

Roto Inside

Ausgabe Nr. 26

Partner- und Mitarbeiterinformation der Roto Fenster- und Türtechnologie



Forschung
Hitoshi Takeda im Gespräch mit Roto Inside: Fertigen mit null Fehlern?

Seite 3



Events
Roto trendbewusst auf der fensterbau/frontale: Was bringt die Zukunft?

Seite 6



Aluminium
Warstat GmbH plant mit Roto: Ausbau der Kundenberatung AluVision

Seite 8



Kunststoff
Horizont Fenster für werthaltige Immobilien: Sotschi – eine Stadt nach Olympia

Seite 12



Verdeckte Bandseite für Flügel bis 180 kg

Roto AL Designo

Neu bei Roto Die Experten des Object Service Center Roto OSC können den Trend bestätigen: Stetig wächst die Nachfrage nach verdeckt liegenden Beschlaglösungen – auch jenseits von 150 kg Flügelgewicht. Ein Trend, dem Roto mit einer neu entwickelten Bandseite Rechnung trägt.

Bei der neuen Roto AL Designo Bandseite für bis zu 180 kg schwere Flügel handelt es sich um eine Weiterentwicklung der bewährten Beschlaglösung für Flügelgewichte bis 150 kg. Die neue Bandseite wird vom OSC alternativ angeboten, wenn die Flügelgewichte oder -abmessungen die zulässigen Anwendungsdiagramme der 150-kg-Bandseite überschreiten.

„Roto bietet mit dem Roto AL Designo die leistungsstärkste verdeckte Bandseite für das System Eurokammer an, die aktuell auf dem Markt erhältlich ist. Mit ihr sind die Öffnungsarten Drehen und Kippen sowie Drehen möglich“, erläutert Julian Pöss, verantwortlicher Produktmanager. „Wie schon bei der Ausführung für Flügel bis 150 kg ist die Bandseite voll klemmbar, dadurch sehr schnell und einfach montierbar. Für Stabilität sorgt eine zusätzliche Lastabtragung, die immer verbaut werden muss. Genauso wie der gebremst gedämpfte Drehbegrenzer und der bekannte, modular aufgebaute Zentralverschluss aus dem Roto AL 540.“

Die neue verdeckte Bandseite ist ein Objektbeschlag und wird vom OSC unter Berücksichtigung des vom Fensterhersteller verwendeten Profilsystems sowie der objektspezifischen Abmessungen individuell berechnet und frei gegeben.



Informieren Sie sich über den Roto AL Designo.

www.roto-frank.com/de/roto-al-designo

Kernstück der neuen verdeckten Bandseite Roto AL Designo für bis zu 180 kg schwere Flügelgewichte ist das neu entwickelte Eck- sowie Axerlager.

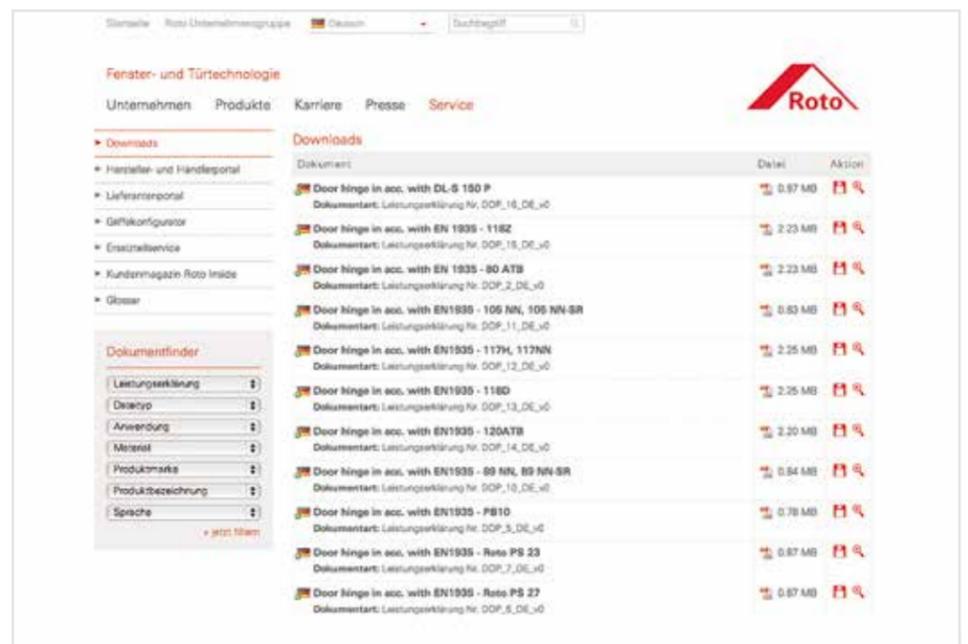
Im Roto Download-Center in 24 Sprachen

Leistungserklärungen nach BauPVO

Neu bei Roto Seit dem 1. Juli 2013 ist in der Europäischen Union die so genannte Bauproduktenverordnung BauPVO in Kraft getreten. In dieser EU-Verordnung sind Leistungserklärungen gefordert für solche Bauprodukte, die einer europaweit harmonisierten Norm entsprechen müssen. Diese Norm definiert die Anforderungen an Produkte, die in Flucht- und Rettungswegen oder in Räumen mit erhöhten Anforderungen an den Brand- und Rauchschutz zum Einsatz kommen sollen. Roto hat deshalb Leistungserklärungen für alle Roto Notausgangs- und Panikverriegelungen sowie alle Türbänder für Notausgangs- und Paniktüren zum Download bereitgestellt. Mit einem Klick erhält ein Türhersteller die Erklärung in sämtlichen der 24 EU-Sprachen.

Hersteller, die Roto Komponenten in ihre Fluchttüren einbauen, können die Leistungserklärungen für diese Komponenten als Basis für die Leistungserklärungen des Gesamtsystems verwenden. Im Roto Download-Center zu finden sind Leistungserklärungen für:

- die Roto Panikverriegelung nach DIN EN 1125
- die Roto Notausgangsverriegelung nach DIN EN 179
- die Roto Türbänder für den Einsatz in Notausgangs- und Paniktüren (nach DIN EN 1935 zertifizierte Bänder)



Es stehen Roto Leistungserklärungen in 24 verschiedenen Sprachen zum Download bereit.



Leistungserklärungen für Roto Notausgangs- und Panikverriegelungen sowie Türbänder für Notausgangs- und Paniktüren zum Download:

www.roto-frank.com/de/leistungserklaerung

Nachgefragt



Ein Gespräch mit dem Vorstandsvorsitzenden der Roto Frank AG, **Dr. Eckhard Keill**

Roto Inside: Auf der fensterbau/frontale wirkte auch in diesem Jahr vor allem der Roto Messestand so, als sei hier die ganze Welt zuhause ...

Dr. Keill: Und gerade das macht sicher auch den besonderen Reiz und Wert eines Besuches bei Roto aus. Unsere Vertriebsgesellschaften bereiten für viele Besucher die Reise nach Nürnberg vor, betreuen sie persönlich und helfen ihnen dabei, zwischen allen Neuheiten treffsicher das zu finden, was für ihr Unternehmen besonders wichtig ist. Zusätzlich ist es uns in diesem Jahr besonders gut gelungen zu inspirieren, so unsere Beobachtung.

Roto Inside: Es war in den Gesprächen auf dem Messestand häufig von speziellen Trends die Rede.

Dr. Keill: Gesellschaftliche Trends und solche in der Architektur systematisch zu beobachten, ist für Roto seit vielen Jahren ganz selbstverständlich. Immer mehr unserer Kunden interessieren sich für diese Art der Forschung und die darauf aufbauende Produktentwicklung. Deshalb haben wir in diesem Jahr auf der fensterbau/frontale deutlich gemacht, welche Roto Systeme z. B. die wachsende Nachfrage nach barrierefreiem Komfort bedienen oder dem Trend zu filigranem Design in der Architektur entsprechen. Das hat zu interessanten Gesprächen geführt.

Roto Inside: Auf einer zusätzlichen Standfläche wurden speziell die Gäste aus Asien betreut – gab es dafür einen Anlass?

Dr. Keill: Roto ist seit inzwischen zwanzig Jahren in Asien aktiv. Mit großem Erfolg. Vor allem in China sind sehr enge und lebendige Kundenbeziehungen entstanden, in denen marktspezifische, aber auch viele international relevante Themen diskutiert werden. Dem wollten wir in diesem Jahr besonders viel Raum und eine Plattform geben.

Roto Inside: Mit wie vielen Kunden gemeinsam ist denn z. B. Roto China nach Nürnberg gekommen?

Dr. Keill: Die Kollegen haben allein aus China 150 Gäste begleitet, die eine weite Reise auf sich genommen haben, um in Nürnberg dabei zu sein. Auch dort spricht man übrigens über barrierefreies oder energieeffizientes Bauen, wenn auch die Zahl der Bauvorhaben, in denen dafür speziell entwickelte Produkte zum Einsatz kommen, prozentual noch viel kleiner ist als in Europa.

Roto Inside: Sie ziehen also ein positives Messe-Fazit?

Dr. Keill: Wie wohl das ganze Team und die meisten unserer Besucher bin ich sehr begeistert von dem, was Roto aus der fensterbau/frontale 2014 gemacht hat. Wir haben die Chancen genutzt, die wir gesehen haben. Es kann heute nicht mehr das Ziel einer Messe sein, bloß eine Ansammlung von Produkten zu präsentieren. Es geht aus Sicht von Roto darum, die Zukunft der Branche mit allen Besuchern gemeinsam in den Blick zu nehmen. Nah am Kunden – das bleibt das Motto von Roto. Und ich denke, wir konnten das Versprechen, das wir damit Fenster- und Türherstellern auf der ganzen Welt gegeben haben, in Nürnberg einmal mehr einlösen.

Alles im Griff – jetzt in acht Sprachen

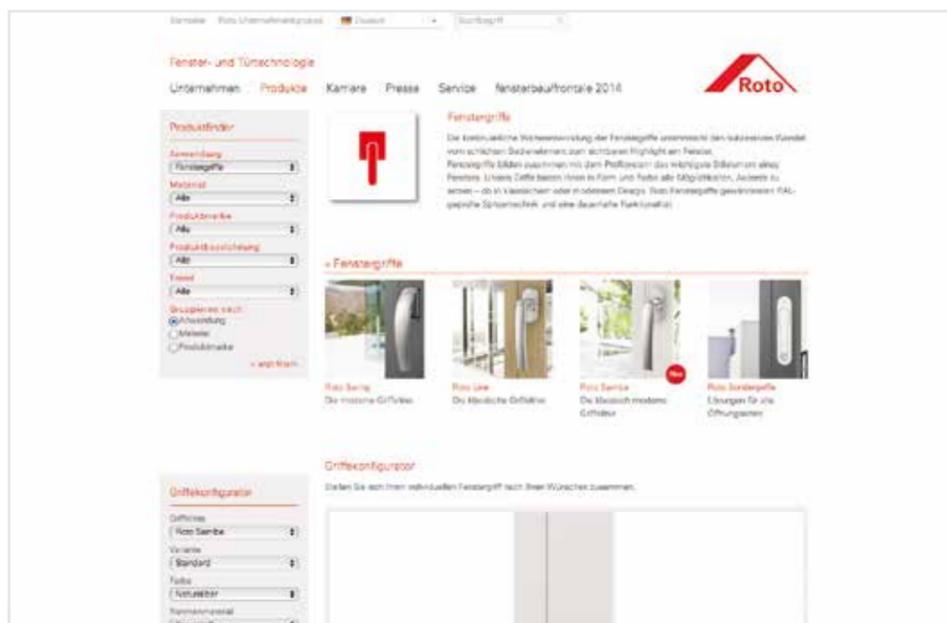
Griffekonfigurator

■ Neu bei Roto Mit wenigen Klicks den perfekten Griff zum individuellen Einrichtungsstil finden – so lautet das Versprechen, das Roto mit seinem Griffekonfigurator beratenden Fensterherstellern und deren Kunden gibt. In den deutsch- und englischsprachigen Versionen bereits äußerst erfolgreich angelaufen, steht der Online-Service jetzt auch in den Sprachen Französisch, Ungarisch, Polnisch, Niederländisch, Spanisch und Rumänisch zur Verfügung.

