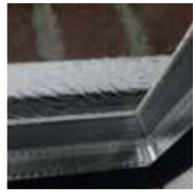


Roto Inside

Ausgabe Nr. 28

Partner- und Mitarbeiterinformation der Roto Fenster- und Türtechnologie



■ **Forschung**
Fehler bei der Verklotzung:
 Ein breites „Pannenspektrum“
 Seite 4



■ **Kunststoff**
Jetzt auch für Polen:
 Fenster und Türen von Team-Plast
 Seite 6



■ **Holz** ■ **Kunststoff**
Thomas Rösler von FTR:
 Mit Roto Lean Vorsprung gesichert
 Seite 9



■ **Event**
430 PS für die Marke:
 Sponsoring im Motorsport
 Seite 11

Wichtiges Branchentreffen im Wachstumsmarkt

FESQUA in São Paulo

■ **Event** Vom 10. bis zum 13. September dieses Jahres fand im brasilianischen São Paulo die FESQUA statt – die wohl wichtigste Messe für Hersteller von Fenstern und Türen, für Fassadenbauer, Architekten und Investoren in Südamerika. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des neuen Erfolgsduos Fermax und Roto nutzten die Chance, um sich selbst und das gereifte, breite Produktsortiment beider Unternehmen vorzustellen.

„Die Neugierde, mit der viele Besucher auf unseren Messestand kamen, war vielleicht die schönste Erfahrung während der vier Ausstellungstage“, resümiert Jordi Nadal, Business Director Latin America, unmittelbar nach der FESQUA. „Viele von ihnen waren bereits erstaunlich gut informiert über die Zusammenarbeit von Fermax und Roto, konnten sich aber noch nicht so recht vorstellen, welche Chancen sich daraus für ihre Arbeit ergeben könnten. In zahlreichen Gesprächen haben wir das ‚Motto‘ der Fusion beider Unternehmen ‚Addierte Erfahrung, multiplizierte Lösungen‘ gleich sehr konkret und kundenspezifisch mit Leben gefüllt. Die lokale Stärke von Fermax in Südamerika, kombiniert mit dem Entwicklungs-Know-how und den technischen Kapazitäten von Weltmarktführer Roto, bringen viele Vorteile für die hiesigen Kunden mit sich.“

Wertschöpfung generieren

Von der Qualität der Kontakte und Gespräche auf der brasilianischen Messe ist Fermax seit jeher überzeugt: Nicht ohne Grund gehört der Beschlagspezialist seit der allerersten FESQUA im Jahr 2000 zu den regelmäßigen Ausstellern. „Brasilien ist ein für Südamerika wegweisender Markt und vor allem ein Markt mit nach wie vor hohem Entwicklungspotenzial“, ergänzt Iván Torrents Pino, Country Manager für Roto und Fermax in Südamerika. Der Fenster- und Türenmarkt Brasiliens sei traditionell von Aluminium-Systemen, allerdings häufig noch von qualitativ wenig überzeugenden Produkten, geprägt. Gleichzeitig wachse die Anzahl der Bauherren, die sich eine deutlich höhere Qualität wünschen. „Hier entsteht also eine Angebotslücke, die wir gemeinsam mit un-



Für Fermax schon fast eine Tradition, für Roto eine Premiere – der Messeauftritt auf der FESQUA. Das Messteam um Jordi Nadal und Iván Torrents Pino gab den Fachbesuchern in São Paulo auf rund 200 Quadratmetern einen Ausblick auf die Potenziale einer modernen Fensterfertigung für jedes Preissegment.

seren Kunden füllen können“, ist Iván Torrents Pino überzeugt. „Mit den Produkten und dem Know-how von Fermax und Roto ermöglichen wir es unseren Partnern, nicht zuletzt durch die Konzentration auf einen Lieferanten mehr

Wertschöpfung in ihrer Produktion zu generieren und sich damit einen klaren Wettbewerbsvorteil zu sichern. Dieses Fazit stand am Ende fast aller Gespräche auf der FESQUA.“

Neues Prüfzentrum eröffnet

Einweihung in Noginsk

■ **Event** In Zeiten der Globalisierung wächst bei Fenster- und Türenherstellern von Jahr zu Jahr der Bedarf, Produkte in anerkannten Instituten prüfen und zertifizieren zu lassen. Das Prüfzentrum von Roto in Leinfelden, das Internationale Technologie Center (Roto ITC), wird deshalb schon seit Jahren von Kunden aus ganz Europa rege genutzt und hat seine Prüf- und Serviceangebote stetig erweitert. Kürzere Wege für viele Kunden und eine deutlich erweiterte „Prüfkapazität“ ergeben sich aus der Eröffnung eines weiteren Prüfzentrums von Roto im Werk Noginsk. Roto Inside sprach am Rande der Einweihungsfeier mit Matthias Eberlein, Wirtschaftsraumleiter Roto Russland.

„Mit unserem neuen Prüfzentrum haben wir die Möglichkeit geschaffen, Fenster- und Türsysteme zeitnah im Kundenauftrag nach den aktuellen staatlichen Normen und Standards zu prüfen, zum Beispiel in puncto Schlagregendichtigkeit“, freute sich Matthias Eberlein, bevor er unterstrich: „Roto ist damit der erste Beschlaghersteller in Russland mit dieser Prüfeinrichtung.“ Das neue Prüfzentrum in Noginsk sei darauf eingerichtet, in Tests genau auf die regional sehr unterschiedlichen Klimaverhältnisse

innerhalb Russlands oder spezielle im Land gebräuchliche Profilsysteme einzugehen. „Die Professionalität der russischen Bauelementebranche ist in den letzten zehn Jahren enorm gestiegen, ebenso wie der Wettbewerb der Systeme und Hersteller. Der Qualitätsprüfung von neuen Modellen kommt deshalb eine immer größere Bedeutung zu“, so Matthias Eberlein weiter. „Roto ist mit dieser Entwicklung und den treibenden Unternehmen der Branche eng verbunden und wir verstehen

es deshalb als logische Konsequenz unseres Anspruchs ‚Nah am Kunden‘, wenn wir ein zusätzliches Prüfzentrum hier in Noginsk etablieren.“

Klein und fein

Über die Dimensionen des „großen Bruders“ in Leinfelden verfüge das neue Prüfzentrum in Noginsk zwar nicht, aber das sei auch gar nicht das Ziel, so Eberlein weiter. Bei Prüfungen, die vor Ort nicht durchgeführt werden könnten, stünde die Expertise der Kollegen aus Leinfelden ja nach wie vor zur Verfügung. Im neuen Zentrum in Noginsk arbeiten derzeit zwei Spezialisten, die in Deutschland ausgebildet wurden. „Experten ‚german made‘ eben“, schmunzelt Matthias Eberlein. Sie führen unter anderem Prüfungen auf Schlagregendichtigkeit, Windwiderstandsleistungen sowie Feuchtigkeits- bzw. Korrosionsresistenz durch – alles für Temperaturbereiche zwischen +60° C und -30° C. Auch Dauerlaufprüfungen gemäß russischem Standard können in Noginsk absolviert werden.

Als Zielmarke für das erste Jahr nach der Eröffnung hat sich das Experten-Tandem bis zu 36 Prüfungen im Kundenauftrag gesetzt. „Es ist im Moment noch schwer einzuschätzen, wie schnell sich herumspricht, dass die Prüfkapazitäten von Roto gewachsen sind und wir jetzt über ein eigenes Prüfzentrum in Noginsk verfügen. Wir werden aber schon bald damit beginnen, auch aktiv über wichtige Nachrichtenportale in Russland zu kommunizieren. Denn die Erfahrung aus Leinfelden lehrt, dass Roto über gemeinsame Prüfungen zu einer verbesserten und fruchtbaren Zusammenarbeit mit den Fenster- und Türenherstellern findet. Darauf freuen wir uns“, so Matthias Eberlein abschließend.



Kürzere Wege für viele Kunden und eine deutlich erweiterte „Prüfkapazität“ ergeben sich aus der Eröffnung des neuen Prüfzentrums von Roto im Werk Noginsk.

Nachgefragt



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

Roto Inside: Sie haben schon oft betont, dass Roto zu den Unternehmen gehört, die auch sogenannte „Branchenstandards“ kritisch hinterfragen. In diesem Jahr hat Roto das Forsa Institut damit beauftragt, die Rolle der fensterbau/frontale näher zu erforschen – ist diese Messe aus Ihrer Sicht ein solcher Branchenstandard?

Dr. Keill: Sie wurde dazu über Jahrzehnte, ja. Und nach den Ergebnissen der Forsa Besucherbefragung hat sie das Zeug dazu, auch zukünftig der zentrale Branchentreffpunkt zu bleiben. Gerade die jüngste Veränderung bei den Ausstellern hatte uns veranlasst, mal genauer hinzusehen. Und siehe da: Befragte aus aller Welt waren der Ansicht, dass es weltweit kein vergleichbar interessantes und relevantes Event für Fenster- und Türenhersteller gibt. Damit steht für uns fest, dass Roto 2016 den Messe-Service für Kunden weiter ausbauen wird.

Roto Inside: 2014 hat sich Roto auf der fensterbau/frontale mit einem vollkommen neuen Standkonzept präsentiert. Erstmals wurde die Bedeutung von Produktinnovationen für die branchenrelevanten Trends im Markt thematisiert. Es gab darüber hinaus einen Präsentationsbereich, in dem einige marktfähige Entwicklungsprojekte vorgestellt wurden. Wie haben die Messebesucher diese Veränderungen honoriert?

Dr. Keill: Während der Messe hatten wir das Gefühl, dass gut ankam, was wir gezeigt haben. Seit wir die Forsa Studie in Händen halten, wissen wir, dass uns weit mehr gelungen ist als nur zu gefallen. Roto wird als klar zukunftsorientiertes Unternehmen mit einer dennoch sehr guten Bodenhaftung wahrgenommen. Die Tatsache, dass ständig Innovationen in das NT-Baukastensystem einfließen, bestätigt kaufende Kunden darin, dass sie sich für den richtigen Partner entschieden haben. Innovationen wie der Roto OK oder die vielen Innovationen in den Programmen Roto Door und Roto AluVision überzeugen Fenster- und Türenhersteller, die Roto als Vollsortimenter für sich entdecken. Roto wird heute wahrgenommen als ein Unternehmen, das besser als die meisten anderen internationale Märkte analysiert und versteht. „German made“, gründlich, konsequent, professionell, kundennah – das ist Roto aus Sicht der Messebesucher.

Roto Inside: Das freilich dürfte nicht nur das Ergebnis eines einzigen viertägigen Messeauftritts sein ...

Dr. Keill: Natürlich nicht, aber das, was Roto während der fensterbau/frontale bietet, verstärkt diese Überzeugung. Wir leisten es uns immerhin, nahezu alle Kundenbetreuer, die weltweit im Außendienst tätig sind, nach Nürnberg zu holen. Fenster- und Türenhersteller,

die – egal von welchem Kontinent – nach Nürnberg kommen, treffen dort den ihnen bekannten Roto Partner. Oft genug reisen sie ja sogar gemeinsam an. Dazu kommt, dass wir während der Messe versuchen, unsere Erkenntnisse aus der Marktforschung und der internationalen Produktentwicklung an die Besucher weiterzugeben. Roto auf der fensterbau/frontale – das ist keine platte Produktschau, sondern eine Inspiration. Und das sage nicht ich, sondern das sagen diejenigen, die 2014 auf dem Messestand waren und von Forsa befragt wurden. Im Schnitt bleibt ein Besucher unseres Messestandes 43 Minuten lang bei uns, obwohl es bei Roto nichts zu essen gibt, was durchaus kritisch angemerkt wurde.

Roto Inside: Auf der diesjährigen fensterbau/frontale hat Roto erneut der Präsentation von Serviceleistungen wie Roto Lean oder Roto Con Raum gegeben – warum ein Invest in die Non-Profit-Leistungen des Unternehmens?

Dr. Keill: Weil Roto nicht nur Produkte verkauft, sondern Partnerschaft lebt. Wer wie Roto „ja“ sagt zu umfassendem Service, also der Philosophie „Nah am Kunden“ folgt, für den ist es nur logisch, den besonders ausgeprägten Serviceangeboten auch Raum auf dem Messestand zu geben. Hier haben wir übrigens von Forsa gelernt, dass es noch viel zu tun gibt. Es wissen noch immer zu wenige unserer kaufenden Kunden, was Roto ihnen rund um das Produkt zu bieten hat. Zu wenige wissen, was man mit Roto Lean erreichen kann!

Roto Inside: Sie verdanken dem Forsa Institut viele Ideen für Verbesserungen?

Dr. Keill: Wäre dem nicht so, würde ich mich fragen, ob wir zukünftig noch Geld in Marktforschung investieren sollten. Natürlich haben wir auch erfahren, wo Roto noch zulegen muss und wo die Branche noch zulegen muss. Vor allem die zentralen Trends in der Baubranche – zum Beispiel die stetig steigenden Anforderungen an Komfort und Energieeffizienz – müssen nicht nur von Roto, sondern von möglichst allen Industrie- und Handelsunternehmen erforscht, thematisiert und bedient werden. Das hat die Studie deutlich gezeigt. Fenster- und Türenhersteller wollen von uns trend- und zukunftsorientiert beraten werden. Und dazu ist es nötig, dass die Branche als Ganzes forscht und denkt. Die Branchenstandards von heute können eben morgen schon nichts mehr bedeuten, wenn der Verbraucher neue Prioritäten setzt. Ob und wann das passiert, müssen wir im Auge behalten und im Falle des Falles frühzeitig mit unseren Kunden besprechen, zum Beispiel auf der fensterbau/frontale 2016 ...

Roto Inside: ... für die Sie sich persönlich was genau wünschen?

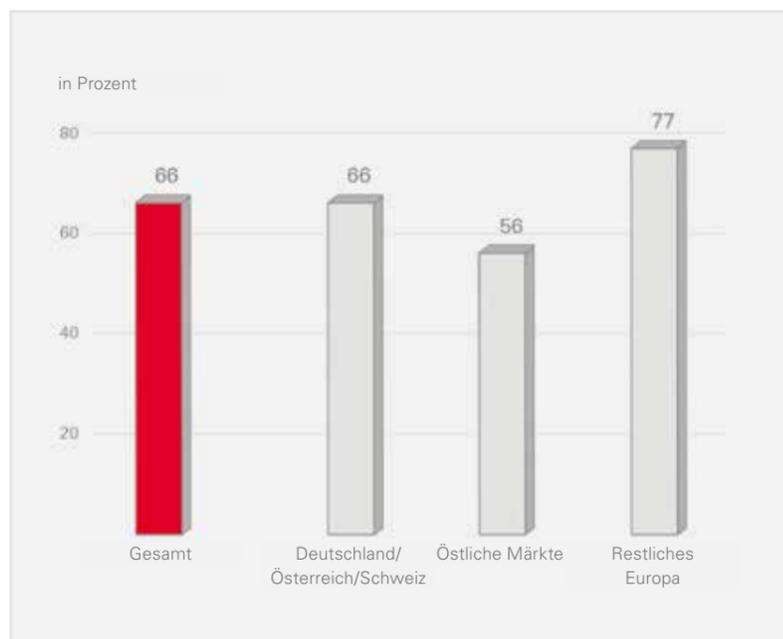
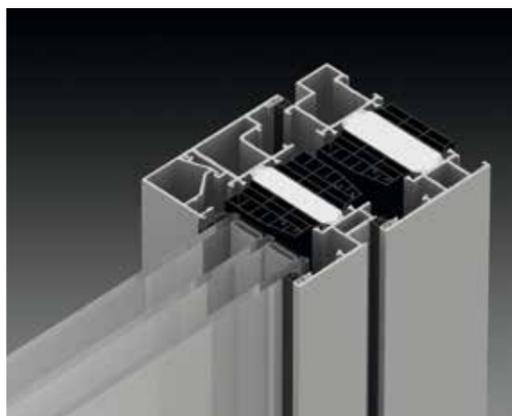
Dr. Keill: Vor allem weitere gute Produktinnovationen von Roto. Und insgesamt mehr Ideen zu den zentralen Trends des Fensterbaus von möglichst vielen Branchenteilnehmern, ruhig auch von unseren Wettbewerbern.

