

DUETTE® mit Smartcord® Bedienung
Wirkungsvoll am Fenster. Schön im Raum.

duette.de | duette.at | duette.ch


DUETTE®
Das Original Wabenplissee.

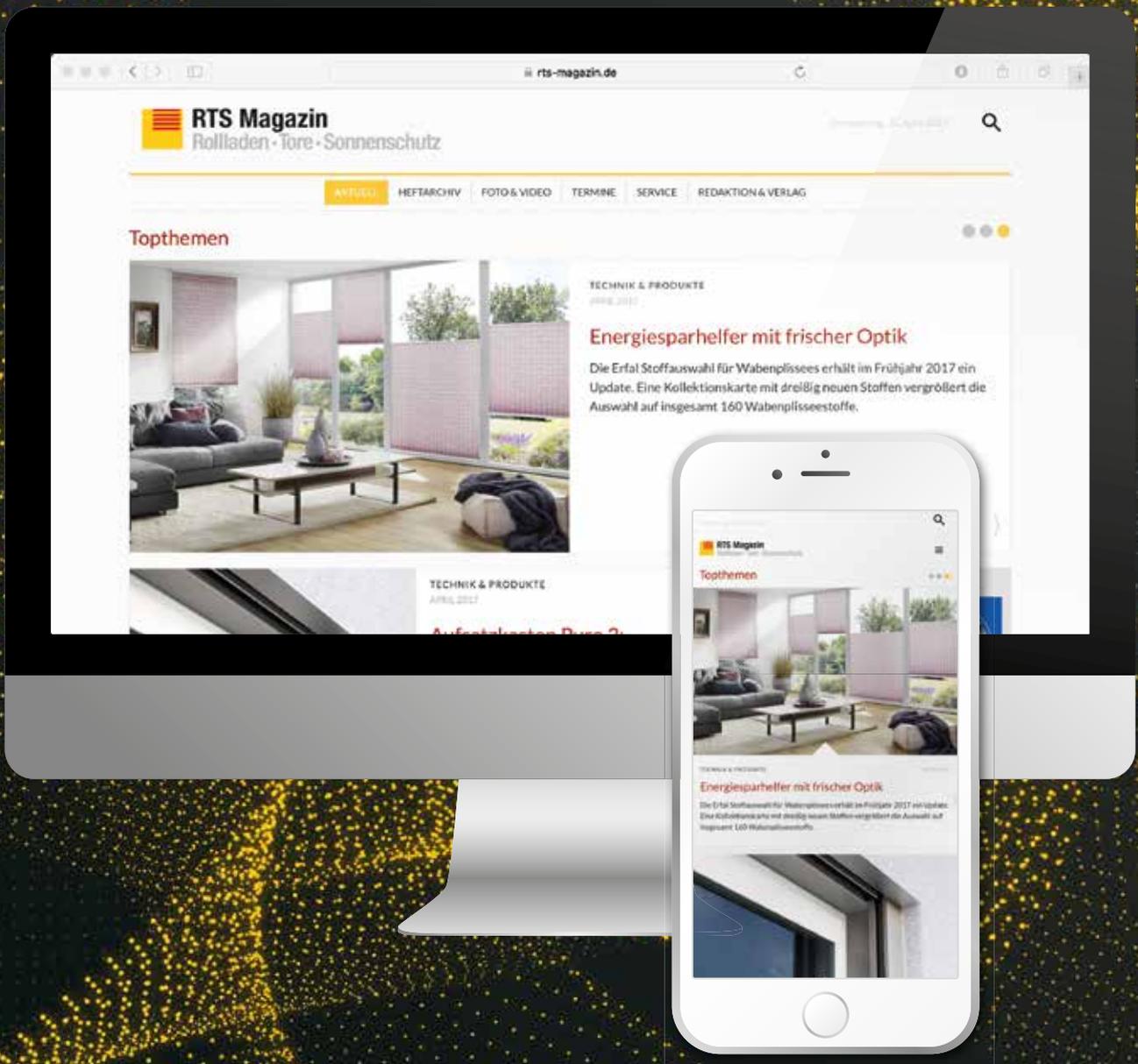
OBJEKT: Sonnenschutz für Pilotprojekt

TECHNIK: Alles im Griff per Fingertipp

PRODUKTE: Viel Schatten, schlanke Form

Noch näher am Puls der Branche

Die neue RTS Magazin Website:
jetzt auch optimiert für Smartphone und Tablet.



Klicken Sie rein und erfahren Sie alles Wichtige zu Produkten, Unternehmen, Veranstaltungsterminen und Fachthemen. Entdecken Sie unsere umfangreiche Fachrecherche mit allen Heft-Beiträgen der letzten Jahre.

Neugierig? www.rts-magazin.de

Damals? Da war es langsamer

Mittendrin in der Sommerzeit, macht sich bei den meisten zum Glück ein bisschen Ruhe breit. Ich finde, dass einem oftmals erst in solchen Phasen auffällt, dass es vorher dann und wann vielleicht doch etwas hektisch war. Wie schnell sich der Alltag dreht, ist mir neulich an einem ziemlich banalen Beispiel aufgefallen. In meinem Auto herrscht Krieg, sobald alle Kinder an Bord sind und es um die Auswahl der zu spielenden Musik geht. Die Geschmäcker sind nun mal äußerst verschieden. In einem Anfall pädagogischer Übermotivation wollte ich meinem Nachwuchs vor Augen führen, was ich denn „damals“ für Musik gehört habe. Und das, obwohl ich ganz genau weiß, dass Kinder sowas hassen! Trotzdem sah ich das in dieser speziellen Situation als einzigen Ausweg, um mit der klaren Ausspielung meines Chef-Postens innerhalb der Familie ein Handgemenge auf dem Rücksitz zu verhindern.



Erstaunlich zeitnah fand ich in meinem Handschuhfach noch eine CD mit den Hits aus den 90ern. Es gab Zeiten, da bekam man die an der Tankstelle als Prämie und ich konnte mich bislang noch nicht überwinden, mich der glitzernden Scheibe zu entledigen – schließlich haben mich die dort verewigten „Hits“ durch meine Jugend begleitet. Bereits die ersten Akkorde brachten das ersehnte Resultat: Frieden auf den billigen Plätzen. Es waren sich nämlich alle einig, dass die Mucke ziemlich blöd und lahm ist.

Doch anstatt mich über diesen Zustand der Entspannung zu freuen wurde ich nachdenklich. Ich musste mir nämlich eingestehen, dass ich die Lieder auch ziemlich lahm fand. Vergeblich versuchte ich mir vorzustellen, wie wir damals dazu getanzt haben sollen. Heute bin ich definitiv zügigeren Schrittes beim Ein-

kaufsbummel unterwegs, als ich es damals offensichtlich auf der Tanzfläche war.

Wenn sich bei mir dunkle Gedanken auftun, suche ich stets was Positives an dem, was mir gerade die Laune verhagelt. Das war bei den Songs aus den 90ern sehr einfach: Man versteht, was die da singen! Als Teenager konnte ich alle Texte auswendig, auch wenn es sicherlich bei der Übersetzung durch mangelnde Sprachkenntnis Defizite gab. Aber danach hat ja eh niemand gefragt. Heute ist das anders: Auch, wenn meine Sprachkenntnisse seit den 90ern zweifelsohne zugenommen haben, bin ich oft nicht in der Lage zu verstehen, was in den aktuellen Charts so gesungen wird. Meine Kinder wollen das aber leider immer wissen und es ist ihnen auch in keiner Weise peinlich, mich ständig danach zu fragen und mich um eine Übersetzung zu bitten. Wie soll ich da als allwissendes Vorbild mein Gesicht wahren?

In diesem Punkt habe ich mittlerweile resigniert und gestehe gerne mein Unvermögen ein. Eigentlich kann ich da ja auch gar nichts für – diese furchtbar schnelle Musik und das Genuschel der Sänger sind schuld. Ich halte es in solchen Situationen jetzt wie ein Kind: Es wird einfach gesungen bzw. gesagt, was gehört wird. Beispielsweise sorgte 2010 der Titel Wavin' Flag für viel Freude, wenn dieser Hit stets selbstbewusst „Give me Wiesen, give me Weiher“ als Eingangszeilen verpasst bekam, die dann aus dem Kinderzimmer zu vernehmen waren. Geraume Zeit später wurde konsequent „Katze loves you“ statt „Got to love you“ gesungen. Ich könnte unzählige weitere Beispiele aufzählen, aber eins ist allen gemein: Sie sorgen stets für gute Laune. Und davon kann man im schnellen Alltag nie genug haben! Vielleicht nutze ich dennoch die Sommermonate, um einen dynamischeren Tanzstil für meinen nächsten Clubbesuch zu entwickeln. Die 90er kommen ja nun mal nicht wieder und ganz will ich den Anschluss auch nicht verlieren.

Beste Grüße
Maren Meyerling
rts@verlagsanstalt-handwerk.de

MultiTec Touch-868

Mehr Komfort



**Multitalent
für mehr
Bedienkomfort!**

Mit dem idealen Funkwandsender MultiTec Touch-868 Rollladen- und Sonnenschutzsysteme per Touchscreen intuitiv bedienen. Eingelernte Geräte lassen sich auch in individuellen Gruppen, gleichzeitig, per Astrofunktion oder Urlaubsprogramm steuern.



www.elero.de



Seite 16



Seite 19

- **Editorial**
 - Damals? Da war es langsamer3

- **Titelstory**
 - Duette® Wabenplissee bringt Mehrwert6

- **Branche**
 - Ganz nah am Markt und am Kunden8
 - Konstante Lieferzeiten und Liefertreue9
 - Durch Digitalisierung die Zukunft sichern10
 - Investition in den französischen Markt12
 - Willkommene Unterstützung12
 - Zukunftsweisende Weichenstellung in der operativen
Geschäftsführung13
 - Rollladen, Tore und Sonnenschutz von ihrer besten Seite14

- **Objekte**
 - Home 21, Wien:
Sonnenschutz für Pilotprojekt.....16
 - Gemeindezentrum, Sydney:
Homage mit architektonischer Wirkung19
 - Private Villa, Antigua:
Karibischer Traum mit schlichter Eleganz20
 - BHS Corrugated Firmenzentrale, Weiherhammer:
Freier Blick auf die Oberpfalz22

- **Technik**
 - Rolltore mit bis zu 37 dB Schallschutz24
 - Einfache Symbole für wesentliche Parameter.....24
 - Plug-and-Play-Lösung als Funkvariante25
 - Das Haus im Griff per Fingertipp26
 - Markisen mit smarter Technik bedienen.....27
 - Lernen wie zu Kaisers Zeiten.....28
 - Innovative Technologie29

- **Produkte**
 - Aktuelle Produktneuheiten 30-39

■ Markt

Zutrittskontrolle im Live-Betrieb40

Neuer Terrassenplaner40

Praxisorientierte Unterstützung.....41

Logistikflotte erweitert.....41

Ausgezeichnet in drei Kategorien.....42

Neues Sägezentrums42

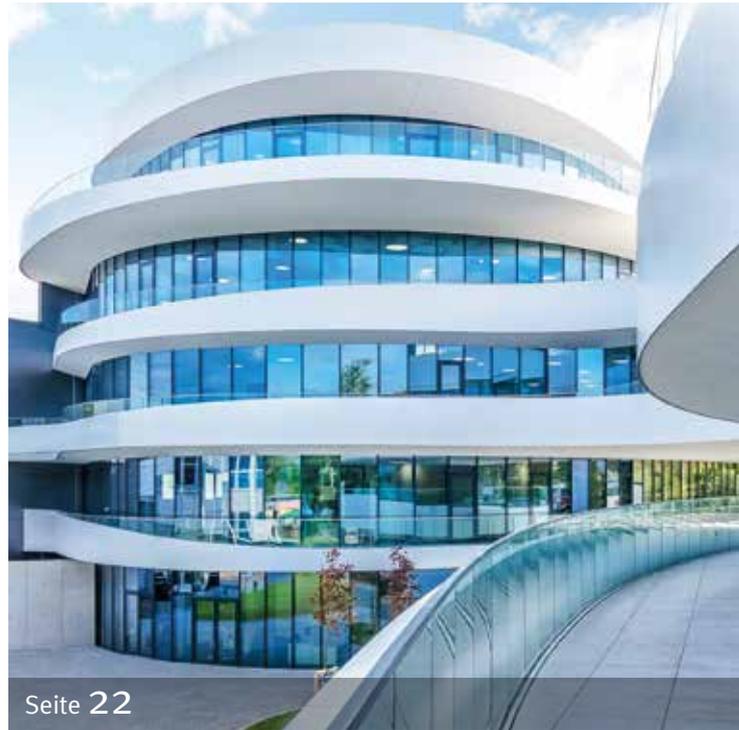
Ausgezeichnete Anwendung43

Branchenbefragung im deutschen Handwerk43

Vorreiter bei der Vermeidung von Marine Litter44

Smarte, gelebte Realität44

Markenkampagne mit Jogi Löw.....45



Seite 22

■ Messen und Veranstaltungen 46

■ Inserenten- und Unternehmensverzeichnis 56

■ Rückblick..... 58

■ Impressum 58



Duette

Zum Titel

Mit einer Vielzahl dekorativer Gewebe und Dessins, vielen funktionalen Vorzügen und dem Mehrwert eines erfolgreichen Markenkonzeptes entwickelt sich Duette® Wabenplissee zum Bestseller.



ROLLTORE VON HEYDEBRECK

Why not?



Die transparenten Duette® Qualitäten erzielen auch energieeffiziente Vorzüge wie die blickdichten Duette® Qualitäten. Pur, stylish und transparent schenken sie mit einem gleichmäßigem Faltenbild auch an großen Fensterflächen viel Atmosphäre und Behaglichkeit – und das ganz ohne störende Lichtpunkte.

Duette® Wabenplissee bringt Mehrwert

Mit einer Vielzahl dekorativer Gewebe und Dessins, vielen funktionalen Vorzügen und dem Mehrwert eines erfolgreichen Markenkonzeptes entwickelt sich Duette® Wabenplissee zum Bestseller. Für die Endkunden ist das Original Duette® Wabenplissee ein Must Have, denn hier wird der Premiumanspruch und die Markenqualität sichtbar.

Die große Vielfalt an Stoffen, Farben und Dessins ermöglicht fein abgestimmte individuelle Fenstergestaltungen. Ob transparent, blickdicht oder abdunkelnd, schwer entflammbar oder nachhaltig produziert – Duette® Wabenplissee wird höchsten Ansprüchen an komfortablen Licht-, Sicht- und Sonnenschutz in jeder Ausführung gerecht.

Mehrwert Energieeffizienz

Dabei bietet das Original Duette® Wabenplissee und die Duette® Wabenstruktur eine Vielzahl an einzigartigen Vorteilen, die

der Fraunhofer IBP-Bericht* nachweist. Im Sommer schützt sie mit ihrem Luftpolster vor Sonnenlicht, aggressiver Hitzeeinstrahlung, schädlichen UV-Strahlen und reduziert die Wärmeaufnahme am Fenster um bis zu 78 Prozent*. Statt einer kosten- und energieintensiven Klimaanlage oder Strom fressender Ventilatoren können mit dem Duette® Wabenplissee bis zu 250 Watt/m² Energie eingespart werden. Im Winter wirkt Duette® Wabenplissee am Fenster wie ein perfekter Kälteschutz, der die Räume vor dem Auskühlen bewahrt. Die Fraunhofer Studie* bestätigt, dass Duette® Wabenplissee den Wärmeverlust am Fenster um bis

zu 46 Prozent reduzieren kann und eine Heizenergieersparnis von bis zu 51 Prozent ermöglicht. Mit dem Duette® Energiesparrechner www.duette.de/esr lässt sich die mögliche Heizkostensparnis ganz einfach berechnen.

Mehrwert Akustik

Darüber hinaus trägt Duette® Wabenplissee durch die schallabsorbierenden Eigenschaften auch zu einer besseren Raumakustik bei. Die Sprachverständlichkeit und die Aufenthaltsqualität im Raum verbessern sich deutlich hör- und spürbar. Ob in pri-



Mehrwert Marke



Friedrich W. Petrat und Mirko Müller-Stüler sind die Geschäftsführer des Unternehmens.

Friedrich W. Petrat und Mirko Müller-Stüler, Geschäftsführer von Hunter Douglas Deutschland, entwickelten das erfolgreiche Duette® Markenkonzept. Dabei wurde früh erkannt, dass das Internet die klassischen Vertriebsstrukturen revolutioniert, Marke und Markenphilosophie dabei eine herausragende Bedeutung erzielen und innovative cross-mediale Marketingkonzepte gefordert sind. Mit der Duette® Anzeigenkampagne in den führenden Wohn- und Baumagazinen und der Duette® Website wird Duette® Wabenplissee als Endverbrauchermarke konsequent aufgebaut. Über die Duette® Anzeigenkampagne werden 2018 weit über 40 Mio Endverbraucherkontakte generiert. Über die Duette® Website erleben durchschnittlich mehr als 23 000 Besucher pro Monat die Atmosphäre der Markenwelt von Duette® Wabenplissee mit vielen Wohnbeispielen und den funktionalen Vorzügen. Über die Fachhändlersuche finden sie einfach und schnell die Duette® Fachhändler in Ihrer Nähe. Diese werden mit POS-Paketen und vielem mehr unterstützt. Der Duette® Partner kann die POS-Materialien einfach über das Portal für intelligente Sonnenschutzsysteme www.iss-portal.info kostenlos bestellen.

vaten Wohnräumen oder im Objektbereich, überall wo Raumschall gedämpft werden sollte, empfehlen Raumakustiker den großflächigen Einsatz von Duette® Wabenplissee. Das Fraunhofer Institut für Bauphysik bestätigt in seiner Studie** eine effek-

tive Schalldämpfung um bis zu 45 Prozent. So lässt sich unangenehmer Nachhall, der durch den Einsatz von Oberflächenmaterialien wie Sichtbeton, Glas und Metall entsteht, effektiv reduzieren. Im Gegensatz zu herkömmlichen Akustikmaßnahmen sind

die Duette® Wabenplissees problemlos nachrüstbar.