Seine Premiere unter www.roto-frank.com/de/griffekonfigurator erlebte der Internet-Service mit der Einführung der neuen Grifflinie Roto Samba im Herbst letzten Jahres. Für die sofortige Darstellung der passenden Variante auf dem Bildschirm oder dem Smartphone müssen lediglich vier Angaben gemacht werden. Nach Auswahl der gewünschten Grifflinie, also z. B. Roto Samba, können die lieferbaren Ausführungen (abschließbar, mit Druckknopf etc.), die Grifffarbe sowie das Material des Fensterrahmens eingestellt werden.

Klein und fein

„Mit der Einführung des Roto Samba haben wir offensichtlich sehr genau die Designvorstellungen von Bauherren in ganz Europa getroffen. Die bisherigen Verkaufszahlen sprechen hier eine deutliche Sprache“, freut sich Roto Marketingleiter Udo Pauly. „Die Möglichkeit, sich schnell und unkompliziert die eigenen Fenstergriffe vorab auf dem Bildschirm anschauen zu können, hat sicherlich einen Beitrag zu der breiten Akzeptanz der neuen Grifflinie geleistet. Entsprechend naheliegend war es für uns, den Griffekonfigurator als kleines, aber feines Beratungstool in weiteren Sprachen zur Verfügung zu stellen.“



Mit vier Klicks zum gewünschten Designelement: Der erfolgreiche Roto Griffekonfigurator steht momentan in acht Sprachen zur Verfügung. Die Konfiguration in weiteren Sprachen ist in Arbeit.

Roto Referenten unterstützen Schulungsangebot

Josko.Akademie

■ Kunststoff ■ Holz ■ Aluminium Mit der hauseigenen Josko.Akademie investiert der österreichische Fenster- und Türhersteller Josko in sein wichtigstes Kapital: das Know-how seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie das seiner über 100 Partnerbetriebe. Seit einigen Monaten unterstützen auch Referenten von Roto das Josko Schulungsteam um Akademieleiter Franz Braid.

Ganz bewusst setzt Franz Braid auf eine Kombination von internen und externen Trainern: „Wir haben unsere Schulungen in fünf Segmente – Junior, Expert, Professional, Management und Partner – gegliedert. Neben den berufsspezifischen Ausbildungsinhalten werden auch immer persönliche Stärken etwa im Konflikt- und Zeitmanagement, in der Gesprächsführung oder in Präsentationstechniken gefördert. Für mich steht fest: Je vielfältiger das Referententeam, desto nachhaltiger fallen die Ausbildungserfolge aus.“

Spaß an der Beratung, erfolgreich im Verkauf

Seit Herbst vergangenen Jahres zählen auch Referenten von Roto zum Schulungsteam der Akademie. Ihren ersten Auftritt hatten Franz Kick, Key Account Manager bei Roto, und Maik Schiwy, Experte des Roto Lean Management, im Oktober 2013 in einem Lehrgang zum „Josko.Expert Sales“. Wie der Name vermuten lässt, stehen bei diesem aus vier Modulen bestehenden Ausbildungsangebot die Kundenberatung und die Verkaufsschulung im Vordergrund. „Mit Expert Sales sprechen wir Kollegen und Partner an, die über ein gutes Maß an technischem Verständnis verfügen und Spaß an der kundenorientierten Dienstleistung haben. Wir bauen ihr produktspezifisches Fachwissen aus und trainieren Techniken für die Arbeit in den Bereichen Presales, Sales und Aftersales. Darüber hinaus werden Abläufe im Projektvertrieb sowie im Bereich Montage und Service besprochen und eingeübt. Es geht also um Prozesse und Fähigkeiten, die für eine fundierte und zufriedenstellende Kundenberatung erforderlich sind“, erläutert Franz Braid.

Fortsetzung folgt

Die Schulungseinheiten des „Josko.Expert Sales“ werden innerhalb von elf Wochen vermittelt. Franz Kick, der sich bereits auf eine Fortsetzung seines Engagements als Josko Trainer freut, erinnert sich: „Uns geht es natürlich zum einen darum, den Teilnehmern technisches Beschlag-Know-how näher zu bringen. Zum anderen konnte mein Kollege Maik Schiwy mit den angehenden Verkaufsexperten aber auch Erfahrungen zur Organisation persönlicher und betrieblicher Abläufe diskutieren.“ Er erlebe die Mitarbeit in der Josko.Akademie als echte „Win-Win-Situation“, so Franz Kick weiter: „Wir stellen unser Know-how zur Verfügung und erhalten im Gegenzug von den durchweg hoch motivierten Seminarteilnehmern wertvolle Rückmeldungen und Anregungen zu den Produkten und Services von Roto.“

Auch Wirtschaftsraumleiter Zentraleuropa Volker Fitschen freut sich über die gelungene Kooperation: „Wenn wir Trainer entsenden, leben wir die Roto Maxime ‚Nah am Kunden‘. Gleichzeitig helfen wir dabei, dass nicht nur Roto immer eine gute Idee voraus ist, sondern unsere Kunden ebenso. Die Kooperation mit Josko in Sachen Weiterbildung ist deshalb für mich ein besonders gutes Beispiel dafür, wie wir die Partnerschaft mit unseren Kunden gestalten können und wollen.“



Engagieren sich in der Ausbildung zum „Josko.Expert Sales“: (von links) Maik Schiwy, Experte des Roto Lean Management, Franz Braid, Leiter Josko.Akademie, und Franz Kick, Key Account Manager bei Roto.



Die Josko.Akademie in Ried – eine Investition in Kompetenz.



➔ Attraktiver Internet-Service: der Roto Griffekonfigurator

www.roto-frank.com/de/griffekonfigurator

swisswindows stattet Logistikstandort aus Fenster für Gucci

■ **Kunststoff** ■ **Aluminium** Die swisswindows AG ist einer der führenden Fenster- und Türsystemhersteller in der Schweiz. Für das neu errichtete Logistikzentrum der Modemarke Gucci in San Antonio im Tessin lieferte das Unternehmen sein innovatives Fenster „classico alu“ erstmalig in ein großes Gewerbeobjekt.

Für Adolf Müller, Geschäftsführer von swisswindows, war das „Centro logistico“ von Gucci eine außergewöhnliche Baustelle: „Es ist ein gewaltiger Gebäudekomplex. Wir haben rund 2.400 Quadratmeter Fensterfläche unseres ‚classico alu‘ mit Isolierverglasung dafür gefertigt. Dabei mussten insbesondere Vorgaben zur Wärmedämmung, zum Lichteinfall und zum Einbruchschutz beachtet werden.“ Vorgaben, denen die Schweizer Fensterprofis mit ihrem neuen „classico alu“ spielend gerecht werden konnten.

Die Kunststoff-Profile dieses Fensters verfügen über eine äußere Aluminiumverkleidung, die in sämtlichen RAL- oder NCS-Tönen lieferbar ist. Gucci entschied sich für die Außenfarbe Moosgrün. Die sehr schlanken Profile des „classico alu“ garantieren maximalen Lichteinfall. „Die speziell für uns gefertigten Flügel- und Stulpflügelprofile ermöglichen einen Glasanteil von bis zu 77 Prozent. Durch den Einsatz eines Isolierglases haben wir für das ‚classico alu‘ eine Zertifizierung nach den sehr strengen ‚Minergie-P‘-Kriterien für Energieeffizienz erreichen können. Dieses kombinierte Sonnenschutz- und Wärmedämmglas sorgt für ein behagliches Raumklima sowohl im Sommer als auch im Winter“, so Adolf Müller. Zum Nachweis des geforderten RC2-Sicherheitsstandards wurde das mit einem aufgesetzten Roto NT K3/100 Beschlag ausgestattete Fenster im Internationalen Technologie-Center von Roto in Leinfelden geprüft.



Eine elegante Gewerbeimmobilie vor dem Panorama der Tessiner Alpen errichtete die CSC Bauunternehmung AG aus Lugano nach den Entwürfen der Architekten Itten+Brechbühl aus Bern, Charles De Ry aus Lugano und Christian Rivola aus Cadenazzo.



Nicht nur funktional, sondern auch ästhetisch überzeugend: In das neue Centro logistico von Gucci im Tessiner San Antonio lieferte die swisswindows AG aus Mörschwil 750 Fenster der Serie „classico alu“. Dies entspricht 2.400 Quadratmeter Fensterfläche.

Hitoshi Takeda im Gespräch mit Roto Inside Fertigen mit null Fehlern?

■ **Forschung** Seit vielen Jahren unterstützt der Japaner Hitoshi Takeda Roto bei der Optimierung der gruppeneigenen, mehrfach preisgekrönten Wohndachfensterproduktionen im deutschen Bad Mergentheim und im polnischen Lubartów. Er ist ein anerkannter Spezialist für schlanke Fertigungsprozesse und Strukturen. Unternehmen auf der ganzen Welt haben ihn im Laufe von Jahrzehnten um Rat und Unterstützung gebeten. Mit Roto Inside sprach Takeda für diese Ausgabe darüber, wie ein Unternehmen durch die konsequente Vermeidung von Fehlern zum denkbar besten Partner seiner Kunden wird.

Roto Inside: Herr Takeda, Roto bietet Fensterherstellern eine Beratung zum Thema Null-Fehler-Fertigung an. Im Fokus steht dort die Verbesserung der Fertigungsqualität. Was verstehen Sie unter Qualität?

Takeda: Der Begriff Qualität wird heute vielfältig angewandt und hat sich auch mit der Zeit verändert. Die Qualität wird dabei nicht nur durch Nutzen und Funktion definiert, sondern z. B. auch durch den Umstand, inwieweit ein Produkt die Sinne anspricht. Sogar das Markenimage des Unternehmens selbst hat Einfluss auf die wahrgenommene Qualität. Unternehmen, die sich mit dem Thema Null-Fehler-Fertigung befassen, müssen deshalb im nächsten Schritt die permanente Verbesserung auch aller anderen Prozesse im Unternehmen anstoßen. „Null Fehler“ sollte auch das Ziel in der Kundenansprache, der Auftragserfassung, Produktion, Lieferung, in allen Entwicklungsprozessen sein, ja schon bei der Erfassung der Kundenbedürfnisse. Einerlei aber, was die Qualität eines Produktes bestimmt, eines ist sicher: Die Qualität oder der praktische Nutzen von Produkten oder Dienstleistungen werden letztendlich durch den Kunden beurteilt, nicht durch den Verkäufer bzw. Produzenten.

Roto Inside: In vielen Unternehmen werden regelmäßig Maßnahmen zur Verbesserung der Qualität umgesetzt. Trotzdem stagniert in fast jedem Unternehmen das Qualitätsniveau nach einer gewissen Zeit. Was sind Ihrer Meinung nach die Ursachen hierfür?

Takeda: In vielen Produktionen werden Aktivitäten zur Qualitätsverbesserung nur dann in Angriff genommen, wenn das Qualitätsniveau des fertigen Produktes oder das Kunden-Feedback zu bestimmten Prozessen als problematisch eingestuft wird. Nehmen wir z. B. den Anlauf eines Neuproduktes. Durch

zusätzliche Prüfungen verbessert sich die Qualität zu Beginn sehr stark, verfestigt sich dann aber mit der Zeit auf einem gewissen Niveau und verändert sich kaum noch. Um die Qualität in den Fertigungsprozessen stetig zu verbessern, reicht es nicht aus, Qualität durch abschließende Prüfungen zu sichern. Es müssen stets die Ursachen offenkundiger Schwächen oder Schäden auf jeder Stufe der Produktion eliminiert werden. Nur so kann dauerhaft „Qualität“ erzeugt werden.

Roto Inside: Wie muss Ihrer Meinung nach eine Fertigung aufgebaut und organisiert sein, um Qualität zu erzeugen?

Takeda: Um Qualität zu erzeugen, reicht es nicht aus, dass ein Produkt in der Fertigung Schritt für Schritt vervollständigt und erst am Ende geprüft, gegebenenfalls nachgearbeitet wird. Vielmehr ist es notwendig, dass jeder Schritt im Prozess im Sinne der Gutteilherzeugung gesteuert wird und nur einwandfreie Produkte in den nachfolgenden Prozessschritt weitergegeben werden. Dafür müssen Fehler erfasst und zeitnah Maßnahmen zu ihrer Beseitigung umgesetzt werden.

Roto Inside: Wie sieht eine Umsetzung in der Praxis aus?

