

Studie von IMAS International analysiert wie Österreicher ihre Fenster kaufen

AluFusion-Umfrage: Käufer goutieren persönliche Beratung und das Eingehen auf individuelle Wünsche

Weitere Informationen und Fotos auf <http://www.reichl-presseportal.at/AluFusion>

- Beratung vor Ort ist für die Käufer wichtig
- Kunden wollen die Vor- und Nachteile der Fenster kennen
- Zubehör stark im Fokus der Käufer

Wien, 5. September 2012 – „Käufer von Fenstern suchen maßgeschneiderte Lösungen“, so die Kernaussage einer Studie, die der österreichische Fensterhersteller AluFusion von IMAS International im Juni durchführen ließ. „97% der Käufer sind davon überzeugt, dass bei AluFusion sehr gut auf ihre individuellen Wünsche und Bedürfnisse eingegangen wird“, erläutert Rudolf Pfisterer, Sprecher der 2008 gegründeten österreichischen AluFusion Gruppe (www.alufusion.at), unter deren Dach sich vier regional verankerte Fensterhersteller zusammengefunden haben. „Persönliche Kundenberatung ist somit das wichtigste Kaufkriterium beim Fensterkauf“, so Pfisterer. Insgesamt nahmen 204 Personen aus ganz Österreich an der Kundenbefragung teil. Ebenfalls kaufentscheidend waren „Aufklärung über Vor- und Nachteile der verschiedenen Fenstersysteme“ (92%) sowie „kompetente und klar verständliche Beratung“ (95%).

Erfolgsfaktor Beratung vor Ort

„Ein weiterer entscheidender Faktor für die Kaufentscheidung beim Fensterkauf ist die Beratung vor Ort“, so Pfisterer. 54% der Fensterkäufer ließen sich vor Ort beraten, 18% im Schauraum und 28% sowohl im Schauraum als auch vor Ort. „Fenster von heute sind nicht mit denen von vor 10 Jahren vergleichbar, denn es fand ein gewaltiger Innovationsschub statt, auch wenn man es den Produkten nicht sofort ansieht“, erklärt Pfisterer. „AluFusion bietet für jeden Zweck das maßgeschneiderte Fenster. Egal ob Wärmeschutz, Lärmschutz oder Einbruchssicherheit, wir haben die optimale Lösung für den Konsumenten – und dies zu einem fairen Preis. Fensterkauf ohne Beratung ist bei einem so hochinnovativen Produkt wie es heute Fenster sind, eigentlich ein „No Go“. Bei Fenstern aus dem Baumarkt sei die Beratung sicherlich nicht gewährleistet. Ein weiterer wesentlicher Unterschied zu Fenstern aus Baubedarfsmärkten ist auch, dass der Service

PRESSEINFORMATION

beim Beratungsgespräch nicht aufhört, sondern auch die Montage und Nachbetreuung umfasst.“

Transparenz bei Vor- und Nachteilen

Dass dazu auch die Information über die Vor- und Nachteile der verschiedenen Fenstersysteme gehört, wird ebenfalls von den Kunden bestätigt: Die Kunden bewerten diesen Punkt mit einer sehr guten Durchschnittsnote von 1,4 (Basis fünfteilige Notenskala). „Hier ist es wichtig die Bedürfnisse der Kunden auszuloten“, so Pfisterer ergänzend. „Beispielsweise ist es fraglich, ob im 6. Stock bei einer nordseitigen Lage ein Fenster mit einer hohen Einbruchsicherheitsklasse notwendig ist, oder ob es sinnvoller wäre ein Fenster mit hoher Wärmedämmung auszuwählen.“ Ebenfalls im Aufmerksamkeitsfokus bei 90% der Käufer ist Zubehör wie Sonnenschutz, Steuerungen und Fensterbänke. „Auch aus diesem Grund haben wir den Fensterbankanschluss für das Premiumfenster FS110 entwickelt, das im Anschlussbereich eine bis zu 40% bessere Wärmedämmung erzielt“, erklärt Pfisterer.

Zufriedene Kunden empfehlen weiter

Sehr häufig wurde vor dem Kauf auch AluFusion weiterempfohlen: Bei 38% der Kaufakte war dies feststellbar. Entscheidungsparameter wie „Preis-Leistungsverhältnis“ sowie „Vertrauen in die reibungslose Montage“, erzielten auf der zehnteiligen Skala ebenfalls einen hohen Stellenwert bei den Käufern der Fenster von AluFusion mit einem Durchschnittswert von 9. Besonders freut Pfisterer, dass 96% der Kunden von AluFusion die Fenster weiterempfehlen werden.

Über AluFusion

Diese Ansprüche spiegeln sich auch im Umsatz der AluFusions Gruppe wieder, der im Jahr 2011 um 9 Prozent auf 15,8 Mio. Euro gestiegen ist. Die Stückzahl ist um ca. 4% auf 54.000 Fenstereinheiten gewachsen. „Die Wertigkeit der Fenster ist steigend“, so Pfisterer. Ein wesentlicher Anteil am Geschäft waren, wie schon in den letzten Jahren die Sanierungen mit rund 60%, die Einbauten in Neubauten machten 40% aus. „Wir erwarten, dass das Geschäft aus Sanierungen im Jahr 2012 konstant bleiben wird“, prognostiziert Pfisterer. AluFusion ist die Zusammenarbeit der **fünf** regional verankerten Fensterhersteller Entholzer/Oberösterreich, Opitz/Kärnten, Pfisterer/Salzburg und Rupo/Steiermark und **Rupo/Niederösterreich**. Das ehrgeizige Ziel der Gruppe seit 2008: Österreichs innovativstes Kunststoff-Alu-Fenster zu vertreiben, das neben optimaler

PRESSEINFORMATION

Wärmedämmung und Sicherheit auch den hohen Ansprüchen der Architekten genügt. Durch das Bündeln von Forschung, Einkauf und Marketing bei AluFusion bilden sich Synergien und ein Know how-Netzwerk, das vor Ort den Kontakt zu den Kunden pflegt und österreichweit als Marke agiert.

Pressekontakt

Dr. Wolfgang Wendy
Reichl und Partner PR GmbH
mobil: + 43 664 828 40 76
E-Mail: wolfgang.wendy@reichlundpartner.at