Mehrwert Tag/Nacht

Einen besonderen Komfort bietet Duette® Wabenplissee in der effektiven Tag-Nacht-Kombination mit zwei verschiedenen Stoffqualitäten in einer Anlage.

Diese Kombination bietet den optimalen Licht-, Sicht- und Sonnenschutz zu jeder Tages- und Nachtzeit. Am Tag taucht ein transparentes oder blickdichtes Gewebe die Räume in ein sanftes Licht und schützt wirkungsvoll vor neugierigen Blicken. Die abdunkelnde Stoffqualität schenkt allen, die nur im Dunkeln richtig gut schlafen können, eine erholsame Nachtruhe auch in hellen Sommernächten. Aufgrund der innenliegenden Technik gibt es auch keine störenden Lichtschlitze.

www.duette.de

* Fraunhofer IBP-Bericht ESB-004/2011 HOKI. Untersucht wurde die Effizienz von Duette® Wabenplissee an verschiedenen Fenstertypen, darunter auch modernste Fenster mit Wärmeverglasung.

** Fraunhofer IBP, IBP-Bericht S 10349



Fotos: © Duette (4)

Auch die Vielzahl an unterschiedlichen Bediensystemen stellt einen großen Mehrwert dar. Ob in die Glasleiste gesetzt, in die Fensternische integriert oder frei hängend – alles ist möglich.

Ganz nah am Markt und am Kunden

Flexalum ist seit 22 Jahren auf dem Markt aktiv und ist ein Mitglied der Hunter Douglas Group. Wir sprachen mit dem technischen Vertriebsleiter Thomas Zirkel über die Ausrichtung sowie über die innovativen Produkte des Unternehmens aus Düsseldorf.

RTS: Was hatten Sie denn zur R+T 2018 im Gepäck?

Thomas Zirkel: Zum einen haben wir unsere drei Fluchtraffsysteme präsentiert, mit denen wir sehr stark am Markt sind: das mechanische, das elektrische für den 1. Fluchweg und das mechanische für den 2. Fluchweg. Insbesondere mit der letzten Lösung sind wir einzigartig am Markt, weil sie funktional, einfach und kostengünstig

ist. Das Interesse daran war auf der R+T enorm groß.

Zum anderen haben wir die Weltleitmesse genutzt, um unseren Kunden eine Concept Studie des MegaView vorzustellen. Die Besonderheit dieses Raffstores liegt vor allem darin, dass er im Vergleich zu anderen Systemen ein Höchstmaß an Durchsicht gewährleistet, im geschlossenen Zustand jedoch 100-prozentigen Sonnenschutz bietet. Möglich wird dies durch die ungewöhnliche Positionierung der Lamellen: Sie liegen nicht – wie üblich – im gleichen Abstand zueinander, sondern zwei immer direkt untereinander. Besser deutlich wird der Unterschied, wenn man sich die Maße ansieht: bei einer 80er-Jalousie liegen bei bisherigen Sys-



Ein Prototyp der Innovation wurde in Stuttgart präsentiert.



Fotos: © Flexalum (2)

Thomas Zirkel (r.) gemeinsam mit Ingo Verfüden (l.) und Sebastian Schmidt, Leiter Technologie-Messen, auf der R+T 2018 in Stuttgart.

temen 72 Millimeter zwischen den Lamellen, beim MegaView 120 Millimeter. Übrigens ist hierbei eine Realisierung mit jeder Lamelle möglich.

RTS: Wie wird das technisch umgesetzt?

Thomas Zirkel: Die Idee wurde aus dem Bereich des innenliegenden Sonnenschutzes von Hunter Douglas adaptiert, so dass wir hier auf bereits viel technische Know-how zurückgreifen konnten. Natürlich werden aber an außenliegende Systeme andere Anforderungen als an innenliegende gestellt, denen wir aber rundum gerecht werden konnten. Der Kern des Ganzen ist aber eigentlich, dass

wir zwei statt einer Bandspule verwenden und die Leiterkordel entsprechend angepasst wird. Automatisch produzierbar ist das nicht, es handelt sich also um hochwertige Handarbeit.

RTS: Wie kam der MegaView bei Ihren Partnern an?

Thomas Zirkel: Ausgesprochen gut, was uns natürlich sehr freut. Vornehmlich wird das Marktpotenzial im privaten Bereich gesehen, das passt auch gut zu den Standardmaßen, mit denen wir den MegaView anbieten möchten. Neben unseren Kunden haben wir auch viel positives Feedback von unseren Mitbewerbern erhalten, die auf der R+T bei uns vorbeigeschaut haben.

RTS: Wenn Sie schon auf den Wettbewerb hinweisen: Mit dem tauschen Sie sich ja insbesondere innerhalb der Verbandsarbeit aus?

Thomas Zirkel: Unbedingt! Aus diesem Grund sind wir seit vielen Jahren in der Verbandswelt aktiv. Ich engagiere mich beispielsweise im Industrieverband in der Arbeitsgruppe Raffstoren. Hier tauschen wir uns direkt untereinander aus, diskutieren Zeitthemen unserer Branche, finden Lösungen und arbeiten an Normen und Richtlinien. Das alles ist absolut wichtig, um unsere Produkte richtig im Markt positionieren zu können. Zudem ist es in unseren Augen ein großer Vorteil für unsere Kunden durch Richtlinien genau zu wis-

sen, was Produkte können und was eben nicht. Das ist in dem unangenehmen Fall von Mängeln wirklich wichtig.

RTS: Wovon profitieren Fachhändler darüber hinaus bei einer Partnerschaft mit Flexalum?

Thomas Zirkel: Wir haben uns auf den klassischen Fachhandel ausgerichtet und unterstützen diesen in allen Fragen von der Beratung bis zur Montage. Dazu bieten wir ihm qualitativ hochwertige Produkte für außen wie Raffstores, Zip-Systeme und Screens, und für Projekte ein leistungsstarkes Programm an Rollos, Innenjalousien und Plissees, welches die heutigen Anforderungen an den thermischen und visuellen Komfort

problemlos erfüllen kann. Hier liegt meines Erachtens auch schon ein weiterer Vorteil unseres Unternehmens: Unsere Produktpalette deckt die marktrelevanten Anforderungen an den Sonnenschutz vielfältig ab, ist dabei aber noch übersichtlich.

Das hat zur Folge, dass sich unsere Mitarbeiter auch wirklich mit den Produkten auskennen und Fragen gezielt sowie kompetent beantworten können. Wichtig finde ich auch, dass unsere Kunden keine Nummern für uns sind. Das heißt, dass jederzeit der gewünschte Gesprächspartner auf direktem Wege angewählt werden kann und alles zeitnah ausgeführt wird. Wir sind in Düsseldorf eine relativ kleine Mannschaft mit

schmalen Strukturen, die jederzeit nah am Kunden ist. Selbstverständlich bieten wir jedoch auch außerhalb jederzeit Unterstützung, beispielsweise durch Montage- und Produktschulungen bei den Partner vor Ort. Alles in allem ziehen sowohl wir als auch unsere Partner einen maximalen Nutzen der engen Zusammenarbeit, um gemeinsam erfolgreich am Markt agieren zu können.

RTS: Vielen Dank für das Gespräch!

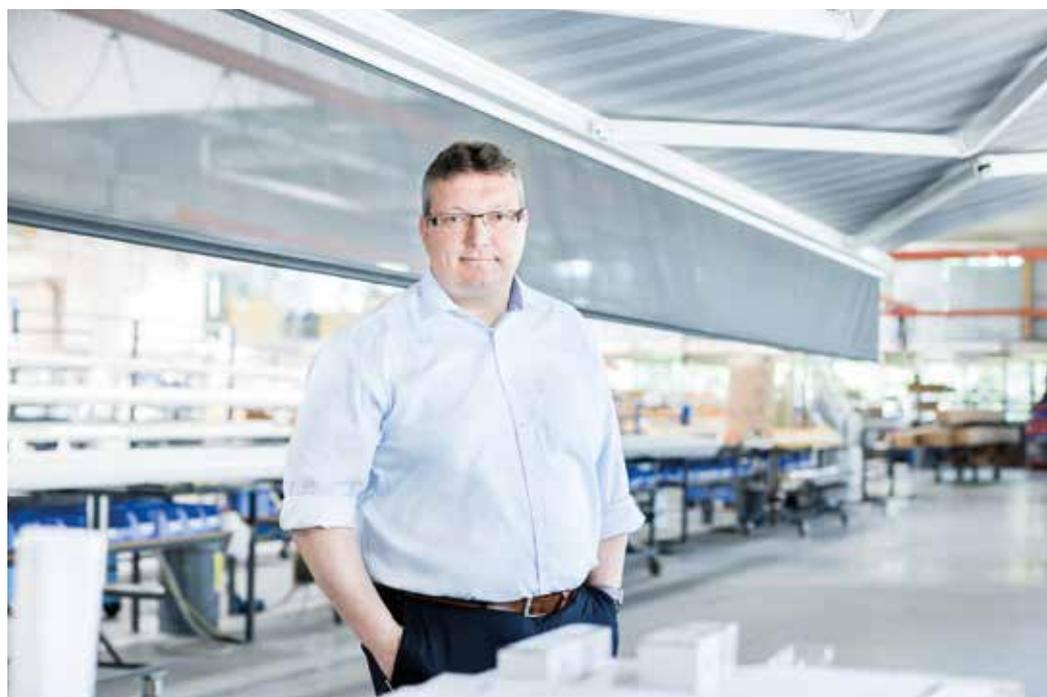
www.flexalum.de

Konstante Lieferzeiten und Liefertreue

Nachdem Martin Seifert (48) in den letzten Jahren erfolgreich im In- und Ausland seine mehr als 25-jährige Erfahrung im Sonnenschutzmarkt ausbauen konnte, ist er wieder zu Hella zurückgekehrt und hat die operative Verantwortung für die Produktion der textilen Beschattungssysteme der Gruppe in Werne als Geschäftsführer übernommen. Damit kehrt nach Christian Schaller auch Martin Seifert in die Hella-Familie zurück. Somit wird zum einen das Expertenteam erweitert und zum anderen soll auch das Engagement auf dem deutschen Sonnenschutzmarkt weiter ausgebaut werden.

Qualität und Innovationen

Martin Seifert gilt mit seiner mehrjährigen Erfahrung in der Produktion, Produktentwicklung sowie als Geschäftsführer in der Sonnenschutzbranche als ausgewiesener Fachmann und legt seinen Fokus in Werne vor allem auf wettbewerbsfähige, konstante Lieferzeiten und -treue. Auf die Sicherstellung der Produktqualität sowie der innova-



Martin Seifert hat die Geschäftsführung in Werne übernommen.

tiven Produktweiterentwicklung wird Martin Seifert dabei besonderen Wert legen.

„Wir wollen es unseren Fachpartnern ermöglichen, ihre verkauften Markisen und textilen Beschattungssystemen termin- und an ihre Kunden liefern und montieren zu können“, so Martin Seifert. „Wir realisieren dabei

eine konstante Lieferzeit über das ganze Jahr, vor allem aber auch dann, wenn es im Sommer richtig brennt“, ergänzt er und verweist dabei auf die gleichzeitige Einhaltung der Qualitätsstandards und auf ein sehr gutes Team in Werne.

Hella baut damit vor allem seine Aktivitäten auf dem

deutschen Markt aus. Auch diese Personalentscheidung begründet Marketingleiterin Eva Krepstekies mit der Maßgabe, eine optimale Fachhandelsstruktur in Deutschland aufzubauen.

www.hella.info

Durch Digitalisierung die Zukunft sichern



Fotos: © Warema (4)

folio ideal ergänzt werden. In diesem Jahr präsentierten beide Marken ihre Sonnenschutzlösungen auf der Weltleitmesse R+T in Stuttgart. Zudem konnte Warema aufgrund des kontinuierlich steigenden Interesses an seinen Produkten 2017 seine Fertigungskapazitäten erweitern. Hinsichtlich des Ausbaus seines Sortiments hat Warema insbesondere für den Bereich Outdoor Living zahlreiche Produktinnovationen entwickelt, die in diesem Jahr auf verschiedenen Fachmessen gezeigt wurden.

Digitalisierung der Arbeitswelt

Warema agiert in allen Handlungsfeldern zukunftsorientiert. Das wirtschaftlich stabile Umfeld ist zugleich geprägt von grundlegenden Veränderungen aller Arbeitsbereiche. Die Herausforderungen zunehmender Komplexität und wachsender Geschwindigkeit geht der Sonnenschutzexperte mit modernen Lösungsansätzen an. Das Unternehmen ergreift die Chance, durch die Einbindung der Digitalisierung in seine Geschäftsstrategie, seine Wettbe-

Digitale Technologien erleichtern den Alltag und sorgen für mehr Komfort.

Die Warema Gruppe hat ihre positive Entwicklung im Geschäftsjahr 2017 weiter fortgesetzt. Getragen durch die gute Baukonjunktur und den Outdoor-Trend konnte der europäische Marktführer für technische Sonnenschutzprodukte weltweite Umsätze in Höhe von 460,4 Millionen Euro erzielen. Dies ist eine Steigerung von rund 3,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dabei gab es nicht nur eine starke Nachfrage nach den hochwertigen Sonnenschutzlösungen des Herstellers, sondern auch die Geschäftsfelder Kunststofftechnik und Maschinenbau verzeichneten ein erfreuliches Wachstum. Für das Jahr 2018 stehen die Prognosen ebenfalls gut.

„Die aktuelle Wirtschaftslage ist für uns ein ausgezeichneter Wachstumstreiber“, sagt Angélique Renkhoff-Mücke, Vorstandsvorsitzende der Warema Gruppe. „Die sehr guten Rahmenbedingungen nutzen wir, um unser Geschäft weiterzuentwickeln und unseren Kunden und Partnern neue Produkte und Services anzubieten. Wir sehen der Zukunft positiv entgegen und stellen uns agil und flexibel auf die veränderten Kundenwünsche und aktuellen Trends ein.“

Meilensteine 2017

Zielgerichtet und konsequent hat Warema seinen Geschäftserfolg im vergangenen Jahr vorangetrieben. Dabei standen vor allem die passgenaue Zielgruppenansprache und das strategische Wachstum im Fokus. Unter anderem startete das Unternehmen eine neue Marketingkampagne für den Produktbereich „Home Comfort“ sowie seine

Website, um Informationen für alle Interessengruppen gleichermaßen zugänglich zu machen.

Wachstum generierte Warema unter anderem durch eine Akquisition. Im Frühjahr wurde die Caravita GmbH, eine der führenden Marken für hochwertige Sonnenschirme und -segel, Teil der Warema Gruppe. Damit konnte im Segment Outdoor Living das Angebotsport-



Durch permanente Investitionen werden die Produktionsabläufe optimiert, digitalisiert und vernetzt.



Digitale Erlebnisse ermöglichen schon vor dem Kauf einen realistischen Eindruck der Sonnenschutzlösung.

werbs- und Zukunftsfähigkeit zu sichern.

Angelique Renkhoff-Mücke: „Uns begegnen täglich Schlagwörter wie Industrie 4.0, Digitalisierung, Globalisierung und New Work. Dabei handelt es sich nicht um kurzfristige Trends, sondern um die Weiterentwicklung unserer Wirtschafts- und Arbeitswelt. Auf manche mögen die damit verbundenen Veränderungen zunächst bedrohlich wirken, doch wir konzentrieren uns auf die Chancen, die sich daraus ergeben. Darum arbeiten wir kontinuierlich an einer zukunftsorientierten Umsetzung dieser Themen.“



Vorstandsvorsitzende Angelique Renkhoff-Mücke blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2017 zurück.

Eine ganzheitliche Herangehensweise

Mit der Digitalisierung seiner Wertschöpfungskette gestaltet Warema nicht nur eine moderne Arbeitswelt für seine Mitarbeiter, sondern optimiert auch die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel und die Interaktion mit den Endkunden. Das Unternehmen erschafft unter anderem innovative Produktlösungen für das Smart Home, durch die sich die Energieeffizienz zuhause und am Arbeitsplatz deutlich erhöhen lassen. Automatisch ein- und ausfahrender Sonnenschutz sorgt für ein angenehmes Wohlfühlklima mit geringen Heiz- und Kühllasten. Auf Wunsch lassen sich Anwendungen untereinander kombinieren und nicht nur per App, sondern auch per Sprachsteuerung bedienen. Digitale Tools wie die Online-Plattform myWarema erleichtern Bestellvorgänge und beschleunigen die Abwicklung vom Auftrag bis zur Fertigung. Die App-Anwendung Warema Designer ermöglicht es, die Wunschmarkise virtuell am eigenen Haus zu betrachten.

Mit dieser ganzheitlichen Umsetzung digitaler Prozesse von der Idee bis zur Kundenanwendung ist Warema auf dem direkten Weg Richtung Zukunft.

www.warema.de



Elektrollos von Neher

Insektenschutz für höchste Ansprüche

- Maximale Durchsicht mit Transpatec®
- Schnell dank Spezialmotoren (bis 2 m in 4 Sek.)
- Größen bis 5 x 4 Meter (mit 100er Kasten)
- Windstabil dank Zip-Führung
- Innovatives Solarpanel integrierbar (ideal bei Nachrüstung)



Tel. 07426/52820 | www.neher.de

Die Nr. 1 im Insektenschutz.



Investition in den französischen Markt



Christoph Hörmann (r.) unterzeichnete am 3. Mai 2018 den Vertrag zur Übernahme. Anne-Sophie Panseri (M.) und Romain Simon (l.) verbleiben in ihrer Position als Geschäftsführer des Schnellauftorherstellers.