„All-in-one-Profile“ von blyweert aluminium

Keine Auslieferung in Polen

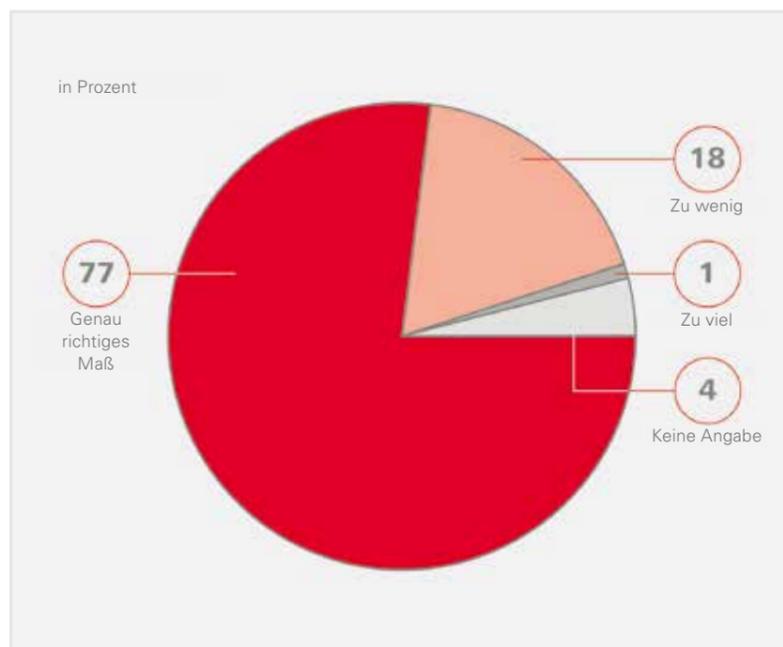
■ **Aluminium** In der Ausgabe 27 von Roto Inside findet sich eine Falschaussage, für die die Redaktion um Entschuldigung bittet und die an dieser Stelle korrigiert werden soll.

Die neuartigen „b-Quick-Profile“ von blyweert aluminium sind gegenwärtig in Belgien, Frankreich und den Niederlanden verfügbar. Roto Inside hatte im Juli fälschlicherweise gemeldet, eine Auslieferung sei auch in Polen möglich.



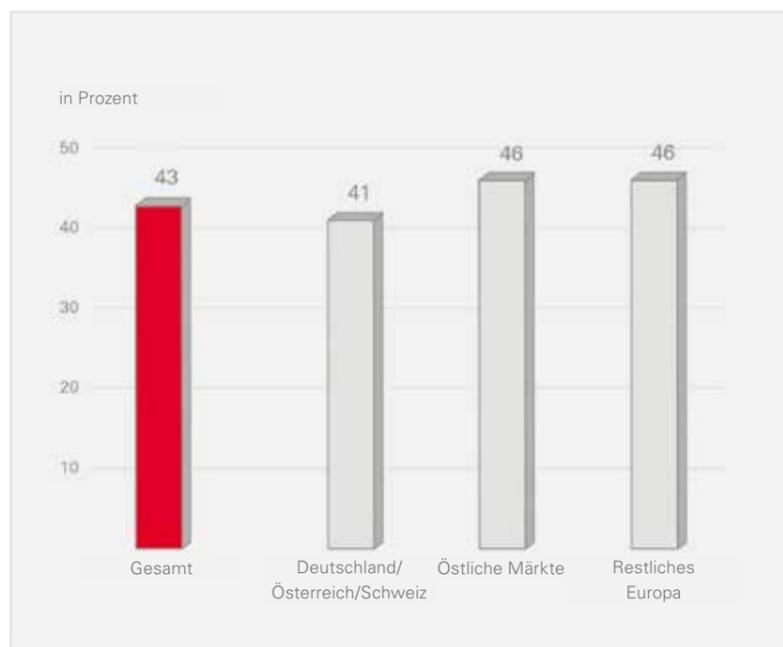
Hoher Stellenwert bestätigt

66 % der Befragten halten die „fensterbau/frontale“ für ein sehr wichtiges Branchenevent. Quelle: forsas Basis: 184 Befragte © Roto 11/2014



Ins Schwarze getroffen

Zahl und Präsentation der Neuheiten von Roto während der „fensterbau/frontale“ erlebten die meisten Besucher als gelungen. Quelle: forsas Basis: 184 Befragte © Roto 11/2014



Ausführlich informiert

Durchschnittlich 43 Minuten verbrachte ein Besucher auf dem Messestand von Roto. Quelle: forsas Basis: 177 Befragte © Roto 11/2014

Zufriedene Kunden dank Roto

D F D Fedida S.A.S.

■ **Handel** Das Handelsunternehmen FEDIDA, gegründet 1965, beliefert von seinem Stammsitz in Limoges im zentralfranzösischen Limousin aus rund 1.100 Kunden in den Gewerken der Zimmerer, Dachdecker und Bauschreiner. Seit rund vier Jahren setzt Eigentümer und Geschäftsführer Daniel Frisat auf das Beschlagsortiment von Roto. Die hohe Lieferzuverlässigkeit und die Qualität der Beratung dieses Industriepartners sind nicht nur für ihn und das Team von FEDIDA unschlagbare Argumente. „Die Produktqualität von Roto und der tolle Service, den wir gemeinsam bieten können, haben fast alle unsere Kunden restlos überzeugt“, freut sich Geschäftsführer Daniel Frisat. Systematisch soll deshalb das Angebot ausgeweitet werden.

Von der Region Limousin aus erstreckt sich das Vertriebsgebiet von FEDIDA bis in insgesamt zwölf umliegende Departements – beliefert werden Kunden im Gebiet um La Rochelle ebenso wie im Südwesten bis Bordeaux oder im Norden um Châteauroux. Eine Lieferung umfasst dabei sowohl Produkte einer „klassischen“ Eisenwarenhandlung als auch Werkzeuge und tragbare Maschinen. Im Fensterbau vertrauen kleinere Handwerksbetriebe, die kundenspezifisch Kleinstmengen anfertigen, FEDIDA ebenso wie große Fensterhersteller.

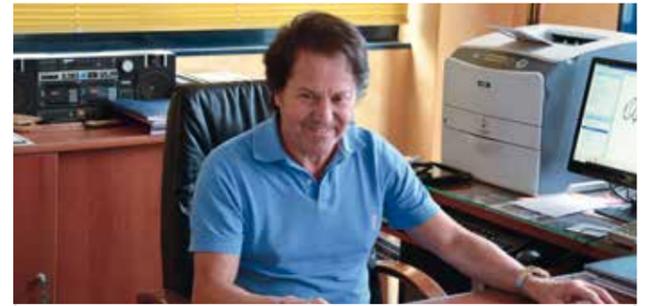
Alle Kundenanfragen werden individuell bearbeitet. „So tragen wir Sonderwünschen – etwa bezüglich der Verpackung – zuverlässig Rechnung“, erklärt Daniel Frisat, der 1971 zu FEDIDA kam und das Unternehmen 1987 von seinem Gründer übernahm. „Seit 2010 sind wir überzeugter Händler für Roto Beschläge. Davor hatten wir Produkte eines Wettbewerbers im Sortiment, mit dem die Zusammenarbeit sich aber zunehmend schwierig gestaltete, vor allem in puncto Lieferperformance und Service. Diese Probleme haben wir jetzt nicht mehr und unsere Kunden schätzen die Roto NT Produkte und die Patio Schiebeschläge – gerade der Roto Patio 6080 ist inzwischen so etwas wie unser ‚Verkaufsschlager‘. Deshalb beraten wir jetzt auch fast ausschließlich zu diesen und weiteren Produktmarken von Roto, die dem französischen Fensterbau interessante Impulse geben können.“

Sonderwünsche werden jederzeit erfüllt

Geliefert wird über einen Logistikpartner innerhalb von 24 bis 48 Stunden, der Bestand im FEDIDA Zentrallager sichert die durchschnittlichen Bestellmengen aller Kunden für bis zu zwei Monate ab. Die hohe Zufriedenheit der Kunden mit Beschlägen von Roto spiegelt sich auch in der internen Organisation von FEDIDA wieder: Ein eigenes Lagergebäude mit circa 850 Quadratmetern Fläche ist ausschließlich für Beschläge von Roto reserviert und zwei Mitarbeiter kümmern sich speziell um die Bestellungen der Fensterbauer. Vor Ort werden Holz- und Kunststofffensterhersteller von Vertriebsleiter Franck Trouwaert und seinen vier Mitarbeitern betreut.

Vertrauensvolle Basis

„Unsere sehr gute Erreichbarkeit, die Nähe zu unseren Kunden und vor allem unsere Lieferzuverlässigkeit tragen den Erfolg von FEDIDA. Da unterscheiden wir uns nicht von unserem Partner Roto und wir haben eben in der jüngeren Vergangenheit gelernt, dass unser guter Ruf auch auf der Zuverlässigkeit unserer Lieferanten fußt. Das wird zukünftig unsere Entscheidungen für oder gegen ein Industrieunternehmen maßgeblich beeinflussen. Umgekehrt hat unsere Vertriebskompetenz natürlich dafür gesorgt, dass sich der Roto NT und die Roto Patio Systeme bei unseren Kunden durchgesetzt haben: Sie vertrauen uns und wir vertrauen der Technikkompetenz von Roto“, betont Daniel Frisat. Das klingt nach einer tragfähigen Basis für eine ebenso solide wie vielversprechende Geschäftsbeziehung auch in der Zukunft.



„Unsere Kunden vertrauen auf unsere Vertriebskompetenz und wir vertrauen auf die Technikkompetenz von Roto“, unterstreicht Daniel Frisat, Geschäftsführer und Eigentümer der D F D Fedida S.A.S.



Rund um das zentralfranzösische Limousin erstreckt sich das Vertriebsgebiet von FEDIDA bis in zwölf umliegende Departements. Geliefert wird über einen Logistikpartner innerhalb von 24 bis 48 Stunden.

Inspiration weltweit gesucht und gefunden

Visionen realisieren

■ **Neu bei Roto** Begeistern, inspirieren, Konstruktionsdetails vorstellen – diese Ziele verfolgen die neu entwickelten Referenzbroschüren. In ihnen präsentiert Roto herausragende Objekte aus der ganzen Welt und gibt einen sehr konkreten Einblick, was hochwertige Beschlagstechnologie in modernen Aluminiumfenstern und -türen zu leisten in der Lage ist.

Wer Großprojekte mit Aluminiumfassaden plant und umsetzt, kennt die „zwei Seiten der Medaille“. Auf der einen Seite stehen die nahezu unbegrenzten Gestaltungsspielräume: Großflächige Fenster- und Fassadenelemente, besonders filigrane Aluminiumprofile, futuristische Geometrien, ästhetisch ansprechende und zugleich aufwändige Sonderkonstruktionen gestatten die Realisation unverwechselbarer Architektur. Auf der anderen Seite wachsen die Anforderungen an die Fassade ebenso wie an Fenster und Türen: Komplexe Vorgaben an die Fensterfunktionalität, außergewöhnliche Ansprüche an Design, Sicherheit und Energieeffizienz, knapp bemessene Ausführungsfristen und meist streng kalkulierte Kostenrahmen setzen Grenzen. Gelingt die Umsetzung des Einen unter Einhaltung des Anderen, dann entsteht Außergewöhnliches.

Konkrete Lösungen aus der Praxis

Roto hat es sich mit den neuen Referenzbroschüren zur Aufgabe gemacht, außergewöhnliche Objekte zu identifizieren und als Inspirationsquelle für zukünftige Projekte aufzubereiten. „Bei der Entwicklung der Broschüren ging es uns darum, neben der mitreißenden Idee der Architektur auch die praktisch umgesetzte Fenster- und Fassadentechnik zu erläutern“, unterstreicht Stefano Gianfreda, Manager Roto Object Business. „So zeigen wir bei jedem Projekt auf, wo die Besonderheiten und Herausforderungen lagen und mit welchen Lösungen diese gemeistert werden konnten. Viele Ideen und Umsetzungen sind dabei im intensiven Zusammenspiel von Fassadenbauern bzw. Fensterherstellern mit dem Engineering-Team im Roto Object Business entstanden.“

Die neuen Broschüren – etwa zur Hafenspitze in Düsseldorf, zum spektakulären Leadenhall Building in London oder zum IstWest-Komplex in Istanbul – stehen als Download in Deutsch und Englisch kostenfrei im Servicebereich unter www.roto-frank.com/de/objectbusiness zur Verfügung.



Zu ausgewählten Objekten aus aller Welt und den darin verarbeiteten Beschlaglösungen bietet Roto ab sofort gebündelte Informationen in Referenzbroschüren, die zum Download bereit stehen oder über die Objektberater bezogen werden können.



➤ **Die neuen Referenzbroschüren von Roto stehen hier zum Download bereit:**

www.roto-frank.com/de/objectbusiness/downloads



Im Herzen des Medienhafens Düsseldorf

Das Ensemble Hafenspitze gehört zu den architektonischen Highlights des Bürostandortes Medienhafen in Düsseldorf. Der 55 Meter hohe, komplett verglaste Neubau umfasst zwei Türme, in denen Büroflächen und ein Hotel zu finden sind. Die Fenster und die Fassade rüstete das Unternehmen Sommer Fassadensysteme GmbH & Co. KG aus Döhlau mit verschiedenen Lösungen von Roto aus. Detaillierte Informationen zu den verarbeiteten Beschlaglösungen finden Interessenten in einer der neuen Referenzbroschüren.

Die insgesamt 2.500 Drehfenster mit einem Flügelgewicht von bis zu 141 kg und einem Flügelmaß von 1.247 mm x 2839 mm wurden mit dem Drehkippbeschlag Roto AL 540 für Flügel bis 200 kg realisiert. Hier wird die Kippstellung durch einen Anschlag über die Treibstange blockiert, so dass das Drehen des Flügels ausschließlich über eine 90°-Griffstellung möglich ist – somit ist die Kippfunktion außer Kraft gesetzt.

Siebzig weitere Drehfenster sind aufgrund ihres enormen Flügelmaßes von 1.341 mm x 4.298 mm und des damit einhergehenden Flügelgewichtes von 220 kg mit dem Beschlag Roto AL 540 für Fenster bis 300 kg ausgerüstet.

Darüber hinaus sind 300 Lüftungsklappen in die Fassade integriert – jeweils 2.700 mm hoch und nur 274 mm schmal. Deren Öffnungswinkel ist auf maximal 65° begrenzt. Sie sind mit dem komplett verdeckt liegenden Beschlag Roto AL Designo ausgerüstet.

Qualität aus Brasilien für Brasilien

Vicom Metais

■ **Aluminium Vicom Metais ist ein junges Unternehmen. 2010 ist es aus der brasilianischen Viametal-Gruppe hervorgegangen, einem Konzern mit über 26 Jahren Erfahrung in der Aluminiumverarbeitung. Eine Erfahrung, die die Mitarbeiter von Vicom Metais auf die Herstellung von Qualitätsfenstern übertragen haben.**

Gefertigt wird die für ihre Qualität geschätzte elegante Produktlinie „Infinite“ in Campinas, einem modernen Industrie- und Technologiezentrum im Bundesstaat São Paulo. Dort beschäftigt Vicom Metais über einhundert umfassend ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In nur vier Jahren hat sich das Unternehmen zu einem wichtigen „Player“ auf dem brasilianischen Fenstermarkt entwickelt. „Seit der Gründung konnten wir jedes Jahr einen rasanten Umsatzanstieg verbuchen. Derzeit liefern wir unsere Systeme an rund zwanzig Lizenzpartner, die Fenster und Türen vertreiben und montieren“, berichtet Alexandre Yamamoto, Marketingleiter bei Vicom Metais.

Aus seiner Sicht hat der Erfolg des Unternehmens einen „einfachen“ Grund: Einfach nur das Beste zum Besten verarbeiten. Von Anfang an habe man sich an europäischen Produkt- und Fertigungsstandards orientiert und Beziehungen zum Beispiel zu Roto gepflegt. „Unsere Lösungen findet man vor allem in Häusern, deren Bauherren und Bewohner Wert auf langlebige und komfortable Bauteile legen. Bei ‚Infinite‘ handelt es sich um die erste in Brasilien gefertigte Produktlinie, die für alle Öffnungssysteme nach europäischer Norm konzipiert wurde. Wir können eine Vielzahl von unterschiedlichen Rahmen mit unterschiedlichen Öffnungsweisen, Glasdicken sowie Griffen und -farben

anbieten. So sprechen wir quasi alle Sprachen der heutigen Architektur, ganz gleich, ob ein klassischer oder avantgardistischer Stil gefragt ist.“ Darüber hinaus sei das System „Infinite“ so entwickelt, dass sich Fenster und Türen vergleichsweise schnell und unkompliziert montieren und einbauen lassen – ein Vorteil, den die Lizenznehmer zu schätzen wüssten, so Alexandre Yamamoto.