Takeda: Hilfreich ist z. B. die Einführung eines Qualitätstisches. An diesem Tisch werden fehlerhafte Teile aus dem gesamten Fertigungsprozess gesammelt. Ein Team analysiert die Fehler und definiert Maßnahmen, die ein Wiederauftreten verhindern. Wichtig ist dabei die Integration von Mitarbeitern aus mehreren Fertigungsstufen, da Fehler meist auf mehreren Produktionsstufen sichtbar werden. Die Umsetzung der beschlossenen Maßnahmen wird z. B. durch die Produktionsleitung wöchentlich kontrolliert. In der Roto Dachfensterfertigung wird das schon sehr konsequent umgesetzt. Die erzielten Qualitätsverbesserungen sprechen für sich. Und das Roto Lean Team unterstützt bereits erfolgreich auch andere Fensterhersteller bei der Umsetzung eines erstklassigen Qualitätsmanagements.

Roto Inside: Was ist bei der Umsetzung aller Maßnahmen zu beachten?

Takeda: Wichtig ist neben einer schnellen Umsetzung der Maßnahmen auch die Messung ihrer Wirksamkeit, sonst sind alle Verbesserungsvorschläge vergebens und die Motivation der Mitarbeiter sinkt. Bei der Umsetzung der Maßnahmen sollte man sich auch nicht vor eventuellen weiteren Problemen abschrecken lassen. Meine Devise ist immer: „Erst an einer Stelle den Prozess verbessern, beobachten und analysieren und dann darüber nachdenken, wie die nächsten Probleme gelöst werden können.“



Das Buch „QiP – Qualität im Prozess. Leitfaden zur Qualitätssteigerung in der Produktion“ von Hitoshi Takeda wird vom Verlag mi-Wirtschaftsbuch herausgegeben.



Hitoshi Takeda wurde in der japanischen Präfektur Akita geboren. Nach dem Abschluss eines Maschinenbaustudiums an der Meiji Universität in Tokio trat er in ein großes Unternehmen der Automobilzuliefererindustrie ein. Dort war Takeda viele Jahre in den Bereichen Fertigungssteuerung, Fertigungstechnik, Lieferantenabwicklung sowie im „Promotion Office“ für den Kaizen-Prozess tätig, bevor er sich als Berater selbstständig machte. Hitoshi Takeda betreute führende Unternehmen unterschiedlicher Branchen in Japan, Korea und Europa mit einem Schwerpunkt in Deutschland.

Common Fensterbau GmbH Neue Fenster für Kloster Maulbronn

■ **Holz** Im Jahr 1147 begannen die Zisterzienser damit, im Norden des heutigen deutschen Bundeslandes Baden-Württemberg ein Kloster in die sanfte Hügellandschaft des Strombergs zu bauen. Nach der Reformation ließ hier Herzog Christoph von Württemberg 1556 eine evangelische Klosterschule einrichten. Neben vielen anderen jungen Männern besuchten diese auch spätere Berühmtheiten wie Johannes Kepler, Friedrich Hölderlin und Hermann Hesse. 1993 wurde Kloster Maulbronn von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt, denn es gilt als die am vollständigsten erhaltene Klosteranlage des Mittelalters in Europa.

Als in den 1960er-Jahren historische Holzfenster in verschiedenen Gebäudeteilen des Klosters saniert werden mussten, erhielt das gerade in Maulbronn gegründete Unternehmen Common Fensterbau seine ersten Aufträge aus dem Denkmalschutz. Firmengründer Manfred Common begann, sich mit der Entwicklung denkmalgerechter Lösungen und Details näher zu beschäftigen. „Mein Vater liebte es, sich mit der behutsamen Sanierung der geschichtsträchtigen Fenster zu befassen“, berichtet Bodo Common, der heute das Unternehmen führt. „Von meinem Großvater hätte er zwar ein Sägewerk und eine Zimmerei übernehmen können, aber die Restaurierung und der Fensterbau haben ihn deutlich mehr fasziniert. Also hat er sich immer weiter spezialisiert und diese Leidenschaft auch an mich weitergegeben.“ 2005 formte Bodo Common aus der Personengesellschaft seines Vaters eine GmbH, die auch ihm selbst eine Vielzahl unterschiedlicher Kompetenzen abverlangt. „Wir bewegen uns in einer absoluten Marktnische. Wer die Common Fensterbau führen will, der muss den Umgang mit Fenstern lieben, die Geschichte atmen. Aber natürlich muss er ebenso in der Lage sein, nach allen Regeln der Kunst einen Fensterbaubetrieb zu führen, der nicht von der Restaurierung sondern vom Verkauf hochwertiger Holzfenster lebt“, beschreibt Bodo Common das „Stellenprofil“, das er selbst nun schon seit 25 Jahren ausfüllt.

Allrounder sind gefragt

Zwölf Mitarbeiter beschäftigt er in seiner rund 1.500 Quadratmeter großen Werkstatt, in der alles zu finden ist, was das Restauratorenherz höher schlagen lässt. „Die Nachfrage nach echten Restaurierungen ist extrem schwankend, deshalb bauen die darauf spezialisierten Mitarbeiter bei Bedarf auch moderne Holzfenster oder Haustüren.“ Gleichzeitig sei bereits das Spektrum der Aufgaben in der Denkmalpflege sehr breit. Mal müssten an den Fenstern von Denkmälern nur die Wetterschenkel ausgetauscht werden, ein anderes Mal das Glas getauscht oder das Fenster schlicht gängig gemacht werden. „Im Falle der Klosterschule Maulbronn allerdings ging es in diesem Jahr darum, nach

historischem Vorbild neue Fenster zu bauen, die funktionieren wie moderne und auch einen hohen zeitgemäßen Wärmeschutz bieten.“

Alt und neu in perfekter Harmonie

Die Kompetenz, die sich Bodo Common und sein Team in Jahrzehnten aufgebaut haben, hält der Unternehmer für den besten Schutz vor Krisen in der Bauwirtschaft. „Es gibt nur wenige, die wie wir alles aus einer Hand bieten können: die Instandsetzung der historischen Fenster, die erhalten werden können, den Nachbau passender Fenster zur Ergänzung und – bei Bedarf – z. B. den Bau topmoderner Fenster für einen Anbau. Im Bundesland Baden-Württemberg befassen sich vielleicht zwanzig Fensterhersteller mit dem Nachbau von historischen Fenstern, aber höchstens zehn davon verstehen sich auf die Restaurierung von Fenstern, die erhalten werden können und sollen.“ Inzwischen werde sein Unternehmen deshalb auch von vielen Denkmalschützern offensiv empfohlen, weil Common ganz nach ihren Vorstellungen restauriert und ergänzt. „Von uns bekommt der Bauherr ein komplettes Angebot für die Restaurierung, Sanierung und den Nachbau, mit dem er Zuschüsse des Landes beantragen kann. Leider bedeutet das für uns auch ein gewisses wirtschaftliches Risiko, denn so ganz genau weiß man vorher nie, wie viele Arbeitsstunden in ein zu restaurierendes Fenster investiert werden müssen.“

Solide Arbeit für nachhaltigen Bautenschutz

Damit seine Kunden vor bösen Überraschungen in der Zukunft geschützt bleiben, setzt Bodo Common auf handwerkliche Gründlichkeit und das richtige Zubehör. „Wir sagen dem Kunden genau, wie wir vorgehen wollen, damit das alte Fenster, das ja schließlich ein Zeugnis unserer Geschichte ist, möglichst auch für die nachfolgenden Generationen erhalten bleibt. Die meisten Kunden folgen unserer Empfehlung. Für die zuverlässige Funktion sorgen wir in allen Nachbauten, manchmal sogar in restaurierten Fenstern durch den Einbau von Roto Beschlägen. Das erstaunt viele Kunden, die kaum glauben wollen, dass auch in einem Nachbau im Stil des 17. Jahrhunderts moderne Technik unterzubringen ist, die natürlich unsichtbar bleibt, aber für RC2-Sicherheit sorgt. Mein Vater hat von Anfang an auf Roto gesetzt und wir arbeiten wirklich mit allem, was das Roto Sortiment so hergibt.“

Moderne Leben in historischen Räumen

Die insgesamt vierzig Verbundfenster für das Evangelische Seminar Maulbronn wurden aus nachhaltig erzeugtem Kiefernholz hergestellt. Bis zu sechzehn Innen- und Außenflügel besitzt manches dieser dreifach verglasten Fenster. „Da die Denkmalpflege bzw. die Bau- und Vermögensverwaltung Baden-Württemberg keine sichtbaren Ecklager vorgesehen hat, wurden moderne, vollständig verdeckte Roto NT Designo Drehkippsbeschläge eingesetzt und sogar spezielle Bänder angefertigt. Auch die Verschlüsse sind solche der Produktmarke NT, die Schlagleistengetriebe und 8-mm-Dorngetriebe ebenso“, erläutert Bodo Common. Für einen langlebigen Oberflächenschutz auf den



Zwischen Stuttgart und Karlsruhe liegt die kleine Stadt Maulbronn, die auf die Gründung eines Zisterzienserklosters im 12. Jahrhundert zurückgeht. Hier befasst sich die Familie Common in der vierten Generation mit der Verarbeitung von Holz, heute zu Fenstern und Türen.



Kloster Maulbronn ist die besterhaltene Anlage des Mittelalters nördlich der Alpen. Bis heute kann im Gebäudeensemble und an den Weinbergen und Seen in der Umgebung abgelesen werden, wie das Leben und die Arbeit der Zisterzienser sich vollzogen haben. Weitere Informationen unter www.kloster-maulbronn.de.

Profilen sorgt ein aufgespritzter Lack in einem NCS-Farbtönen. „Glücklicherweise schrieb der Landeskonservator hier keinen manuellen Pinselauftrag vor.“ Zufrieden mit dem Ergebnis seiner Arbeit ist der Unternehmer aber vor allem aus einem anderen Grund: „Wir helfen in der Klosterschule Maulbronn mit unseren energieeffizienten Holzfenstern dabei, dass modernes Lernen und Arbeiten in Räumen möglich wird, die seit dem 16. Jahrhundert zu diesem Zweck genutzt werden. Wer Sinn für Geschichte hat, wird ermessen können, wie viel Freude das macht.“



Um ein historisches Holzfenster von den Oberflächenbehandlungen aus Jahrhunderten zu befreien, setzt Bodo Common bevorzugt auf eine thermische Entfernung der Lacke und Lasuren. „Das kostet zwar Zeit, führt aber zu einer nachhaltig guten Ausgangslage für die neue Oberfläche.“



Wie schon sein Vater in den 1960er-Jahren hat auch Bodo Common Freude an der Restaurierung historischer Fenster. „Nach über vierzig Jahren im Denkmalschutz wissen wir deshalb sehr genau, wie hoch oder gering der Pflegeaufwand sein wird – je nachdem, für welche Form der Restaurierung sich ein Kunde entscheidet.“



Gut sortiert ist das Lager für Beschläge und Griffe bei Common. „Für die zuverlässige Funktion sorgt das Unternehmen in allen Nachbauten durch den Einbau von Roto Beschlägen – gelegentlich sogar in restaurierten Fenstern.“



Dreifach verglaste Verbundfenster lieferte Common 2013 ins Kloster.

Diquigiovanni S.r.l.

Ein Dienstleistungsspezialist, der Fenster verkauft

■ **Kunststoff Aluminium** war für Lino Diquigiovanni der Werkstoff seiner Wahl, als er 1967 einen Fertigungsbetrieb für Fenster und Türen im italienischen Castelgomberto nordöstlich von Verona gründete. Dass das nach ihm benannte Unternehmen heute in Italien als Qualitätsanbieter für Kunststofflösungen gilt, geht auf eine Entscheidung zurück, die der Unternehmer Mitte der 1990er-Jahre fällte.

Lino Diquigiovanni und sein damaliger Partner Giuseppe Faggion wollten es genau wissen: Welche Chancen bietet die italienische Bau- und Fensterbranche? Welche neuen technischen Entwicklungen bergen welche Potenziale? Wie werden sich die Anforderungsprofile seitens privater und gewerblicher Bauherren entwickeln? Die Ergebnisse der in Auftrag gegebenen Marktstudie führten zu einer kompletten Wandlung des Unternehmens: 1996 gingen die ersten zwei Produktionslinien für die Fertigung von Kunststoff-Profilen „an den Start“. Heute verfügt das Unternehmen über vier vollautomatische PVC-Linien und produziert jährlich ca. 50.000 Fenstereinheiten.