Fotos: © Maviflex/Hörmann (2)

Das übernommene Unternehmen ist einer der führenden Hersteller von Schnellauftoren in Frankreich.

Am 3. Mai 2018 unterzeichnete Christoph Hörmann, persönlich haftender Gesellschafter der Hörmann Gruppe, einen Vertrag zur vollständigen Übernahme des französischen Unternehmens Maviflex SAS. Die französische Kapitalgesellschaft mit Sitz in Décines, nahe Lyon, ist seit mehr als 35 Jahren auf die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb von Schnellauftoren spezialisiert. Zuletzt erwirtschaftete das circa 130 Mitarbeiter starke Unternehmen einen Jahresumsatz von knapp 28 Millionen Euro.

Die bisherigen Unternehmensinhaber, Anne-Sophie Panseri und Romain Simon, verbleiben in ihrer Position als Geschäftsführer. „Wir freuen uns sehr über die Erweiterung unseres Produktprogramms in Frankreich“, so Christoph Hörmann. „Nun gilt es für uns, die Synergien zu Maviflex vor Ort optimal zu nutzen.“

Hörmann ist in Frankreich bereits mit einem Produktionsstandort in Sens sowie mit acht eigenen Vertriebsniederlassungen vertreten.

Die Produkte, Schnellauftore für den Innen- und Außenbereich, sollen weiterhin unter der Marke Maviflex vertrieben

www.hoermann.de

Willkommene Unterstützung

Die Freude war groß als Dieter Fuchs, Geschäftsführer der Becker-Antriebe GmbH, den Waldkindergarten Pfützenhüpfer e.V. in Sinn besuchte. Neues Werkzeug wie Hammer, Säge und Feile hatte er als Geschenk dabei, womit die Kinder direkt am nächsten Tag anfangen, die Späne fliegen zu lassen.

Zudem überreichte Dieter Fuchs im Namen des Unternehmens einen Scheck über 1000 Euro, mit dem Becker auch dieses Jahr wieder die gute Arbeit und das Konzept des Waldkindergartens unterstützen

möchte. „Die Partnerschaft besteht nun schon seit 2011 und wir unterstützen gerne die Weiterentwicklung des Waldkindergartens mit unserer Spende“, sagt Dieter Fuchs. Die Pfützenhüpfer hatten auch für Becker eine gelungene Überraschung. Mit großer Freude überreichten sie einen Ast mit selbst gebastelten Naturmotiven.

www.becker-antriebe.de



Fotos: © Becker-Antriebe

Freudig empfangen die Pfützenhüpfer des Waldkindergartens in Sinn die Spende, die durch Dieter Fuchs (r.) überreicht wurde.

Zukunftsweisende Weichenstellung in der operativen Geschäftsführung



Foto: © Messe Düsseldorf

Wolfram Diener wurde zum neuen operativen Geschäftsführer bestellt.

Der Aufsichtsrat der Messe Düsseldorf GmbH hat unter Leitung des Vorsitzenden, Oberbürgermeister Thomas Geisel, in seiner Sitzung am 15. Mai 2018 Wolfram Diener (54) zum neuen operativen Geschäftsführer bestellt. Er folgt in dieser Funktion auf Joachim Schäfer (64), der Ende August 2018 altersbedingt aus dem Unternehmen ausscheidet. Wolfram Diener nimmt zum 1. Oktober 2018 seine neue Tätigkeit bei der Düsseldorfer Messe auf.

Wolfram Diener übernimmt die Bereiche, für die Joachim Schäfer seit 2006 verantwortlich zeichnete: die Global Portfolios Health and Medical Technologies (Medica, Compamed, Re-hacare International) und Metals and Flow Technologies (Gifa, Thermprocess, Newcast, Pump Summit, Valve World Expo, Metec, wire, Tube), das Leitmesstrio Beauty Düsseldorf, Top Hair – Die Messe mit Make-up Artist Design Show, die A+A – Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin, Glasstec sowie das Messeduo Caravan Salon Düsseldorf/ TourNatur. Darüber hinaus liegt der 2017 neu geschaffene Unternehmensbereich „Digitale Strategie und Kommunikation“ mit den Abteilungen IT und Inhouse Services, Marketing Services, Werbung und Fachpresse in seiner Verantwortung.

„Wir freuen uns, dass der Aufsichtsrat unserem Personalvorschlag gefolgt ist und Wolfram Diener bestellt hat. Unser Ziel ist es, für unsere Kunden eine stringente Übergabe der Geschäfte zu gewährleisten und damit für Kontinuität zu sorgen“, so Werner M. Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH. Er kenne Diener bereits seit Jahren und sei überzeugt von seiner ausgezeichneten Expertise im Messewesen, die er durch breite Branchen- und Führungserfahrung sowie der herausragenden Tätigkeit und hohen Profitabilität bei einem international markt-führenden Konzern – insbesondere im asiatischen Bereich – erworben habe. Dies schaffe beste Voraussetzungen dafür, das Produktportfolio der Messe Düsseldorf im In- und Ausland erfolgreich weiter zu entwickeln und den Weg der digitalen Transformation weiterzugehen.

Der Diplom-Betriebswirt Wolfram Diener begann seine berufliche Laufbahn 1991 als Betriebsleiter Gastronomie und Veranstaltungen der Landesgartenschau Baden-Württemberg in Pforzheim, bevor er von 1992 bis 1997 als Objektleiter Auslandsmessegeschäft bei der Hamburg Messe- und Congress GmbH tätig war. Ab 1997 verantwortete er als Geschäftsführer den asia-

tischen Messebetrieb der Messe Frankfurt (H.K.) Ltd. 2001 wechselte Diener in die Geschäftsführung des Shanghai New International Expo Centre Ltd., eines der weltweit größten Messezentren, an dessen chinesisch-deutschem Joint Venture die Messe Düsseldorf beteiligt ist. Von 2005 bis 2011 übernahm er als stellvertretender Geschäftsführer den Betrieb des Messe- und Congresszentrums sowie Messe- und Sonderveranstaltungen und Hotel-Logistik der Venetian Macau Ltd. und Marina Bay Sands Singapore Ltd. Seit 2011 ist er als Mitglied der Geschäftsführung der UBM Asia Ltd. erfolgreich in Hong Kong tätig und für das China-Geschäft sowie ausge-

suchte weltweite Messeformate verantwortlich.

Thomas Geisel: „Aufsichtsrat und Gesellschafter waren sich einig, dass Wolfram Diener persönlich wie fachlich der optimale Nachfolger von Joachim Schäfer ist, der für eine klare operative Strategie, nachhaltige Positionierung der Messen und Digitale Transformation steht.“ Man sei sicher, dass Diener gemeinsam mit dem Top-Messteam sein umfangreiches Know-how dafür einsetzen werde, die Stadttochter auch in Zukunft als wirtschaftlich herausragendes und digitales Unternehmen in der Messewirtschaft zu positionieren.

www.messe-duesseldorf.de

Stellenanzeige



Wir sind ein mittelständisches Unternehmen der Metallbranche. Unser Gebiet: individuelle Fertigung von hochwertigen Sonnenschutzanlagen, sowie deren Vertrieb über Fachhandelspartner im In- und Ausland.

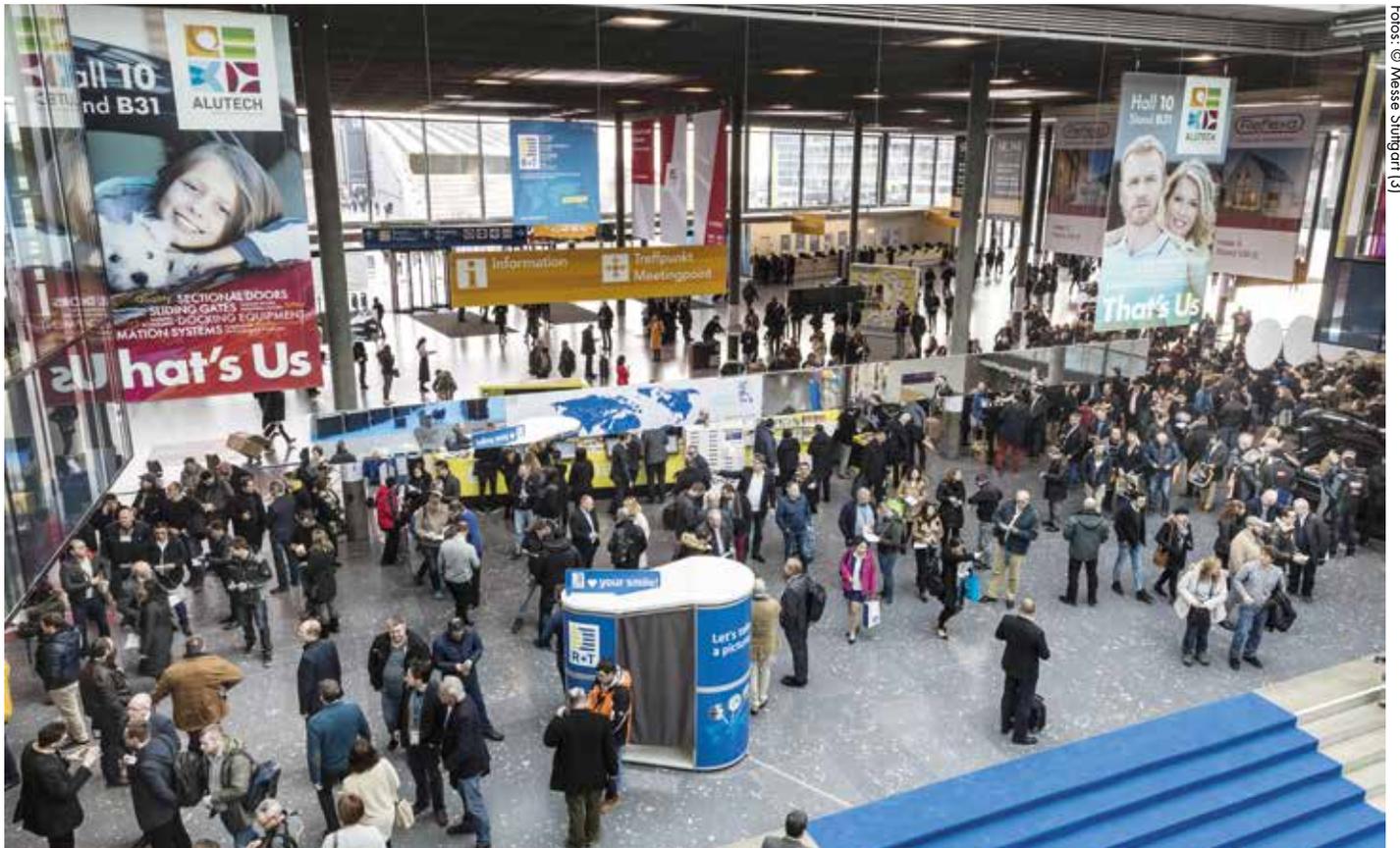
Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir einen
Verkaufsmitarbeiter (m/w) im Außendienst
für ein Verkaufsgebiet in NRW.

Ihre Aufgaben: Betreuung und fachliche Beratung der vorhandenen Kunden, aktiver Ausbau des Kundenstamms und des Umsatzvolumens durch agile Neukundenakquise, permanente Ermittlung von Marktpotenzialen

Wenn Sie über ausgezeichnete verkäuferische Kompetenz, Freude am Vertrieb, technisches Verständnis und Vertriebserfahrung im Außendienst sowie über ein sicheres und freundliches Auftreten verfügen und darüber hinaus noch große Begeisterung zur Akquisition neuer Kunden mitbringen, freuen wir uns auf Ihre aussagefähige Bewerbung mit Angabe der Gehaltsvorstellung per E-Mail/Post an unseren Verkaufsleiter Außendienst: Herr Werner Erkelenz (Werner.Erkelenz@varisol.de). Es erwartet Sie ein angenehmes Betriebsklima in einem engagierten Vertriebsteam, intensive Einarbeitung sowie Firmenwagen auch zur privaten Nutzung.

RÖDELBRONN GmbH, VARISOL-Markisen
Hanns-Martin-Schleyer-Str. 8, 41199 Mönchengladbach, Tel.: 02166 964 98 0

Rolläden, Tore und Sonnenschutz von ihrer besten Seite



Fotos: © Messe Stuttgart (3)

Die Besucherzahlen waren an allen Messetagen sehr hoch.

1025 Aussteller und 65 603 Besucher – das ist die Bilanz, die die Organisatoren der R+T 2018 in Stuttgart, die vom 27. Februar bis zum 3. März 2018 stattfand, ziehen können. „Die Weltleitmesse war somit erneut ein voller Erfolg“, so Ulrich Kromer von Baerle, Geschäftsführer der Messe Stuttgart. „Wir haben unsere Ziele für die R+T 2018 nicht nur erreicht, sondern sogar übertroffen.“

Die Weltleitmesse konnte mit dieser Ausgabe ihre Position als etablierte internationale Branchen- und Innovationsplattform erneut stärken. Aussteller sowie Besucher zeigten sich gleichermaßen zufrieden – und das hinsichtlich der Messepräsentationen als auch bezüglich des Rahmenprogramms.

Die Trendthemen

Auf der R+T 2018 wurden erneut in puncto Trendthemen der Branche internationale Maßstäbe gesetzt. „Ob Gebäudeau-

tomation, Energieeffizienz, Sicherheit oder Komfort – jedes Segment wusste mit innovativen Produkten und Services zu überzeugen“, blickt Sebastian Schmid, Abteilungsleiter Technologie-Messen, zufrieden zurück. Rolläden zeigten sich beispielsweise rundum dynamisch, intelligent und automatisch, Top-Aussteller aus der ganzen Welt präsentierten hierzu ihre

Antriebs- und Steuerungslösungen. Vorgestellt wurde auch, wie Rolläden in Kombination mit intelligenten Antriebslösungen Gebäude effektiv vor Eindringlingen schützen und es ermöglichen, Häuser und Wohnungen energieeffizienter zu gestalten, um gleichzeitig für umfassenden Komfort zu sorgen.

Nicht weniger energieeffizient, sicherer und komfortab-

ler zeigten sich Türen und Tore. „Auch in diesem Bereich wurde technisch herausragende Antriebs- und Funktechnik präsentiert“, berichtet Sebastian Schmid. Für besonders großes Interesse sorgten hier individuelle Lösungen, die zugleich sicher und hochwertig sind. Die R+T 2018 bot zudem vielfältige Produkte und Anwendungsmöglichkeiten im Tür- und Torbereich, bei denen wichtige Themen wie Feuer- und Rauchschutz, Sicherheit, Energie und Nachhaltigkeit Berücksichtigung fanden.

Die Kombination ansprechender Designs mit wegweisender Technik stand im Bereich des Sonnenschutzes im Fokus. „Das Thema Energiesparen war auch hier unabdingbar“, weiß Sebastian Schmid und ergänzt: „Ansätze für mehr thermischen Komfort und Energieeffizienz kamen bei den Besuchern besonders gut an.“ Lösungen für brandaktuelle Themen wie Automatisierung, Fassadeninteg-



Das Hallenkonzept wurde erfolgreich optimiert.

ration und vernetzte Systeme komplettierten das Angebot.

„Die R+T konnte 2018 insgesamt durch den Neubau unserer neuen Paul Horn Halle (Halle 10) und die Erweiterung des Eingangs West punkten, da das Hallenkonzept hierdurch optimiert und die Besucherströme gezielter verteilt werden konnten“, berichtet Sebastian Schmid weiter. Für rundum positives Feedback sorgte die Integration neuer Schwerpunktthemen in das Messekonzept, die eine Erweiterung der Besucherzielgruppen und den Ausstellern entsprechenden Raum zur Präsentation ihres gesamten Portfolios ermöglichte. „2018 war der Bereich des Outdoor Living ein großes Thema“, blickt Sebastian Schmid zurück. Aussteller und Besucher fanden hierzu unter anderem in der Oskar Lapp Halle (Halle 6) eine Anlaufstelle, die mit einer Sonderschau im Rothaus Park komplettiert wurde.

Bedarfsgerechtes Rahmenprogramm

Neben den Präsentationen der Aussteller bietet das Rahmenprogramm der Weltleitmesse für Rollläden, Tore und Sonnenschutz seit jeher den Besuchern einen klaren Mehrwert. „Durch die fachliche Unterstützung unserer Partnerverbände konnte hier erneut Fachwissen aus erster Hand erworben werden“, so Ulrich Kromer von Baerle. Den Start machte am Vorabend des ersten Messetages die Verleihung des renommierten R+T Innovationspreises. Etablierte Inhalte wie die Sonderschau „Junge Talente“, das R+S-Update, das Torforum, die ift Sonderschau oder der ES-SO Workshop wurden mit der Unterstützung der Partnerverbände umgesetzt, das Angebot um neue Programmpunkte – wie die Sonderschau „Outdoor Ambiente Living“, das R+T Smart Home Forum oder der 2nd International Congress – Automatic Doors – zielgruppenorientiert ergänzt. „Alle Angebote wurden gut von den Besuchern angenommen. Das zeigt uns, dass wir thematisch den Markt-

bedürfnissen Rechnung getragen haben“, ist sich Sebastian Schmid sicher.

Entscheider aus der ganzen Welt

Die R+T in Stuttgart zeigte sich 2018 noch internationaler als je zuvor. Von den insgesamt 1025 Ausstellern (2015: 888) kamen 774 aus dem Ausland (2015: 649). Ebenfalls aus der ganzen Welt reisten die insgesamt 65 603 Besucher (2015: 59 057) an, davon 38 706 aus dem Ausland (2015: 31 891). „Insgesamt trafen sich 149 Nationen in Stuttgart, die meisten Besucher kamen jedoch aus Italien, Frankreich, Spanien, der Schweiz und den Niederlanden“, gibt Ulrich Kromer von Baerle einen Überblick. Nahmen sich die Besucher 2015 noch durchschnittlich 2 Tage für den Messebesuch, waren es in diesem Jahr 2,1 Tage. „Gestiegen ist zudem die Qualität der Besucher“, berichtet der Geschäftsführer der



Insgesamt trafen sich 149 Nationen in Stuttgart.