Das Ziel: ein lückenloses Vertriebsnetz

Neue geeignete Lizenzpartner zu finden, versteht der Fensterprofi als entscheidenden Erfolgsfaktor für die nächsten Jahre. Fenster und Türen von Vicom sind heute vor allem im mittleren Westen, dem Südosten und dem Süden Brasiliens zu bekommen. Die verbleibenden „weißen Flecken“ auf der Vertriebs-Landkarte möchte man möglichst schnell mit qualifizierten Partnern besetzen. „Wir sind weiterhin

auf Expansionskurs und möchten natürlich unser Vertriebsnetz ausbauen. Im kommenden Jahr planen wir die Verdopplung unserer Lizenzpartner im Land. Aber auch hier geht natürlich Qualität vor Quantität, denn nur wer selbst höchste Ansprüche an seine Arbeit stellt, präsentiert unsere Marke gegenüber seinen Auftraggebern in der Form, wie wir es uns vorstellen. Beim Qualitätsdenken müssen wir also in gewisser Weise auf derselben ‚Wellenlänge‘ liegen.“

Neue Gütenormen fordern Qualität

Für Fenster und Türen nutzt Vicom die Stärken und Qualitäten einer ganzen Reihe von Roto Lösungen: Roto Line, Roto Patio Lift, Roto AL 540, Roto AL Designo, Roto Patio 6080, Roto Swing ... In die Zukunft blickt Alexandre Yamamoto daher auch voller Zuversicht. „Der Trend zu mehr Qualität wird sich in Brasilien weiter verstärken, nicht zuletzt aufgrund der jetzt geltenden, strengeren staatlichen Gütenormen. Darüber hinaus rechne ich damit, dass wir von der Kooperation zwischen Ferman und Roto profitieren. Ferman kennt den brasilianischen Fenstermarkt sehr gut, eine daraus resultierende, noch schnellere und intensivere Anpassung neuer Roto Produkte an die Anforderungen und ‚Eigenheiten‘ brasilianischer Bauherren wird uns die Zusammenarbeit weiter erleichtern und gemeinsame Entwicklungen beflügeln – zugunsten unserer Kunden.“



Fenster nach europäischem Vorbild will Vicom Metais in Brasilien etablieren. Die Partnerschaft mit Roto erlebt das Management dabei als tragende Säule einer erfolgreichen Umsetzung der eigenen Ziele.



Vicom Metais wurde 2010 von der brasilianischen Viametal-Gruppe gegründet. In Campinas, einem modernen Industrie- und Technologiezentrum im Bundesstaat São Paulo, produzieren über einhundert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Aluminiumprofile für das Fenstersystem „Infinite“.



Alexandre Yamamoto ist Marketingleiter bei Vicom Metais. In nur vier Jahren hat sich das Unternehmen zu einem wichtigen „Player“ auf dem brasilianischen Fenstermarkt entwickelt.

Ein breites „Pannenspektrum“

Fehler bei der Verklotzung

■ **Forschung Fehler bei der Verklotzung können teuer werden. Deshalb ist es gut zu wissen, wo und wie sie entstehen. Roto Inside sprach mit Andreas Braun, bei Roto verantwortlicher Marktproduktmanager unter anderem für die Produktgruppe Glas-Tec. Er arbeitet seit über 40 Jahren in der Fenster- und Türenbranche und kennt die typischen und untypischen Schadensfälle.**

Roto Inside: Herr Braun, welche Änderungen etwa bei Normen, Materialien und Ausführung hat es bei der Verklotzung von Fassaden und Fenstern in den letzten drei Jahren gegeben?

Braun: Generell waren und sind die Dinge immer im Fluss. Insofern kann von einem permanenten Veränderungsprozess gesprochen werden. Eine Ausnahme bildet die naturgemäß mittel- und längerfristig angelegte Normung. Für unseren Bereich hat die Technische Richtlinie (TR) 3 „Klotzung von Verglasungseinheiten“ quasi Normungscharakter. Sie gilt für die Verklotzung von Fenstern/Türen und Fassaden nach wie vor in der Fassung von 2009 und schreibt Verträglichkeitsprüfungen aller Materialien vor, die mit der Verglasungseinheit in Kontakt kommen. Den entsprechenden Nachweis muss der Verarbeiter erbringen, den Nachweis der Druckfestigkeit erbringt der Hersteller der Klötze. Beide Nachweise werden von Roto seit Jahren in Abstimmung mit dem ift Rosenheim erbracht. Prüfzeugnisse und Daten liegen vor. Leider agieren nicht alle Mitanbieter im Markt so. Die Verantwortung für eine fachgerechte Verklotzung liegt immer beim Anwender, sprich beim Fensterhersteller.

Roto Inside: Welche Fehler treten in der Verklotzungspraxis besonders häufig auf?

Braun: Generell beginnen die Probleme immer dann, wenn die TR 3 nicht beachtet wird. Für die daraus kurz- oder langfristig entstehenden Schäden haftet der Fensterhersteller. Bei nicht fachgerechter Verklotzung kennen wir aus der Praxis ein breites Pannenspektrum. Probleme ergeben sich zum Beispiel, wenn die Klotztiefe nicht mit der Scheibentiefe übereinstimmt. Wird etwa eine ... aufliegt, sind Spannungsschäden und Funktionsverlust

vorprogrammiert, da die Lastabtragung nicht mehr gewährleistet ist. Ebenfalls eine häufige Schadensursache: Die Fixierung der Klötze erfolgt mit ungeprüften, nicht TR 3 entsprechenden plastischen Materialien wie Klebern etc. Das kann zur Zerstörung oder zum Funktionsverlust führen und damit einen Austausch der Scheibe notwendig machen. Ebenfalls ein Risiko ist es, wenn falsches Werkzeug beim Verglasen eingesetzt wird, etwa ein Metallwerkzeug statt einer geeigneten Klotzkelle. Das erhöht das Risiko der Glaskantenbeschädigung und des Glasbruches erheblich. Werden ungeeignete Klötze eingebaut, die die Luftzirkulation im Falzraum und damit den nötigen Dampfdruckausgleich verhindern, so führt das meist ebenfalls zu Glasschäden. Eigentlich kaum zu glauben und trotzdem mancherorts Realität ist der Versuch, „echte“ Glasklötze durch dafür völlig ungeeignete Materialien wie abgebrochene Zollstöcke und Dichtungsbahnen zu ersetzen. Die Konsequenzen liegen auf der Hand, Probleme sind da nur eine Frage der Zeit.

Roto Inside: Am besten ist es also, Fehler zu vermeiden. Was empfehlen Sie?

Braun: Fachgerechte Verklotzung ist keine Hexerei. In erster Linie setzt sie die konsequente Beachtung der TR 3 voraus. Um das in der Praxis zu erreichen, bedarf es unter anderem gut geschulter Mitarbeiter. Deshalb ist die gezielte Qualifizierung immer eine sinnvolle Investition. Roto bietet dafür ein Video, die Klotzfibel zum Downloaden und natürlich Trainingseinheiten, die man buchen kann ... Eine sorgfältige Objektplanung reduziert die Fehlergefahren ebenfalls nachhaltig.



Fehlerquelle: Der schräg liegende Klotz führt zu Rissen im Glas.



Als Folge einer chemischen Reaktion auf die Materialunverträglichkeit löst sich die Verbundfolie auf.



➤ **Weitere Informationen zu sachgerechter Verklotzung und lieferbarem Verglasungszubehör von Roto finden sich unter:**

www.roto-frank.com/de/roto-glas-tec

Mit einer starken Marke wachsen

Ideal Fenster

■ **Kunststoff** „Südtiroler Bauherren kaufen am liebsten bei einem Südtiroler Fensterhersteller.“ Dr. Josef Wörer, Geschäftsführer der Ideal Fenster GmbH, ist selbst ein Mann aus dieser Region und weiß deshalb, wovon er spricht. Anfang des Jahres übernahm er einen kleinen Fensterbaubetrieb in der Nähe von Brixen und rüstete ihn innerhalb weniger Monate zur dritten und nördlichsten Produktionsstätte seines Unternehmens auf.

Seit über 35 Jahren fertigt Ideal Fenster in der Nähe der beiden norditalienischen Städte Piacenza und Vicenza in zwei modernen Fabriken Kunststofffenster. Lange Zeit exportierte das Unternehmen diese jedoch vor allem in die Schweiz, bis dann – vor etwas mehr als fünf Jahren – der Markt für Kunststofffenster in Italien „Flügel bekam“, wie Dr. Josef Wörer sagt. „Italienische

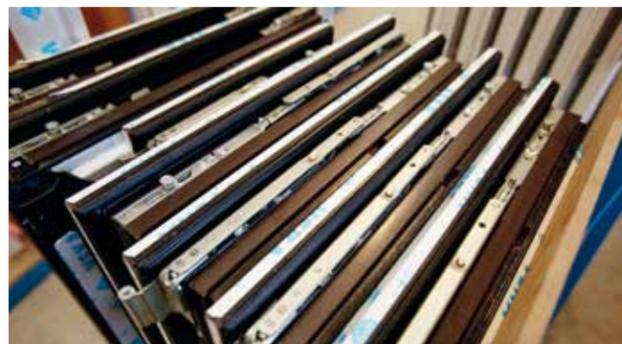
Profil- und Fensterhersteller haben mit minderwertigen Fenstern lange den schlechten Ruf des Kunststofffensters im Land verursacht. Da war es auch für qualitätsorientierte Hersteller wie uns schwer zu wachsen. Sprunghaft stieg die Nachfrage nach guten Kunststofffenstern allerdings an, als der Gesetzgeber nach mehr Energieeffizienz im Gebäudebestand verlangte.“



Mit Engagement im Service von der Planung bis zur Anlieferung will Unternehmer Dr. Josef Wörer die preisaggressive Konkurrenz hinter sich lassen. Ferngesteuerte Crayler ermöglichen es den Fahrern von Ideal Fenster, die Kommission eines Kunden näher an die Baustelle heranzubringen als mit ihren Lkw.



Schmal, hoch, schwer, selten weiß, streng symmetrische Flügelmaße: Immer mehr italienische Bauherren und Architekten setzen zugunsten der Energieeffizienz auf Kunststofffenster in traditionellem Design.



Mit bekannten deutschen Zulieferern entwickelt Ideal Fenster Lösungen, die das Vertrauen anspruchsvoller Bauherren und Investoren genießen. Seit fünfzehn Jahren arbeitet das Unternehmen mit Fensterbeschlägen von Roto.



Drei mit einer gemeinsamen Mission (v. l.): Gianluigi Balestreri, Geschäftsführer Roto Italien, Dr. Josef Wörer, Geschäftsführer von Ideal Fenster, und Wolfgang Rienzner, Technical & Product Manager Roto Italien.



Mit eigenen Showrooms an den Produktionsstandorten ebenso wie in großen Städten Norditaliens arbeitet Ideal Fenster an der Bekanntheit seiner Marke.



Die dritte Produktion für Kunststofffenster der Marke Ideal Fenster baut Dr. Josef Wörer seit jüngstem im Südtiroler Brixen auf.

Auf der Suche nach mehr Energieeffizienz

Nun hätten Architekten und Bauherren feststellen müssen, dass bezahlbare Aluminium- und Holzfenster nicht in der Lage waren, die geforderten Wärme- und Schallschutzwerte zu erreichen. Also begannen sie, sich mit Kunststofffenstern zu befassen und orientierten sich dabei an deutschen Qualitätsmarken. „Und die führten sie auf direktem Wege zu uns“, freut sich Dr. Wörer. Von Anfang an habe er auf deutsche Lieferanten gesetzt, seit fünfzehn Jahren arbeitet er mit Roto. „Eine Marke, die von niemandem in Italien qualitativ infrage gestellt wird. Das erleichtert uns das Leben.“ Erschwert wird dieses Leben aktuell jedoch durch einen zunehmend preisaggressiven Wettbewerb von Fensterherstellern aus den umliegenden europäischen Ländern.

Investieren in die Marke

Deshalb wurde bei Ideal Fenster auch in diesem Jahr wieder viel investiert – in eine dritte Produktionsstätte im Herzen von Südtirol, in zusätzliche Mitarbeiter und drei eigene Ausstellungen in Mailand, Bologna und auf Malta. Weitere sollen folgen. „Wir haben weit über zwanzig fest angestellte Mitarbeiter im Vertrieb, die mit unseren Kunden in den Handel, aber auch mit Bauträgern und Vertretern der öffentlichen Hand sprechen. Mit den neu geschaffenen Ausstellungsräumen an den drei Werkstandorten und den Showrooms, die wir in den Zentren unserer stärksten Vertriebsgebiete eröffnet haben, wollen wir die Beratung der privaten Bauherren weiter verbessern“, beschreibt Dr. Wörer sein Konzept. Um Bekanntheit vor allem in Norditalien bemüht sich Ideal Fenster zusätzlich auf rund fünfzehn Regionalmessen jährlich.

Fast fünfzig Berater im Innen- und Außendienst

Über 25 Technische Berater im Innendienst unterstützen die Kollegen im Außendienst von Ideal Fenster. So ist sichergestellt, dass kein Kunde lange auf ein Angebot warten muss – ganz gleich wie umfangreich dieses ist. Ein professioneller Einkauf sorgt für gut gefüllte Lager in den drei Werken und günstige Preise auch im Verkauf. „Wir leisten uns einen hohen Lagerbestand, damit wir innerhalb von drei Wochen nach Auftragseingang ausliefern können. Schnelligkeit wird immer wichtiger, denn das Bauen hat sich verändert“, ist Dr. Wörer überzeugt. Zwar würden in Italien sehr spezielle und ganz andere Fenster und Türen benötigt als im Rest Europas, zulasten der Lieferzeit dürfe der Hang der Bauherren zu Vielfalt und Individualität aber nicht gehen.

„Während 96 Prozent aller Fenster, die wir in die Schweiz liefern, mit weißen Profilen ausgeliefert werden, sind es in Italien gerade einmal 45 Prozent. Dazu kommt die Vorliebe unserer italienischen Kunden für absolut symmetrische Flügelgrößen und Profildimensionen, für Sprossen und Rundbogenfenster. Wir produzieren für Italien viele sehr hohe, sehr schmale Flügel, die meistens als Teil eines Renovierungsfensters, das mal mittig, mal bündig innen, mal bündig außen eingebaut wird. Darüber hinaus fordert der Gesetzgeber den Einbau von schwerem Verbundsicherheitsglas in alle Fenster und Türen, die nicht oberhalb von einem Meter Raumhöhe enden.“ Immerhin vierzig Prozent aller bei Ideal Fenster produzierten Fenster und Fenstertüren müssen deshalb mit Verbundsicherheitsglas ausgestattet werden.

Automatisierung? Die Vielfalt setzt ihr Grenzen.

Alle Berechnungen zu den Einsparpotenzialen, die sich durch eine vollautomatische Fensterproduktion heben ließen, führten wohl auch deshalb bei Ideal Fenster bislang immer nur zu Ernüchterung. „Unsere Kunden verlangen nach Fenstern und Losgrößen, die einer vollautomatischen Bearbeitung entgegenstehen.“ Wertige, ästhetisch ansprechende Fenster und Türen zu attraktiven Preisen anbieten zu können, bleibt dennoch das Ziel von Ideal Fenster. Attraktiv macht einen Preis aus Sicht von Dr. Wörer allerdings nicht zuletzt der Service von der Beratung bis zur Montage. „Wir haben deshalb zum Beispiel unsere großen Lkw alle mit Craylern ausgestattet, die den Fahrer befähigen, eine Lieferung auch in engen Straßen bis ganz nah an die Baustelle heranzufahren. Das spart Zeit bei den Abnehmern und das wissen vor allem Bauträger sehr zu schätzen.“

Die Belegschaft wächst mit den Umsätzen

Im Stammwerk Thiene bei Vicenza arbeiten über neunzig, im Werk San Nicolò bei Piacenza noch einmal 85 und im Werk Brixen bereits bald über zwanzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Ideal Fenster – Tendenz steigend, freut sich der Unternehmer. „Wir wissen, dass die Nachfrage nach Kunststofffenstern mit guten Uf- und Uw-Werten in Italien noch einige Jahre hoch bleiben wird, und wir sind überzeugt davon, dass wir die Bekanntheit unserer Marke und den Erfolg von Ideal Fenster weiter werden steigern können“, sagt er zum Abschluss, „auch deshalb, weil wir auf Partner wie Roto setzen, die uns dabei helfen können, mit Innovationen zu punkten.“

Von Polen nach Frankreich und zurück

Team-Plast

■ **Lean** Vor allem von Bauherren und Händlern in Westeuropa werden die Produkte des polnischen Fenster- und Türenherstellers Team-Plast geschätzt. Den heimischen Markt hat man erst in den letzten Jahren verstärkt in den Fokus genommen. Eine ungewöhnliche Konstellation und Unternehmensentwicklung, die sehr viel mit dem persönlichen Werdegang von Eigentümerin und Geschäftsführerin Justyna Nowicka zu tun hat. Anlässlich der Eröffnung einer neuen Fertigungshalle unterhielt sich Roto Inside mit der „Selfmadewoman“.

2001 begann Team-Plast mit der Fertigung von Fenstern und Türen aus Kunststoff und Aluminium in einer kleinen angemieteten Halle in Syców bei Breslau im Südosten von Polen. Polnische Baustellen jedoch mussten auf die ersten Lieferungen zunächst einige Jahre warten. „Vor der Gründung von Team-Plast war ich für ein französisches Unternehmen tätig und dabei unter anderem für die Entwicklung und Etablierung einer komplett neuen Marke verantwortlich“, erläutert Justyna Nowicka. „Während dieser Zeit sind natürlich sehr viele persönliche Kontakte entstanden. Zusammen mit meinen erworbenen Kenntnissen über den französischen und belgischen Markt bildete dieses Netzwerk die Basis für die erfolgreiche Gründung von Team-Plast und eine starke Exportorientierung des Unternehmens.“

Das Pferd von hinten aufgezügelt?