Lösungsorientiert

Die zweite entscheidende Weichenstellung erfolgte 2009, als sich die beiden Unternehmer dazu entschlossen, ihre Geschäftsanteile einer Beteiligungsgesellschaft aus Mailand zu übertragen, die das weitere Wachstum des Unternehmens ermöglichen sollte. „Zu diesem Zeitpunkt stieß ich quasi als Quereinsteiger zu Diquigiovanni“, berichtet Geschäftsführer Paolo Tosti. Der studierte Maschinenbauingenieur war zuvor 15 Jahre in der Automobilzulieferindustrie tätig. „Zugegeben, das Sujet ‚Fenster und Türen‘ war neu für mich. Was meinen Ausbildungsweg und mich jedoch damals wie heute prägt, ist eine konsequente Lösungsorientierung. Und dieses Denken passt sehr gut zum

täglichen Geschäft der Bauelementebranche.“ So verwundert auch kaum das Motto – oder wie Paolo Tosti es nennt: das Mantra – der heutigen Diquigiovanni S.r.l.: „Wir sind ein Dienstleistungsunternehmen, das Fenster und Türen verkauft.“ Also erst der Kunde, dann das passende Produkt? „Ganz genau“, nickt der Geschäftsführer. „Dank unserer modernen Anlagen und unserer gut ausgebildeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind wir in der Lage – überspitzt ausgedrückt – jedes „Loch“ in der Gebäudehülle mit einer passenden und hochwertigen Lösung zu schließen. Unsere Kunden können von uns einzelne Fenster als Maßanfertigung bekommen oder die schlüsselfertige Ausrüstung ganzer Bauprojekte. Und das gilt für Einfamilienhäuser genauso wie für gewerbliche Immobilien, Schulen oder Pflegeeinrichtungen.“

Mit Qualität gegen „Billigheimer“

Derzeit beschäftigt das Unternehmen 85 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon sind rund 55 in der Fertigung tätig. Unterstützt werden sie von mehr als fünfzig Vertriebsbeauftragten und acht selbstständigen, aber im Auftrag von Diquigiovanni tätigen Montage-Teams. Allesamt bestens qualifiziert sorgen sie dafür, dass die hohen Qualitätsansprüche des Unternehmens nicht nur hinsichtlich der Produkte erfüllt werden, sondern auch in der Kundenbetreuung und auf der Baustelle. Eine Qualitätsphilosophie, die sich aus Sicht von Paolo Tosti weiter verbreiten



Seit 1996 fertigt Diquigiovanni hochwertige Fenster und Türen aus Kunststoff.

sollte. „Der italienische Fenstermarkt hat sich in eine beunruhigende Richtung entwickelt. Viele kleine Hersteller und Anbieter aus Ländern, in denen vergleichsweise niedrige Stundenlöhne gezahlt werden, unterbieten sich im Preis gegenseitig. Viele arbeiten dabei mit Tricks und zweifelhafter Qualität, was mittelfristig auf die gesamte Branche zurückfallen wird. Dagegen versuchen wir mit unserem klar kommunizierten Qualitätsversprechen vorzugehen. Dabei setzen wir auch auf Roto, weil diese Marke ihrerseits ein Qualitätsgarant bei den Beschlägen ist. Seit 1996 arbeiten wir sehr erfolgreich und partnerschaftlich zusammen.“

Aufbruch in neue Märkte

Für die folgenden Geschäftsjahre prognostiziert Paolo Tosti für den italienischen Markt eine stagnierende Umsatzentwicklung, weshalb sich Diquigiovanni intensiv der Erschließung neuer Märkte widmet. Seit einiger Zeit etwa werden

Kunden in Westafrika von einer eigenen Niederlassung in Ghana betreut. Und auch in Russland und Algerien will Paolo Tosti mit seinem Team und großem unternehmerischem Engagement Vertriebsstrukturen aufbauen.



Geschäftsführer Paolo Tosti kam 2009 als „Fenster-Quereinsteiger“ zu Diquigiovanni.

Schneller Service für Kleinstbetriebe

Roto Webshop für Großbritannien

■ **Neu bei Roto** Im Frühjahr 2013 ging in Großbritannien der Roto Webshop online: „Als neuer Service, der unsere Handelspartner im Land unterstützen soll“, stellt Ferry van Wezel, Marketing Manager Western Europe, im Gespräch klar. Inzwischen hat sich der Webshop wie geplant als praktisches Einkaufs-Tool für Kleinstbetriebe etabliert und das Engagement des Handels sinnvoll flankiert.

Via Internet vertrieben werden insbesondere nicht oder wenig erklärungsbedürftige Standardprodukte, die nur einen kleinen Teil des regulären Sortiments der Roto Handelspartner in Großbritannien ausmachen. Dazu zählen etwa einfache Fenstergriffe, Tür-Accessoires oder Verglasungsklotze. Darüber hinaus bietet der Webshop die Möglichkeit, Ersatzteile zu bestellen, die der Verarbeiter selbst über ein einfaches Abfrageformular ermittelt und definiert. „Das neue Online-Angebot richtet sich an kleine Ein- oder Zwei-Mann-Betriebe, die sich mit der Fertigung einzelner Fenster, deren Wartung oder Reparatur beschäftigen“, so Ferry van

Wezel. „In der Regel benötigen die bestellten Produkte derzeit fünf oder sechs Tage, bis sie beim Empfänger eintreffen.“

Positives Feedback nach der Testphase

Aktiv beworben wurde der Webshop während der Testphase 2013 noch nicht. Das wird sich in diesem Jahr ändern. „Wir möchten den Bekanntheitsgrad des neuen Angebotes nun sukzessive erhöhen. So verweisen wir in den Social Media und durch unseren Online-Newsletter auf den Webshop. Zusätzlich hilft uns die Fachpresse dabei, diejenigen zu informieren, für die wir diesen Service entwickelt haben.“

Und was sagt der englische Fachhandel zu diesem neuen „Vertriebsweg“? „Wir haben schon in der Planungsphase viele Gespräche mit unseren Partnern geführt. Dort gibt es keinerlei Berührungsängste, ganz im Gegenteil. Viele sehen die Vorteile des neuen Angebots. Zum einen werden Produkte verkauft, die nicht oder nur in geringem Umfang im Händler-Sortiment auftauchen. Zum anderen verweisen wir in all unseren Kommunikationsmaßnahmen immer auf die Sortimente sowie die Service- und Beratungsleistungen unserer Handelspartner. Wenn Kleinstmengen von Standardprodukten direkt bestellt werden, entlastet das den Handel, so dass sich dieser auf komplexe Aufträge konzentrieren kann.“

RC3 mit Roto Safe C

Roto ITC prüft im Kundenauftrag

■ **Kunststoff** Moderne Türmehrfachverriegelungen wie Roto Safe C leisten einen wichtigen Beitrag zum Schutz von Hausbewohnern und ihrem Eigentum. Die Konformität von Haustüren mit den europäischen Prüfnormen zum Einbruchschutz testet und belegt u. a. das Internationale Technologie-Center Roto ITC in Leinfelden.

Im Kundenauftrag wurde z. B. eine einflügelige Hauseingangstür aus Trocal-Kunststoff-Profilen mit Aluverschalung auf der Außenseite geprüft. Die Tür mit den Abmessungen 1.110 mm x 2.200 mm wurde vom Hersteller mit dem Roto Safe C ausgerüstet. Die Experten des Roto ITC testeten die einbruchhemmenden Eigenschaften der Tür gemäß DIN EN 1627–1630:2011 in der Widerstandsklasse RC3. Simuliert wird dabei der Zugriff eines Täters, der fünf Minuten lang versucht, mit zwei Schraubenziehern und einem Kuhfuß das verschlossene und verriegelte Bauteil aufzubrechen.

Das erfreuliche Fazit der Prüfer im Klassifizierungsbericht: „Der Probekörper erfüllt die Anforderungen an einbruchhemmende

Fenster, Türen, Abschlüsse der Widerstandsklasse RC3.“ Ein Erfolg auch des Roto Safe C, bei dem das Hauptschloss und die Zusatzverriegelungen zylinderbetätigt mit nur einem Schlüssel verriegelt werden. Dank der so erzielten Kombinationsverriegelung aus Kraftkeil und Bolzen schließt jede Haustür zuverlässig und dauerhaft.



Kombinationsverriegelung

Eine Kombinationsverriegelung aus der Produktgruppe Door gewährleistet Sicherheit, Effizienz und Komfort gleichermaßen. Das Funktionsprinzip: Beim Verriegeln zieht zunächst ein 9-mm-Kraftkeil an, bevor der Bolzen folgt. Daraus resultiert ein hoher Anpressdruck, der für „extreme“ Dichtigkeit sorgt und einem Verziehen der Tür vorbeugt. Sogar leicht verzogene Türen schließen dank dieser Kombinationsverriegelung noch immer zuverlässig.



Positives Feedback: Englische Kleinstbetriebe können ihren Bedarf auf Wunsch in einem Online-Shop decken, den die Vertriebsgesellschaft Roto Western Europe 2013 zur Entlastung des Handels in Großbritannien entwickelt hat. Er ist zu finden unter www.roto-webshop.com.



➤ Informieren Sie sich über die Möglichkeiten: Internationales-Technologie-Center Roto ITC in Leinfelden

www.roto-frank.com/de/roto-itc



Die klassisch moderne Griffelinie: Zum ersten Mal auf einer internationalen Messe zu sehen war in Nürnberg der Fenstergriff Roto Samba. 2013 wurde er weltweit in den Markt eingeführt.



New: Der Roto AL Designo ist der verdeckte Beschlag für ästhetische Aluminiumfenster bis 150 kg. In Nürnberg gezeigt wurde ein Dreh-/Drehkippenfenster mit dem neuen Axer 390 für eine minimale Flügelbreite von 390 - 500 mm.



Trend Design: der vollständig verdeckte liegende Roto NT Designo und das neue Stulpflügelgetriebe Roto NT Plus, eingebaut in einem dreiflügeligen Fenster ohne Pfosten. Dieses Design ist schon heute in Ländern wie Italien und der Schweiz beliebt.



Udo Pauly, Marketingleiter der Roto Division Fenster- und Türtechnologie, macht sich stark für die Erforschung von Trends. Mit dem Roto Messeauftritt in Nürnberg zeigte er sich zufrieden: Dank umfangreicher Informationen darüber, wie sich Roto auf Trends einstellt, habe man vielen Besuchern interessante Anregungen für ihre eigene Entwicklungsarbeit geben können.

Roto trendbewusst auf der fensterbau/frontale Ein Partner, der inspiriert

■ **Event Welche Lebens- und Bautrends werden in der Zukunft die Funktion und Konstruktion von Fenstern entscheidend beeinflussen? Mit dieser Frage befasst sich die Roto Gruppe kontinuierlich und intensiv. 2013 z. B. diskutierten in einem Zukunftsworkshop Fensterhersteller mit Entwicklern, Marketing- und Vertriebsexperten von Roto über die Faktoren, die die Gestaltung des Fensters von morgen beeinflussen werden. Die Ergebnisse dieses Workshops sollen in diesem Jahr für möglichst viele Fenster- und Türhersteller zugänglich gemacht werden, was schließlich auch zu einer neuen Struktur des Roto Messeauftritts während der fensterbau/frontale führte.**

„Roto kann heute für sich in Anspruch nehmen, mehr als andere über die relevanten Trends der Zukunft zu wissen“, ist Roto Marketingleiter Udo Pauly überzeugt. „Und mit der Messe in Nürnberg haben wir eine Gelegenheit genutzt, die Ergebnisse systematischer Trendforschung mit möglichst vielen Kunden zu teilen.“

Vier Trends und ihre Umsetzung

Vier Trends, die aus Sicht von Roto in der Zukunft den Alltag der Branche prägen werden, standen dabei im Vordergrund der Präsentation: der Trend zu immer mehr Komfort, der Trend zu

energieeffizientem Bauen, der Architektur-Trend filigranes Design und der Trend zu immer schnelleren Prozessen in der gesamten Wertschöpfungskette. „Indem wir deutlich herausgearbeitet haben, was diese Trends ausmacht und wie sich Roto in der eigenen Entwicklungsarbeit mit neuen Produkten und Services auf diese Trends einstellt, haben wir vielen Besuchern interessante Ideen für die Arbeit in ihrem Unternehmen mitgegeben“, fasst Udo Pauly das Feedback der Roto Standbesetzung zusammen. Alle Messebesucher konnten mit ihrem Außendienstberater einen durch und durch „trendorientierten Rundgang“ erleben. Systematisch wurden dann die Exponate angesteuert, mit denen Roto z. B. den Trend Design beantwortet. „Wir wollen ein zukunftsorientierter Partner für Fenster- und Türhersteller sein. So verstehen wir auch unser Motto ‚Nah am Kunden‘. Immer da, aber eben auch immer wach und aufmerksam mit einem nach vorn gerichteten Blick“, erläutert Pauly im Gespräch mit Roto Inside weiter. „Für uns ist die systematische Arbeit mit dem Wissen um relevante Trends schon seit langem handlungsleitend. Sie hat direkten Einfluss auf die Entwicklung von Produktsystemen und Serviceangeboten. Und weil wir damit großen Erfolg haben, wollen wir auch unsere Kunden begleiten, wenn sie sich entscheiden, ebenso systematisch und trendorientiert zu agieren.“

Den Markt im Blick

Verlangt denn tatsächlich ein definierter Trend nach einem ganz bestimmten Produkt? „Meist beeinflussen mehrere Trends eine konkrete Produktentwicklung. Nehmen Sie das



„Schätzen Sie die Anzahl der Verglasungsklötze. Die genaueste Schätzung gewinnt ein iPad.“ Über 5.000 Messebesucher folgten dieser Einladung und hoffen nun auf ein wenig Glück.