22 Prozent). 18 Prozent der Besucher zählten zu den Fensterbauern (2015: 17 Prozent), ein besonderer Anstieg war im Bereich der Besucher von Montage und Wartungsservices auf 14 Prozent zu verzeichnen (2015: 7 Prozent).

Gute Zahlen liefert auch ein Blick auf die auf der R+T 2018 anwesenden Entscheider, zu de-

treffen.“ Von Seiten der Aussteller fiel die Bewertung der Besucherqualität ebenfalls positiv aus: 78 Prozent bewerteten diese mit „sehr gut“, bzw. „gut“.

Ausschließlich gute Bewertungen

„Auch die Besucher der R+T 2018 bewerteten die Weltleitmesse positiv“, fasst Sebastian Schmid als Abteilungsleiter zusammen. 91 Prozent beurteilten die Messe als „sehr gut“, bzw. „gut“, fast ebenso viele würden die R+T weiterempfehlen. 81 Prozent der Besucher planen einen Besuch der R+T 2021 fest ein. 57 Prozent sind der Meinung, dass die Weltleitmesse zukünftig aufgrund der immer größeren Produktvielfalt an Bedeutung gewinnen wird.

Gleichmaßen zufrieden äußerten sich die Aussteller. Sebastian Schmid: „Zwei Drittel von ihnen haben die selbst gesteckten Messeziele erreicht. Die Entscheidung, dass sie auch 2021 sicher wieder auf der R+T dabei sein werden, stand deshalb für 77 Prozent von ihnen bereits während der Messe fest.“ 39 Prozent der Aussteller sind davon überzeugt, dass die Bedeutung der R+T zukünftig weiter zunehmen wird. Gründe hierfür liegen aus ihrer Sicht in der hohen Internationalität und der Positionierung als der Treffpunkt für die Branchen Rollläden, Tore und Sonnenschutz.



PRODUKTE UND LÖSUNGEN
RUND UM FENSTER UND TÜREN

FENSTERZUBEHÖR-SYSTEME

**PRÄZISE
LAIBUNGSVERKLEIDUNGEN**

WWW.EXTE.DE

Messe Stuttgart weiter. Wie auch 2015, kamen mit 66 Prozent die meisten aus der Rollläden- und Sonnenschutzbranche (2015: 61 Prozent), gefolgt von der Torbranche mit 29 Prozent (2015:

nen selbstständige Unternehmer, Geschäftsführer oder Vorstandmitglieder zählen. Ulrich Kromer von Baerle: „87 Prozent von ihnen gaben an, Kauf- und Beschaffungsentscheidungen zu

www.rt-expo.com



Alle Fenstertüren und französischen Fenster sind mit Raffstoren als außenliegender Sonnenschutz versehen.

Home 21, Wien:

Sonnenschutz für Pilotprojekt

Home 21 in Wien Floridsdorf bietet temporäres Wohnen ohne Eigenmittel zum unschlagbaren Mietpreis von 7,50 Euro pro Quadratmeter – inklusive Betriebskosten und Steuern. Dabei sind Bauqualität und Wohnkomfort alles andere als billig: energieoptimierte Bauweise und hohe Ausstattungsqualität – wie zum Beispiel ein hochwertiger Sonnenschutz samt Funksteuerung von Valetta bei allen Fenstern und Fenstertüren des Gebäudes.

Home 21 ist das erste Projekt der Wiener Wohnbauoffensive im Rahmen des „Sofortbauprogramms“, mit dem die Stadt Wien auf die aktuelle und prognostizierte Bevölkerungsentwicklung und die steigende Nachfrage nach Wohnraum reagiert. „Der Bedarf an Wohnungen in Wien ist enorm, die hohen Mieten sind vor allem für junge Familien und Alleinerzieher kaum noch leistbar. Das kann man so nicht hinnehmen“, ist Winfried Kallinger überzeugt. Mit der seit kurzem unter dem Namen Kallinger Projekte zusammengefassten Bauträgergruppe engagiert sich Winfried Kallinger bereits seit Jahren in der Schaffung von leistbarem Wohnraum, der sowohl kosteneffizient ist als auch hochwertige Qualität in puncto Bauausführung und Ausstattung bietet.

„Mit den geförderten Wohnungen in Schnellbauweise schaffen wir flexiblen und

besonders kostengünstigen Wohnraum. Das ist vor allem für die wachsende Gruppe junger Wienerinnen und Wiener, die ihren Lebensmittelpunkt noch nicht festlegen wollen, aber auch für Menschen, die aus anderen Gründen temporären Wohnraum suchen, eine attraktive Option“, betonte der ehemalige Wohnbaustadtrat und jetzige Wiener Bürgermeister Michael Ludwig im Zuge der Baugleiche im Mai vergangenen Jahres.

Reduktion von Kosten und Energiebedarf

Eine energieeffiziente Bauweise ist alleine schon aufgrund der baurechtlichen Bestimmungen heute sowohl im Neubau als auch in der Sanierung eine Selbstverständlichkeit. Vollwärmeschutz, eine dichte Ge-

bäudehülle und hochwertige Fenster- und Türöffnungen tragen dazu bei, den Heizwärmebedarf und damit die Energiekosten deutlich zu senken. Im Gegenzug wird leider immer mehr Energie in die Klimatisierung und Kühlung von Innenräumen in den Sommermonaten gesteckt, womit die Einsparungseffekte allzu oft wieder zunichte gemacht werden. Das gilt sowohl für Bürogebäude als auch zunehmend im Wohnbaubereich. Dabei könnte ein effektiver Sonnenschutz Abhilfe schaffen – umweltschonend ganz ohne zusätzlichen Energiebedarf. Durch die Klimaänderung wird mehr Energie für die Klimatisierung und Kühlung zusätzlich zur Beheizung aufgewandt. Damit gewinnt der Sonnenschutz zunehmend an Bedeutung. „Mittlerweile sind Bauherren und Bauträger auch für das Thema Sonnenschutz sensibilisiert. Vor al-



Fotos: © Valetta (4)

lem, weil sich damit die Kosten für den Gebäudebetrieb deutlich reduzieren lassen. Wenn man beispielsweise Raffstore an der Fassade montiert, lässt sich der Kühlbedarf leicht um ein Drittel reduzieren. Auch die Auslegung der Klimaanlage bzw. der Kühlleistung kann mit einem außenliegenden Sonnenschutz deutlich geringer ausfallen. Das alles bringt natürlich enorme Einsparungseffekte mit sich“, beschreibt Andreas Klotzner, einer der beiden Geschäftsführer von Valetta Sonnenschutztechnik, die aktuelle Entwicklung.

Sonnenschutz selbstverständlich

Für Winfried Kallinger ist ein effektiver Sonnenschutz eine Selbstverständlichkeit: „Schon seit einigen Jahren sind alle unsere Projekte mit Sonnenschutzlösungen ausgestattet.“ Dabei werden diese nicht nur nach bauphysikalischer Notwendigkeit eingesetzt, sondern in der Regel rundum – auch an der Nordseite von Gebäuden. „Hauptsächlich deshalb, weil der Sonnenschutz für die Bewohner weit mehr Vorteile und Annehmlichkeiten fürs Wohnen bringt und beispielsweise auch die Funktion des Sichtschutzes übernimmt – und den will man bei einem Fenster nach Norden genauso haben wie zum Balkon oder zur Terrasse im Süden“, so Winfried Kallinger.

Dieser Einschätzung stimmt auch Andreas Klotzner zu: „Im privaten Wohnbereich ist der Sonnenschutz heute Standard. Hier geht es nicht nur um einen effektiven Schutz vor Überhitzung der Wohnräume, sondern genauso um Licht- und Sichtschutz, oft in Kombination mit einem Insektenschutz oder dem Einbruchschutz, den beispielsweise Rollläden im Erdgeschoss bieten. Im privaten Wohnbereich ist das Thema zu 100 Prozent angekommen.“

Im Vorzeigeprojekt Home 21 sind alle 546 Fenstertüren und französischen Fenster mit Raffstoren als außenliegender Sonnenschutz versehen. Raffstore sind außerordentlich langlebig und ihre strapazierfähige Oberfläche ist schlag- und kratzfest. Durch ihre randgebördelten Lamellen und die Schienenführung sind sie auch an höheren Gebäuden besonders windstabil. Für die Bewohner besonders komfortabel ist der geräuscharme Lauf durch die dämpfende Gummieinlage. Die Sonnenschutzkästen sind sichtbar ausgeführt, sitzen in der Fensterlaibung und sind bündig mit der Putzfassade ausgeführt. Bei der sichtbaren Ausführung waren sich der Bauträger und das Architektenteam von trans_citiy schnell einig: „Die an der Fassade sichtbaren Sonnenschutzkästen sind ein Gestaltungselement – vergleichbar mit dem Chromstreifen beim Auto“, zieht Winfried Kallinger den Vergleich zum Automobildesign.



Das Pilotprojekt wurde in energieoptimierter Bauweise errichtet und verfügt über eine hohe Ausstattungsqualität.



Die Sonnenschutzkästen sind sichtbar ausgeführt, sitzen in der Fensterlaibung und bündig mit der Putzfassade.

Die eigentliche Besonderheit bei der Ausführung des Sonnenschutzes im Home 21 ist aber die Steuerung, denn anstelle der ursprünglich geplanten mechanischen Steuerung mittels Seilzug wurde eine Funklösung eingebaut. „Das ist eigentlich ein Luxus im geförderten, sozialen Wohnbau. Wir haben uns aber letztendlich für die Funklösung entschieden, weil diese weniger wartungsintensiv ist als ein mechanischer Antrieb und gleichzeitig auch Fehlbedienungen ausgeschlossen werden können“, begründet Winfried Kallinger die komfortablere Lösung.

Patentiertes Bausystem

Nicht nur was den Sonnenschutz betrifft, wurden beim Home 21 keine Kompromisse eingegangen. Als Pilotprojekt steht die Anlage für besonders kostengünstigen Wohnraum. Basis dafür ist das patentierte Bausystem „Slim Building“, das auf der Grundlage der Rahmenbauweise basiert. Statt dicker Betonstützen tragen im Slim Building wesentlich schlankere Formstahlstützen die einzelnen Geschosse, massive Bauteile kommen ausschließlich als Aussteifung für die Erdbebensicherheit zum Einsatz.

Die Wände zwischen den Stützen können in allen erdenklichen, leichten Materialien ausgeführt und völlig frei im Raum positioniert und jederzeit wieder entfernt

werden. Daraus ergibt sich eine maximale Nutzungsflexibilität, die gerade beim Home 21 wesentliche Vorteile bietet. Denn eigentlich ist der Baugrund als Betriebsbaugewidmet und konnte nur über eine Ausnahmegenehmigung im Zuge des Sofortbauprogramms mit einem Gebäude mit temporärer Wohnnutzung bebaut werden. Dank dem Slim-Building-Konzept und der ausgeführten Raumhöhe von 2,80 Metern steht einer Umnutzung nichts im Wege, für den Fall, dass die dauerhafte Wohnbaube-

willigung nicht erteilt oder die Nutzung als Wohnraum nicht mehr erforderlich wäre.

Mit vergleichsweise geringem baulichen Aufwand ließe sich das Gebäude also innerhalb kurzer Zeit beispielsweise zu einem Büro umbauen. Für den entsprechenden Sonnenschutz im Hinblick auf Arbeitnehmerschutz oder Computerarbeitsplatzverordnung wäre auch in diesem Nutzungsfall schon gesorgt.

www.valetta.at



Zur Steuerung des Sonnenschutzes wurde eine Funklösung eingebaut.

Gemeindezentrum, Sydney:

Homage mit architektonischer Wirkung

Im ehemaligen Lagerhaus und heutigen Gemeindezentrum Juanita Nielsen Community Centre in Sydney/Australien stand eine Renovierung an. Dabei wurden sämtliche Räumlichkeiten modernisiert, ohne die Authentizität des ursprünglichen Gebäudes zu beeinträchtigen.

Foto: © Dickson



Die Streifen im 45 Grad-Winkel widersprechen üblichen Sehgewohnheiten.

Federführend bei der Renovierung des Juanita Nielsen Community Centre war Architekt Neeson Murcutt, der sämtliche Arbeiten in enger Zusammenarbeit mit der Stadt geplant hatte. Das Ergebnis ist ein Gebäude, das mehrere Stile in sich vereint und im Materialmix Bezug nimmt auf die historische Industriearchitektur.

und unsere Sehgewohnheiten werden damit quasi auf den Kopf gestellt.

Die Streifen auf den Markisen haben aber nicht nur eine architektonische Wirkung, sie stellen zugleich eine Hommage an Juanita Nielsen dar. Die 1975 auf mysteriöse Weise verschwundene Verlegerin ist bis heute in Australien unvergessen. Ihr be-

rühmtes Portrait in gestreifter Bluse hatte den Architekten inspiriert. Reminiszenzen an das Motiv finden sich ebenfalls im Zickzack-Muster der Decken.

www.dickson-constant.de

Sehgewohnheiten werden auf den Kopf gestellt

Für die Sonnenschutzausstattung kam der Markisenstoff Orchestra Block Stripe Noir C022 von Dickson zum Einsatz. Normalerweise verlaufen die Streifen hier senkrecht, doch bei dieser Installation wurden die Streifen in einem Winkel von 45 Grad angeordnet. Das klassische Streifenmuster

Über Dickson-Constant

Der Qualitätshersteller innovativer technischer Gewebe ist zugleich ältester Textilproduzent Frankreichs, gegründet 1836 im nordfranzösischen Wasquehal. Dickson-Constant produziert jährlich 25 Millionen Quadratmeter Stoff – unter anderem für Markisen, Jalousien, Vorhänge und Outdoor-Polsterstoffe. 600 Dickson-Mitarbeiter sorgen weltweit für innovative Produktvarianten und serviceorientierte Kundenbetreuung in 110 Ländern der Erde. Das Unternehmen gehört seit 1998 zur Glen-Raven-Gruppe, dem weltweiten Marktführer im Bereich Outdoor-Textilien, mit 3500 Mitarbeitern.



Private Villa, Antigua:

Karibischer Traum mit schlichter Eleganz

Weißer Strände, türkisfarbenes Wasser – das sind die Bilder, die man mit Antigua verbindet, der Insel der Kleinen Antillen mitten in der Karibik. Beim Bau einer privaten Luxusvilla unweit des touristischen Hafens auf Antigua griffen die Architekten auf verschiedene Pergolen des designorientierten Sonnenschutzspezialisten KE zurück.

Das Projekt entwickelte sich dank der Wünsche des Kunden, eine Abdeckung für vier verschiedene Bereiche des Wohngebäudes zu kreieren: Eingangsbereich, Wohnbereich, Terrasse des Schlafbereichs, Bootsplatz. Für den Wohnbereich und den Schlafbereich fiel die Entscheidung auf die Installation von fünf bündigen Faltpergolen Isola 2, wovon drei im Erdgeschoss im Eingangsbereich und zwei im ersten Stock, angrenzend an den Schlafbereich, errichtet wurden.

Im Einklang mit der Architektur

Die Pergola Isola 2 von KE Outdoordesign wurde ausgewählt, um eine Struktur im



Die Pergolen harmonisieren ausgezeichnet mit der Architektur der Villa.

Fotos: © KE Outdoordesign (2)



Einklang mit der Architektur des Wohngebäudes zu schaffen, die von einem reinen und linearen Stil und von ruhigen Farben gekennzeichnet ist. Aus diesem Grund wurde auf die Farbe Weiß gesetzt, sowohl für die Struktur als auch für das Tuch. Im angrenzenden Eingangsbereich wurde die bioklimatische Lamellen-Pergola Kedry Plus installiert, im leichten und essentiellen Design, immer im Einklang mit dem Stil und den schlichten Farben der Villa.

Besonderes Einhaksystem wegen der Hurrikane

Zudem hat man sich für die besondere Struktur Gennius Roomy für den Schutz des Bootsplatzes entschieden. Da der Kunde keine zu öffnende Abdeckung benötigte, hat man sich für ein feststehendes Modell entschlossen. Dieses wurde mit einem speziellen Einhaksystem des Tuchs ausgestattet, damit es vom Kunden bei widrigen Wetterbedingungen, die dank der Hurrikan-Saison in der Region regelmäßig auftreten, leicht zu entfernen ist.

Gennius Roomy ist eines der Produkte auf dem Markt, das sich in Bezug auf Wind- und Wasserbeständigkeit als besonders widerstandsfähig erwiesen hat. Es handelt sich um ein einzigartiges Produkt, hergestellt auf Grundlage der vom Auftraggeber gewünschten Eigenschaften, das Produkt wird im Werk zusammengesetzt und nachdem alle Anforderungen und Aspekte des Kunden überprüft wurden, wird es vor Ort installiert.

www.keoutdoordesign.com



MHZ s_enro | *Sonnenschutz aus Aluminium*

s_enro ist das neueste Produkt aus der Baureihe der Metallbehänge. Er bietet Ihnen mit seiner filigranen Bauweise hohe Transparenz und geringe Einbaumaße. Auch die besonders homogene, präzise Oberfläche des Metallbehangs mutet ästhetisch an. Gestalten Sie s_enro zudem in verschiedenen Farben, um das Erscheinungsbild Ihres Bauwerks abzurunden.

MHZ Hachtel GmbH & Co. KG

Sindelfinger Straße 21 · 70771 Leinfelden-Echterdingen · www.mhz.de



Imposant und dennoch keineswegs klotzig mutet die neue Firmenzentrale an.

