

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH: JÜRGEN HERBE

Jürgen Herbe leitet seit dem 01.08.2006 die Abteilung Werbung in unserem Hause. Hier hat er schon seit Jahren seine berufliche Heimat. Denn Jürgen Herbe unterstützt bereits seit 1998 das VEKA Marketing-Team.

Er war 8 Jahre lang neben verschiedenen Projekten im Inland schwerpunktmäßig für den Exportbereich zuständig und leistete in enger Zusammenarbeit mit der Auslands-Vertriebsabteilung von Hans-Dieter Hödl die internationale Marketingunterstützung für VEKA Partner auf der ganzen Welt. Dazu gehörten unter anderem die Organisation des jeweiligen VEKA Werbeauftrags, die Durchführung

der Export-Messen sowie die Betreuung der VEKA Werbeagenturen in den betreffenden Ländern. Bevor Jürgen Herbe zu VEKA kam, sammelte er erste berufliche Erfahrung in der Werbeabteilung eines Unternehmens der Optik-Branche.



In seiner neuen Position wird Jürgen Herbe die strategische Ausrichtung der Abteilung konsequent weiterverfolgen und die marktgerechte Unterstützung aller VEKA Partner sowohl im Inland als auch im Ausland in den Fokus stellen.

MARKETINGIDEEN FÜR DEN HERBST: PARTNERAKTION GEHT WEITER



Im Mai dieses Jahres ist die VEKA Partneraktion 2006 erfolgreich angelaufen, die das aktuelle Thema Energiesparen verbrauchergerecht aufbereitet und VEKA Partnern exklusiv verschiedene Maßnahmen zur Innen- und Außenwerbung bietet. Auch bzw. gerade jetzt im Spätsommer/Herbst sollten Sie die Möglichkeiten nutzen, um potenzielle Kunden zu informieren und zu aktivieren. Denn die nächste Heizperiode steht vor der Tür und rückt die Themen Energiesparen und Heizkosten wieder stärker ins Bewusstsein der Verbraucher.

Die Aktion steht unter dem Motto „Fenster-Energiespar-Technik vom VEKA Partner“ und signalisiert interessierten Verbrauchern mit einem prägnanten Logo: Der teilnehmende Fensterbetrieb ist die richtige Adresse für Renovierungsmaßnahmen, die mit moderner Technik den Energieverbrauch im Haus und somit die Heizkosten senken.

Das Maßnahmen-Paket zur Aktion umfasst folgende Werbemittel, die auch weiterhin über die Marketingabteilung gegen geringe Kostenbeteiligungen bestellt werden können:

- Ein Informationsflyer im Großformat rund um das Thema Energiesparen (auch nutzbar als Zeitungsbeilage)
- Ein Türhänger mit integrierter Antwortkarte zur gezielten Platzierung an Haustüren
- Eine CD mit Anzeigen und Presstexten für lokale Tageszeitungen und Anzeigenblätter
- Aufsteller und Poster im Aktionsdesign zur Dekoration von Verkaufsräumen oder Infoständen
- Aufkleber mit dem Aktionslogo

Weiterhin ist auf Anfrage auch die individualisierte Großflächenplakatierung im 18/1-Format möglich.

Auf der Internetseite der Aktion können Interessenten sich unter www.jetzt-energie-sparen.de zudem ausführlich über das Thema Fenster und Energiesparen informieren und per Postleitzahlensuche den Aktionspartner in ihrer Nähe finden.

Informationen zur Teilnahme erhalten Sie beim VEKA Marketing-Team: Herr Marco Schramm, Tel. 02526 29-4420, E-Mail mschramm@veka.com