Wie ein Dorf mit neun Häusern präsentierte sich in diesem Jahr der Roto Messestand auf beiden Seiten des Hauptganges in der Halle 1. Das brachte deutlich mehr Platz für Gäste und Gespräche. Ein voller Erfolg? Roto will es genau wissen und beauftragte ein Marktforschungsinstitut damit zu erkunden, welche Informationen Besucher des Messestandes besonders interessant fanden und wie sie den neuen Auftritt von Roto in Nürnberg beurteilen.



Trend Geschwindigkeit: Roto Kunden profitieren von der Serviceleistung Roto Lean. Beratungen zu allen wichtigen Themen der Fenster- und Türenherstellung helfen ihnen dabei, effizienter, besser und schneller zu produzieren. Auf der Basis von optimierten Fertigungsprozessen können Umsätze messbar gesteigert werden.



Trend Komfort: Der Griff des Roto Komfortfensters ist unten waagrecht am Flügel angebracht. Dadurch ist er selbst im Sitzen gut zu erreichen. Zudem ist er länger als ein herkömmlicher Griff, besitzt also einen größeren Hebelarm. Auf diese Weise lassen sich auch größere und schwerere Fenster mühelos bedienen. Die integrierte Zwangssteuerung bringt das Fenster automatisch in die Kippstellung. Auch das spart Kraft.



Trend Energieeffizienz: Hier bleibt die Kälte vor der Tür – ausgerüstet mit der Türschwelle Roto Eifel 90 T, der Bodentürdichtung Roto Eifel Texel, den Türbändern von Roto Solid S und einem Door Safe C Türschloss mit zwei Kombinationsverriegelungen schließt eine Haustür dicht und sicher.

Thema Energieeffizienz. Das ist natürlich immer gegenwärtig. Unsere Kunden werden zukünftig für immer mehr Bauprojekte Energiesparfenster anbieten, also müssen Roto Systeme zu den entsprechend dichten Profil- und schweren Glassystemen passen. Das zieht sich durch alle Produktlinien. Aber der Trend zu barrierefreiem Komfort löst tatsächlich spezielle Produktideen aus, die dem Nutzer von Tür und Fenster das Leben erleichtern. Roto bietet seinen Partnern hier bereits seit einiger Zeit sehr erfolgreiche Produkte z. B. im E-Tec Drive Sortiment und im Patio Sortiment.“

Immer schneller, immer effizienter

Auch dem Trend zu immer besser verzahnten und schnelleren Prozessen in der Zusammenarbeit stellt sich Roto seit Jahren. Wie schon vor zwei Jahren fanden Besucher deshalb auf dem Roto Messestand Raum und Zeit, um sich z. B. über den Beschlagkonfigurator Roto Con Orders zu informieren oder die Zusammenarbeit mit den Beratern aus dem Roto Lean Team zu initiieren. Udo Pauly ist von der Bedeutung dieses Angebotes überzeugt: „Für uns ist klar: Roto soll führend bleiben im Service für Fenster- und Türhersteller. Dem Trend zu schlanken Prozessen in der Branche widmen wir deshalb weltweit einen großen Teil unserer Entwicklungskapazitäten. Sehr im Sinne aller Roto Kunden, wie uns auf der fensterbau/frontale 2014 bestätigt wurde.“



Roto investiert in die Erforschung von Trends in der Architektur, im Verhalten des Nutzers oder auch in der Zusammenarbeit von Marktpartnern in der Bauelementenbranche. Vier zentrale Trends standen im Mittelpunkt des Auftritts von Roto: Komfort, Energieeffizienz, Design, Geschwindigkeit. Die Exponate zeigten Roto Entwicklungen, die Fensterhersteller nutzen können, um sich optimal auf die Trends der Zukunft einzustellen.



New: Roto Patio Fold, der Premiumbeschlag für großflächige Faltschiebesysteme, kann jetzt für Einzelflügel mit einem Gewicht von bis zu 100 kg und einer Höhe von bis zu 2.800 mm eingesetzt werden. Eine neue, barrierefreie Komfortbodenschwelle mit optimiertem Isothermenverlauf steigert die Energieeffizienz erheblich. Kugelgelagerte, leichtgängige Laufwagen mit leisen und zugleich verschleißarmen Laufrollen sorgen für Bedienkomfort und Langlebigkeit. Das „Patio Fold“-Programm eignet sich für Holz-, Holz/Alu- und PVC-Profile.



Wohin geht der Markt und welche Beschlagtechnologie wird in der Fenster- und Türenherstellung von morgen gebraucht? Konzeptstudien zu wichtigen Entwicklungstrends diskutierte Roto mit ausgewählten Gästen im „Haus der Ideen“. Nah am Kunden – das gilt auch für die Roto Produktentwicklung.

Warstat GmbH plant mit Roto

Ausbau der Kundenberatung AluVision

■ **Aluminium** „Als ich nach meinem Studium bei einem Aluminiumsystemhersteller erlebt habe, wie kreativ man sein kann als Techniker in der Fassaden- und Fensterkonstruktion, stand für mich fest: Das willst du tun. Und zwar mit einem eigenen Unternehmen. Als 26-Jähriger habe ich die Fensterkonstruktion für das damals höchste Hochhaus im Land, also für die Deutsche Bank in Frankfurt, betreut. Das hat mich fasziniert.“ Unternehmer Klaus Warstat erinnert sich gerne an seine ersten Jahre in der Fenster- und Elementfassadenherstellung.

Und er hat seinen Plan wahr gemacht. Vor vierzig Jahren gründete er ein Unternehmen, das zunächst Aluminiumfenster für private Bauherren produzierte und als Subunternehmer kleinere Spezialaufträge aus dem Objektbau für seinen früheren Arbeitgeber übernahm. Als dann das preisgünstigere Kunststofffenster begann, den Wohnbau zu dominieren, baute Klaus Warstat seine Kontakte im Objektgeschäft systematisch aus. Für seine Angebote kann er heute auf rund 500 Bestandsprofile und jede Menge Erfahrung in der Fertigung individueller Profile im Kundenauftrag zurückgreifen. Die Warstat GmbH gilt vielen Architekten und Investoren als eine der ersten Adressen für komplett vormontierte Fassadenelemente.

Mit Erfahrung für das nachhaltige Bauen

„Unsere Erfahrung im Fassadenbau und in der Profilkonstruktion sowie unser Engagement für das zertifiziert nachhaltige Bauen unterscheiden uns von vielen Wettbewerbern, sagen unsere Kunden“, berichtet Betriebsassistent Achim Bissinger und man spürt den Stolz auf das Lebenswerk von Klaus Warstat, wenn er spricht. Unübersehbar ist aber auch, dass er bestens darauf vorbereitet ist, zunehmend Verantwortung im Unternehmen zu übernehmen. Mit hohem Einsatz arbeitet er gemeinsam mit seinen Kollegen aus der Technik an der Umsetzung von Entwürfen, mit denen ambitionierte Architekten bei der Warstat GmbH anfragen. „Unsere Kunden verlangen heute nach energetisch erstklassigen, nachhaltig produzierten und gleichzeitig ästhetisch filigranen Lösungen für Fenster und Verglasungen. Kaum ein Projekt ist mit einem anderen vergleichbar“, erläutert Achim Bissinger. „Entsprechend müssen wir heute auch unsere Industriepartner bereits in der Entwurfsphase mit in die Pflicht nehmen.“

Kompetenz in Fertigung und Montage

Rund 85 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt die Warstat GmbH am Unternehmenssitz in Diez und im Außendienst. „Vierzig Kollegen arbeiten in Diez in der Blechbearbeitung, der Elementfertigung und im Zuschnitt. Die Profile kommen pressflankiert von ausgewählten deutschen Lieferanten, werden bei uns ausgeschäumt, zugeschnitten und zum Rahmen gepresst“, fasst Achim Bissinger zusammen. „In allen Abteilungen arbeiten ausschließlich Kollegen, die schon Jahre oder Jahrzehnte bei



Modernes Wohnen und Arbeiten im Katharinenquartier

In Hamburg-Altstadt errichtete die HOCHTIEF Projektentwicklung 2012 und 2013 das so genannte Katharinenquartier. Die Warstat GmbH lieferte und montierte komplett neu entwickelte Fassadenelemente mit doppelt verglasten Drehflügeltüren, einem integrierten Sonnenschutz hinter einer ESG-Scheibe und einer gläsernen Absturzsicherung. Der verdeckt liegende Beschlag von Roto sorgt für dauerhaft sicheres Öffnen der 1 x 3 m großen Flügel, die bis zu 150kg schwer sind. Das Object Service Center Roto OSC in Leinfeldern konnte nach erfolgter statischer Prüfung eine Sonderfreigabe für den eingesetzten Beschlag erteilen. Das ift Rosenheim bestätigte den Fassadenelementen einen ausgezeichneten U-Wert, der Auftraggeber ein überzeugendes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Warstat sind. Fehler in der Produktion oder Montage kommen so gut wie nicht vor.“

Die rund zwanzig Warstat Monteure auf den Baustellen überall in Deutschland sorgen schließlich dafür, dass beim Einbau mit ebensolcher Sorgfalt gearbeitet wird wie im Werk. Auch hier gilt: Erfahrung macht den Meister. Wird in einem Dreh- oder Drehkippflügel ein neuer Roto Beschlag verarbeitet wie im Falle des Katharinenquartiers in Hamburg, so bitten die Montageleiter um eine Schulung durch einen Roto Techniker, damit die Einstellung der Flügel optimal gelingt. „Roto ist kein Lieferant, Roto ist Service“, betont Achim Bissinger. „Das wissen wir zu schätzen.“

Neue Qualität für eine bewährte Kooperation

Die Zusammenarbeit mit Roto begann Klaus Warstat bereits vor vierzig Jahren. „Damals konnte man noch mit Standardbeschlä-



Im Einsatz für Aluminiumfassaden- und -fensterhersteller

Bereits seit seiner Ausbildung zum Industriekaufmann ist Stefano Gianfreda in der Welt von Roto zuhause. Seit 2007 gehört er zum Spezialisten-Team AluVision. In der neu geschaffenen Position des Vertriebsleiters Object Business AluVision optimiert er die Schnittstellen zwischen Fensterherstellern wie der Firma Warstat und den Service-Einheiten bei Roto. „Gemeinsam entwickeln wir individuelle Beschlaglösungen für Projekte wie das Katharinenquartier. Ich begleite deren Prüfung im OSC und Sorge dafür, dass technische Fragen schnell und umfassend beantwortet werden. So komplettieren Aluminiumfensterhersteller mit meiner Hilfe ihre Angebote noch schneller als bisher. Oft genug können wir darüber hinaus Lösungen erarbeiten, die Wettbewerber nicht zu bieten haben.“

gen auch im Objektgeschäft zurecht kommen“, erinnert er sich. „Heute zwingen uns allerdings ästhetische und energetische Ansprüche der Planer ebenso wie immer größere Flügel und Gewichte dazu, passende Beschlagtechnologie für nahezu jedes Objekt einzeln mit Roto auszuwählen, zu testen und sogar ganz neu zu entwickeln.“ Entsprechend begrüßt der Unternehmer die Entscheidung seines Partners Roto, in die personellen Kapazitäten und den Service für Aluminiumverarbeiter zu investieren.