Dass der typische Weg eines jungen Unternehmens eigentlich andersherum verläuft – von der Etablierung im heimischen Markt hin zur Erschließung benachbarter ausländischer Märkte – hat Justyna Nowicka nie als Problem empfunden. „Für mich war klar, dass man sich zunächst einmal auf dem Markt etabliert, in dem man sich auskennt.“ 2008 eröffnete Team-Plast die erste eigene Produktionshalle mit einer Fläche von rund 3.000 Quadratmetern – moderne Fertigungslinien mit kompletter CNC-Bearbeitung inklusive. Dann kamen nach und nach neue Exportmärkte hinzu: die Niederlande, die Schweiz, Italien, Deutschland, Tschechien, die Slowakei, Österreich, Schweden und Spanien.

„Das alles hat sich nicht zufällig ergeben. Wir haben unsere Produktion auf größtmögliche Flexibilität ausgerichtet und konnten dadurch auch jeweils landestypische Fensterformen oder Öffnungsarten realisieren. Außerdem stand für uns vom ersten produzierten Fenster an fest: Wir wollen qualitativ Hochwertiges bieten. Nur so konnten wir bei westeuropäischen Kunden punkten“, so Justyna Nowicka. Regelmäßig sei man zudem Gast auf den internationalen Branchenmessen gewesen: Nürnberg, Mailand, Paris – dort wurden die Grundsteine für den wachsenden Bekanntheitsgrad der Marke Team-Plast gelegt.

Neue Halle verdoppelt Produktionskapazität

Die positive Absatzentwicklung erforderte natürlich auch eine entsprechende Anpassung von Kapazitäten und Produktions-Know-how. 2008 zog das gesamte Unternehmen an den heutigen Standort in Stradomia Wierzchnia, etwa fünfzig

Kilometer außerhalb von Breslau, und errichtete eine Fertigung der neuesten Generation. Dort entstand in den vergangenen Monaten auch die jüngste Produktionshalle, rund 3.000 Quadratmeter groß und ebenfalls mit modernsten Anlagen ausgestattet, bei deren Planung das Team-Plast-Management Unterstützung von der Roto Lean Abteilung erhielt (siehe Kastentext). Mit ihrer Eröffnung verdoppelte sich die Produktionskapazität des Unternehmens.

Im Fokus: polnische Bauherren, die Qualität suchen

Seit dreizehn Jahren ist das Unternehmen nun also schon auf westeuropäischen Märkten tätig, hat in vielen Ländern ein solides Händlernetz und einen treuen Kundenstamm aufgebaut. Ist und bleibt der polnische Markt wohl eine „Randnotiz“ in der Historie von Team-Plast? „Eine Frage, die ich ganz eindeutig mit Nein beantworten kann. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens hat nach wie vor einen Schwerpunkt im Export – die Quote der Fenster und Türen, die wir für Kunden außerhalb Polens produzieren, liegt bei circa achtzig Prozent. Aber wir waren immer ein polnisches Unternehmen und haben das auch klar kommuniziert. So trugen unsere Lkw und Servicefahrzeuge beispielsweise schon immer polnische Beschriftungen. Wir beschäftigen heute rund einhundert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und investieren kontinuierlich in den Produktionsstandort. Unsere Erfahrungen, die wir auf den westeuropäischen Märkten sammeln konnten, kommen jetzt auch Bauherren, Architekten und Bauunternehmern in Polen zugute. Das wachsende Qualitätsbewusstsein auf der einen Seite und die gleichermaßen wachsende Kaufkraft auf der anderen Seite haben uns in den letzten Jahren auch in Polen zum gefragten Anbieter werden lassen.“ Momentan konzentrierte sich der inländische Absatz aber noch vor allem auf Zentralpolen, so die Team-Plast Geschäftsführerin weiter. Der Ausbau des Vertriebsnetzes über eigene Verkaufsniederlassungen und geeignete Händler werde nun jedoch konsequent verfolgt.

Roto sorgt für Lösungsvielfalt und Schulungen

Die Zusammenarbeit mit Roto begann mit der Gründung von Team-Plast. Noch sehr präsent sind Justyna Nowicka die ersten Gespräche: „Wir wussten ja, welche Qualität wir mit unseren Produkten erreichen wollten und haben einige Beschlaghersteller eingeladen. Roto hatte schon damals vielfältige Lösungen sowohl für unsere Kunststoff- als auch unsere Aluminiumsysteme parat, die perfekt zu unseren Ideen passten. Im Laufe der Jahre wurden wir nicht enttäuscht, sondern eher darin bestärkt, den richtigen Partner gewählt zu haben. Wie kaum ein anderes Unternehmen unterstützt uns Roto bei der Schulung und Ausbildung unserer Mitarbeiter genauso wie im Marketing. Hervorzuheben ist hier vor allem das ‚Rotomania‘ Konzept, mit dem uns unsere Partner bei Roto in Warschau neue Möglichkeiten der Kundenansprache eröffnen.“ Gemeinsam wolle man auch zukünftig intensiv an der Entwicklung des polnischen Marktes arbeiten – „Neu-Erschließungen“ weiterer Exportmärkte natürlich nicht ausgeschlossen.

Roto Lean in der neuen Produktionshalle von Team-Plast

Optimale Prozesse und ein Maximum an Produktivität – diese übergeordneten Ziele setzen sich die Experten von Roto Lean, wenn sie zu einem Beratungsprojekt gerufen werden. So auch Rafal Koźlik, der bereits frühzeitig in die Planungen der neuen Fertigungshalle von Team-Plast einbezogen wurde. Auf Basis des zukünftigen Maschinenparks plant er und seine Kollegen das ideale Hallenlayout. „Ein klarer Materialfluss und kurze Wege für die Mitarbeiter und die Logistik standen dabei im Fokus“, so Rafal Koźlik. Weitere Stellschrauben für eine Optimierung sind ebenfalls schon identifiziert: So wird derzeit geprüft, einzelne Beschlagartikel vorkommissioniert an die Fertigungslinie zu bringen und so die Ausbringung weiter zu steigern. Auch die Einführung eines Kanban-Systems im Bereich der Armierung soll in naher Zukunft mit Unterstützung durch Roto umgesetzt werden.



Westeuropäische Qualitätsstandards bestimmten von Anfang an die Produktentwicklung bei Team-Plast. Heute sind die leistungsstarken Fenster des polnischen Herstellers in ganz Europa gefragt.



Die heutige Unternehmenszentrale von Team-Plast in Stradomia Wierzchnia etwa fünfzig Kilometer außerhalb von Breslau.



Die Bedeutung von Fach- und Endverbraucher messen zur Steigerung der Markenbekanntheit haben Geschäftsführerin Justyna Nowicka und ihr Team schon früh erkannt. Erst im März dieses Jahres war man aufmerksamkeitsstark auf der TARBU im polnischen Breslau vertreten, einer regionalen Baumesse, die mehr als 20.000 Planer, Architekten und Bauherren anlockte.



Aluprof Spezialisten zu Gast in Velbert

Gut geschult für alle Märkte

■ **Event** Aus Polen und Deutschland reisten Manager der Aluprof S.A. zum Roto Produktionsstandort nach Velbert, denn hier sind viele Aluminium-Spezialisten von Roto zuhause, die ihr Wissen gerne weitergeben. Eine stetig wachsende Zahl von Kundengruppen nutzt deshalb die modernen Schulungsräume in Velbert. Roto Inside sprach mit den Gästen aus dem Hause Aluprof über ihre Erwartungen und Erfahrungen.

Rafal Altheim, Geschäftsführer Aluprof Deutschland, bringt es auf einen kurzen Nenner: „Wir sind nach Velbert gereist, um uns noch einmal in Ruhe mit dem kompletten Produktangebot von Roto befassen zu können.“ Darüber hinaus hätten er und seine Kollegen aber auch die Chance genutzt, mit den für Aluprof tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei Roto zu diskutieren, wie die Zusammenarbeit zwischen beiden Unternehmen zukünftig

weiter verbessert werden kann. Als besonders hilfreich erlebten er und seine Kollegen die Möglichkeiten, am Standort Velbert nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch mit allen Produkten arbeiten zu können. „So habe ich vieles kennengelernt, das ich noch nicht aus eigener Anschauung kannte, zum Beispiel die verschiedenen Öffnungsbegrenzer in den Programmen Roto AL Designo und Roto AL 540.“

Roto sehen und verstehen

Sein Kollege Georg Markl kam mit dem Plan nach Velbert, den Anschlag mit verschiedenen Werkzeugen und Maschinenausrüstungen zu hinterfragen. Auch er zeigt sich zufrieden: „Meine Erwartungen an die Schulung sind vollkommen erfüllt worden und ich finde die Räume in Velbert wirklich gut und zweckmäßig ...“ Allerdings dürften die dort tätigen Trainer ruhig noch besser mit Werkzeug ausgestattet werden, merkt Frank König kritisch

an, der trotzdem ebenfalls „gute Noten“ an das Velberter Schulungsteam vergibt: „In der Ausstellung konnten wir alle Produkte in Funktion sehen. Viele Fragen beantworteten sich dadurch ebenso selbst wie durch die Besichtigung der Produktion. Ich gebe zu, dass ich schon genau wissen wollte, inwieweit Roto selbst fertigt und was zugekauft wird und wie das Qualitätsmanagement bei Roto funktioniert ... Nach einem Besuch in Velbert weiß man, dass Roto mit einer enormen Fertigungstiefe produziert und unser Vertrauen verdient.“ Spürbar werde für Besucher in Velbert auch die Roto Unternehmenskultur, berichtet Frank König: „Man spürte überall einen sehr kollegialen Umgang miteinander – für mich ganz klar ein Grund für die gute Qualität der Roto Produkte.“



Rafal Altheim ist Geschäftsführer der Aluprof Deutschland GmbH. Als besonders hilfreich erlebte er die Möglichkeit, am Standort Velbert nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch mit allen Produkten von Roto arbeiten zu können.

Hochwertige Optik für dreiflügelige Fenster

Roto NT Designo

■ **Neu bei Roto** ■ **Produkte** Mit den Ansprüchen an die Gestaltung eines schönen Zuhauses wachsen auch die Ansprüche an das Fensterdesign. Ansprüche, die die verdeckt liegende Bandseite im Programm Roto NT Designo uneingeschränkt erfüllt. Die gute Nachricht für Fensterhersteller und Bauherren gleichermaßen: Dieses ästhetisch überzeugende Beschlagprogramm umfasst seit Kurzem auch eine Lösung für dreiflügelige Fenster.

Keine von außen sichtbaren Bänder, keine Abdeckkappen – der Roto NT Designo sorgt dafür, dass ein attraktives Profil- und Fensterdesign ungestört zur Geltung kommt. Seit wenigen Wochen steht die verdeckte Bandseite für Fenster und Fenstertüren nun auch für dreiflügelige Fenster ohne Pfosten zur Verfügung. Der bis zu 80 kg schwere Mittelflügel wird als letztes Element geöffnet. Selbstverständlich erleichtert auch diese Bandseite im Programm Roto NT Designo das Ein- und Aushängen des Flügels und gewährleistet ein rationelles Anschlagen in der Fertigung. Geeignet ist der Roto NT Designo für dreiflügelige Fenster aus Holz und Kunststoff.



Gehobenes Fensterdesign unterstützt das Programm Roto NT Designo: Die verdeckte Bandseite für Fenster und Fenstertüren mit Flügelgewichten bis 150 kg steht ab sofort auch für dreiflügelige Systeme ohne Pfosten zur Verfügung. Im Bild: das Eckband (oben) und das Ecklager.



➤ **Keine von außen sichtbaren Bänder, keine Abdeckkappen – Informationen zur verdeckt liegenden Bandseite Roto NT Designo erwarten Sie hier:**

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



Das drückerbetätigte Basisschloss Roto Safe H AL ist die richtige Lösung für Aluminiumtüren bis 120 kg und zeichnet sich unter anderem durch sein hochwertiges Design aus. Es erweist sich als optimale Ergänzung zum leistungsfähigen Aluminiumbeschlagssystem Roto AL 540.



➤ **Weiterführende Informationen zum Basisschloss Roto Safe H AL und zum Roto Door Sortiment finden Sie hier:**

www.roto-frank.com/de/roto-safe-h-al

Drückerbetätigtes Basisschloss für Roto AL 540

Roto Safe H AL

■ **Neu bei Roto** ■ **Produkte** Balkon-, Terrassen- und Bürotüren aus Aluminium sind leicht und robust. Gleichzeitig bestechen sie häufig durch eine klare, moderne Optik und sind auch deshalb weltweit gefragt. Für diese Türen gibt es ab sofort das passende Schloss: Roto Safe H AL ist das erste drückerbetätigte Basisschloss für Aluminiumflügel mit 15/20 Nut – die optimale Ergänzung für das leistungsfähige Beschlagprogramm Roto AL 540 in gewohnt zuverlässiger Roto Qualität und edlem Design.

Geeignet ist das Basisschloss Roto Safe H AL für Aluminiumtüren mit einem Gewicht bis 120 kg. Zuverlässig gekoppelt mit dem Fensterbeschlag Roto AL 540 bietet das drückerbetätigte Schloss optimale Sicherheit für Flügel mit allen gängigen Dornmaßen.

Hochwertiges Design

Nahtlos fügt sich das Roto Safe H AL ins Aluminiumprofil der Tür ein. Der Stulp aus gebürstetem Edelstahl setzt mit seinem modernen, hochwertigen Design optisch neue Maßstäbe. Er passt perfekt zum Profil und deckt die Koppelstellen komplett ab. Ein weiteres Designhighlight: die beiden abgerundeten, ästhetisch geformten Endkappen des Stulps.

Geprüfte europäische Qualität

Auch diese Roto Schlossinnovation steht für hohe Funktionalität und Langlebigkeit – Aluminiumtüren werden dank des Roto Safe H AL komfortabel, sicher und robust. Das Schloss erfüllt die Normen DIN EN 12209, 1191 und 12400 und hat erfolgreich die CE-Prüfung absolviert. Durch die großen Ausfahrtiefen von Falle und Riegel (20 mm Riegelausstoß) bietet das Schloss ein hohes Maß an Einbruchssicherheit, während die eingebaute „Flüsterfalle“ für ein besonders geräuscharmes Schließen der Tür sorgt.

In intensiven Praxistests bei Systemherstellern und Verarbeitern haben sich darüber hinaus Stärken des Roto Safe H AL speziell bei der Montage bemerkbar gemacht: Zum Einbau sind weder Lehren noch Spezialwerkzeuge erforderlich. Die einfache und stabile Kopplung der Schub- und Treibstangen erfolgt mit massiven Bolzen. Ein weiter Toleranzbereich erleichtert die Montage ebenso wie die Tatsache, dass sich die Falle auch im bereits montierten Zustand von der Stulpvorderseite auf rechts oder links umstellen lässt.



Balkon-, Terrassen- und Bürotüren aus Aluminium sind weltweit gefragt. Für diese Türen gibt es ab sofort ein passendes Schloss von Roto: das drückerbetätigte Basisschloss Roto Safe H AL.

BARRIER – Aufbruch in die Zukunft ELECTRICPLUS

■ **Kunststoff** Mit hohen Investitionen in eine neue, moderne Fensterproduktion schuf der Unternehmer Adrian Gârmecea die Voraussetzungen dafür, dass die von ihm etablierte Marke BARRIER als Synonym für qualitativ hochwertige Fenster aus Rumänien verstanden wird. „Bis zu 1.000 Kunststofffenster pro Tag können wir inzwischen herstellen und ausliefern. Sechzig Prozent von ihnen sollen über die Partner unseres neuen BARRIER-Franchisenezwerkes in Rumänien verkauft werden, vierzig Prozent im angrenzenden Ausland.“

10 – 10 – 5: So lautet auf einen kurzen Nenner gebracht das Qualitätsversprechen von Adrian Gârmecea an seine Franchisepartner und die Käufer der BARRIER-Fenster. „Wir gewährleisten grundsätzlich zehn Jahre Garantie auf die PVC-Profile, zehn Jahre auf die Beschläge und fünf Jahre auf die uneingeschränkte Funktionstüchtigkeit im eingebauten Zustand. Dank hochmoderner Fertigungsanlagen und gut ausgebildeter Mitarbeiter können wir eine überzeugende, langlebige Qualität liefern. Unsere Garantiezusagen untermauern das“, erläutert Adrian Gârmecea.