BHS Corrugated Firmenzentrale, Weiherhammer:

Freier Blick auf die Oberpfalz

Unweit des bayerischen Ortes Weiden in der Oberpfalz hat das Unternehmen BHS Corrugated Maschinen und Anlagenbau seinen Hauptsitz. Dort in Weiherhammer hat der Weltmarktführer für Wellpappanlagen die Weichen auf Zukunft gestellt: Neben einer neuen Gebäudeinfrastruktur und Fertigung, die eine Implementierung von Industrie 4.0 erlaubt, wurde in den Neubau einer Firmenzentrale investiert.

Entworfen und realisiert wurde das Gebäude von der Furoris-Gruppe aus Chemnitz. Glas spielt in deren Architektursprache eine bedeutende Rolle. Dreifach-Sonnenschutzisolierverglasung sorgt für Licht und Helligkeit sowie sommerlichen Wärmeschutz, gläserne Brüstungen geben den großzügig geschwungenen Terrassenbereichen die geforderte Sicherheit und transparente Raumteiler ermöglichen fließende Übergänge verschiedener Funktionsbereiche.

BHS Corrugated ist mit einem weltweiten Marktanteil von rund 50 Prozent Marktführer in der Entwicklung und Produktion von Riffelwalzen, Wellpappenanlagen und deren Einzelaggregate. Als marktführender Technologieanbieter und Jobmotor einer ganzen Region hat das Unterneh-

men mit einem Investitionsvolumen von 65 Millionen Euro die Attraktivität der Arbeitsplätze und die Zukunft dieses Standortes gestärkt.

Bürotrakt und Montagehalle verschmelzen

Die Vorstellungen des Bauherrn für den Ausbau des Produktionsstandortes waren schnell umrissen: Die Grenzen zwischen Fertigung und Verwaltung sollten aufgehoben werden. Bürotrakt und Montagehalle sollten miteinander verschmelzen, um im Sinne der Industrie 4.0 eine der effektivsten Riffelwalzenfertigungen überhaupt aufzubauen. Und es sollte ein Ort werden, der Mitarbeiter verbindet – egal, ob sie im Service oder in der Produktion arbeiten.

Dies ist den Architekten der Furoris-Gruppe gelungen. Optisch angelehnt an das äußere Erscheinungsbild der Wellpappe entwarfen sie ein lebhaft geschwungenes und mit zarten gläsernen Fugen geschichtetes Gebäude mit einer Vereinigung der unterschiedlichen Verwaltungs- und Produktionsprozesse. Sämtliche Bereiche und Abteilungen sind nun besser vernetzt und können besser und schneller miteinander kooperieren. Ein über alle Geschosse hinweg errichtetes Atrium entfaltet sich als Marktplatz für Kommunikation und Kreativität.

Raumhohe Verglasung mit sommerlichem Wärmeschutz

Den Neubau planten die Architekten als ästhetisch geschwungenen Baukörper aus



Die eleganten Kurven in der Fassade sollen an die Wellpappe erinnern, für die hier Maschinen produziert werden.

Stahlbeton. Für die einzelnen Geschosse wurden nach den Geometrien der Architekten unterschiedlich große weiße Betonplatten vor Ort gegossen und mit dem Baukörper thermisch getrennt verbunden. So entsteht der Eindruck dynamischer Bewegung, aber zugleich auch von einer gewissen Leichtigkeit und futuristischer Anmutung.

Bei der Glasfassade handelt es sich um eine Aluminium Pfosten-Riegel-Konstruktion (Wictec 50 gerade und polygonal) mit feststehenden Elementen sowie Fenster- und Türelementen.

Für die großflächige Verglasung wünschten die Architekten in der Außenansicht neutrale, schwach reflektierende Gläser. Zugleich waren die Anforderungen an den sommerlichen Wärmeschutz mit einem möglichst niedrigen g-Wert zu erfüllen. Eingebaut wurden nach Bemusterung und Beratung durch den Flachglas MarkenKreis 4000 Quadratmeter des Sonnenschutz-Isolierglases Infrastop III Brillant 45/24 als raumhohe Verglasung. Der Dreifach-Glasaufbau verfügt über einen niedrigen g-Wert von 25 Prozent und einen U_g -Wert von $0,6 \text{ W/m}^2 \text{ K}$. Die Innen- und Außenscheiben der bis zu 3,70 Meter hohen Glaselemente wurden aus Gründen der Absturzsicherung aus ESG-H hergestellt. Die Auskragungen der geschwungenen Betonelemente bilden einen konstruktiven Sonnenschutz: Im Sommer sorgen diese für eine effektive Verschattung.

Wahre Erholungsorte sind die großzügig geschwungenen Terrassen mit ihren glä-



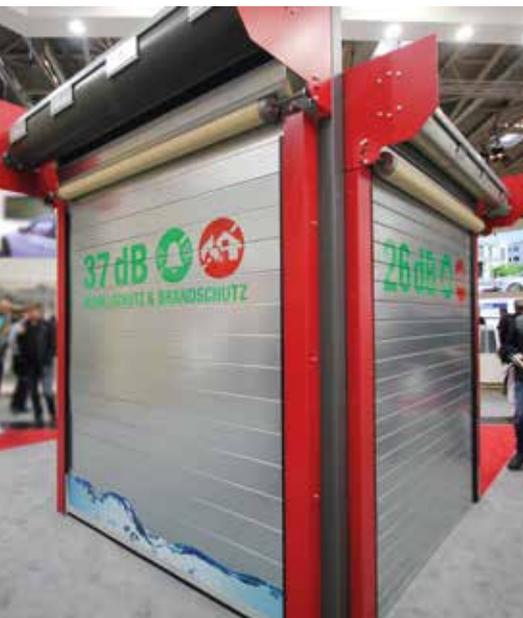
Viel Glas in der Front sowie das Glasgeländer machen einen luftigen Eindruck.

sernen Brüstungen. 800 laufende Meter des Glasgeländersystems Balardo Alu Side 1 von Glassline wurden an der Betondecke befestigt und gewähren den Mitarbeitern nun einen sicheren Blick in die Natur. Die Glasgeländer bestehen aus Aluminium Tragprofilen, einem Verbundsicherheitsglas

20 Millimeter aus 2×10 Millimeter ESG mit 1,52 Millimeter Folie und einem lastabtragenden Kantenschutz.

www.flachglas-markenkreis.de

Rolltore mit bis zu 37 dB Schallschutz



Die Schallschutz-Rolltore eignen sich ebenfalls für den Brandschutz.

Für den Industriebau hat Buchele Schallschutz-Rolltore mit einer Dämmleistung von 37 dB im Portfolio, die auch für den Brandschutz geeignet sind. Das unterstreicht die Expertise von Buchele im Bereich von Akustiktüren und -toren.

Im Bereich Schallschutz und Akustik hat Buchele auch Rolltore im Angebot – die ebenfalls für den Brandschutz geeignet sind. Die Rolltore haben einen Dämmwert von bis zu 37 dB und sind somit für viele Einsätze, vor allem in der Industrie, bestens geeignet. „Die Rolltore sind eine sehr gute Ergänzung zu unserem Programm“, erklärt Geschäftsführer Jürgen Buchele.

Produktionshallen, in denen ein gewisser Lärmpegel herrscht, können so entsprechend gedämmt werden. Behördliche Vorgaben können mit vergleichsweise geringem Aufwand umgesetzt werden. Die Rolltore haben eine weitere Besonderheit: Sind sie als Brandschutztüren ausgeführt, sind sie am Boden wasserdicht. So fließt

im Brandfall kein Löschwasser in zu schützende Bereiche. „Diese Kombination kann in vielen Projekten eingesetzt werden, die bisher auf eine komplexere und vielschichtigere Lösung zurückgreifen mussten“, erklärt Jürgen Buchele.

Doch nicht nur mit den Rolltoren gibt es ein Highlight, sondern auch bei der von Buchele entwickelten und erfolgreichen STB Power Line-Serie, die schon seit Jahren durch hohe Schalldämmwerte überzeugte. Diese STB Power Line ein- und zweiflügeligen Türen und Tore erreichen bis zu 60 dB Dämmwert – ein echtes Novum im Schallschutz-Bereich von Buchele.

www.buchele.de

Einfache Symbole für wesentliche Parameter



Die Neuentwicklung verspricht eine intuitive und einfache Bedienung.

Der Gebäudetechnik-Experte Sauter hat ein neues Raumbediengerät einschließlich zugehöriger Tasteneinheit entwickelt, über die dem Benutzer neben einer präzisen Temperaturmessung weitere Raumkonditionen übersichtlich angezeigt werden. Das Sauter EcoUnit355 mit Tastenmodul EcoUnit358 bietet nicht nur eine intuitive und einfache Bedienung, sondern findet in zahlreichen Montagerahmen für Schalter- oder Steckdosenprogramme Platz.

Das neue Bediengerät regelt, steuert und kontrolliert sowohl das Raumklima als auch die Beleuchtung und den Sonnenschutz. Zu diesem Zweck wurden ein Raumtemperaturfühler und eine mit einer Hintergrund-

beleuchtung versehene großzügig geschnittene LCD-Anzeige in das Gerät integriert. Auf dem Display werden anhand einfacher Symbole alle wesentlichen Parameter angezeigt: Neben Raumtemperatur und Feuchte sind dies Lichtstärke, Luftqualität, Betriebsmodus (Heiz- beziehungsweise Kühlbetrieb), Ventilatorstufe, Auto/Manuell-Betrieb, ECO-Betrieb sowie Datum/Uhrzeit.

Acht Tasten zur individuellen Verfügung

Die Eingabeeinheit EcoUnit358 erweitert das Raumbediengerät um acht Tasten. Ihre Funktionen lassen sich frei konfigurieren

und an die jeweiligen Raumanforderungen anpassen. So kann zum Beispiel der Sonnenschutz individuell bedient werden, genauso ist dies beim Schalten oder Dimmen der Beleuchtung möglich. Auf diese Weise können bereits vorhandene Licht- und Jalousienschalter ersetzt werden. Außerdem verfügt die EcoUnit358 über einen ECO-Taster, durch den sich die Automation jederzeit in den energieeffizienten Automatikbetrieb zurückversetzen lässt.

Darüber hinaus hat Sauter auch bei Design und Montage auf maximale Flexibilität und Kompatibilität geachtet: Sowohl das Bediengerät EcoUnit355 als auch die Tasteneinheit EcoUnit358 passen in eine große Zahl von markt gängigen Montagerahmen für Schalter- beziehungsweise Steckdosen-Programme mit den Innenmaßen 55 Millimeter x 55 Millimeter. Die Tasten lassen sich individuell nach Kundenwunsch bestücken und auch die Beschriftung lässt sich speziell anpassen.

www.sauter-controls.com

Plug-and-Play-Lösung als Funkvariante



Foto © Selve

Jens Achenbach (Produktmanager, l.) und Vitali Dercho (Entwicklungsingenieur) präsentieren den neuen Plug-and-Play-Motortyp als Funk-Version sowie als NHK-Variante.

Seit Anfang des Jahres ist der neue Antriebstyp SEE von Selve auf dem Markt, mit „sehr, sehr positiver Resonanz“, wie Jens Achenbach, Produktmanager für Antriebstechnik im Unternehmen, sagt. „Unsere Kunden sind von der Montagefreundlichkeit und den Funktionen unseres neuen Plug-and-Play-Motortyps begeistert.“ Ab sofort ist der innovative Rollladenantrieb mit der elektronischen Endabschaltung auch als Funk-Version sowie auf Kundenwunsch in einer Variante mit Nothandkurbel-Bedienung erhältlich.

Einfache Erstinbetriebnahme im Mittelpunkt

Der Rollladen-Motor hat das in seinem Namen, was ihn besonders auszeichnet und in dieser Form neue Maßstäbe am Markt setzt: Das „E“ wie easy ist hier durchgängig Programm. Der SEE muss lediglich eingebaut und lauffertig an einen beliebigen Schalter angeschlossen werden – der Rest geschieht ganz automatisch. Gerade wegen seiner besonders innovativen Funktionen hebt sich der Motor auch optisch ab: Er wird in einer grauen Rohrfarbe statt des sonst Selve-üblichen grünen Farbtons ausgeliefert.

Der Anstoß zur Entwicklung eines „völlig easy zu handelnden“ Plug-and-Play-

Motortyps kam von Kundenseite. „Neben passgenauen Antriebs-Lösungen für verschiedenste Einbausituationen haben wir hier die möglichst einfache Erstinbetriebnahme in den Mittelpunkt der Entwicklung gestellt“, schildert Jens Achenbach.

Hindernis- und Überlasterkennung garantiert

Die Einstellung ist mit dem SEE sehr leicht – egal, in welche Endlage der eingebaute Antrieb bei seiner ersten Inbetriebnahme zuerst gefahren wird. Aller guten Dinge sind drei: Nach drei kompletten Fahrten erkennt der SEE die Auf- und Abwärtsrichtung sowie die Endlagen von alleine, fährt diese jeweils sanft an. „Fehler bei der Einstellung der Endlagen sind also völlig ausgeschlossen“, betont der Produktmanager. Der SEE wird als sich automatisch einstellender Antrieb in Kombination mit festen Wellenverbindern (SecuFix) oder Hochschiebesicherungen (SecuBlock) eingesetzt – und sorgt für fest schließende Rollläden, die sich nicht mehr aufschieben oder anheben lassen.

Der SEE lässt sich nicht nur völlig simpel einstellen, er überzeugt zudem mit bewährten Features. Dazu gehört beispielsweise der sanfte Anschlag oben. Durch Positionsabschaltung am unteren Endpunkt wird der

Behang zusätzlich geschont, eine optimale Hindernis- und Überlasterkennung ist garantiert. Dazu gibt es laut Hersteller eine Vielzahl weiterer cleverer Funktionen.

Automatischer Neulern-Modus

Nun ist der neue Antriebstyp neben der leitungsgebundenen Variante auch in der Funk-Version erhältlich. Wie bei Selve üblich, ist mit dem Antrieb je nach Bedarf jederzeit ein unidirektionaler (Iveo) oder bidirektionaler (Commeo) Einsatz möglich. Auf Kundenwunsch wurde der SEE-NHK konzipiert, ein elektrischer Antrieb mit Nothandkurbel-Bedienung. Nachdem der Rollladen – zum Beispiel während eines Stromausfalls – von Hand nach oben gekurbelt wurde, startet der SEE-NHK von ganz allein den Neulern-Modus und stellt sich automatisch wieder selbst ein. „Diese besonders praktische Lösung bietet Selve als einer von nur wenigen Anbietern am Rollladenmarkt“, sagt Jens Achenbach.

www.selve.de

Das Haus im Griff per Fingertipp

Jeder wird das kennen: Bei der gemütlichen Lektüre zu Hause auf der Couch blenden plötzlich Sonnenstrahlen. Wie gerne würde man sitzen bleiben und trotzdem etwas gegen den störenden Lichteinfall unternehmen. Oder wie bequem wäre es schon bei der Rückfahrt von der Arbeit zu wissen, dass sich die Heizung selbstständig angestellt hat, um beim Heimkommen von angenehmer Wärme begrüßt zu werden? Schön einfach wird dies durch das Hausautomatisierungssystem CentralControl von Becker-Antriebe.

Flexibel durch Funkstandard

Wer bei seiner Hausautomatisierung auf den Funkstandard KNX setzt, weiß vor allem eines zu schätzen: Das Netzwerk lässt sich ganz einfach um neue Funktionen erweitern. Ideen dazu bietet Becker, die ihr Portfolio in diesem Bereich weiter ausgebaut haben. Ein Temperatursensor sowie zwei Bewegungsmelder, die für noch mehr Komfort und Energieeffizienz bei der automatisierten Steuerung des eigenen Zuhauses sorgen, sind im Programm verfügbar.

In 0,5 Grad Celsius-Schritten erfasst der KNX-Temperatursensor zuverlässig seine Umgebung. Je nach Einsatzbereich sorgt er dann beispielsweise dafür, dass der Sonnenschutz im Raum bei Überschreiten einer bestimmten Temperatur zuverlässig herunterfährt. Oder er meldet der Markise Frost und verhindert so, dass diese trotz Sonnensensormeldung automatisch ausfährt. Auch sogenannte „Eisfreihalter“ oder Pumpen für Gartenteiche lassen sich über den neuen Becker-Sensor temperaturabhängig schalten.



Fotos: © Becker-Antriebe (2)

Für noch mehr Flexibilität und Komfort lässt sich die zentrale Hausautomatisierung in Kürze auch über die Spracherkennung steuern.

Das Licht im und am Haus haben Nutzer ab sofort über die beiden Bewegungsmelder ganz einfach im Griff. Im Raum schaltet die Unterputz-Version zum Einbau in eine abgehängte Decke die Lampen so, dass sie nur dann leuchten, wenn die Helligkeit einen bestimmten Wert unterschreitet und sich gleichzeitig jemand im Zimmer aufhält. Die Aufputz-Variante, zur schnellen

Montage an Wand oder Decke, ist hingegen ideal für die Garten- und Wegbeleuchtung. Lampen im Garten oder auf dem Weg zum Haus beginnen eine vorher festgelegte Zeit zu leuchten, sobald sich jemand dem Sensor nähert. So findet man sicher im Hellen den Weg nach drinnen.

Freiheit und das Plus an Sicherheit

Von überall wissen, was zu Hause passiert – das ist heute bereits Stand der Dinge. Auch mit dem System von Becker hat man immer einen Blick darauf. Die Benutzeroberfläche für mobile Anwendungen, mit modernem Design und praktischen Favoritentasten, gestaltet die Handhabung einfach und schnell.

Ein sicheres Gefühl schafft zudem eine eingebundene Kamera, die an Haustür oder Garage angebracht ist. Von unterwegs hat man so immer alles im Auge. Zusätzlich bietet das System die Möglichkeit Automaten zu hinterlegen. So lässt sich z. B. während eines Urlaubs Anwesenheit simulieren, indem man die Rollläden so fahren lässt, als ob man zu Hause wäre – ganz automatisch für ein sicheres Gefühl.