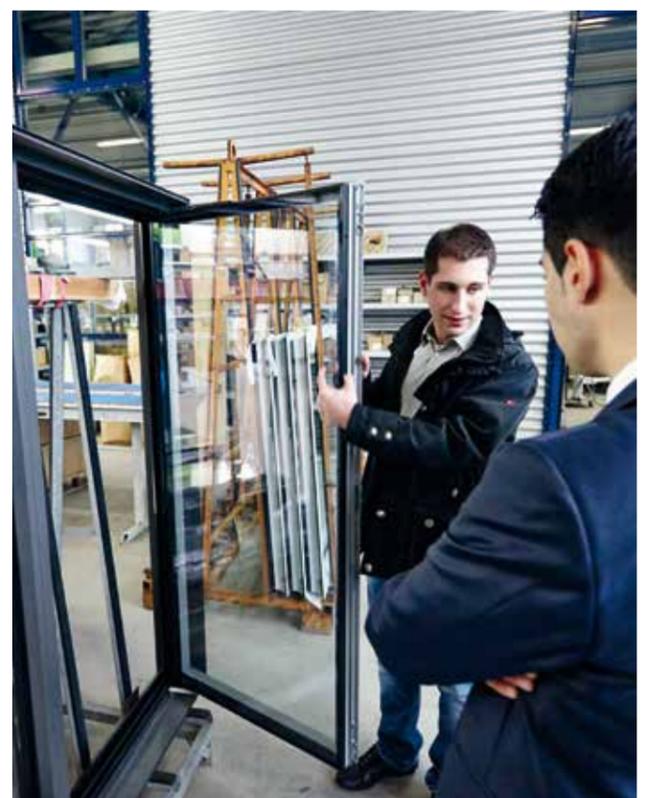
Stefano Gianfreda, der die neu geschaffene Position des Roto Vertriebsleiters Object Business bekleidet, nickt zustimmend: „Ich kann mir jetzt die notwendige Zeit nehmen, um gemeinsam z. B. mit der Firma Warstat genau die Beschlaglösung festzulegen, die gebraucht wird, um einen interessanten Auftrag zu gewinnen. Zusammen mit dem Object Service Center Roto OSC finden wir schnell und flexibel die optimale Lösung.“



Vor vierzig Jahren gründete Klaus Warstat ein Unternehmen, das vielen Architekten und Investoren heute als eine der ersten Adressen für komplett vormontierte Fassadenelemente gilt.



Auf jedem der Elementbaurbeitsplätze bei Warstat entstehen viele hundert Fassadenelemente pro Jahr.



Warstat Betriebsassistent Achim Bissinger diskutiert mit Stefano Gianfreda, Roto Vertriebsleiter Object Business, die Fensterkonstruktion für einen neuen Auftrag.

Zeitgemäßer Fensterkomfort für den Iran

Hooramco

■ **Kunststoff** Nach ihrem gemeinsamen Maschinenbaustudium suchten fünf junge Iraner nach einer interessanten Aufgabe. „Wir wollten eine eigene Fabrik eröffnen, die Produkte herstellt, von denen möglichst viele Menschen im Iran profitieren können“, berichtet Reza Kazemi, einer der fünf Freunde und heute verantwortlicher Geschäftsführer im Unternehmen Hooramco, das am 28. Oktober 2008 in Teheran gegründet wurde.

„Kein Geld, keine Erfahrung, aber jede Menge Enthusiasmus und Optimismus hatten wir damals zu bieten“, schmunzelt Reza Kazemi. „Deshalb haben wir zunächst damit begonnen, mit Kunststofffenstern zu handeln. So haben wir den Markt und die verfügbaren Produkte kennengelernt und das nötige Kapital erarbeitet, um unsere eigene Produktion aufzubauen. Ein wenig wurden wir auch von dem Wunsch angetrieben zu beweisen, wozu ein Team junger Menschen im Iran in der Lage ist und was wir einfach auf der Grundlage einer guten Ausbildung würden bewegen können. Und ich denke, mit unserer Art der Beweisführung sind nicht nur wir heute sehr zufrieden.“

Steigende Energiekosten fördern die Nachfrage

Rund sechzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

produzieren auf den modernen Fertigungsanlagen von Hooramco vor den Toren Teherans Fenster und Hauseingangstüren aus Kunststoff, die generell mit einer Doppelverglasung ausgerüstet sind. „Auch im Iran steigen die Energiekosten und die Hausbesitzer interessieren sich zunehmend für die Möglichkeit, durch eine besser gedämmte Gebäudehülle zu sparen.“ 2008 wurde Hooramco Kunde des 2007 von Alireza Sedghinsab in Teheran gegründeten Beschlaghandels Satian. 22 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreuen dort rund 800 iranische Fensterhersteller.

Roto – das passende System für jedes Fenster

Die meisten Hooramco Fenster und Hauseingangstüren werden heute mit Roto Beschlagtechnologie ausgerüstet. „Wir wollten von Anfang an nur Roto, weil wir hochwertige Technologie und alle Lösungen für jeden Fenstertyp aus einer Hand bevorzugen. Egal, ob Schiebe- oder Drehkipfenster, nach innen oder außen öffnend – Roto bietet uns das passende System und der Handelspartner Satian einen erstklassigen Service dazu.“

Großer Beratungsbedarf vor Ort

In der zentralen Verwaltung von Hooramco in einem Teheraner Geschäftszentrum sind 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt, 120 weitere in den Vertriebsbüros im ganzen Land. „Es gibt im Iran einen ungeheuren Bedarf an modernen Fenstern. Nach Schätzungen des Iranischen Ministeriums für Industrie, Bergbau

und Handel entsprechen in gerade einmal 10 Prozent aller Gebäude die Fenster dem technisch wünschenswerten Standard. Gleichzeitig werden pro Jahr rund 1,5 Millionen neue Wohnungen gebraucht, um der nachwachsenden Generation genug Raum für die Familiengründung zu verschaffen. Die Chancen für eine sehr gute Entwicklung von Hooramco stehen also bestens.“

Vorstoß in die Gruppe der führenden Unternehmen

In spätestens fünf Jahren soll Hooramco zu den fünf größten Fensterherstellern im Iran gehören, wenn es nach den Wünschen der Unternehmensgründer geht. Erfolgreich macht das Unternehmen nach Meinung von Reza Kazemi sowohl die Qualität der Produkte als auch die transparente Preis- und Vertriebsstrategie. „Unsere Kunden nehmen uns als absolut seriösen und verlässlichen Partner wahr. Liefertreue, After-sales-Service – es gibt ja eine ganze Reihe von Merkmalen, mit denen wir uns positiv vom Marktdurchschnitt abheben können.“ Aus seiner Sicht sollte das schon bald auch ein guter Grund für Kunden außerhalb des Irans sein, mit Hooramco zusammenzuarbeiten. „Wir haben in unserer Heimat einen stabilen Service und natürlich eine qualitativ überzeugende Fertigung aufgebaut. Damit ist die Basis gelegt und mit einer eigenen Exportabteilung, die wir nun gründen wollen, werden wir versuchen, auch in den Nachbarländern Kunden zu finden.“



Kompetenz für Fensterhersteller im Iran

Elham Shekarriz, im Iran zuständig für Marketing und Vertrieb, und Arash Tandorost, Technischer Berater, arbeiten seit vielen Jahren gemeinsam für Roto im iranischen Fenstermarkt. Mehr als 3.000 Hersteller im Land produzieren Kunststofffenster. Trotzdem werden pro Jahr nur etwa 1 bis 3 Prozent der im Gebäudebestand noch üblichen rund 83 Millionen Metallfenster durch moderne Fenster ersetzt. „Aber diese Quote wird und muss steigen, denn auch im Iran steigen die Energiekosten stetig“, erklärt Elham Shekarriz. Gleichzeitig explodierte der Neubau im Land 2013 um 37,7 Prozent zum Vorjahr. 70 Prozent der Iraner wohnen in einer eigenen Immobilie.



Nach ihrem gemeinsamen Maschinenbaustudium gründeten fünf junge Iraner am 28. Oktober 2008 in Teheran das Unternehmen Hooramco. Im Bild vier von ihnen: (von links) Jalal Shahrhani, Reza Kazemi, Zeinolabedin Ahmadi und Mohammad Reza Parsamaghani.



Rund sechzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter produzieren auf den modernen Fertigungsanlagen von Hooramco vor den Toren von Teheran Fenster und Hauseingangstüren aus Kunststoff, die generell mit einer Doppelverglasung ausgerüstet sind.

Ein informativer Tag bei Jolux Windows

Jubiläumsfeier in Sint-Pieters-Leeuw

■ **Event** 2002 gründete der damals 42-jährige Chris Plantefève in der Kleinstadt Sint-Pieters-Leeuw nahe Brüssel eine der ersten Produktionen von Kunststofffenstern in Belgien. 2012 begann er zusätzlich mit der Herstellung von Bauelementen aus Aluminium. Ein eigenes Unternehmen führt Chris Plantefève allerdings bereits seit 1988. Sein 25. Gründungsjubiläum feierte er mit Mitarbeitern und Kunden am 29. August 2013. Mit Roto Inside sprach er über einen wichtigen Tag in allen Hallen und Räumen seines Unternehmens.

„Ganz bewusst haben wir gezeigt, was uns heute ausmacht“, sagt Chris Plantefève und erklärt, warum: „Unsere Kunden sind sehr an dem interessiert, was sich technisch in unserer Produktion tut. Wir haben deshalb Führungen durch alle Produktionsbereiche organisiert und unsere neuesten Innovationen vorgestellt.“ Besonders wertvoll erscheint Inhaber Chris Plantefève heute, einige Monate nach dem Jubiläumsfest, vor allem eines: „Viele Kunden haben an diesem Tag neue Argumente gesammelt, mit denen sie den Unterschied zwischen den Fenstern des Wettbewerbs und einem hochwertigen Jolux Fenster im Verkaufsgespräch verdeutlichen können. Es ist uns also gelungen, während unseres Jubiläums nicht nur die Vergangenheit zu feiern, sondern die Lust auf zukünftige Erfolge zu schüren. Darauf bin ich sehr stolz.“



Seit 2002 fertigt Chris Plantefève in der Kleinstadt Sint-Pieters-Leeuw bei Brüssel Kunststofffenster.

Ein Unternehmen mit Substanz

Stolz darf er auch auf das kontinuierliche Wachstum von Jolux Windows sein. In Sint-Pieters-Leeuw werden heute jährlich rund 11.000 Fenster und 1.500 Türen aus Kunststoff in vielfältigen Designs und Farben gefertigt. Die Aluminium-Produktion lieferte 2013 bereits 1.000 Fenster und 200 Türen aus. Mit Roto arbeitet Chris Plantefève seit fünfzehn Jahren und in allen Produktionsbereichen zusammen. „Wir haben unsere Entscheidung für Roto in dieser langen Zeit nicht ein einziges Mal bereut“, betont Johan Eckhout, Technischer Leiter von Jolux. „Der Service war immer



Gern präsentierte Chris Plantefève seinen Gästen im Rahmen seiner Jubiläumsfeier die moderne Fertigung.

gut und wir gehen heute kein neues Projekt mehr an, ohne zuvor auch mit Roto gesprochen zu haben.“ Zufrieden zeigt sich auch der verantwortliche Roto Kundenberater Karel Vanderweeën mit seinem langjährigen Partner: „Das Jolux Management hat es verstanden, eine an Qualität orientierte, nachhaltige Unternehmensentwicklung sicherzustellen. Neuentwicklungen von Roto werden in Sint-Pieters-Leeuw immer besonders interessiert aufgenommen und meist schon nach kurzer Zeit eingesetzt – wie jüngst der Roto NT für Aluminiumfenster.“

Perfekte Fenster für jeden Wohnraum

Vetrex Showroom-Konzept

■ **Kunststoff** Rund fünfzig polnische Fenster- und Türenhändler haben sich innerhalb von zwei Jahren entschieden, ein außergewöhnliches Showroom-Konzept zu übernehmen, das der Fensterhersteller Vetrex entwickelt hat. Nachhaltig werden sie von Vetrex bei dessen Umsetzung und Nutzung unterstützt. Ausgerüstet mit dem notwendigen Know-how für die Beratung im neuen Showroom, fällt es leicht zu vermitteln, dass jeder Wohnraum andere, spezifische Anforderungen an ein Fenster stellt. Anforderungen, denen Vetrex nicht zuletzt durch den Einsatz von Roto Beschlagtechnologie gerecht wird. Roto Inside sprach mit Vertriebsleiter Krzysztof Michalak am Werkstandort Rokitki bei Danzig über das Konzept.