Professionell vermarkten

Rund fünf Millionen Euro hat der Unternehmer 2013 in neue Maschinen und Gebäude investiert. 2014 geht es nun um den Ausbau und die Optimierung der BARRIER Vertriebsstrukturen. Die rund einhundert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Produktion von ELECTRICPLUS – sie werden von weiteren achtzig Kollegen in Logistik, Vertrieb und Verwaltung unterstützt – fertigen PVC-Fenster meist als Drehkipplösung. In noch geringem Umfang, aber mit steigender Tendenz werden auch Hebeschiebetüren und Sliding-Lösungen von rumänischen Bauherren nachgefragt und von ELECTRICPLUS in hochwertiger BARRIER-Qualität entwickelt und produziert. Seinen Partner Roto schätzt Adrian

Gârmecea vor allem wegen des besonders breiten Sortimentes und der Servicequalität als Partner: „Einerlei mit welchem Fenster oder welcher Tür wir uns befassen – Roto hat gute Beschlaglösungen zu bieten und hilft mir bei der Ausbildung meiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu deren Verarbeitung. Für mich ist das Unternehmen ein Partner, auf den ich vertraue.“ Den reibungslosen Warenfluss sichert ein Handelspartner von Roto, der eines seiner Lager in unmittelbarer Nähe der Fertigung von ELECTRICPLUS in Bacău unterhält.

Das Ziel: 200 qualifizierte Franchisepartner

Dafür, dass die größte Investition in der Firmengeschichte zu einem Erfolg wird, soll zum einen das Franchisenezwerk BARRIER sorgen, zum anderen eine steigende Exportquote. „Unser Ziel ist es, in Rumänien 200 Franchisepartner zu etablieren. Sie erhalten von uns umfassende Unterstützung für den Vertrieb von BARRIER-Produkten, wie zum Beispiel eine einheitliche Gestaltung ihrer Verkaufs- und Präsentationsräume. Darüber hinaus werden die Montage- und Vertriebsmitarbeiter in unserer neu geschaffenen BARRIER-Akademie qualifiziert. Unser zentrales Marketing stützt sie mit hochwertigen Beratungs- und Verkaufsmaterialien aus und wir organisieren gemeinsame

Veranstaltungen für den Erfahrungsaustausch der Franchisenehmer untereinander.“

Qualität kennt keine Grenzen

Interessante Umsätze will der Geschäftsführer mit der Marke BARRIER aber auch im Ausland realisieren. Schon heute pflegt er gute Kontakte nach Italien, Frankreich und Belgien, die nun weiter ausgebaut werden sollen. Adrian Gârmecea überlässt dabei nichts dem Zufall: „Natürlich haben wir klare Umsatz- und Ertragsziele, die wir mit den getätigten Investitionen erreichen wollen. Mindestens genauso wichtig ist für uns jedoch der partnerschaftliche Gedanke in unserem Vertriebs- und Montage Netzwerk. Wir möchten in den nächsten zwei Jahren eine ‚BARRIER-Community‘ für die Franchisenehmer aufbauen, in der sie sich ständig mit diesen Fragen befassen werden:

Wie können wir die Qualität unserer Leistungen weiter verbessern, wie neue Kunden begeistern? Ein Bauherr, der sich für die Marke BARRIER entscheidet, wird so nicht nur ein qualitativ überzeugendes Produkt, sondern auch eine fundierte Beratung und eine zuverlässig fachgerechte Montage erhalten.“



Rund fünf Millionen Euro investierte Adrian Gârmecea 2013 in neue Maschinen und Gebäude seines Unternehmens ELECTRICPLUS.



Steht für die Marke BARRIER: Adrian Gârmecea, Geschäftsführer von ELECTRICPLUS, gibt seinen Franchisepartnern und den Endkunden ein ambitioniertes Qualitätsversprechen.



Die rund einhundert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Produktion fertigen größtenteils Drehkipfenster. Die Nachfrage nach Hebeschiebetüren wächst auch in Rumänien.

Kleiner Axer 390 mm

Roto AL Designo

■ **Neu bei Roto** Als ideale Ergänzung für Aluminiumfenster mit der Öffnungsart Drehkipp bietet Roto im Programm Roto AL Designo den kleinen Axer 390 an. Aufgrund seiner kompakten Abmessungen kann er auch in sehr schmalen Flügeln mit einer Breite zwischen 390 und 500 mm eingesetzt werden. Da gleichzeitig Flügelhöhen von bis zu 2.400 mm möglich sind, ergeben sich durch die Ergänzung des Programms nun eine Vielzahl von neuen Einsatzmöglichkeiten für den Roto AL Designo.

Ob kleinste Drehkipfenster oder schmale, hohe Lüftungsfügel – Anwender und Bauherren müssen dank des kleinen Axers künftig nicht mehr auf die gewohnte Funktionalität eines Drehkipfensters verzichten. Der Axer 390 komplettiert das Angebot verdeckt liegender Beschlaglösungen für Sonderöffnungsarten wie beispielsweise für Lüftungsklappen sowie Drehflügel mit koppelbarem Falzaxer und zusätzlichen Mittelverschlüssen an der Bandseite. Der neue Axer bietet so Systemhäusern eine weitere überzeugende Lösung zur Umsetzung aktueller Marktanforderungen von Planern und Architekten.

Von der Funktionalität des kleinen Axers und den mit ihm realisierbaren schlanken Flügelbreiten können sich Interessenten unter anderem während der bevorstehenden BAU 2015 in München

überzeugen. Dort zeigt Roto vom 19. bis 24. Januar in der Messehalle C1 bewährte und neue Lösungen für die Hersteller von Aluminiumfenstern und -türen.



➤ **Alles Wissenswerte und interessante Downloads über den Roto AL Designo finden Sie hier:**

www.roto-frank.com/de/roto-al-designo/axer-390



Neue Optionen für die Hersteller von Aluminiumfenstern: Dank seiner kompakten Abmessungen ermöglicht der kleine Axer 390 im Programm Roto AL Designo die Ausrüstung auch sehr schmaler Drehkipflügel mit einer Breite zwischen 390 und 500 mm.

Für Drehflügel bis 160 kg

Roto AL 540

■ **Neu bei Roto** Eine wichtige Sortimentserweiterung erfuhr jüngst das Programm Roto AL 540. Der universelle Beschlag für Aluminiumfenster und -fenstertüren bis 300 kg im gehobenen Segment bietet nun eine Lösung für bis zu 160 kg schwere Drehflügel.

Die neue Bandseite im Roto AL 540 Sortiment ermöglicht die Herstellung raumhoher Drehflügelelemente mit bis zu 2.700 mm Höhe und zeichnet sich insbesondere durch einen Komfortfalzaxer mit integrierter Seitenverstellung aus. In der Montage vergleichbar mit der Roto AL 540 Lösung für bis zu 130 kg schwere Drehflügel sind Ecklager und Axerlager

bei der neuen Variante über Zusatzschrauben im Rahmen gesichert. Damit erfährt dieses hochwertige Beschlagprogramm eine weitere wichtige Ergänzung. Es empfiehlt sich einmal mehr für den Einsatz in nahezu alle Fensterformen und -größen sowie für sämtliche Öffnungsarten.



Verstärkung im universellen Roto AL 540 Sortiment für Aluminiumfenster und -fenstertüren bis 300 kg: eine neue Bandseite für bis zu 160 kg schwere Drehflügel. Sie ermöglicht die Herstellung raumhoher Flügelelemente bis zu 2.700 mm Höhe und zeichnet sich insbesondere durch einen Komfortfalzaxer mit integrierter Seitenverstellung aus.



➤ **Informationen, technische Dokumentationen – hier geht es zu nützlichen Downloads rund um den Roto AL 540:**

www.roto-frank.com/de/roto-al-540

Technologischen Vorsprung gesichert

Fenster- und Türenwerk Rösler

■ Holz ■ Kunststoff Seit inzwischen 23 Jahren arbeitet das Fenster- und Türenwerk Rösler mit Roto zusammen, seit 2006 auch mit Spezialisten aus dem Serviceteam Roto Lean. Das partnerschaftliche Teamwork geht deshalb heute weit über die gemeinsame Produktentwicklung hinaus. „Eine Kunden-Lieferanten-Beziehung mit Win-Win-Charakter“, sagt Unternehmensgründer Thomas Rösler. Roto Inside berichtete er von seinen Erfahrungen mit den sechs Roto Lean Modulen und der an ihnen orientierten Beratung.

Das Fenster- und Türenwerk Rösler – kurz FTR – gehört zu den relativ jungen Unternehmen der Branche. Erst 1990 im sächsischen Schirgiswalde gegründet erzielt es heute mit rund 170 Mitarbeitern einen Umsatz von ca. achtzehn Millionen Euro jährlich. Etwa neunzig Prozent der Aufträge kommen aus dem Objektsektor. Die restlichen zehn Prozent steuern Handel und Privatkunden bei. Die lange Referenzliste des Unternehmens zeigt vor allem zweierlei: Das Unternehmen ist stark in Neubauprojekten und bei Objekten mit fünfzig oder mehr Wohneinheiten. Verkauft wird deutschlandweit: München, Stuttgart, Frankfurt am Main, Mainz, Köln, Düsseldorf, Hamburg – der Profi für „Fenster und Türen aus Leidenschaft“ kann mit Fug und Recht von sich behaupten, bundesweit aktiv zu sein.

Planung – Produktion – Montage

Die Grundlagen für diesen Erfolg legt Thomas Rösler so: „Wir bieten unseren Kunden ein Komplettpaket aus einer Hand. Von der technischen Beratung und Planung über die Produktion von Fenster- und Türelementen aus Kunststoff und Holz bis zum fachgerechten Einbau.“ Trotz einer im Kern positiven Markteinschätzung ist der Unternehmer von uneingeschränktem Optimismus weit entfernt. Der stetig wachsende Kostendruck bereitet ihm Sorge. Deshalb bleibt das Ziel, so kosteneffizient wie möglich zu produzieren, dauerhaft auf seiner Agenda. „Gleichzeitig gibt es den Trend zu immer größeren und schwereren Elementen. Und die Ansprüche an den Wärme-, Schall- und Einbruchschutz steigen auch weiter“, ist er überzeugt und ergänzt deshalb: „Neben produktiver Technik brauchen wir also auch immer flexiblere Prozesse und immer wieder neue leistungsfähige Maschinen.“

Investitionen in die Zukunft

Deshalb flossen laut Rösler auch in den letzten zwei Jahren wieder erhebliche Mittel in die Einführung neuer Fenstermodelle, in den Maschinenpark und die Ablauforganisation der Kunststoff- und Holzfenster-Produktion. Gegenwärtig laufe vor allem die Modernisierung im Kunststoffbereich auf Hochtouren. „Ohne die richtigen Industriepartner allerdings gelingt die permanente Anpassung an die Marktanforderungen trotzdem nicht“, räumt Thomas Rösler ein. Bei ihrer Auswahl achtet er primär auf Produktqualität, aber auch auf eine hohe Lieferfähigkeit und eine gute Betreuung. „Das alles ist fest mit dem Namen Roto verbunden.“

Roto ist für FTR ein Partner der ersten Stunde und seit Produktionsbeginn im Jahre 1991 „dabei“. Fester Bestandteil des Fertigungsprozesses ist seit seiner Einführung 1999 auch der Roto NT. Abhängig von den jeweiligen Projektanforderungen

kommen die Bandseiten E5, K, Designo und Power Hinge zum Einsatz. Das Kippschiebeprogramm Roto Patio Z, die Faltschiebepneuheit Roto Patio Fold und die Mehrfachverriegelungen aus dem Programm Roto Safe finden sich ebenfalls in FTR-Modellen.

Know-how stiftet Mehrwert

Als „fast genauso wichtig“ wie gute Produkte erlebt Thomas Rösler allerdings die Serviceleistungen seines Partners Roto: „Wir haben im Internationalen Technologie Center (Roto ITC) von Roto in Leinfelden inzwischen einige Zertifizierungsprüfungen durchgeführt. Dabei ging es um die Luftdurchlässigkeit gemäß DIN EN 1026/12207, die Schlagregendichtheit gemäß DIN EN 1027/12208 und die Sicherheit in verschiedenen RC-Klassen. Außerdem haben wir nach den TBDK-Vorschriften prüfen lassen.“

Einen noch größeren Mehrwert als das Roto ITC stiftete nach seiner Einschätzung nur das Beratungs- und Dienstleistungspaket Roto Lean: „Das ist eine wirklich einzigartige Unterstützung.“ Und Thomas Rösler weiß, wovon er spricht: Inzwischen arbeitet FTR schon zum vierten Mal mit den Beratern aus dem Roto Lean Team zusammen.

Sächsische Konsequenz

In Stichworten liest sich die Chronik der Zusammenarbeit so: 2006 – Investitionsberatung und erstes Fertigungs-optimierungsprojekt in der Kunststofffenster-Produktion. 2010 – Investitionsberatung für die neue Holzfenster-Fertigung. 2011 bis 2012 – zweites Optimierungsprojekt in der Holzfenster-Fertigung. 2013 – Start des dritten Optimierungsprojektes, diesmal wieder im Kunststoffsektor. Thomas Rösler ist überzeugt: „Nach der Optimierung ist vor der Optimierung.“ Denn er will auch zukünftig dafür sorgen, dass FTR-Kunden von fortschrittlichen, rationalen und damit wettbewerbsfähigen Produktionstechniken und -verfahren profitieren. Die Partnerschaft mit Roto geht also weiter? „Never change a winning team“, schmunzelt Thomas Rösler.

Und was wünscht er sich künftig von Roto? „Entscheidend ist, dass wir gemeinsam ständig am technologischen Vorsprung arbeiten. Mit funktionalen, sicheren Systemlösungen und umfassenden Serviceleistungen erwarte ich im Prinzip nur genau das, was sich Roto ohnehin ‚auf die Fahne‘ geschrieben hat – ‚nah am Kunden‘ umfassend partnerschaftlich zu handeln.“

Auftakt für Roto Lean bei FTR

Zwei Experten aus dem Roto Lean Team erinnern sich an den Start ihrer Zusammenarbeit mit FTR: Andreas Eberts, Leiter Lean Management bei Roto, begleitete eine solide Investitionsberatung für die Holzfensterfertigung, die Optimierung des Materialflusses und den Abbau von Produktionspuffern in der Fertigung sowie die Anpassung der Abläufe, der Logistik und der Arbeitsplatzgestaltung an die neuen Prozesse. „Wir mussten damals gemeinsam gewährleisten, dass nach der Investition die Integration eines neuen Maschinenparks in die betrieblichen Abläufe gelingt“, erinnert er sich. Die konkreten Ziele: Produktionsprozesse durch Einzelstabfertigung optimieren, Engpässen in der Oberflächenbehandlung begegnen, Durchlaufzeiten verringern und Durchsatz erhöhen. „Auf Basis einer detaillierten Ist-Analyse wurden seinerzeit die notwendigen Maßnahmen konzipiert, diskutiert und realisiert, sagt der am Projekt beteiligte Lean Manager Matthias Bellstedt.“ Letztlich habe deshalb alles reibungslos funktioniert.

Die größte Schwierigkeit sei es gewesen, das Projekt während des „normalen Alltagsgeschäftes“ zu bewältigen, betont Gottfried Stiebitz, Meister in der FTR-Holzfenster-Produktion. Wie sein Chef hält er rückblickend einen kompetenten, externen Ansprechpartner für einen echten Zugewinn in umfassenden Veränderungsprozessen. „Ich fand es großartig, gemeinsam mit den Spezialisten von Roto Lean nach Verbesserungsmöglichkeiten zu suchen. Das schützt vor ‚Betriebsblindheit‘.“

Bestnoten für die volle Zielerreichung

Am Schluss war klar: Maschinenintegration gelungen, Abläufe spürbar gestrafft und optimiert, Fertigungsmengen und -kapazitäten stark erhöht, Kostenstruktur verbessert, Wertschöpfung gesteigert. Kein Wunder, dass die Profis von FTR Roto Lean am Ende mit einem „Sehr gut“ bewerteten.



FTR-Geschäftsführer Thomas Rösler (links) baut auf Roto. Daran nicht ganz unschuldig ist auch Lean Manager Matthias Bellstedt.



Zieht gut gelaunt eine positive Projektbilanz: Gottfried Stiebitz. Der Meister der FTR-Holzfensterproduktion lobt das Know-how der Experten aus dem Roto Lean Team.



1990 gründete der gelernte Glaser Thomas Rösler das Fenster- und Türenwerk Rösler, kurz FTR, im sächsischen Schirgiswalde. Pro Jahr verlassen etwa 25.000 Holz- und Kunststofffenster und -türen die moderne Produktion des Unternehmens.