Mit Amazon Echo setzt Becker ab 2018 zudem auf eine weitere Schnittstelle, der schon heute die Zukunft gehört. „Alexa, fahre bitte meine Rollläden hoch...“ – über ein solches Kommando lässt sich schon bald die zentrale Hausautomatisierung von Becker steuern. Eines steht also fest: Mit Becker stehen alle Möglichkeiten offen.



Auch unterwegs ist das System einfach bedienbar: Dafür sorgt die übersichtliche Bedienoberfläche für Smartphone oder Tablet.

www.becker-antriebe.de

Markisen mit smarterer Technik bedienen

Elektronische Geräte im Haushalt werden schon heute häufig per Smartphone oder Tablet bedient. Smart Home, die intelligente Hausautomation, ist damit in der Gegenwart angekommen. Ob für drinnen oder draußen. Auch Markisenhersteller Markilux bietet seit acht Jahren für einige seiner Produkte smarte Technik an. Nun stellt das Unternehmen seine auf Funktechnik basierenden Motorantriebe und Steuerungen komplett auf io-Technik als Standard um.

Michael Gerling, Geschäftsführer Technik und Produktion Markilux, hat bereits in den vergangenen Jahren bei der Produktentwicklung zunehmend auf smarte Technik gesetzt: „Vernetztes und intelligentes Steuern von elektronischen Geräten ist Gegenwart und Zukunft. Das heißt auch für uns als Markisenhersteller, unsere Produkte Smart Home-fähig zu machen“, sagt Gerling. Bereits vor Jahren hat das Unternehmen damit begonnen und geht den nächsten Schritt. „Zukünftig setzen wir für den funkelektrischen Betrieb unserer Markisen io-Motoren mit 868 Megahertz als Standard ein“, erklärt Michael Gerling. Die Motoren sind bidirektional-fähig und daher mit digitaler Technik steuerbar.

Der neue Handsender für io-Motoren

Mit diesem Schritt möchte markilux die digitale Welt noch stärker in seinem Produktprogramm verankern. Passend zu den io-Motoren gibt es den exklusiv für das Unternehmen entwickelten, neuen Funkhandsender io designcontrol im schlichten modernen Design. Der Handsender liegt als 1-Kanal- und 5-Kanal-Version vor. Damit lassen sich bis zu fünf Funkempfänger ansprechen, von der Markise bis zum Wärme-



Der Markisenhersteller stellt seine auf Funktechnik basierenden Motorantriebe und Steuerungen komplett auf io-Technik als Standard um.

strahler oder dem LED Lichtsystem. „Mit dem Sender steuert man die Markise direkt vor Ort auf der Terrasse oder dem Balkon. Möchte man den Sonnenschutz von unterwegs über den Smart Home-Betrieb zum Beispiel per Smartphone ein- und ausfahren, dann benötigt man zusätzlich Geräte wie die Connexoon Box und eine App wie Connexoon Terrace“, erklärt Gerling.

Standardmotoren einfach umrüsten

Doch auch wer eine Markilux Markise mit einem Standardmotor hat, kann auf io-Funktechnik umrüsten. Möglich macht dies der Wandschalter io Smooove Uno A/M mit integriertem Funkempfänger. Die Markisen sind

laut Gerling direkt über den Wandschalter steuerbar oder über einen io-Funkhandsender wie io designcontrol. Die bidirektionale Technik des Wandschalters ermöglicht auch hier das Einbinden in eine Hausautomation. Eine Alternative zum io-Wandstecker ist der Slim Plug io-Zwischenstecker. Er wird direkt mit dem Motor verbunden und kann dann per io-Handsender bedient werden. „Für eine Übergangszeit wird natürlich auch die klassische RTS-Technologie, die auf einer Frequenz von 433 Megahertz basiert, noch weiter erhältlich sein“, sagt Michael Gerling. „Doch diese Funktechnik ist, wie so vieles in einer immer stärker digitalisierten Welt, ein Auslaufmodell.“

www.markilux.com

KMGLITE

Bewährte Schließkraftmesstechnik

- ⇒ einfach
- ⇒ günstig
- ⇒ zuverlässig

Ideal für
ASR A1.7

www.kmg-lite.de

GTE Industrieelektronik
Tel.: 02162-3703-0

TEXTILKONFEKTIONS GMBH BFB

Weberstraße 21a
D-02794 Spitzkunnersdorf
☎ +49 (0) 35 84 22 29-0
☎ +49 (0) 35 84 22 29-55
✉ info@bfbgmbh.de
www.bfbgmbh.de

Markisen, Zip- und Sondertücher aus:
Acryl / Acryl wasserdicht PVC-Markisenstoff, PVC-Folien
Lumera / Lumera 3D Soltis®, Sunworker, Glasfaserscreen
Polyester (Sunsilk, Sunvas u.a.) Spezialgewebe

Technische Konfektion
Couponservice für über 1200 Acryl- und Polyesterdessins, Lumera, Soltis®, Sunworker, Glasfaserscreen, PVC-Markisenstoffe, Baumwoll- und Schirmstoffe

Bespannungen für Schirme, Sonnensegel, Balkone, Baldachine u. Pavillons
Wandklappschirme, Sonnen- und Terrassenschirme, Schutzhauben, Schaukeldächer und Sitzpolster

Lernen wie zu Kaisers Zeiten



Tageslicht fördert die Leistungsfähig von Schülern.

Bessere Tageslichtversorgung sorgt für deutlich bessere schulische Leistungen. Das haben diverse Studien und Untersuchungen belegt. Insofern wird seitens des Bundesverbandes Sonnenschutztechnik in Österreich bemängelt, dass bei Erweiterung oder Sanierung insbesondere vieler Schulen, die noch aus Kaisers Zeiten stammen und zuvor dank großer Fenster lichtdurchflutet waren, nun häufig die Versorgung mit Tageslicht auf der Strecke bleibt.

„Wer kennt nicht die alten Schulen, deren große Fenster die hohen Klassenräume mit Tageslicht durchfluten. Und dieses Tageslicht ist ein wesentlicher Lernfaktor“, so Johann Gerstmann, Sprecher des Bundesverbandes Sonnenschutztechnik in Österreich. Zudem benötigen solche Klassenräume weniger Kunstlicht, dafür umso mehr Heizwärme.

Johann Gerstmann: „Seit ein paar Jahrzehnten leistet man sich im Schulbau jedoch weder den Luxus immenser Heizwärmeverluste noch den Luxus großer Kubaturen. Bei einer Erweiterung oder Sanierung einer alten K+K-Schule bringt man bei gleicher Gebäudehöhe nun drei statt vier Geschoße unter. Zusätzlich werden die Gebäudehülle und damit auch deren Fenster mit entsprechendem Wärmeschutz ausgestattet. Das spart zwar Energie, geht aber zu Lasten der Versorgung mit Tageslicht. Und das wiederum mindert die Vitalität und Leistungsfähigkeit.“

30 Prozent weniger Tageslicht

Ecofys, ein Beratungsunternehmen in den Bereichen Energie und Klima mit Sitz in Köln, hat sich die Belichtung von Räumen in Abhängigkeit der Fensterentwicklung angesehen. Demnach sinkt – bedingt durch

höheren Rahmenanteil, verminderte Lichttransmission beschichteter Gläser und erhöhte Laibungstiefen – beim Austausch alter auf energiesparende, neue Fenster die Tageslichtversorgung um bis zu 30 Prozent. Eine Kompensation dieses Verlustes, der zudem den Energieverbrauch für die Beleuchtung erhöht, erfolgte seitens der Baugesetze jedoch nicht. Denn im Energieausweis muss der Bedarf für Kunstlicht nicht nachgewiesen werden. Die Bauphysik schreibt in der Regel für transparente Bauteile den Energiedurchlassgrad (g-Wert) und den Wärmedurchgangskoeffizienten (U-Wert) vor, aber keinen Kennwert für die eigentliche Funktion von Fenstern, nämlich die Qualität der Sichtverbindung und der Belichtung. Johann Gerstmann: „Ein Manko in der Planung. Tageslicht ist zwar keine nachhaltige Energie, eine suboptimale Nutzung erhöht jedoch den Energieverbrauch.“

Rückbesinnung auf eigentliche Funktion

Schulen haben von jeher größere Lichteintrittsflächen als es der Mindeststandard für Wohn- und Bürobauten vorgibt. Dennoch kommt es durch den Einsatz komplexer Verglasungen dazu, dass Lichtversorgung und Tageslichtqualität deutlich beeinträchtigt werden. Der wichtige Aspekt der Energievermeidung beim Heizen und Kühlen geht nicht selten zu Lasten der Lichtversorgung und Lichtqualität. Daher bedurfte es einer gewissen Rückbesinnung, um die eigentliche Funktion von Fenstern und Verglasungen in den Vordergrund zu rücken: Sicht und Licht.

Das Österreichische Institut für Schul- und Sportstättenbau (ÖISS) hat Anfang Fe-

bruar 2018 die überarbeitete Richtlinie für die Belichtung und Beleuchtung von Schulen veröffentlicht. Darin wurde die Bedeutung von Sonne und Licht für die Leistungsfähigkeit, das Wohlbefinden und die Gesundheit der in Schulen arbeitenden und lernenden Menschen als zentrales Thema verankert. Damit entspricht man auch einem Vorschlag der EU, der besagt, dass alle Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz genauso der Verbesserung des Innenraumklimas für die Bewohner dienen sollen. Oft wurde in den letzten Jahren die Prävention gegen Überwärmung wichtiger genommen als eine gute Tageslichtversorgung.

Sonnenschutzglas reduziert Lichtversorgung

Sogar Sonnenschutzglas kommt für Klassenfenster zum Einsatz – ohne zu bedenken, dass dadurch die Lichtversorgung, aber auch die Nutzung der Sonne fürs passive Heizen auf der Strecke bleiben. Mit Sonnenschutzglas alleine lässt sich eine Klasse allerdings nicht vor Überwärmung schützen, weshalb Be- und Verschattung immer mit zu berücksichtigen sind. Dazu kommt noch, dass Klassen bei Bedarf soweit abgedunkelt werden müssen, dass mit visuellen Medien gearbeitet werden kann. Johann Gerstmann: „Also wieso teure Gläser einsetzen, die im Winter die kostenlose Sonnenwärme nicht optimal nutzen, die Lichttransmission verringern und eine Veränderungen des Tageslichtspektrums bewirken?“ Ob ein Glas das Tageslichtspektrum verändert, ist visuell meist nicht feststellbar, kann sich aber auf die biologischen Prozesse und das emotionale Empfinden des menschlichen Körpers auswirken.

Um die erforderliche thermische Behaglichkeit zu gewährleisten, kommt es einerseits auf einen möglichst niedrigen Energieeintrag untertags sowie eine gute Abfuhr der im Gebäude gespeicherten Wärme in der Nacht an. Variabler außenliegender Sonnenschutz ist die beste Methode, die Wärme vom Gebäude untertags fernzuhalten. Alle anderen Formen einer Kühlprävention, wie beispielsweise Überstände, reduzieren den Lichteinfall und sind zudem an Ost- und Westfassaden unwirksam.

Schutz vor Überwärmung, optimale Tageslichtversorgung

Bei der Planung ist aus didaktischen, betriebswirtschaftlichen, psychologischen und biologischen Gründen eine größtmögliche Ausnutzung von natürlichem Licht anzu-

streben. Die ÖISS-Richtlinie verfolgt einen modernen ganzheitlichen, aber einfachen Ansatz für eine gute Tageslichtversorgung und die darin enthaltenen Empfehlungen optimieren zugleich die Energiebilanz von

transparenten Bauteilen. Neben dem bedarfsgerechten Managen solarer Energie wird erstmals auch die Ressource Tageslicht mitberücksichtigt. Die ÖISS-Richtlinie zeigt, dass es keinen Widerspruch darstellt,

guten Schutz vor Überwärmung und optimale Tageslichtversorgung unter einer Hut zu bringen.

www.bvst.at

Innovative Technologie

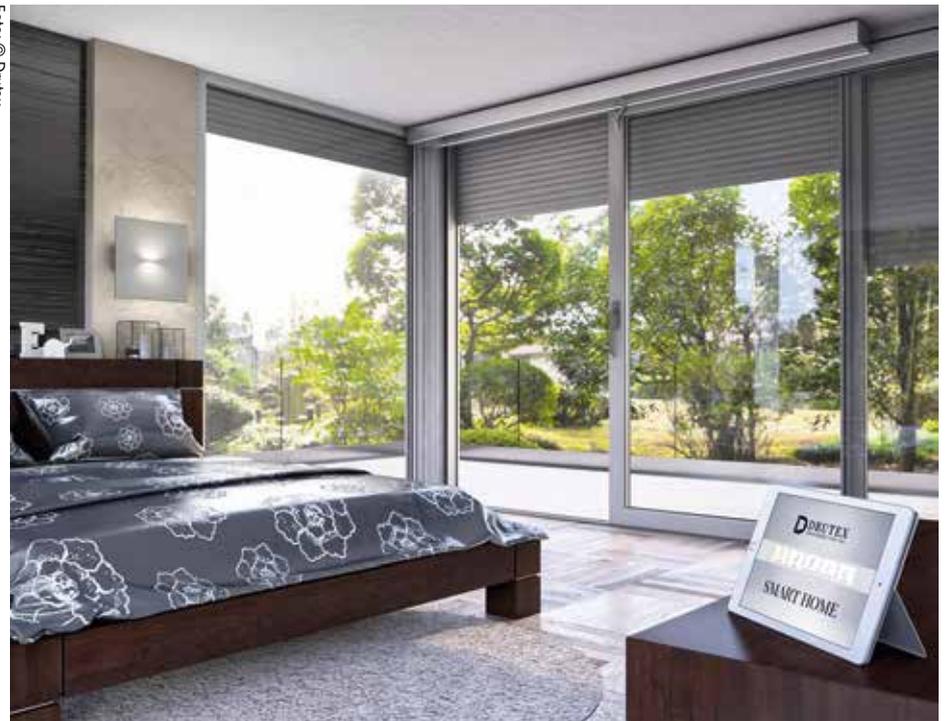
Zwar produziert Drutex ein traditionelles, jahrhundertaltes Produkt – gleichzeitig aber entspricht es in der Entwicklung den modernsten Standards. „Wir haben den Anspruch, mit unseren Lösungen stets auf der Höhe der Zeit zu sein“, erklärt Bogdan Gierszewski, General Director bei Drutex. Und derzeit sind Smart-Home-Technologien immer stärker gefragt – auch in Deutschland.

Deshalb ermöglicht Drutex seinen Kunden, die Haustechnik einfach und bequem über das Smartphone, Tablet oder den PC zu bedienen. Durch die eingesetzten Lösungen TaHoma von Somfy sowie hochwertige Maco Produkte wird das eigene Haus intelligent – und das Leben seiner Bewohner gleichwohl sicherer und komfortabler. Angaben der Firma Somfy zufolge haben in Polen bereits 20 Prozent aller Menschen ein Smart-Home-System in den eigenen vier Wänden. Die Deutschen sind noch etwas zögerlicher – aber immerhin vertraut auch hier schon jeder Sechste auf die smarte Technik.

Mehr Bedienkomfort, weniger Aufwand

Was bei der Automatisierung den Reiz ausmache? Mit ihr delegieren die Bewohner ein ganzes Stück Verantwortung auf ein absolut zuverlässiges System. „Die smarte Technologie macht das Leben nicht nur komfortabler, sie sorgt auch für ein besseres Raumklima, wenn der Besitzer außer Haus ist – und das rund um die Uhr sowie auch auf meilenweite Entfernung“, so Bogdan Gierszewski. Wie von selbst fahren dann je nach Wunsch beispielsweise die Rollläden herunter, die Fenster schließen sich und die Tür wird verriegelt.

Im Computer können bis zu 40 Steuerungsszenarien programmiert und manuell, automatisch zu einer bestimmten Zeit, oder aber durch Sensorsignale aktiviert werden. Über 100 kompatible Produkte können laut Somfy mit dem TaHoma-System über PC, Tablet, Smartphone und Co. gesteuert werden. Außerdem ermöglicht es dem Besitzer zu überprüfen, ob Anordnungen auch vollständig ausgeführt wurden. Die Lösungen lassen sich nicht nur auf die facettenreichen Fenster und Türen von Drutex anwenden, sie sind auch mit dessen modernem Hebeschiebe-Tür-System Iglo-HS kompatibel.



Das Unternehmen ermöglicht seinen Kunden, die Haustechnik einfach und bequem über das Smartphone, Tablet oder den PC zu bedienen.

Außerdem können mit dem System die Außenrollläden gesteuert werden, was zu einer erheblichen Senkung der Energiekosten beiträgt, da Wärme vor allem durch die Fensterscheiben verloren geht. Eine vom Industrieverband Technische Textilien, Rollläden, Sonnenschutz (ITRS) in Auftrag gegebene Studie hat ergeben, dass automatisierte Rollläden und Sonnenschutzsysteme bei Fenstern, die der aktuellen Energieeinsparverordnung entsprechen, acht Prozent der eingesetzten Heizenergie einsparen.

Wer tagsüber außer Haus ist, wird sich womöglich freuen, am Abend in eine gut belüftete Wohnung zurückzukehren. Unwetterwarnungen spielen dabei keine Rolle: Die moderne Technik kann auf sich ändernde äußere Bedingungen reagieren – und bei Wind und Regen etwa das Schließen von Fenstern und Türen veranlassen. Obendrein schreckt die Somfy Smart-Home-Technologie auch Einbrecher ab. Schließlich simuliert sie die Anwesenheit eines Bewohners – das Zuhause wirkt zu keiner Zeit leerstehend und Eindringlinge halten sich fern.