„Unsere Vertriebspartner zeigen in ihren Showrooms möglichst viele Fenster und Türen auf eine Art, die es dem Kunden ermöglicht, deren Funktionalität auf den ersten Blick zu erfassen und sich ihren Einsatz in seinem neuen Haus vorzustellen“, erklärt Krzysztof Michalak das für die Showrooms entwickelte Konzept. „Die meisten Bauherren besuchen mehrere Händler, bevor sie die Kaufentscheidung treffen. Unsere Produktpräsentation prägt sich in dieser wichtigen Phase besonders ein, da man jedes Produkt anfassen und in Funktion erleben kann.“

Messbar erfolgreich

Eine These, die durch die Verkaufszahlen derjenigen bestätigt wird, die das Vetrex Showroom-Konzept bereits umgesetzt haben. „Da der erste Händler bereits seit zwei Jahren mit einem Showroom im Corporate Design von Vetrex arbeitet, können wir sehr genau nachvollziehen, dass und in welchem Umfang sich dessen Umsätze seither im Vergleich zu früheren Jahren entwickelt haben“, unterstreicht Krzysztof Michalak. Zusätzlich zu Fenster- und Fenstertürmustern in Originalgröße liefert Vetrex den Handelspartnern Profilquerschnitte zu allen Serien sowie Muster der 44 verfügbaren Profildekore und -farben. Die Einrichtung des Showrooms vom Empfang bis zur Kinderspiellecke folgt dem Corporate Design des Herstellers.

Gemeinsame Visitenkarte

„Aus unserer Sicht ist jeder Showroom eines Vertriebspartners auch eine Art Visitenkarte unseres Unternehmens. Deshalb bemühen wir uns gemeinsam mit unseren Partnern um Vollständigkeit der Produktpräsentation und eine attraktive Raumgestaltung“, bekräftigt Krzysztof Michalak. Ebenso wichtig wie eine gelungene Ausstellung sei aber die Professionalität und Qualität der Beratungsgespräche. „Selbst mit der besten Produktpräsentation wird man keine Umsätze sichern können, wenn die Verkaufskräfte nicht über gute Kenntnisse in puncto Produkt und Kundenansprache verfügen. Deshalb bieten wir unseren Vertriebspartnern gemeinsam mit Roto Schulungen an, die verkaufsrelevantes technisches Wissen vermitteln.“

Bauherren schauen heute sehr wohl auf Produkteigenschaften und Zubehör, das z. B. die Sicherheit oder den Bedienkomfort von Fenster und Tür steigert, so Michalak. „Vor allem Bauherren, die hochwertig bauen, interessieren sich für Details und sogar für innovative Einbautechniken. Darauf muss ein guter Berater vorbereitet sein. Schließlich wollen die Käufer von Premiumfenstern ihren Freunden auch erklären können, warum sie sich für beste Qualität entschieden haben und woran man diese erkennt.“



Der Showroom ist die Visitenkarte des Handels, aber auch des Herstellers – davon ist Krzysztof Michalak, Vertriebsleiter bei Vetrex, überzeugt. Deshalb setzt er auf ein professionell entwickeltes Corporate Design für die Ausstellungsräume seiner Handelspartner.



Leicht zu öffnen, leicht zu schieben, barrierefreie Schwelle: Die Vertriebspartner von Vetrex setzen auf prägnante Fenster- und Türenmuster in Originalgröße. Hier kann der Kunde erproben, was ein hochwertiges Fenster ausmacht.



Welchen Nutzen moderne, wohnraumspezifisch konzipierte Fenster stiften, erfährt der Käufer eines Vetrex Fensters ganz praktisch in den Ausstellungen des Fachhandels.

Wachstumsmarkt Nordafrika

Horizons Fenêtres Tunis

■ **Kunststoff** 2003 gründeten die Gebrüder Jied in Tunis eine kleine, aber feine Fertigung für Kunststofffenster und -türen. Vor allem Bauherren, die Wert auf gehobenen Komfort in ihren Wohn- und Büroräumen legen, gehören inzwischen zu den treuen Kunden von Horizons Fenêtres. Seit 2013 setzt das Unternehmen auf Roto Beschläge.

„Rund 80 Prozent der von uns gefertigten Fenster werden in Einfamilienhäusern des gehobenen Preissegments eingebaut. In den letzten Jahren konnten wir uns in ganz Tunesien einen guten Ruf als Qualitätsanbieter erarbeiten. Eine Strategie, die wir in den nächsten Jahren auch in weiteren afrikanischen Ländern umsetzen wollen“, berichtet Geschäftsführer Mustapha Jied, der, bevor er mit seinen Brüdern Horizons Fenêtres gründete, in Paris ein Studium zum Master in Economics abschloss. Offizielle Zahlen über den tunesischen Fenstermarkt sind kaum zu bekommen, aber Mustapha Jied gilt in der Branche inzwischen als „alter Hase“ und kennt den Markt. „Bei den tunesischen Bauherren besonders gefragt sind Schiebetüren und -fenster. Ich schätze, dass etwa 70 Prozent der in Tunesien verbauten Fenster auf Aluminiumsystemen basieren. Wir schwimmen mit unseren PVC-Lösungen also etwas gegen den Strom.“ Pro Jahr fertigt das neunköpfige Team

von Horizons Fenêtres zwischen 800 und 1.100 Fenstern. Die Beschläge von Roto lernte Mustapha Jied auf der BAU 2013 kennen. Er war schnell von deren Leistungsfähigkeit überzeugt: „Die Roto Produktsysteme, z. B. für Tilt & Turn, passen perfekt zu unserer Qualitätsphilosophie.“

Schritt für Schritt im Sinne des Kunden

Wenn man an Tunesien denkt, liegt die Frage nach den politischen und wirtschaftlichen Umwälzungen der letzten Jahre auf der Hand. Welche Auswirkungen haben die Geschehnisse des „Arabischen Frühlings“ für den Unternehmer Jied? „Es wurde früher gebaut und es wird jetzt gebaut, daher sind unsere Produkte nach wie vor gefragt. Allerdings fällt es schwer, in Tunesien einen Business-Plan oder eine festgelegte Strategie für z. B. fünf Jahre abzugeben. Wir denken in kürzeren Zeiträumen. Aktuell stehen wir kurz vor der Eröffnung unseres ersten Showrooms in Tunis. Über kurz oder lang wollen wir den ‚Sprung‘ in benachbarte Märkte wagen. So entwickeln wir uns Schritt für Schritt. Wichtig ist es, dass wir bei allem, was wir tun, nie die Wünsche unserer Kunden aus den Augen verlieren.“



Kunststofffenster mit Roto Beschlagtechnologie für Neubau und Sanierung fertigt das kleine Team von Horizons Fenêtres in Tunis.



Rund 80 Prozent der von Horizons Fenêtres gefertigten Kunststofffenster werden in Bauten des gehobenen Preissegments montiert. In den letzten Jahren konnte sich das Unternehmen aus Tunis einen guten Ruf als Qualitätsanbieter erarbeiten.

Bestandssanierung aus einer Hand Fehér Ablak – Keimzelle der Fehér Gruppe

■ **Kunststoff** Eine halbe Autostunde südwestlich von Budapest produzierte das 1995 gegründete Unternehmen Fehér Ablak Kft. im vergangenen Jahr mit seinen rund 85 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über 26.000 moderne Kunststofffenster und -türen. Einer seiner besten Kunden: das Unternehmen Fehérép Kft., eine 1998 gegründete Schwes-tergesellschaft, die sich u. a. mit der energetischen Sanierung von Gebäuden befasst. Systematisch bauten Jenő Sipos, Miklós Kalinics und Ferenc Pásztori, Gründungsgesellschafter des erfolgreichen Fensterherstellers, seit 1995 eine Unternehmensgruppe auf, die zu einem erfolgreichen Generalunternehmer für Neubau und Sanierung im ungarischen Markt avancierte.

Seit 2011 z. B. arbeitet die Fehérép Kft. in Budapests XI. Bezirk an der energetischen Sanierung einer Wohnsiedlung mit acht viergeschossigen Wohngebäuden. Sechs dieser Gebäude wurden inzwischen im Auftrag der jeweiligen Eigentümergemeinschaft komplett modernisiert. Die Fenster wurden ausgetauscht, alle Häuser mit moderner Wärmetechnik und einer gut gedämmten Gebäudehülle ausgestattet. Die Hälfte des Warmwassers für alle Bewohner erzeugen Solarmodule auf den Dächern. „In diesen Häusern konnten wir die Energiekosten für die Bewohner durch unsere Sanierung um rund 48 Prozent senken“, weiß Péter Sipos, Geschäftsführender Gesellschafter der Fehér Ablak Kft., zwei Jahre nach Abschluss der Bauarbeiten und einer genauen Auswertung der Heizkostenabrechnungen. „Und die Roto NT Beschläge sorgen mit geringstem Wartungsaufwand für eine einwandfreie Funktion der Fenster.“

Ausgereifte Konzepte für die Sanierung

Für das kontinuierliche Wachstum von Fehér Ablak macht Péter Sipos nicht zuletzt den Teil des Sortimentes verantwortlich, der für die Sanierung von Bestandsgebäuden entwickelt wurde: „Wir haben sehr früh damit begonnen, die Umsetzung der staatlichen Sanierungsziele zu durchdenken. Deshalb verfügt die Fehér Gruppe heute über effiziente, bauphysikalisch ausgereifte Konzepte, die richtigen Fenster, Fassadensysteme und viel wärmetechnisches Know-how, wie es eben im Falle einer Sanierung benötigt wird. Einerlei, ob es sich dabei um die Sanierung eines zwölfgeschossigen Wohnkomplexes für mehr als hundert Familien handelt oder um die Sanierung einer Schule.“

Langfristige Wachstumsziele

Die Fehérép Kft. mit ihren vierzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gilt inzwischen als anerkannter Spezialist für die Sanierung und Errichtung von Gebäuden in Generalunternehmerschaft. Ihre Ingenieure und Techniker steuern erfolgreich Bau- und Sanierungsprojekte jeder Preisklasse und Größe. „Wir bewegen uns sowohl im Neubau als auch in der Sanierung von öffentlichen Gebäuden wie Schulen, Kindergärten, Sportstätten und sonstigen Gemeindegemeinschaften“, berichtet Péter Sipos. „Vor allem die Fassadendämmung ist zu einem umsatzträchtigen Betätigungsfeld für Fehérép geworden. Speziell ausgebildete Mitarbeiter, eine gute Logistik, ein professioneller Einkauf und eigene Gerüste sorgen dafür, dass wir zu attraktiven Preisen anbieten und flexibel arbeiten können. Die Fehér Gruppe ist das einzige Unternehmen Ungarns, das die komplette Sanierung der Gebäudehülle aus einer Hand anbieten kann.“

Stete Investitionen für das Bauen aus einer Hand

Um ihre Leistungsfähigkeit weiter zu verbessern, entschieden sich die Gesellschafter der Fehér Gruppe jüngst für die Gründung des Unternehmens Fehér Ajtó Kft., das sich der Herstellung spezieller Türen für das Objektgeschäft widmet, sowie eines

eigenen Metallbaubetriebes. Konsolidiert erwirtschafteten die Gesellschaften der Gruppe 2013 insgesamt 18 Millionen Euro Umsatz. „Da in den kommenden zehn bis fünfzehn Jahren in Ungarn noch rund 2,3 Millionen Wohneinheiten energetisch saniert werden müssen, rechnen wir für unsere Unternehmen mit einer weiterhin sehr guten Geschäftsentwicklung. Deshalb investieren wir stetig. Die Fördermittel zur Sanierung von weiteren 380.000 Wohnungen in Ungarn sind bereits freigegeben und es wird rund sechs Jahre dauern, bis diese Wohnungen saniert sein werden.“ Zusätzlich suche die ungarische Regierung nach einem Modell, das auch für Einfamilienhausbesitzer finanzielle Anreize zur Sanierung schafft. „Wir bei Fehér Ablak hoffen darüber hinaus, dass gleichzeitig der Anspruch der Kunden an die Qualität von Fenstern und Dämmmaßnahmen weiter steigt. Denn natürlich wollen wir hochwertig verkaufen und uns so ungarischen Investoren und Bauherren als langfristig guter Partner empfehlen.“



Auf rund 2.500 Quadratmetern produziert Fehér Ablak in Gúttamási Fenster und Türen aus Kunststoff. Ein großes Lager von etwa 400 Quadratmetern Fläche schließt sich an. Die hier mit Roto NT Beschlägen ausgerüsteten Fenster und Türen sind in Ungarn anerkannte Qualitätsprodukte.