Montagevideos werden zum „Klick-Erfolg“ auf roto-frank.com

Interaktiv und leicht verständlich

■ Neu bei Roto Die in der Juli-Ausgabe der Roto Inside vorgestellten Montagevideos haben sich innerhalb kürzester Zeit zu wahren „Publikumslieblingen“ entwickelt. Die Klickzahlen für die von Roto produzierten Schulungsvideos haben alle Erwartungen übertroffen. „Ein Grund dafür ist sicherlich der interaktive Ansatz der Videos“, ist Roto Marketingleiter Udo Pauly überzeugt. „Jeder kann direkt genau die Montagesequenz ansteuern, die ihn interessiert, und muss nicht zwangsläufig das Video in voller Länge ansehen.“

Diese benutzerfreundliche Interaktivität zeichnet auch das neueste Montagevideo unter www.roto-frank.com/de/roto-glas-tec aus, das die korrekte Montage von Verglasungsklötzen zeigt. Das gesamte Video ist etwas länger als zwei Minuten. Doch Fensterprofis, die ihr Wissen nur über den einen oder anderen Verarbeitungsschritt auffrischen wollen, brauchen noch nicht einmal diese Zeit aufzubringen. Über eine am linken Bildschirmrand angeordnete Navigationsleiste kann mit einem Klick zu einer Montagesequenz wie zum

Beispiel „Glasfalzeinlagen einklemmen“ gesprungen werden. Wie bei den bisher produzierten Montagevideos, etwa zu den Aluminiumsystemen Roto AL 540 oder Roto AL Designo, wurde auch das Arbeiten mit Verglasungsklötzen quasi selbsterklärend gefilmt. Ein Kommentar wird bei den einfach dargestellten Montageschritten überflüssig, die Videos sind damit international zum Beispiel in einer Mitarbeiterschulung einsetzbar.



➤ Und hier geht es zum neuen Video über die Montage von Verglasungsklötzen:

www.roto-frank.com/de/roto-glas-tec/video

Mit neuer Markenkraft nachhaltig erfolgreich

Replus von Regicarp

■ **Kunststoff** ■ **Aluminium** Nur wenige Länder in Europa hat die Wirtschafts- und Finanzkrise der letzten Jahre stärker getroffen als Spanien. Insbesondere die Baubranche erlebte düstere Zeiten. Doch inzwischen mehrten sich die Zeichen für eine Trendumkehr und eine langsame Erholung des Marktes. Als Pionier dieser positiven Entwicklung kann das Unternehmen Regicarp aus Cocentaina nördlich von Alicante gesehen werden. Bereits seit 2011 stehen dort die Zeichen wieder auf Wachstum, wie Vertriebsleiter Juan Miguel Cantó im Gespräch mit Roto Inside berichtet.

Der Erfolg und die im Vergleich zu den meisten Wettbewerbern frühe positive Absatzentwicklung kamen nach einem existenzbedrohenden Ereignis und einem mutigen Strategiewechsel. „Bis zum Jahr 2007 haben wir zu einem großen Teil für einen einzigen Kunden produziert. Als dieser entschied, sich vom Markt zurückzuziehen, musste Regicarp reagieren. Zwischen 2006 und 2010 sank der Umsatz um rund 65 Prozent“, beschreibt Juan Miguel Cantó die schwierige Situation, die er vorfand, als er 2010 zu Regicarp kam.

Ein Unternehmen erfindet sich neu

Dass das Unternehmen 2014 sein 25-jähriges Firmenjubiläum feiern konnte, ist sowohl dem entschlossenen Handeln seines Gründers, Juan Miguel Miró, noch heute Geschäftsführender Gesellschafter, als auch dem Engagement von Juan Miguel Cantó zu verdanken. Ursprünglich hatte Regicarp ausschließlich Holzjalousien entwickelt und produziert. Der Firmenname resultiert noch aus diesen Anfangstagen: „Regicarp“ entstand aus den Abkürzungen von „Registros“ (Regler/Mechanismen) und „Carpintería“ (Schreinerei). Etwas später dann begann man mit der Fertigung von Fenstern und Türen aus Holz.

Jüngeren Marktteilnehmern ist jedoch heute eher der Name Replus geläufig. Unter dieser Marke „erfand“ sich das Unternehmen 2010 neu. „Durch den Rückzug unseres wichtigsten Kunden waren wir gezwungen, unser gesamtes Produkt- und Vertriebskonzept zu überdenken sowie neue Kunden zu gewinnen. Natürlich hätte man als ‚Preisdumper‘ auftreten können

und Wettbewerber unterbieten können, aber das wäre schon auf mittlere Sicht ein ruinöser Weg gewesen. Stattdessen haben wir auf qualitativ hochwertige Produkte aus Kunststoff, den Aufbau eines überdurchschnittlich guten Kundenservices und einen modernen Markenauftritt gesetzt. Das Ergebnis ist ‚Replus‘ – eine Marke, die jetzt für Kunststofffenster steht, die zum Beispiel in Sachen Energieeffizienz in Spanien ihresgleichen suchen“, so Juan Miguel Cantó. Die Zahlen sprechen für sich: 2011 konnte der negative Absatztrend von Regicarp gedreht werden, der Umsatz wuchs gegenüber dem Vorjahr um rund 25 Prozent – eine mehr als positive Entwicklung, die seither Jahr für Jahr fortgeschrieben werden konnte.

Investitionen und das Werben um Vertrauen

Die Marke Replus steht heute für Fenster und Türen aus Kunststoff und Aluminium sowie für Fensterläden, Jalousien, Geländer und mobile (Glas-)Überdachungen, etwa in Wintergärten. Derzeit beschäftigt das Unternehmen 38 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sechs davon im Vertrieb, sieben in der Verwaltung und 25 in der Produktion und den zugehörigen Abteilungen. Die stabile Marktposition der Marke wuchs jedoch nicht „von heute auf morgen“. Investitionen und stetiges Werben um Vertrauen bei potenziellen Neukunden bestimmen den Alltag. „Nehmen Sie etwa die Produktqualität: Sie basiert auf einem neu geschaffenen und umfangreichen Prüf- und Qualitätsmanagement. Dazu kommen Neuentwicklungen wie etwa die Fensterserie RE 70/PVC/300 mit Dreifachverglasung, Drehkipppföpfung mit zentralem Pfosten und einer innovativen, von außen nach innen durchgängigen Folienbeschichtung – übrigens eines unserer Ausstellungshighlights auf der diesjährigen Veteco in Madrid.“

Auch dies ein Zeichen der neuen Vertriebspolitik: Erstmals präsentierte sich das Unternehmen 2014 unter der Marke Replus auf dieser internationalen Leitmesse. Mit überzeugendem Ergebnis: „Zum einen war es schön zu spüren, dass sich die Stimmung in der Branche allgemein aufhellt. Zum anderen fühlen wir uns jetzt richtig ‚angekommen‘. Die Kunden fragen die Qualität nach, die wir ihnen bieten können. Gerade im Sanierungsbereich, wenn Alt gegen Neu ausgetauscht werden soll, werden



Juan Miguel Cantó kam 2010 in einer schwierigen Zeit zu Regicarp. Gemeinsam mit Geschäftsführer Juan Miguel Miró gelang ihm der erfolgreiche Wandel des Geschäftsmodells.



Juan Miguel Miró, Gründer und Geschäftsführer von Regicarp.

unsere Fenstersysteme von qualitätsbewussten Bauherren und Architekten geschätzt.“

Doch „angekommen zu sein“ bedeutet für Juan Miguel Cantó und seine Kollegen keinesfalls, sich ausruhen zu dürfen. Zu präsent ist noch die Erinnerung an die Krisenjahre. Und zu stolz ist man auf den erzielten Umschwung, als dass man ihn sich jetzt durch schwindendes Engagement wieder nehmen ließe. So wurde beispielsweise im März 2014 die neue Produktlinie Elumatec mod. SLV 765 eingeführt. Im Februar 2015 wird ein komplett neues Bearbeitungszentrum in Betrieb genommen, mit dem die tägliche Produktionskapazität auf 250 Fenstereinheiten steigt und die Lieferzeiten noch einmal deutlich gesenkt werden können.

Gemeinsam weiter am Erfolg arbeiten

Francesc Gimeno, Roto Wirtschaftsraumleiter Südeuropa, betreut vom spanischen Montmeló aus mit seinem Team auch den langjährigen Partner Regicarp/Replus und ist glücklich, an den erfreulichen Entwicklungen im Unternehmen teilhaben zu können. „Unser Roto NT Sortiment ist fester Bestandteil der Replus Produkte und das Unternehmen wirbt auch ganz bewusst mit Produkten ‚Made in Germany‘, etwa auf den eigenen Internetseiten. Derzeit planen wir gemeinsame Schulungstage für Replus Kunden und überlegen, wie wir die Marketingaktivitäten des Unternehmens unterstützen können“, so Francesc Gimeno.



Am Unternehmenssitz von Regicarp in Cocentaina nördlich von Alicante arbeiten derzeit 38 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Ein Publikumsmagnet auf der diesjährigen Veteco in Madrid: die neue Fensterserie RE 70/PVC/300 mit Dreifachverglasung und einer innovativen, von außen nach innen durchgängigen Folienbeschichtung. Ihr Erfolg bestätigt die mutige Entscheidung von Unternehmensgründer Juan Miguel Cantó für einen radikalen Strategiewechsel.

Positiv bewertet auch Juan Miguel Cantó die Zusammenarbeit mit Roto: „Mit nur einem Lieferanten zusammen zu arbeiten, verlangt schon einiges an Vertrauen. Aber wir kennen die Menschen hinter der Marke Roto und stehen im ständigen Dialog mit ihnen. Außerdem ist die Roto Produktqualität ausgezeichnet und die Lieferpräzision überzeugend. Wenn ich trotzdem noch einen Wunsch frei hätte, würde ich gerne eine gemeinsame, endkundenorientierte Informationsbroschüre erarbeiten, die das Thema Beschläge und den Zusatznutzen durch mehr Funktionen in den Fokus stellt. Viele private Bauherren sind sich überhaupt nicht bewusst, welche Optionen es noch gibt, um Fenster und Türen zum Beispiel in puncto Sicherheit oder Design aufzurüsten. Wenn wir diese Potenziale aufzeigen und damit ‚Begehrlichkeiten‘ wecken könnten, wäre mir das nur recht“, ergänzt schmunzelnd Juan Miguel Cantó.

Direktverschraubung spart Zeit in der Türproduktion

Türbandsystem Roto Solid ATB

■ **Neu bei Roto** Mit dem Programm Roto Solid bietet Roto ein breites und leistungsfähiges Spektrum anwendungsgerecht konzipierter Türbänder. Hochwertige Materialien, hervorragende Gebrauchseigenschaften und eine hohe Dauerbelastbarkeit sorgen für eine sichere Verbindung von Aluminiumtür und -rahmen sowie für zufriedene Kunden.

Die dreiteilige Aufsraublösung Roto Solid S 120 ATB kommt bei stark frequentierten, nach innen und außen öffnenden Aluminiumtüren bis 160 kg zum Einsatz. Das zweiteilige Schwesterprodukt Roto Solid S 80 ATB bietet das gleiche Leistungspaket für Aluminiumtüren bis 120 kg.

Beide Türbänder bieten maximalen Komfort sowohl bei der Montage als auch im täglichen Betrieb. So erlauben sie eine einfache 3D-Verstellung und damit ein exaktes Einpassen der Türflügel. Vormontierte Baugruppen und die neue Direktbefestigung ohne zusätzliche Befestigungselemente

verkürzen die Montagezeit. Ein weiterer Vorteil der Direktverschraubung: Eine Verformung der Profilwandungen ist ausgeschlossen. Das Türbandsystem ist deshalb für nahezu alle gängigen wärmegeämmten Aluminiumprofile mit thermischer Trennung geeignet. Sicherungsstifte erhöhen die Einbruchhemmung bei außen liegenden Bändern. Und auch im Design müssen keine Abstriche gemacht werden: Beide Bänder werden in zahlreichen pulverbeschichteten Oberflächen angeboten. Hochwertige, selbstschmierende Kunststoffbuchsen garantieren Wartungsfreiheit.



Das dreiteilige Aufsraubband Roto Solid S 120 ATB ebenso wie sein zweiteiliges Schwesterprodukt Roto Solid S 80 ATB sorgen für eine sichere Verbindung von Aluminiumtüren und -rahmen. Insbesondere die neue Direktverschraubung durch zwei Kammerwandungen ohne zusätzliche Befestigungselemente erweist sich als zentraler Montagevorteil.



Beide Türbänder bieten maximalen Komfort sowohl bei der Montage als auch im täglichen Betrieb. So erlauben die Aufsraubbänder eine einfache 3D-Verstellung und damit ein exaktes Einpassen der Türflügel. Hochwertige, selbstschmierende Kunststoffbuchsen garantieren Wartungsfreiheit, vormontierte Baugruppen verkürzen die Montagezeit.



➤ **Weitere Informationen zu den Roto Solid Aufsraubbändern finden sich hier:**

www.roto-frank.com/de/roto-solid-s

Yapı Elemanları setzt auf deutsche Lieferanten

Handwerk in bester Qualität

■ **Kunststoff** 1997 gründete Zeki Coşkun zunächst mit Unterstützung einiger Investoren in Istanbul die Kunststofffenster- und Kunststofftüren-Produktion Yapı Elemanları, deren Alleininhaber er seit 2010 ist. Der damals beginnende Nachfragetrend für Kunststofffenster erschien ihm als vielversprechende Chance. „Aufgrund der damals sehr schlechten Qualität der in der Türkei üblichen Holz- und Aluminiumfenster haben die Kunststofffenster zwischen 1995 und 2012 tatsächlich einen einzigartigen Siegeszug angetreten“, urteilt er heute. „Aber inzwischen gibt es sehr viel hochwertigere Aluminiumsysteme und der Marktanteil der Aluminiumfenster wächst deshalb nun wieder. Eine Entwicklung, der wir als Kunststofffenster-Hersteller meiner Einschätzung nach aber durch herausragende Qualität begegnen können.“

Seit 1997 setzt Yapı Elemanları auf Rehau Profile. Beschläge, Griffe, Schlösser und Türbänder kommen von Roto. „Das sagen wir auch deutlich in unserer Werbung, denn unsere Abnehmer kennen beide Unternehmen und schätzen sie. Wir profitieren sowohl von der Qualität als auch vom weltweit guten Image der Marke Roto“, betont Gökhan Coşkun, der seit dreizehn Jahren im Familienunternehmen arbeitet und heute Mitglied der Geschäftsführung ist.

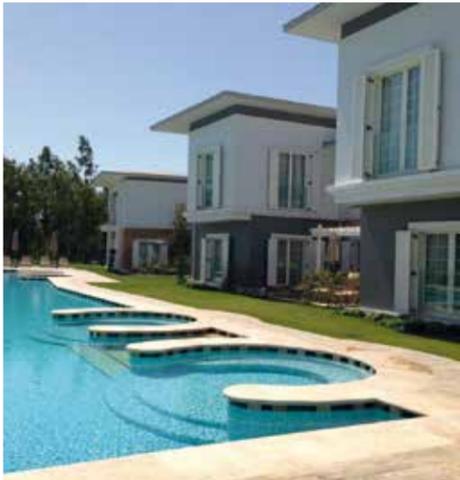
Auf 2.000 Quadratmetern Produktionsfläche fertigt das eingespielte Team von Yapı Elemanları heute ein- und zweiflügelige Drehkippfenster sowie Hebeschiebetüren und Haustüren. Rund sechzig Prozent aller produzierten Fenster und Türen werden nach Aserbaidschan exportiert, darüber hinaus nach Georgien, Russland, in den Iran und den Irak, aber auch in die Schweiz, nach Deutschland und Belgien. „Wir verbinden hier zum Nutzen unserer Kunden

gute deutsche und türkische Qualität – eine Kombination, die in vielen Ländern gefragt ist, was uns freut und uns optimistisch in die Zukunft schauen lässt.“

Qualität für modernes Wohnen

Gefragt sind die Fenster von Yapı Elemanları nicht nur bei privaten Bauherren. Für das im Januar 2014 eröffnete Fünfsternehotel Cornelia in Antalya verarbeitete Yapı Elemanları Roto NT Drehkippbeschläge ebenso wie Fentro Beschläge für Fensterläden und Patio Beschläge für Hebeschiebetüren. „Wir sind froh, dass wir auch für große Prestigeprojekte wie dieses im Sortiment von Roto alles finden, was wir benötigen. Dazu kommt, dass wir mit dem Service von Roto gerade hier in Istanbul sehr zufrieden sind.“ Rund 1.000 zweiflügelige Drehkippfenster hat Yapı Elemanları allein für das Cornelia nach Antalya geliefert.