Clever lüften

Um eine hohe Sicherheit zu gewährleisten, setzt Drutex aber auch auf ActivPilot Comfort PADM Parallelabstellbeschläge von Winkhaus mit motorischer Steuerung. Sie öffnen den Fensterflügel maximal sechs Millimeter weit, was eine Luftzirkulation gewährleistet, zugleich aber die Innenräume vor Regen sowie Verkehrslärm abschottet und Einbrechern den Zugang erschwert. Selbst in diesem Lüftungsmodus kann der Beschlag eine hohe Einbruchhemmung bis RC2 bieten. Obendrein sind die Energieverluste deutlich geringer als bei einem gekippten Fenster.

Bogdan Gierszewski stellt fest: „Die heutigen Möglichkeiten markieren wohl erst den Anfang eines aktuell noch unvorstellbaren Ausmaßes an spannenden Smart-Home-Technologien. Wir bleiben dabei stets auf dem Laufenden. Schließlich ist es unser Ziel, dem Kunden mit unserer Produktpalette das ganze Potenzial modernster Lösungen anbieten zu können.“

www.drutex.de

Baureihe der Metallbehänge ergänzt



An der Fassade des Neurocampus in Bordeaux bildet der Behang eine ästhetische Einheit mit der transparenten Fassadenhülle aus Lochblech.

Ein bewegliches, außenliegendes Sonnenschutzsystem muss vor zu hoher solarer Einstrahlung schützen, die Versorgung mit Tageslicht sicherstellen und dabei den Bezug zur Außenwelt erhalten. Ebenso muss es rationale, architektonische und ästhetische Anforderungen erfüllen. Mit der Baureihe der rollbaren Metallbehänge bietet MHZ seit fast eineinhalb Jahrzehnten maßgeschneiderte Lösungen, um diesen Bedingungen zu entsprechen.

S_{enro} ist das neueste Produkt aus der Baureihe von MHZ Metallbehängen. Der Sonnenschutzbehang aus rollgeformten Aluminium-Mikroprofilen verbindet Transparenz und Ästhetik mit der Möglichkeit, diese in verschiedenen Farben zu gestalten. Damit vereint S_{enro} die besonderen Eigenschaften des Edelstahlbehangs S_{enn} und des Sonnenschutzrolladens S_{onro} aus Aluminium.

Durch die Aluminium-Mikroprofile benötigt S_{enro} einen geringen Wickelraum und minimiert so die Einbaumaße. Die verschiedenen Einbaulösungen reichen von Vorbausystemen bis hin zur Fassadenintegration. S_{enro} bietet einen geringen Gesamtenergiedurchlassgrad von

$g_{tot} = 0,05$ in Verbindung mit einer Verglasung $g = 0,28$ bei gleichzeitig hoher Transparenz. Zudem wurde er erfolgreich bis Windwiderstandsklasse 6 getestet und hält damit einem orkanartigen Sturm (Beaufort 11) stand.

An der Fassade des Neurocampus in Bordeaux, Frankreich (vib architecture) kommt S_{enro} beispielsweise mit 395 Anlagen und knapp 730 Quadratmetern Gesamtfläche zum Einsatz. Dort bildet er eine ästhetische Einheit



Die einfallende Lichtmenge kann durch Öffnen und Schließen des Behangs bis hin zu kompletter Verdunkelung bestimmt werden.

mit der transparenten Fassadenhülle aus Lochblech.

Rollladen und Sonnenschutz aus Aluminium

Der Aluminiumbehang S_{enro} vereint die Funktion eines Sonnenschutzsystems mit der eines Rollladens. Durch die speziell konzipierte Profilgeometrie schützt der Aluminium-Behang den Innenbereich ab einem Inklinationwinkel von 20 Grad vor direkter Sonneneinstrahlung. Die einfallende Lichtmenge kann durch Öffnen und Schließen des Behangs bis hin zu kompletter Verdunkelung bestimmt werden. Damit erreicht S_{enro} einen minimalen Gesamtenergiedurchlassgrad $g_{tot} = 0,05$ in Verbindung mit einer Vergla-

sung $g = 0,28$. Die rollgeformten doppelwandigen Aluminiumprofile sorgen für eine hohe Stabilität, die auch starkem Wind standhält. S_{onro} wurde erfolgreich bis Windwiderstandsklasse 6 (Beaufort 11 – orkanartiger Sturm) getestet. Zusätzlich können die einzelnen Mikroprofile farbig gestaltet und so auf die Fassade abgestimmt werden.

In Hannover fügt sich S_{enro} so mit 415 Anlagen und einer Gesamtfläche von rund 1070 Quadratmetern in das Fassadenbild des Klinikums Siloah ein (Sander.Hofrichter Architekten GmbH). Der Aluminium-Behang erfüllt mit seinen Eigenschaften alle Anforderungen eines modernen Klinikgebäudes.

www.mhz.de



In Hannover fügt sich der Behang mit 415 Anlagen und einer Gesamtfläche von rund 1070 Quadratmetern in das Fassadenbild des Klinikums Siloah ein.

Fotos: © MHZ (3)

Neue Produkte und Ergänzungen

Quelle: © Lakal



Das System ist jetzt noch vielfältiger einsetzbar und leichter zu montieren.

Mit dem IsoTop bietet Lakal seit vielen Jahren einen hochwertigen Rollladen, bzw. Raffstore für den Neubau. Mit einer ganzen Reihe an Neuerungen und Verbesserungen an dem System, ist der IsoTop jetzt noch vielfältiger einsetzbar und leichter zu verbauen.

Die neue Clips-Funktion spart bei der Verbindung von Rollläden und Fenster zahlreiche Arbeitsschritte. Mit wenigen Handgriffen kann der Monteur vor Ort den Rollladen sicher befestigen. Und auch bei der Befestigung zur Decke sind neue Optionen verfügbar – zum Beispiel die Statikkonsole Stabilum SK, die Befestigungslasche Stabilum DB oder der Hochleistungs PUR-Schaum Stabilum PUR.

Außerdem verfügbar sind Außenzuluftdurchlässe, mehrere Kastentiefen oder auch farblich angepasste Innenbeschichtungen beim IsoTop Sun. Von besonderem Interesse für Architekten und Bauherren dürfte die Gehrungsecke sein: Durch sie können auch großzügige über einen rechten Winkel hinweggehende Fensterpartien bestens mit Rollläden-

oder Raffstorekästen bestückt werden. Moderne Architektur und Wohnkomfort gehen dabei Hand in Hand.

„Die Liste an Neuerungen und Entwicklungen ließe sich weiter fortsetzen“, so Alexander Koch, Vertriebsleiter Deutschland bei Lakal. „Zum Beispiel mit den neuen Dämmvarianten oder neuen Farben. Bei allen Ergänzungen haben wir stets den Kundennutzen im Blick. Bauherren sollen den passenden Rollläden und Raffstore für ihr Traumhaus finden. Hochfunktional, konform zu den aktuellen Normen und natürlich ästhetisch ansprechend.“

Im Rahmen der Ergänzungen zum IsoTop hat Lakal dementsprechend auch eine Klinkervariante und neue Farben und Folien ins Programm aufgenommen. Denn ein Rollladen oder Raffstore ist ein prägendes Element im Hausbau und leistet neben seinen funktionalen Aspekten auch einen Beitrag zum Gesamteindruck des Gebäudes.

www.lakal.de



Eine erfolgreiche Hochsaison!

V460-Santander

Zuverlässige Spitzenqualität

Eine solide Zusammenarbeit, ein umfassendes Angebot und eine attraktive Marge. Verano® bietet eine passende Lösung für jede Situation und jedes Budget!



Weitere Informationen:
verkoop@verano.nl
www.verano.nl/de
+31 (0)499 - 330 335



Fünf Varianten der Lastabtragung



Eine Stabilisierungskonsole für Aufsatz- und Einbaukästen hat der Rollladenkastenhersteller im Angebot.

Rollladenkastenhersteller Beck + Heun bietet insgesamt fünf Befestigungskonzepte für Aufsatz- und Einbaukästen an. Die

Stabilum-Lösungen sichern das Fensterrahmenprofil über eine lastaufnehmende Verbindung nach oben hin ab. Sie werden auf Wunsch in die Rollladen- oder Raffstorekastensysteme des Herstellers eingearbeitet.

Die sicherste Befestigung von Fenstern in Verbindung mit einem Aufsatz- oder Einbaukasten bietet die Variante Stabilum SK. Fest mit dem Baukörper verbunden, kann die in den Kasten integrierte Stabilisierungskonsole sowohl Wind- als auch Stoßlasten abtragen. Sie erfüllt die Anforderungen der Windklasse 4 nach DIN EN 12210/12211. Was die Stoßlast betrifft, hält die Stabilisierungskonsole der Klasse 5 nach DIN EN 13049:2003 (D) stand. Dies hat sich Beck + Heun vom Prüfinstitut Schlösser und Beschläge Velbert zertifizieren lassen. Stabilum SK wird entweder mit dem Baukörper verschraubt (Variante für Aufsatzkästen)

oder über einen mitgelieferten 135 Grad Montagewinkel verschraubt und einbetoniert (Variante für Einbaukästen).

Befestigungslösungen für Aufsatzkästen

Das Stabilum-Sortiment beinhaltet zudem zwei weitere Befestigungslösungen speziell für Aufsatzkästen. Wenn keine Verschraubung möglich oder gewünscht ist, eignet sich Stabilum Pur. Hierbei erfolgt die Verbindung zum Sturzbereich durch das Verschäumen der Baukörperanschlussfuge mit Hochleistungs-Pur-Schaum. Die dritte zusätzliche Befestigung für Aufsatzkästen ist Stabilum DB. Hierbei handelt es sich um eine Deckenbefestigung zur kraftschlüssigen Montage zum Fenstersturz und zur Decke. Diese Standard-Lösung wird grundsätzlich bei allen geteilten Elementen der Auf-

satzkastenserie Roka-Top 2 des Herstellers eingearbeitet. Da die Lasten am Teilungsbrett nun auf den Baukörper übertragen werden, trägt Stabilum DB zur Entlastung des Fensters bei.

Auch für Einbaukästen sind zwei weitere Varianten erhältlich. Stabilum NB ist eine vereinfachte Lösung zur Blendrahmenstabilisierung. Die Stabilum NB-Bügel werden werkseitig verbaut. Auf der Baustelle müssen lediglich die mitgelieferten Montagewinkel verschraubt und einbetoniert werden. Durch das Einbetonieren leitet der Bügel auftretende Kräfte sicher ab. Wenn lediglich eine zusätzliche Befestigung am Mauerwerk gewünscht ist, ohne dabei spezielle Anforderungen erfüllen zu müssen, kann der Verstärkungswinkel zum Einsatz kommen. Dieser dient allerdings nicht der statischen Lastabtragung.

www.beck-heun.de

Auch Rollos dienen dem Einbruchschutz

Einbruchsicherheit ist ein seit vielen Jahren relevantes Thema. Selbst kurze Abwesenheit der Bewohner wird von Einbrechern genutzt, um sich Zutritt zu Haus oder Wohnung zu verschaffen. So machen sich insbesondere in der Urlaubszeit viele Reisende Sorgen um die Sicherheit ihres Hab und Guts. In Einfamilienhäusern gelangen Einbrecher vor allem durch das Aufhebeln von Fenstern – Schutz kann moderne Technik bieten. Denn gewöhnlich brechen Kriminelle ihren Einbruchversuch ab, wenn es ihnen innerhalb von drei Minuten nicht gelingt, die Sicherungen zu überwinden.

Einbruchsicherheit von Fenstern optimieren

Im Sortiment der Aluprof Aluminiumsysteme gibt es eine



Auch das Terrassentürsystem kann mit Einbruchhemmung ausgestattet werden.

Reihe von Lösungen, welche die Einbruchsicherheit von Fenstern optimieren – sie reichen von der Klasse RC1 bis zur Klasse RC4.

Die einbruchhemmenden Fenster- und Türkonstruktionen des polnischen Herstellers basieren auf den standardmäßigen

Systemlösungen MB-60, MB-70, MB-86 und MB-104 Passive. Zur Sicherung werden zusätzliche Elemente eingebaut. „Dazu

gehören einbruchhemmendes Glas, eine ausgeklügelte Ausbesicherung sowie speziell für diesen Einsatzzweck bestimmte Beschläge“, erklärt Bożena Ryszka, Marketingleiterin bei Aluprof S.A.

„Aluminiumsysteme in Einfamilienhäusern sind ein Trend mit zunehmender Beliebtheit. Neben der Tatsache, dass Aluminium einen gewissen Hauch von Modernität mit sich bringt, verleiht dieses Material den Eindruck einer sehr leichten Struktur“, so Bożena Ryszka. Einbruchhemmende Konstruktionen müssen außerdem nicht nur auf klassischen Fensterlösungen basieren. Für alle, die sich große und zugleich einbruchsichere Panoramaverglasungen wünschen, ist womög-

lich das MB-77HS Lift & Slide Terrassentürsystem interessant. Mit seinen schlanken und doch robusten Profilen ist es mit exklusiv designten Türen in Doppel- oder Dreifachverglasung ausgestattet.

Leichte Montage

Für gewöhnlich besteht die Verglasung von Einbruchkonstruktionen aus so genannten Verbundverpackungen. Besagte Fenster werden speziell konstruiert – sie sind oft mehrschichtig und setzen sich aus gehärtetem Glas und Spezialfolien zusammen. Ab der Sicherheitsklasse RC2 lässt sich ein zusätzlicher Schutz gewährleisten, indem mittels einer Kleb- und Dichtungsmasse die Versiege-

lung zwischen der Scheibe und der Konstruktion vorgenommen wird. Auch die Montage unterscheidet das einbruchhemmende System von Standardprodukten – sie erfolgt nämlich mit Hilfe von Dübeln und entsprechend harten Distanzplatten.

Ergänzt wird diese Aluprof Produktpalette durch einbruchhemmende Rollos. Mit ihrer Konstruktion gewährleisten sie ein besonderes Maß an Sicherheit. Sie verfügen außerdem über ein Zertifikat, das ihre Einbruchhemmungsklasse attestiert. Bei einem solchen Rollo besitzen die einzelnen Bauteile eine spezielle Verstärkung, die es unmöglich macht, die Profile zu verbiegen, geschweige denn herauszuziehen. Auch ein Auf-

prall kann dem System nichts anhaben. Zusätzlich schützt ein Ratschen-Mechanismus im unteren Teil des Rollos vor dem Anheben des geschlossenen Vorhangs. Das Aluprof Außenrollladensystem hat die Widerstandsklasse RC3 nach der Norm PN-EN 1627:2011. „Das bedeutet, dass der Rollladen einem Einbrecher etwa 20 Minuten standhält, auch wenn dieser mit einem beträchtlichen Arsenal an Werkzeugen wie Brecheisen, Hammer oder Akkubohrmaschine, ausgerüstet ist“, erklärt Bożena Ryszka.

www.aluprof.eu/de

Vom Dach an die Fassade

Mit effektivem Hitzeschutz kennt sich Fakro, eigenen Angaben zufolge der weltweit zweitgrößte Hersteller von Dachflächenfenstern, aus. Diese Erfahrung bringt das polnische Unternehmen nun auch an die Fassade. Angeboten werden Netzmarkisen in unterschiedlichen Ausführungen.

Nach außen klappbar

Das klassische Modell wird entlang der Fensterrahmen gespannt. Bei der Markisolette kann der untere Teil über einen Schwenkarm nach außen aufgeklappt werden, somit gewinnt man deutlich mehr Tageslicht. „Während sich Rollläden besser für Schlafräume eignen, sind Markisen eine tolle Lösung für Wohnräume oder Kinderzimmer. So können die Räume ideal untertags genutzt werden – ganz ohne künstliches Licht. Gleichzeitig spenden sie Schutz vor Hitze und Sonnenstrahlen“, so Geschäftsführer Carsten Nentwig. Das wetterbeständige, lichtdurchlässige Gewebe der Markise liegt außen vor dem Fenster und hält die energierei-

chen Sonnenstrahlen von der Scheibe fern.

Elektrischer oder Solarantrieb

„Unsere Netzmarkisen verbinden effizienten Hitzeschutz mit höchstem Bedienungskomfort. Ein weiterer Vorteil ist das in den Führungsschienen liegende ‚Reißverschlussystem‘, dank dem die Markisen Windgeschwindigkeiten bis zu 220 km/h widerstehen“, sagt Carsten Nentwig. Sowohl die klassische Variante als auch die Markisolette können elektrisch und solar betrieben werden. Die solarbetriebenen Netzmarkisen sind aus energetischer Sicht optimal: Sie beziehen ihren Strom aus einem kleinen Photovoltaikenelement am Aufrollkasten und sind deshalb auch für die Sanierung bestens geeignet. Die solarbetriebenen Modelle können darüber hinaus auf „vollautomatischen Modus“ gestellt werden. Dann schließt sich die Markise am frühen Morgen, bevor die Sonne zu stark scheint, und öffnet sich am Abend wieder, wenn mehr Frischluft im Haus zur Abküh-



Mit einem Schwenkarm lässt sich die Markise anklappen und so mehr Tageslicht in den Raum.

lung gewünscht ist. Erhältlich sind sie in Standardgrößen und in außerordentlich großen Formaten bis zu 4 x 2,7 Metern oder 3,5 x 3,5 Metern. Die Aufrollkä-

sten und Führungsschienen sind in allen Farben der RAL-Palette ohne Aufpreis abrufbar.

www.fakro.at

Foto: © Fakro

Mit vereinter Innovationskraft

Gelungene Kooperation: Warema und Iconic Skin haben ihre Kompetenzen gebündelt und ein innovatives Produkt entwickelt. Das Ergebnis heißt IsoShade und ist ein Einselelement für Hochleistungsfassaden. Die Isolierglaseinheit besteht aus einem 3-fach Isolierglas und einem Zwischenraum, in den werkseitig ein Sonnenschutz integriert ist. Zur Auswahl stehen Produktvarianten mit Raffstoren und Senkrecht-Markisen von Warema.