Péter Sipos kam nach seinem Studium in das von seinem Vater gegründete Unternehmen Fehér Ablak, das er gemeinsam mit Vertriebsdirektor Miklós Kalinics und dem Technischen Direktor Ferenc Pásztori führt. „Wir sind stolz, sagen zu können, dass die Fehér Unternehmensgruppe heute in ganz Ungarn als besonders zuverlässiger Partner für das Bauen und Sanieren gilt. Die Qualität der Fenster, die wir liefern, hat dazu einen wichtigen Beitrag geleistet.“



Seit 2011 sanierte die Fehérép Kft. bereits sechs von acht viergeschossigen Wohngebäuden in Budapests XI. Bezirk im Auftrag der Eigentümergemeinschaften. Die Fassaden wurden mit einer 10 cm dicken Dämmung versehen. Die modernen Fenster von Fehér Ablak schützen mit einem U-Wert von 1,3 W/m²K vor Wärmeverlusten. Rund 50 Prozent des im Haus genutzten Warmwassers werden heute von einer Solaranlage erzeugt.



Auch im Neubau öffentlicher Gebäude wie dieser Sporthalle engagiert sich die Fehér Gruppe.

Seit 80 Jahren eine verlässliche Größe Handelshaus BL Quincaillerie

■ **Handel** Bei französischen Fenster- und Türherstellern genießt das Handelshaus BL Quincaillerie einen exzellenten Ruf. Das liegt vor allem an der Verlässlichkeit des eingespielten Familienbetriebes: BL Quincaillerie wird bereits in dritter Generation von der Familie Boschat geführt. Darüber hinaus sorgen ein spezialisiertes Verkaufs- und Beratungsteam mit mehr als hundert Außendienstmitarbeitern, dreizehn Standorte in Frankreich und ein Standort im Südwesten Deutschlands sowie eine hochmoderne Logistik-Plattform für viel Kundennähe.

Gegründet wurde die „Quincaillerie Boschat“ 1933 im westfranzösischen Lamballe von René Boschat. Heute führen seine Enkel das noch zu 100 Prozent in Familienbesitz befindliche Handelshaus: Christophe Boschat ist Vorstandsvorsitzender, sein Bruder Patrick verantwortet als Hauptgeschäftsführer insbesondere die Belange der Fenster- und Türhersteller im Kreis der Kunden. „Wie bei vielen Handelsunternehmen hat sich auch unser Sortiment im Laufe der Jahre mit den Wünschen unserer Kunden ausgeweitet. Neben Beschlägen und Garnituren für Türen und Fenster führen wir z. B. auch ein umfassendes Programm an Baubeschlägen, Zutrittskontrollen, Antrieben für Türen und Tore, Rauchabzügen und vieles mehr“, erläutert Christophe Boschat.

Automatisierung schreitet voran

In Zahlen: Das gesamte Sortiment von BL Quincaillerie umfasst 38.000 unterschiedliche Produkte, der Katalog listet aktuell 14.000 davon auf, darunter u. a. solche der Roto Produktgruppen

Tilt & Turn, Door und Equipment. „2005 haben wir unser gesamtes Produktangebot auf einer Lagerfläche von rund 18.000 Quadratmetern gebündelt. Diese zentrale Logistik-Plattform befindet sich in Arnage, in der Nähe von Le Mans. 2010 haben wir dann in eine vollautomatisierte Auftragsvorbereitung investiert, was uns die Belieferung unserer Kunden und unserer regionalen Lager innerhalb von 24 bis 72 Stunden ermöglicht“, so Patrick Boschat.

Gut geschulte Kundenberater

Zum geschätzten Ansprechpartner von Fenster- und Türherstellern ist BL Quincaillerie auch durch seine umfassend qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geworden. Aktuell arbeiten



2005 eröffnete BL Quincaillerie in Arnage ein modernes 18.000 Quadratmeter großes Logistik-Zentrum.

allein 126 von ihnen in Vertrieb und Marketing von BL Quincaillerie. Unterstützt werden sie von 25 Kolleginnen und Kollegen im Logistikzentrum in Arnage sowie von knapp vierzig Beschäftigten in Verwaltung und Einkauf. „Wir haben schon früh damit begonnen, in die Kompetenz unserer Mitarbeiter zu investieren. Sie erhalten regelmäßige Schulungen – u. a. auch im Rahmen von Trainingsprogrammen bei Roto – und sind nicht selten Berater und Entwicklungspartner ihrer Kunden in einem. Wenn es eine Innovation von Roto gibt, können wir unseren Kunden garantieren, dass unsere Mitarbeiter bereits nach kürzester Zeit mit allen Informationen und Details zu dieser Lösung dienen können.“ Eine kundenorientierte Strategie, die aufgeht: Selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, wie sie Frankreich und viele andere Länder Europas in der jüngeren Vergangenheit durchlebt haben, konnte die BL Quincaillerie Gruppe entgegen dem Branchentrend ihren Umsatz kontinuierlich auf zuletzt ca. 70 Millionen Euro steigern.

Optimistischer Blick auf 2014

In die Zukunft schauen die Boschat-Brüder zuversichtlich: „Wir rechnen 2014 mit einer Stabilisierung des französischen Fenstermarktes und einer leichten Erholung im Jahr 2015. Von einer nachhaltigen und schnellen Erholung des Neubau-Sektors, der in den letzten Jahren wie in vielen anderen europäischen Ländern auch am stärksten gelitten hat, kann dabei allerdings noch keine Rede sein. Die Entscheidung der französischen Regierung, die Mehrwertsteuer 2014 auf 5,5 Prozent für Arbeiten zur Verbesserung der Energieeffizienz von Gebäuden zu senken, könnte die signifikante Erholung der Baubranche beschleunigen. Ebenso ein Investitionsplan für den Wohnungsbau, der im Jahr 2013 auf den Weg gebracht wurde.“

Horizont Fenster für werthaltige Immobilien Sotschi – eine Stadt nach Olympia

■ **Kunststoff** Noch vor wenigen Wochen begeisterte sich die Welt für die spannenden Wettkämpfe der XXII. Olympischen und XI. Paralympischen Winterspiele. Nun beginnt die Region Krasnodar am Schwarzen Meer ihr Leben nach Olympia. Rund fünfzig neu errichtete Hotels, attraktive Häuser und Wohnungen warten jetzt auf Gäste, Käufer oder Mieter. Viele von ihnen wurden mit hochwertigen Kunststofffenstern des Herstellers Horizont aus der nahe gelegenen Stadt Rostov am Don ausgerüstet. Geschäftsführer Sergei Wassiljewitsch Golev ist überzeugt: „Jetzt wird sich beweisen, dass die Bauunternehmen, die auf uns gesetzt haben, gut beraten waren. Denn natürlich schauen die Touristen und Kaufinteressenten nach Olympia genau auf die Qualität der Immobilien.“

Horizont produziert seit 1996 Fenster und Türen aus Kunststoff und Aluminium. Dabei setzt das Unternehmen häufig auf hochwertiges Material und Zubehör aus Deutschland: „Unser Ziel ist es, Fenster von hoher Qualität anzubieten, die den Vergleich mit westeuropäischen Traditionsherstellern nicht zu scheuen brauchen“, erklärt Sergei Wassiljewitsch Golev. In Sotschi wurden über dreißig verschiedene Objekte mit Fenstern von Horizont ausgestattet. Bis es so weit war, musste das Unternehmen allerdings sowohl seine technische Leistungsfähigkeit unter Beweis stellen als auch Garantien für die termingerechte Auslieferung abgeben. „Man kann schließlich die Olympischen Spiele nicht verschieben, weil die Badezimmerfenster im olympischen Dorf noch nicht geliefert wurden.“ Sorgfältig, aber zügig mussten Planung und Produktion der rund 4.000 Fenster vonstattengehen, die in 36 Monaten für die verschiedenen Bauprojekte in Sotschi gefertigt wurden. Auch um den Einbau kümmerte sich Horizont mit speziell ausgebildeten und ausgerüsteten Monteuren. „Es gab keine Zeit für Nacharbeiten. Die Montage musste also von vornherein fehlerfrei und effizient erfolgen.“

Für Premiumhotels der Ketten Mercury, Park Inn by Radisson und das Golden Tulip Rosa Khutor ebenso wie für verschiedene Entertainment-Komplexe, Wohn- und Bürogebäude sowie die Gebäude der Liftstation lieferte Horizont zahlreiche verschiedene Fenstertypen. Sie alle wurden mit dem Roto NT, dem Roto NT Designo oder Patio Life ausgerüstet. In vielen Eingangstüren finden sich Bauteile der Produktgruppe Roto Door. Sergei Wassiljewitsch Golev hat hier auf einen bewährten Partner gesetzt: „Wir arbeiten seit mehr als zehn Jahren eng mit Roto zusammen und mussten deshalb, dass wir hier auf die nötige Rückendeckung hoffen durften, um die geforderten Fensterkonzepte terminlich zuverlässig und hochwertig realisieren zu können.“ Dabei ging es um unterschiedliche Anforderungen an die Energieeffizienz ebenso wie um teils sehr ausgefallene ästhetische Konzepte.

„Allen Anfragen gemeinsam allerdings war der Wunsch nach hochwertigen Fenstern. Sie müssen über die nächsten Jahrzehnte den Besonderheiten des alpinen Klimas trotzen, d. h. sie müssen plötzlichen Temperaturschwankungen, starker Sonneneinstrahlung und hohen Windlasten widerstehen. In Sotschi wurde nicht für den schnellen Abriss gebaut, sondern mit dem Wunsch, langfristig werthaltige Immobilien zu schaffen, von denen die Ferienregion noch viele Jahrzehnte profitieren kann“, berichtet Sergei Wassiljewitsch Golev.

Schon im September 2012 unternahm Matthias Eberlein, Wirtschaftsraumleiter Roto Russland, gemeinsam mit rund hundert Fensterherstellern seine erste Reise nach Sotschi. „Damals berichtete uns Sergei Wassiljewitsch Golev von den Planungen und begleitete uns in die ersten fertig gestellten Gebäude“, erinnert er sich. Als Eberlein während der Olympischen Winterspiele wiederkam, traute er seinen Augen kaum: „Natürlich kannten wir alle die Entwurfszeichnungen der Architekten und Städteplaner. Aber es ist dennoch etwas anderes, wenn man schließlich durch die Straßen einer wunderschönen Stadt geht, die es vor drei Jahren noch nicht gegeben hat.“



Wintersportler willkommen

18 Lifтанlagen und mehr als 80 Kilometer präparierte Pisten in einem 100 Hektar großen Areal warten ab sofort in Sotschi auf wintersportbegeisterte Gäste. Fällt zu wenig Schnee, sorgt die modernste Beschneiungsanlage der Welt für gute Verhältnisse auf den Hängen. An 180 Tagen pro Jahr soll hier alpines Skilaufen ebenso möglich sein wie Skilanglauf, Tourengehen und Schneewandern. Bis zu 9.500 Gäste können die Lifтанlagen pro Tag komfortabel befördern. Bild: © oversnap



Noch vor wenigen Wochen begeisterte sich die Welt für die spannenden Wettkämpfe der XXII. Olympischen und XI. Paralympischen Winterspiele. Nun beginnt die Region Krasnodar am Schwarzen Meer ihr Leben nach Olympia. Bild: © rcaucino



In den Hotels von Sotschi standen während der Olympischen Spiele über 42.000 Betten bereit. Ihre Zahl soll durch den Umbau einiger Hotels in Wohnanlagen nun an den realen Bedarf der Ferienregion angepasst werden.

Impressum

Herausgeber

Roto Frank AG
Wilhelm-Frank-Platz 1
70771 Leinfelden-Echterdingen

Redaktionsrat

Monique Gnuschke,
Udo Pauly

Redaktion

Comm'n Sense GmbH
Lenschbachstraße 10
52159 Roetgen
Telefon: +49 (0)2471 9212865
Telefax: +49 (0)2471 9212867
roto.inside@commn-sense.de

Gestaltung und Produktion

avency GmbH
Kiebitzpohl 77
48291 Telgte
Telefon: +49 (0)2504 888-0
Telefax: +49 (0)2504 888-199
info@avency.de

Druckerei

Griebsch & Rochol Druck
GmbH & Co. KG
Gabelsbergerstraße 1
59069 Hamm
Telefon: +49 (0)2385 931-0
info@grd.de

Gesamtauflage

12.500 Stück



Rund 4.000 Fenster lieferte Horizont 2012 und 2013 nach Sotschi. Sie alle wurden mit dem Roto NT, dem Roto NT Designo oder dem Patio Life ausgerüstet.



Der romantische Stadtkern von Sotschi – neu geschaffen nach historischen Vorbildern.