„In Hotelbauprojekten ebenso wie im Wohnungsbau spielt das Kunststofffenster inzwischen eine wichtige oder wachsende Rolle wegen seiner Langlebigkeit, aber auch wegen der Isolierung, die mit einem hochwertigen Fenster zu erreichen ist“, ist Gökhan Coşkun überzeugt. „Wärme- und Hitzeschutz ebenso wie der Schall- und Einbruchschutz werden überall wichtiger. Aber natürlich sind inzwischen die meisten Märkte heiß umkämpft. Wir müssen deshalb sehr preisbewusst einkaufen und sicherstellen, dass unsere Fenster trotz ihrer hohen Qualität preislich wettbewerbsfähig bleiben. Dass Roto das Sortiment jetzt um den Roto OK erweitert hat, finden wir deshalb richtig und sinnvoll. Auch wenn wir in der Regel weiter mit dem Roto NT arbeiten werden, können wir bei preisaggressiven Ausschreibungen nun noch besser mithalten.“



Für das jüngst eröffnete Fünfsternehotel Cornelia Diamond Resort in Antalya lieferte Yapı Elemanları alle Fenster und Fenstertüren.



Zeki Coşkun (rechts im Bild) gründete 1997 die Kunststofffenster- und Kunststofftüren-Produktion Yapı Elemanları, deren Alleininhaber er seit 2010 ist. Sein Sohn Gökhan arbeitet seit dreizehn Jahren im Familienunternehmen und ist heute Mitglied der Geschäftsführung.



Seit 1997 setzt Yapı Elemanları auf Rehau Profile. Beschläge, Griffe, Schlösser und Türbänder kommen von Roto. „Das sagen wir auch deutlich in unserer Werbung, denn unsere Abnehmer kennen beide Unternehmen und schätzen sie. Wir profitieren sowohl von der Qualität als auch vom weltweit guten Image der Marke Roto“, betont Gökhan Coşkun.



So kommt die Marke ins Fernsehen – auf der Motorhaube eines 430 PS starken BMW in der Supercar Challenge.

Lecot-Raedschelders und Roto im Motorsport

Sport-Sponsoring für die Markenbekanntheit

■ **Event** Dröhnende Motoren und der Geruch von Öl und Benzin lassen Männerherzen höher schlagen. Dass dies auch in der Fenster- und Türenbranche gilt, hat Rik Lecot, Direktor beim belgischen Großhandelshaus Lecot-Raedschelders, festgestellt. Sein Unternehmen engagiert sich seit 2010 als Sponsor im Motorsport, seit 2013 gemeinsam mit Roto. Am 8. Juni besuchte er gemeinsam mit Roto Wirtschaftsraumleiter Mike Piqueur und vierzig gut gelaunten Kunden die Rennstrecke Francorchamps in den belgischen Ardennen.

Gemeinsam sponsern Lecot-Raedschelders und Roto den belgischen Rennfahrer Philippe Bonneel, dessen Karriere 2003 in der Mini Challenge begann. Seit 2012 ist er mit einem 430 PS starken BMW in der Supercar Challenge unterwegs. „Da Philippe Bonneel Amateur ist, braucht er dazu die Unterstützung von Sponsoren, für die sein schicker Wagen eine wirklich preisgünstige Form der Markenwerbung betreibt“, ist Mike Piqueur überzeugt. Philippe Bonneel sei in diesem Jahr einer der erfolgreichsten Fahrer in seiner Klasse gewesen, so der Roto Wirtschaftsraumleiter. Das führe zu viel Publicity in Presse und Fernsehen. „Die Marken Lecot-Raedschelders und Roto werden auf dem Rennwagen sichtbar zu Sendezeiten und in einem Umfang, den wir mit klassischer Werbung nicht bezahlen könnten.“

Ein Star zum Anfassen

Angenehmer Nebeneffekt: Philippe Bonneel nimmt sich gerne Zeit für seine Sponsoren und ihre Kunden. Regelmäßig besuchen ihn Vertreter von Lecot-Raedschelders und Roto gemeinsam mit Fenster- und Türenherstellern an den Rennstrecken. Gemeinsam besuchen sie seine Garage, sprechen mit ihm und seinen Mechanikern – für alle, die sich für Autos, Technik oder den Motorrennsport interessieren, ein besonderes Erlebnis. „Motorsport-Fans gibt es in unserer Branche viele“, freut sich Marcel Bontjer, Commercial Director von Lecot-Raedschelders, „und mit

einigen von ihnen teilen wir heute unvergessliche Erlebnisse.“ Ein Video vom Besuch in Francorchamps finden Motorsportfreunde hier: <http://www.rotoweb.eu/francorchamps-2014/>

Sympathisch durch Sport-Sponsoring

Markenwerbung durch Sport-Sponsoring – Mike Piqueur ist überzeugt davon, dass dieses Invest sich in jeder Hinsicht lohnt: „Wir werden regelmäßig von Kunden angesprochen, die unser Logo während einer Fernsehübertragung gesehen haben. Das ist der beste Beweis dafür, dass wir uns im richtigen Sport engagieren und diese Form des Marketings wirkt. Lecot-Raedschelders erlebt das ebenso.“ Zweifelsfrei sei ein Engagement als Sport-Sponsor auch für Fenster- und Türenhersteller ein lohnendes Invest. In jedem Markt und jeder Region gebe es Sportler, die regelmäßig in der Presse und im Fernsehen auftauchen. Sie seien ein wertvoller Imageträger für eine Marke, die auf sich hält. „Und wenn dann noch die assoziierten Eigenschaften einer Sportart gut zum Image des eigenen Unternehmens passen, hat man einen Volltreffer gelandet“, sagt Mike Piqueur und schmunzelt: „Schnell, professionell, dynamisch – ich finde, Roto und Philippe Bonneel haben sehr viel gemeinsam.“



Wirtschaftsraumleiter Mike Piqueur freut sich über die gute Zusammenarbeit mit Lecot-Raedschelders auch auf sportlichem Terrain.



Einmal ganz nah dabei und mit den Fahrern sprechen können – Motorsportfans bleibt so ein Tag noch lange in Erinnerung.

Aluprof setzt auf den Roto AL 540 Moderne in Aluminium

■ **Aluminium** Wenn höchste Anforderungen an Sicherheit, Bedienkomfort und Langlebigkeit gestellt werden, ist für viele Hersteller im oberen Aluminiumsegment das Programm Roto AL 540 die erste Wahl. Es ist modular nach dem Baukastenprinzip aufgebaut und für nahezu alle Fensterformen und -größen sowie für sämtliche Öffnungsarten lieferbar.

Auch die Aluprof S.A. – einer der führenden Lieferanten von Aluminiumsystemen der europäischen Bauwirtschaft – setzt seit Jahren auf Roto und in der jüngsten Vergangenheit vorzugsweise auf den Roto AL 540. Zbigniew Poraj, Sales Director im Objektgeschäft bei Aluprof S.A.,

berichtete Roto Inside von fünf Objekten in Polen, deren Fassaden von Aluprof realisiert wurden. Der Roto AL 540 sorgt zuverlässig in allen Fenstern dieser Gebäude für eine sichere Bedienung.



Die Form des „Libra Business Center“ in Warschau entwarf das Architekturbüro S.A.M.I. Um den Eindruck einer Ganzglasfassade zu erwecken, setzte Aluprof im System MB-SR50H so genannte „Schwimmende Fenster“ ein. Aufgebracht wurden die Gläser auf Profile aus dem System MB-70US HI, die mit Beschlägen aus dem Drehkippprogramm Roto AL 540 ausgestattet sind. Die Fensterrahmen wurden an den Pfosten der Fassade montiert und – wie bei einer Festverglasung – von außen verglast. Dadurch entfallen sichtbare Riegel unter den Fenstern und der angestrebte visuelle Effekt wird realisiert. Rund vierhundert Fenster wurden in dieser Art eingebaut.



In fünf Rundungen wölbt sich die moderne Glasfassade des neuen Pommerischen Technologiezentrums der Hafenstadt Gdynia dem Besucher entgegen. Das beeindruckende Gebäude entstand nach den Entwürfen des Architekturbüros AEC Krymow & Partners aus Warschau, die hier eine Reminiszenz an die modernistische Architektur der 1920er- und 1930er-Jahre schufen. Bebaut und gestaltet wurde ein Areal von rund 80.000 Quadratmetern. Im Inneren des hochmodernen Komplexes befinden sich Büros, Laboratorien, Konferenz- und Hörsäle, aber auch gastronomische Betriebe und Geschäfte. Die Glasfassade MB-SR85 SEMI wurde individuell auf dieses Objekt zugeschnitten. Ein großer Teil des Gebäudes nutzt dieses System in Verbindung mit einem zusätzlichen Vorbau mit Einfachverglasung. Einige Konstruktionen der Fassadenfenster sind nach außen öffnende Klappfenster, die von den festverglachten Fassadenteilen nicht zu unterscheiden sind. Die auf diese Weise konstruierten Fenster mit modernem Glasdesign sorgen für optimalen Wärme- und Schallschutz. Die Beschläge aus dem Programm Roto AL 540 lassen sich in mehreren hundert Fenstern des Technologiezentrums finden.



Ein neuer Bürokomplex mit 18.000 Quadratmetern Nutzfläche auf fünfzehn Etagen entstand innerhalb von zwei Jahren im eleganten Wirtschaftszentrum von Warschau. Entworfen wurde das „Atrium“ vom Warschauer Architekturbüro Kazimierski i Ryba. Eines der Ziele des Projektes war es, ein Gebäude mit einem hochmodernen Energiemanagement zu errichten. Zahlreiche innovative technische Lösungen sorgen dafür, dass Wärme effizient genutzt wird und der Energiebedarf des Gebäudes extrem niedrig ausfällt. Es ist also kein Zufall, dass das Objekt mit einem LEED-Platinum-Zertifikat ausgezeichnet wurde. In einem Teil der Fassadenkonstruktion kam das Pfosten-Riegel-System Aluprof MB-SR50N zur Anwendung, in einem weiteren Teil der großen vorgehängten hinterlüfteten Fassade kam das gut gedämmte System Aluprof MB-86 zum Einsatz. Hier finden sich rund fünfhundert Fenster mit dem Roto AL 540.



Keineswegs geplant war, dass das „Wola Center“ des Star-Architekten Stefan Kurylowicz zu dessen Denkmal wurde. Er galt als einer der wichtigsten Architekten Polens nach 1989 und starb am 6. Juni 2011 bei einem Flugzeugabsturz in Spanien. Seit den 1990er-Jahren entwarf Stefan Kurylowicz vor allem moderne Geschäftshäuser aus Stahl und Glas, die die Skyline der Stadt Warschau nachhaltig veränderten. Das „Wola Center“ war sein letztes Projekt. Es besteht aus vier Gebäuden, die durch eine großzügige Terrasse mit viel Grün verbunden sind. Es bietet insgesamt rund 31.000 Quadratmeter Bürofläche. Besonderes Merkmal der Aluminiumfassade sind deutlich ausgeprägte horizontale oder vertikale Linien, die sich aus dem Einsatz der Aluprof Pfosten-Riegel-Fassade MB-SR50 ergeben. Beschläge aus dem Programm Roto AL 540 kommen bei mehr als vierhundert Fenstern zum Einsatz. Einige von ihnen erreichen bei einer Breite von gerade einmal fünfzig Zentimetern eine Höhe von bis zu drei Metern.

Impressum

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

Redaktionsrat
Monique Gnuschke,
Udo Pauly

Redaktion
Comm'n Sense GmbH
Lensbachstraße 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



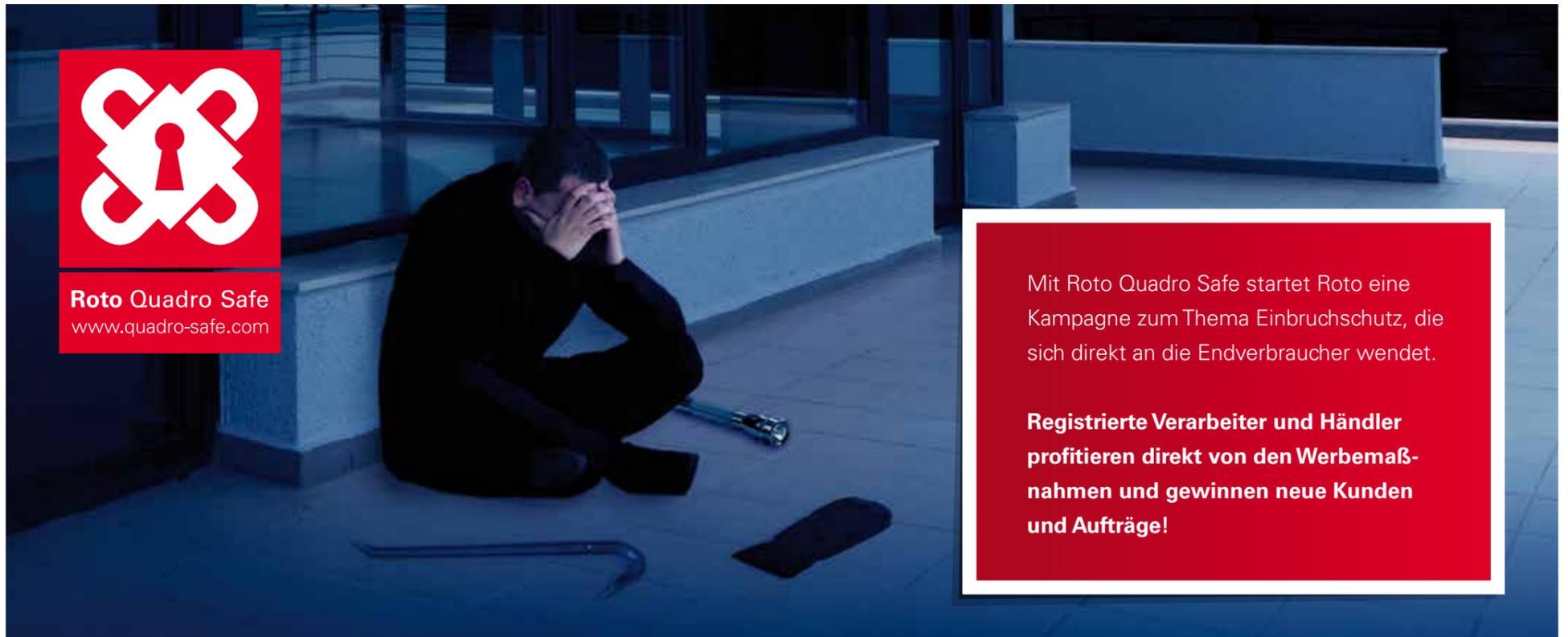
Ebenfalls in Warschau entstand 2012 der so genannte „Concept Tower“ nach den Entwürfen des Architekturbüros FS&P Arcus – Mariusz Ścisło. In den fünfzehn Etagen dieses markanten Glasturms finden sich heute neben Büros auch Wohnungen und Geschäfte. Die äußere Gebäudefassade basiert zum größten Teil auf dem Aluprof System MB-SR50 EFEKT, das sich dadurch auszeichnet, dass keine Aluminiumschiene benötigt werden. Rund 250 nach außen öffnende Klappfenster, ausgerüstet mit dem Beschlagprogramm Roto AL 540, finden sich im „Concept Tower“. Als besondere Herausforderung erwies sich die Neigung von vier Grad des mittleren der drei Gebäudeteile, denn auch in dessen geneigter Fassade kamen Top-Hung-Fenster aus dem Aluprof System MB-70Hi zum Einsatz.

Mehr Sicherheit! Mehr Aufmerksamkeit! Mehr Vorteile! Mehr Kunden!

Roto investiert in innovative Einbruchschutz-Kampagne

■ **Neu bei Roto** Die Entwicklung ist dramatisch: Seit 2008 sind die Einbruchszahlen kontinuierlich auf mittlerweile mehr als 150.000 jährliche Meldungen gestiegen. Über die zumeist unaufgeklärt bleibenden Straftaten, bei denen in der Regel Fenster und Türen als Einstiege genutzt werden, berichten auch die Medien immer häufiger und umfassender. Doch wie setzt man einem Einbruchversuch maximalen Widerstand entgegen? Mit Roto Quadro Safe, einer Technologie bestehend aus vier Sicherheitskomponenten für Fassaden- und Dachfenster, liefert Roto Verbrauchern eine Antwort auf diese Frage. Doch nicht nur das: Gleichzeitig ermöglicht Roto Verarbeitern und Händlern, Teil eines innovativen

Vermarktungskonzeptes zu werden und Zusatzgeschäfte zu generieren. Denn Roto investiert in eine vernetzte Einbruchschutz-Kampagne für Fassaden- und Wohndachfenster mit Sicherheitsausstattung. „Ein Engagement für die gesamte Wertschöpfungskette unserer Branche, das es so noch nicht gegeben hat“, betont Udo Pauly, Marketingleiter der Roto Division FTT, „und ein Invest, von dem unsere Partner in der Fensterherstellung, im Verkauf und im Handwerk gleichermaßen profitieren werden.“ Roto Inside sprach mit ihm über Ziele und Aufbau der Kampagne.



Roto Quadro Safe
www.quadro-safe.com

Mit Roto Quadro Safe startet Roto eine Kampagne zum Thema Einbruchschutz, die sich direkt an die Endverbraucher wendet.

Registrierte Verarbeiter und Händler profitieren direkt von den Werbemaßnahmen und gewinnen neue Kunden und Aufträge!

Alle dreieinhalb Minuten wird eine Wohnung oder ein Haus in Deutschland aufgebrochen. Professionell werden die Bewohner von Häusern und Wohnungen ausspioniert und dann in einem unbeobachteten Moment blitzschnell um Werte und Erinnerungsstücke beraubt, die fast immer unwiederbringlich verloren sind. In den meisten Fällen steigen die Diebe über Fenster ein, oft durch Balkon- und Terrassentüren oder über eine schlecht gesicherte Haustür. Dabei können Fenster mit moderner Sicherheitstechnik selbst erfahrenen Einbrechern das Leben schwer machen!

Bereits seit Mitte 2013 ist die wachsende Zahl der Wohnungseinbrüche ein „Top-Thema“ der Presse. Fast alle namhaften Zeitungen und Zeitschriften, Funk und Fernsehen haben sich bereits mit der Gefahr befasst, die von internationalen Diebesbanden ausgeht. „Das ist der vielleicht beste Beweis für die enorme Relevanz des Themas beim Endverbraucher“, unterstreicht Udo Pauly, bevor er kritisch anmerkt: „Die Fenster- und Türenbranche allerdings macht sich das bisher kaum zunutze und bleibt erstaunlich passiv.“ Dabei gebe es im Grunde keine bessere Steilvorlage für die Fenster- und Türenbranche als die Berichterstattung der Presse über das wachsende Einbruchrisiko, um Kompetenz zu dokumentieren, Kunden zu begeistern, Nachfrage zu generieren und Mehrwert zu verkaufen.

Aktive Kundenunterstützung durch Endverbraucheransprache

Genau hier setzt die Marketing-Offensive von Roto an: Da Einbruchschutz ein immer stärkeres Verkaufsargument für Verarbeiter

und Händler ist, bietet Roto überzeugende Sicherheitslösungen in beiden Divisionen: Bei Fassadenfenstern und Fenstertüren werden die Erfolgsaussichten der Einbrecher und ihrer Aufhebelversuche am Fenster durch einen abschließbaren Fenstergriff, einen unsichtbar angebrachten Anbohrschutz, Pilzkopfsicherheits-schließzapfen aus gehärtetem Stahl und mehrfach verschraubte Sicherheitsschließstücke drastisch reduziert. Bei Dachfenstern sind es der abschließbare Multifunktionsgriff, ein spezialbeschichtetes Alarmglas, Zentralverriegelungen aus massivem Stahl und eine kontaktlose Öffnungsüberwachung. Mit Roto Quadro Safe gibt Roto diesen Sicherheitsvorteilen einen leicht verständlichen Namen, nach dem Verbraucher direkt beim Verarbeiter oder Händler fragen und sich für bewährte Roto Technologie in den Fenstern deutscher Hersteller entscheiden können. Zusätzliche Nachfrageimpulse würden sich außerdem, so Pauly, aus der staatlichen Förderung für Einbruchschutz-Maßnahmen ergeben, die seit neuestem in Form von Krediten und Zuschüssen der KfW angeboten wird.

Widerstand nicht zwecklos

Mit einer breit angelegten Endverbraucher-kampagne inszeniert Roto die Kernaussage: Mit Lösungen von Roto ist Widerstand gegen Einbruch nicht zwecklos! Hierfür steht das Key-Visual des frustrierten Einbrechers, der am Fenster mit Roto Quadro Safe Technologie scheitert und keine Bedrohung für Verbraucher mehr darstellt. Ab Februar 2015 wird Roto der **Endverbraucherpresse** umfangreiche und kontinuierliche Informationen zum Thema bieten. Außerdem wird das Thema

Einbruchschutz auch aktiv von Roto in den **sozialen Netzwerken** gespielt werden. Und – was in der Branche bisher einzigartig ist – es werden **Radiospots** ausgestrahlt, die den Verbraucher ganz direkt ansprechen und auf die **Microsite im Internet** verweisen.

www.quadro-safe.com

Unter dieser Adresse finden Verbraucher – neben Informationen zur Wirksamkeit von Roto Quadro Safe und Werbematerialien – vor allem den direkten Weg zum Verarbeiter und Händler. Denn hier werden all jene gelistet, die Fassaden- und Dachfenster mit Roto Quadro Safe Technologie vertreiben und sich online für die Teilnahme an der Kampagne registriert haben. Nur diese Händler dürfen das Siegel Roto Quadro Safe in ihren Ausstellungsräumen oder Fenstern nutzen. So können sie sich als Spezialisten für sichere Fassaden- und Dachfenster positionieren und Zusatzgeschäft generieren. Daher bietet Roto bereits ab November 2014 Verarbeitern und Händlern an, Teil des innovativen Vermarktungskonzeptes zu werden. „Auch diese Investition ist Ausdruck der Kundennutzenorientierung von Roto, die unter dem Motto ‚Nah am Kunden‘ steht“, so Pauly. „Die Roto Gruppe will ihre Kunden genau dort unterstützen, wo die Hilfe ergebniswirksam ist.“

Service für teilnehmende Verarbeiter und Händler

„Registrierte Kampagnenteilnehmer finden auf der Microsite individualisierbare Werbeanzeigen als kostenfreie Downloads sowie Presstexte und -bilder, die sie regionalen Zeitungsredaktionen zur Verfügung stellen können“, betont Udo Pauly.

Broschüren ebenso wie Aufkleber mit dem Siegel Roto Quadro Safe könnten kostenfrei auf der Microsite bestellt werden. Viel Arbeit und Vorbereitung stecke unübersehbar in den vielen Bausteinen der Kampagne, trotzdem sei ihre Idee bestechend einfach, fasst er zusammen: „Roto lockt kaufinteressierte Hausbesitzer an, die Verarbeitern und Händlern unmittelbar zugeführt werden. Am Schluss entscheiden unsere Partner selbst darüber, wie erfolgreich die Kampagne wird. Je mehr Mitwirkende sich engagieren, umso größer der Druck auf den Markt und umso größer die Wirkung. So ist das in der Werbung und so wird es wohl auch immer bleiben.“

Maßnahmen für die Endverbraucher-Ansprache

- Pressearbeit
- Hörfunk-PR
- Hörfunk-Werbung
- Informationsbroschüren
- Microsite www.quadro-safe.com
- Social Media (Facebook, Twitter)

Vorteile für teilnehmende Verarbeiter und Händler

- Pressearbeit und PR-Unterstützung (Vorlagen, Leitfaden)
- Fachwerbung
- Aktionspakete (unter anderem mit Broschüren und Streuartikeln für die eigene Ausstellung)
- Chance auf Umsatzsteigerung durch Neukundengewinnung, Mehrwert-Verkauf, Differenzierung zum Wettbewerb und Imagesteigerung



➤ **Bereits ab November 2014 bietet Roto allen Marktpartnern die Möglichkeit, sich auf der Microsite als Ansprechpartner für den Endverbraucher zu registrieren:**

www.quadro-safe.com

Beschlagsanierung in einem Büro- und Hotelkomplex

Dauerhaft attraktiv und sicher

■ **Aluminium** Imposant anzusehen ist der vor über 25 Jahren erbaute Büro- und Hotelkomplex „Business In-West“ an der Berliner Straße in Ratingen. Fast 34.000 Quadratmeter Fläche vermietet hier der Eigentümer, die DO Deutsche Office AG. Rund 75 Prozent des Gebäudes haben die Deutschlandzentrale des Elektronikkonzerns LG und das 4-Sterne-Hotel relaxa Airport angemietet. Um den bestehenden und zukünftigen Mietern dauerhaft eine Premium-Immobilie mit viel Komfort und Sicherheit bieten zu können, setzt die Deutsche Office auf guten Service und eine solide Instandhaltung: Rund 2.000 Fenster in den eleganten Fassaden werden deshalb in diesem und im kommenden Jahr mit neuen Roto Beschlägen ausgestattet.

Der Komplex besteht aus drei Gebäudeteilen mit repräsentativen Eingangsbereichen, einem lichtdurchfluteten Atrium und großzügig begrünten Vorplatz. Die Aluminiumfenster des Gebäudes wurden 1989 mit dem Roto ALU 100 ausgestattet. Die Profile waren eine Eigenentwicklung des verantwortlichen Fensterherstellers – ein Unternehmen, das heute nicht mehr existiert, also bei den bevorstehenden Sanierungsaufgaben keine Unterstützung leisten konnte. „Der aktuelle Sanierungsbedarf bei den Fenstern hat mehrere Gründe und ist absolut nicht unüblich für Gebäude aus den ‚1980er-Bauboomjahren‘“, erläutert Gutachter und Sachverständiger Udo Grub aus Kirchwald bei Koblenz (www.fassaden-expert.eu), der das Projekt betreut.

Fenster- versus Beschlag austausch

Erste eingeholte Meinungen empfahlen die „radikale“ Lösung: den vollständigen Fenster austausch. Grobe Kostenschätzung: Kein Fenster unter 1.500 Euro! Eine Maßnahme, die aus Sicht des erfahrenen Gutachters in diesem und vielen vergleichbaren Fällen jedoch überhaupt nicht nötig ist. „In vielen Gebäuden aus den 1980er-Jahren sind die Fenster als Bauteil noch vollkommen in Ordnung. Häufig ist es allerdings nötig, die Dichtung zwischen Profil und Glas zu erneuern oder wie hier in Ratingen die Fenster mit neuen Beschlägen auszustatten, um sicherzustellen, dass die Fenster noch einmal 25 Jahre zuverlässig gute Dienste leisten. Und zwar ohne Einschränkungen bei Komfort und Sicherheit für die Gebäudenutzer“, ist Udo Grub überzeugt.

Entsprechend definierte der Gutachter in Abstimmung mit dem Eigentümer den Sanierungsbedarf und fand im Roto AL 540 eine ebenso überzeugende wie leistungsfähige Beschlagalternative für den nicht mehr verfügbaren Roto ALU 100. Rund 1.000 Fenster der unter anderem von LG und dem relaxa-Hotel genutzten Gebäudeteile sollen noch in diesem Jahr mit den neuen Beschlägen ausgestattet werden, die restlichen Fenster folgen dann 2015. Für kurze Wege und die Einhaltung des engen Zeitplans sorgt die in der Tiefgarage des Gebäudes eingerichtete Sanierungswerkstatt.

Alt gegen neu in eineinhalb Stunden

Die Abfolge der Sanierungsarbeiten spielte sich schnell ein: Demontage der Fensterflügel und Transport in die Vor-Ort-Werkstatt, Einbau eines provisorischen Fensters, Reinigen der Profile von Flügel und Rahmen, Austausch des Beschlages und Wiedereinbau der Flügel. Das Team der beauftragten Montagefirma Franz Brauer aus Rheinberg (www.franzbrauer.de) brauchte hierfür schon nach kurzer Zeit nicht mehr als eineinhalb Stunden pro Fenster. Wobei der Beschlagwechsel selbst kaum Zeit kostete, wie Stefano Gianfreda berichtet, der als zuständiger Roto Berater den Roto AL 540 empfahl. „Das Entfernen des alten Beschlages dauert kaum länger als fünf Minuten pro Fenster. Wesentlich aufwändiger gestaltet sich die Reinigung insbesondere des Nutgrundes, die per Hand und mit Sorgfalt erledigt werden sollte. Teilweise mussten die Flügelprofile etwas zugeschliffen werden, damit der Roto AL 540 perfekt sitzt. Nach dem Umbau werden

dann alle Fenster durch die TiltFirst Technologie vor einer Fehlbedienung viel besser geschützt sein als in der Vergangenheit. Die bronzefarbenen Griffe mit abschließbarer Olive sind eine Sonderanfertigung passend zu den braun lackierten Aluminiumprofilen“, so Stefano Gianfreda. Aufgrund der zum Teil wechselnden Nutzer, besonders im Hotelbetrieb, habe Roto für alle Fenster Bedienungspiktogramme in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung gestellt. Diese werden nach der Abnahme der Fenster unter dem Bedienhebel am Flügel aufgeklebt. Dort sollen sie noch einmal auf die sachgerechte Handhabung der Fenster hinweisen.

Sinnvolles Invest

Thomas Frey von der DO Deutsche Office AG, zuständig für das Technische Management, bewertet den Kosten-Nutzen-Vergleich jedenfalls positiv. „Unter Berücksichtigung von Zeit- und Materialaufwand liegen wir jetzt bei Investitionen von rund einem Fünftel der für

die Komplettsanierung ermittelten Kosten. Bei 2.000 Einheiten ist das natürlich immer noch ein enormes Invest. Dafür profitieren unsere Mieter aber von sehr funktionalen und sicheren Fenstern. Gleichzeitig funktioniert auch der Ablauf der Arbeiten vor Ort hervorragend. Die gesamte Sanierung erfolgt bei laufendem Hotel- und Bürobetrieb. Die Hotel-einrichtungen werden geschützt, die Mitarbeiter von LG werden bei ihrer Arbeit kaum gestört. Beides konnte durch das sensible Agieren der Montageteams und der gut geplanten Baustellenlogistik sichergestellt werden.“

Von den neuen Beschlägen zeigt sich auch der Gutachter überzeugt. „Jetzt ist sichergestellt, dass die Mieter die Fenster zwar kippen, aber nicht mehr drehen können, was Fehlbedienungen in der Zukunft vermeidet. Die uneingeschränkte Funktionalität der Fenster sollte so auch in den nächsten Jahrzehnten gesichert sein.“

Dauerhaft sicher: Roto AL 540 TiltFirst Beschlag

Für eine sichere und komfortable Handhabung aller Fenster sorgt in den Fenstern dieser Immobilie der Deutschen Office zukünftig der Roto AL 540 als Öffnungsvariante TiltFirst (Kippen vor Drehen). Die größten Drehflügel sind 1.495 mm breit und 1.768 mm hoch. Jeder dieser Flügel wiegt circa 110 kg. Der größte Teil der sanierten Flügel ist 803 mm breit und 1.768 mm hoch. Sie wiegen etwa 70 kg.

Aus dem Programm Roto AL 540 kommen zum Einsatz:

- die Bandseite für Flügel bis 130 kg
- TiltFirst Verschlussteile mit integrierter Schaltsperre an der oberen Eckumlenkung
- TiltFirst Aufsatzgetriebe abschließbar
- TiltFirst Schere und
- eine an die Flügelabmessungen angepasste Anzahl an Verschlusspunkten.

Bei den großen Elementen kommt zusätzlich eine TiltFirst Zweitschere oben zum Einsatz. Diese ist ab Flügelbreiten von 1.300 mm einzusetzen.



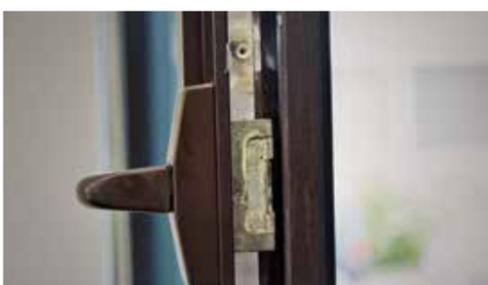
Repräsentativ wie eh und je: Der vor über 25 Jahren erbaute Gebäudekomplex „Business In-West“ an der Berliner Straße in Ratingen beherbergt heute unter anderem die Deutschlandzentrale des Elektronikkonzerns LG. Rund 8.000 Quadratmeter Büroflächen, die ab einer Größe von 300 Quadratmetern angemietet werden können, warten gegenwärtig frisch renoviert auf neue Mieter. Vermieter ist die DO Deutsche Office AG.



Roto Anwendungstechniker Günter Cornelius schulte die Montageteams vor Ort, insbesondere im Umgang mit den von Roto zur Verfügung gestellten Schablonen zum Vorbohren und Ablängen des Roto AL 540.



Die Abfolge der Sanierungsarbeiten spielte sich schnell ein: Demontage der Fensterflügel und Transport in die Vor-Ort-Werkstatt, Einbau eines provisorischen Fensters, Reinigen der Profile von Flügel und Rahmen, Austausch des Beschlages und Wiedereinbau der Flügel. Die wenig aufwendige Profilbearbeitung ist aufgrund der Platzverhältnisse für die Bänder notwendig. Da die Bänder des Roto ALU 100 andere Größenabmessungen hatten als die jetzt eingesetzten Bänder des Roto AL 540, musste in einigen Flügeln der Überschlag befräst werden, um ein sauberes Eindrehen und Anliegen der Flügel zu gewährleisten.



In die rund 2.000 Fenster des Ratinger Gebäudes wurden im Baujahr 1989 Roto ALU 100 Beschläge von Roto eingebaut. Sie werden nun komplett ersetzt durch Garnituren aus dem Programm Roto AL 540.



Die leistungsstarke Alternative: Der Roto AL 540 überzeugte den Gutachter hinsichtlich Funktionalität, Sicherheit und Preis. Durch leichte Anpassungen der Profile fügt sich der neue Beschlag perfekt in die existierenden Aluminiumfenster.