Die Anforderungen an einen Sonnenschutz im geschlossenen Fassadenelement sind speziell. Sie unterscheiden sich hinsichtlich der entstehenden, hohen Temperaturen, der Zufuhr von Trockenluft und der erhöhten Lebensdauer stark von den Standardanforderungen an einen außenliegenden Sonnenschutz. „Mit Warema haben wir einen Partner mit Expertise für den IsoShade-Sonnenschutz ins Boot geholt“, sagt Heiko Merte, Geschäftsführer Iconic Skin.

„Warema liefert als einer der wenigen Hersteller am Markt umfangreiche Prüfzeugnisse, insbesondere die für uns wichtigen Langzeit- und Fogging-Tests – genau die Qualitätsprodukte, die wir für IsoShade benötigen.“

Sowohl bei der Verglasung im Wohnbau als auch bei Büro- oder Produktionsgebäuden kann die Neuheit ihre Vorteile voll ausspielen: Durch den abgeschlossenen, sich selbstkonditionierenden Zwischenraum ist der werkseitig integrierte Sonnenschutz keinen äußeren Einflüssen wie Wind oder Regen ausgesetzt. So entfällt für den Betreiber die Reinigung, gewartet werden muss lediglich der außenliegende Motor. Außerdem lassen sich Lamellen oder Markisen witterungsunabhängig bewegen und es entstehen keine störenden Windgeräusche. In Sachen Geräuscharmut kann IsoShade darüber hinaus zusätzlich punkten: Das Element liefert hervorragende



Foto: © Warema/Iconic Skin

Aus der erfolgreichen Kooperation ist ein Einselelement für Hochleistungsfassaden entstanden.

Schallschutzwerte und erreicht schon in der Standardausführung alle gängigen Lärmschutzzvorgaben für Wohn-, Gewerbe- und Büroobjekte. Die Raffstoren sorgen zudem für eine optimale Lenkung des einfallenden Lichts, während die Variante mit Senkrecht-Markise eine dezente Lichtstimmung erzeugt.

Als Kooperationspartner von Iconic Skin präsentierte Warema

ein IsoShade Element im März bei der Fensterbau Frontale in Nürnberg. Um den Messebesuchern einen realitätsnahen Eindruck der Neuheit zu vermitteln, war das Fenster so hinterleuchtet, dass die Messebesucher das Gefühl hatten, vom Gebäudeinneren nach draußen zu schauen.

www.warema.de

Neues Material brennt, qualmt und tropft nicht

Ein neuer Hochleistungs-Dämmstoff hält Einzug in die Fertigung von Beck + Heun: Phenopor zeichnet sich durch eine starke Dämmleistung und ein ausgezeichnetes Brandverhalten aus. Damit will der Hersteller in Vorleistung für die energetischen und brandschutztechnischen Anforderungen der Zukunft treten. Das Material wird auf Anfrage ab sofort in ausgewählten Beschattungs- und Dämmprodukten verarbeitet.



Foto: © Beck+Heun

Einbau-Rollladenkästen, die aus dem neuen nichtbrennenden Dämmstoff erstellt werden.

Im Brandfall bildet sich eine Schutzschicht

Je nach Raumgewicht von 40 bis 80 Kilogramm pro Kubikmeter erreicht der Phenolharzschäum eine Wärmeleitfähigkeit von $\lambda = 0,024$ bis $0,028$ Watt pro Meter mal Kelvin. Darüber

hinaus brennt, qualmt und tropft Phenopor nicht. Kommt es zum Brand, wirkt die oberste Phenopor-Schicht wie ein Hitzeschild. Dabei carbonisiert sie und bildet somit eine Schutzschicht. Der Rollladen- oder Raffstorekasten bleibt in-takt.

Phenopor wird sowohl im Leicht- als auch im Massivbau zum Einsatz kommen: Ausgewählte Rollladenkästen der Serien Roka-Therm 2 und Roka-Top 2 sowie Raffstorekästen der Serien Roka-Shadow und Roka-Top Shadow können nun vollständig aus Phenopor gefertigt

werden. Die massiven Ziegelkästen der Marke Roka-Lith (Shadow) werden mit Phenopor-Dämmkeil erhältlich sein.

Verarbeitung sukzessiv ausweiten

Auch in weiteren Bereichen rund um das Fenster wird der Hochleistungs-Dämmstoff verarbeitet werden. Beispiele hierfür sind ausgewählte Schalungssysteme, Formteile für Ziegelkästen, Dämmplatten sowie das Fensterlaibungs-Dämmprofil Reno-Therm. Beck + Heun beabsichtigt, die Verarbeitung von Phenopor sukzessive auf weitere Produkte auszudehnen. Dabei richtet sich der Hersteller vor allem nach Kundenwünschen.

www.beck-heun.de

Kein Flügel stört die Aussicht

Sein Produkt-Portfolio im thermisch nicht getrennten Bereich, bestehend aus Ganzglas-Schiebewänden sowie gerahmten und Ganzglas-Schiebe-Drehwänden, hat das schwäbische Unternehmen KlimaFlex jetzt um eine gerahmte Schiebewand, die für eine bessere Abdichtung gegen Feuchtigkeit und Zugluft sorgt, ergänzt.

Flexible Verglasung großer Flächen

Im thermisch getrennten Bereich präsentiert das Unternehmen ein Schiebe-Drehsystem in Wohnraumqualität, welches die flexible Verglasung auch großer Flächen ermöglicht. Dabei lassen sich einzelne Elemente öffnen und auf Kipp stellen. Bei der Öffnung der gesamten Front lässt sich das aufgefächerte Scheibenbündel im Paket nach innen klappen.

Ganzjährig nutzbare, thermisch getrennte Balkone, Loggien und Terrassendächer mit flexibler Verglasung liegen im Trend. Das isolierte Schiebe-

Drehsystem KF 65 DSF von KlimaFlex verfügt über eine Wärmedämmung in Wohnraumqualität. Damit lassen sich Fensterfronten zu einem vollwertigen Wohnraum schließen, der auch eine Ausstattung mit Parkett, Teppichen und Wohnzimmermöbeln erlaubt. Zugleich eignet sich das gedämmte System auch für jede Art von Warmwintergarten oder großflächig verglastem Wohnzimmer.

Kompaktes Flügelpaket nach innen klappen

Die flexible Verglasung KF 65 DSF ist ein stehendes, oben geführtes System, das auf nur einer Schiene läuft. Die isolierte Balkonverglasung kann links oder rechts geöffnet werden, und auch geteilte Anlagen sind möglich. An schönen Tagen können einzelne Fenster oder auch komplette Fronten geöffnet werden. Dafür wird die komplette Glaswand Element für Element zur Seite geschoben und als kompaktes Flügelpaket nach innen geklappt. Der



Foto: © KlimaFlex

Das schwäbische Unternehmen hat sein Produkt-Portfolio ergänzt.

Effekt: Bei geöffneten Fronten stört kein verbleibender Flügel die Aussicht.

Für die Belüftung bei geschlossener Scheibenfront lassen sich einzelne Elemente per Drehmechanismus öffnen und der erste Flügel sogar auf Kipp stellen. Dies ermöglicht eine flexible Reaktion auf jedes Wetter und eine komfortable Klimatisierung nach Wunsch.

Für die Schiebe-Drehwand sind unterschiedliche Glasaufbauten von 28 bis 42 Millimetern sowie unterschiedliche Isoverglasungen realisierbar. Serienmäßig sind alle Farben des K7 RAL-Fächers erhältlich mit

Ausnahme der Design-Farben. Auf Wunsch stehen auch eine Vielzahl an Struktur- und Sonderfarben zur Auswahl.

Große Glasflächen, wie sie an modernen Hochhäusern mit verglasten Loggien häufig zu finden sind, lassen sich nur mit erheblichem Aufwand von außen reinigen. Anders das isolierte Schiebe-Drehsystem KF 65 DSF. Jeder Flügel lässt sich einzeln öffnen. Somit sind auch die Außenflächen der Scheiben gut zugänglich und können vom Rauminneren aus problemlos gereinigt werden.

www.klimaflex.de

Harmonisches Design für jedes Wetter



Foto: © Wilkes

Die Terrasse erweitert die Wohnung ins Freie und bietet ein völlig neues Lebensgefühl.

Individuelles Styling für Terrasse, Balkon und Fassade bietet Wilkes Kunststoffe mit seinen HPL-Baukompaktplatten Kron-

umfangreiche Designvielfalt an Farben sowie Holz-, Stein- oder Metalldekoren in naturgetreuer Nachbildung, Fassaden, Objektverkleidungen, Brüstungen und

Sichtschutzwände lassen sich damit auch passgenau gestalten.

Mit ihrer harten, UV-geschützten Oberfläche sind sie besonders widerstandsfähig und bieten Sicherheit und langlebigen Schutz vor jeglichen Witterungseinflüssen, so dass Hausbesitzer lange Freude an ihrer Fassaden- und Balkonverkleidung haben.

Passende Terrassenüberdachung

Eine passende Terrassenüberdachung erweitert den Innenraum ins Freie. Der Schutz von Mobiliar und Boden sowie die Sicherheit vor Witterungseinflüssen sind dabei die wesentli-

chen Pluspunkte. Die Stegplatten Highlux von Wilkes zeichnen sich durch eine hohe Lichtbeständigkeit und eine angenehme Lichtstreuung aus, ohne bei langjährigem Einsatz an Qualität zu verlieren.

Für Geländerfüllungen und Raumtrennungen eignen sich widerstandsfähige Kunststoffe wie zum Beispiel Deglas aus Acrylglas oder Polycarbonat, welches Wilkes in satinierten oder klaren Ausführungen sowie auch in zahlreichen Farbtönen und Dicken anbietet.

www.wilkes.de

Mehr Breite dank neuer Dachrinne

Eine neue Dachrinne für sein Terrassendach Terrazza hat Weinoor im Programm. Aufgrund einer größeren Bauhöhe verbessert sie die Statik des gesamten Terrassendachs. Dadurch sind größere Breiten machbar, zudem verringert sich das Gewicht der Rinne.

Seit über 15 Jahren behauptet sich das Terrassendach Terrazza am Markt. Es zeichnet sich vor allem durch hohe Qualität und anspruchsvolles Design aus. Nun ergänzt Weinoor den gefragten Wetterschutz durch eine weitere technische Innovation: die Dachrinne 220.

Höhere Spannweiten zwischen den Pfosten

Da die Bauhöhe jetzt 220 Millimeter statt 160 Millimeter beträgt, ist die Dachrinne wesentlich belastbarer. Je nach Tiefe und Schneelast können bis zu 20 Prozent höhere Spannweiten zwischen den Pfosten erreicht



Die hochwertigen LED sind perfekt in den Arm integriert – wetterfest, dimmbar und für eine gleichmäßige Ausleuchtung unter der Markise.

werden, ohne die Dachrinne mit Stahl zu verstärken. Der Vorteil für Terrassennutzer: Es sind größere Dachbreiten ohne Mittelpfosten machbar, so dass der Blick nach vorne nicht eingeschränkt wird.

Auch der Transport und die Montage erleichtern sich mit der Dachrinne 220 erheblich. Denn durch die neue Rinnenkonzeption sind große Breiten mit deutlich weniger Stahl möglich. Das schont den Rücken der Monteure. In Kürze bietet Weinoor zudem einen besonde-

ren Service: Der Stahl zur Verstärkung der Dachrinne ist getrennt von der Rinne lieferbar. Dadurch ist beides leichter zu transportieren und anzubringen. Der Stahl lässt sich dann nachträglich von hinten in die Rinne einlegen.

Von Zusatzgeschäften profitieren

Weinoor hält drei Ausführungsvarianten bereit: ohne Stahl sowie mit 140 Millimeter und 180 Millimeter hohem Stahl. Die neue

Weinoor Dachrinne 220 ist für die Terrazza-Ausführungen Originale und Plus in Kombination mit dem Pfosten 115 verfügbar.

An das Weinoor-Terrassendach mit der Dachrinne 220 lassen sich Unterbauelemente aus Glas sowie die Senkrechtbeschattung VertiTex II ganz einfach anbauen. Damit haben Weinoor-Fachpartner die Möglichkeit, ihren Kunden mehr Nutzen anzubieten und von Zusatzgeschäften zu profitieren. Sogar die Zip-Version der neuen Senkrechtmarkise VertiTex II lässt sich ohne großen Aufwand an die Dachrinne 220 montieren. Die angrenzenden Bauteile der Dachrinne, wie etwa die Pfosten, lassen sich genauso einfach montieren wie bisher. Weiteres Plus: Die Dachrinne besitzt einen doppelten Boden. So lassen sich Anbauteile und Unterbauelemente einfach von unten anschrauben.

www.weinoor.de

Trotzt auch heftigen Stürmen

Windlasten von über 320 Stundenkilometern und eine Tragkraft von bis zu 200 Kilogramm je Quadratmeter sind schon ein extremer Härtestest – insbesondere für Terrassenüberdachungen. Doch genau diese harten, Miami-Dade-Test genannten Anforderungen hat jetzt die Terrassenüberdachung Camargue mit kippbarem Lamellendach des belgischen Spezialisten Renson gemeistert.

Stabil und haltbar

Das Miami-Dade-Zertifikat gilt für ganz USA und ist über die Staaten hinaus eine Referenz für Stabilität und Haltbarkeit. Die erfolgreichen Tests in Florida bestätigen den hohen Qualitätsanspruch des Herstellers und sind wichtig für den weltweiten Vertrieb. Neben dem Miami-Dade-

Zertifikat ist die Camargue, wie auch die weitgehend baugleiche Algarve-Terrassenüberdachung, seit Kurzem auch UL-zertifiziert. Das UL Listed-Zertifikat bestätigt, dass die US-amerikanischen Sicherheitsnormen auf dem Gebiet der elektrischen Sicherheit und Sicherheit erfüllt werden.

Mit diesen weltweit anerkannten Zertifikaten stehen den Terrassenüberdachungen von Renson nicht nur in den Vereinigten Staaten, sondern weit darüber hinaus neue Märkte offen.

Alleinstehend oder integriert

Die Terrassenüberdachungen Camargue und Algarve von Renson kombinieren Aluminiumtragwerke mit geeigneten Dachlamellen. Diese um 150 Grad drehbaren Aluminium-



Die Terrassenüberdachung erhielt die Miami-Dade-Zertifizierung.

lamellen bieten Sonnenschutz und gewährleisten Kühlung und Belüftung. Die Lamellen sind so entworfen, dass Wasser seitlich in Richtung der Pfosten abgeleitet wird. Diese Wasserableitung funktioniert auch, wenn die Lamellen nach einer regnerischen Periode geöffnet werden. Sowohl Camargue als auch Algarve können auf unterschiedliche Art und Weise montiert

werden: alleinstehend an einer Außenwand befestigt oder in eine bestehende Öffnung integriert. Camargue kann rundum mit verschiedenen Elementen ausgestattet werden, beispielsweise mit windbeständigen Markisen, Glasschiebetüren oder Schiebeelementen.

www.renson.de

Großer Schattenspender mit schlanker Form

Eine elegante Designmarkise hat der österreichische Sonnenschutzprofi Valetta neu im Programm. Die Markise Luna Grande ist zwar bis zu sieben Meter breit, wirkt aber dennoch schlank und puristisch in der Konstruktion. Die Befestigungseinheiten sind unsichtbar eingearbeitet, wodurch das gute Tuch optisch noch ruhiger wirkt.

Die Luna Grande ist mit geschränkten Gelenkarmen ausgerüstet, was den edlen und kompakten Eindruck noch weiter verstärkt. Im geschlossenen Zustand verbirgt sich die Markise vollständig in einer dreiteiligen Aluminiumkassette, die wie ein bewusstes Gestaltungselement der Fassade wirkt. Andreas Klotzner, Geschäftsführer der Valetta Sonnenschutztechnik: „Qualitätsmarkisen tragen sehr viel zum Wohnkomfort bei, dazu müssen sie aber in jeder Hinsicht auf die Wünsche der Bewohner abgestimmt sein.“

Professionelle Berater helfen nicht nur bei der Auswahl der Stoffe, Muster und Farben, sondern messen vor Ort aus und kümmern sich um die normgerechte Montage. „Gerade bei den Ausmaßen einer Luna Grande mit einem Ausfall von bis zu vier Metern sollte man auf das Know-how eines Fachmanns nicht verzichten“, empfiehlt Andreas Klotzner. Eine C-förmige Fallschiene schützt die ausgefeilte Technik und die hochwertigen Beschattungstoffe vor ungewollten Witterungseinflüssen, und die standardmäßige Ausstattung mit Motor bringt den großen Schattenspender auf Knopfdruck in die gewünschte Position.

Ein unsichtbarer Schutzschild

Moderne Beschattungen schützen im Hochsommer zuverlässig vor ungewollten UV-Strahlen. Sie halten den Boden kühl,

Foto: © MHZ



Bis zu sieben Meter breit ist die neue Markise.

indem sie mittels Sonnensensor bei zu starker Einstrahlung automatisch ausgefahren werden. „Je besser Freiflächen geplant sind, desto mehr Stunden, Tage und Wochen im Jahr kann man sie nutzen. Das betrifft nicht nur die Beschattung, sondern auch weiteres Zubehör wie integrierte LED-Beleuchtung oder Heizstrahler“, sagt Andreas Klotzner. Denn mit diesen kann das Wohnzimmer im Freien auch in den kühleren Abendstunden und in den Übergangszeiten genutzt werden.

Ein weiteres wesentliches Merkmal sind die hochwertigen Stoffe. So ist die Luna Grande mit TEXgard Easy Clean veredelt. Diese Imprägnierung bildet einen unsichtbaren Schutzschild um jede einzelne Faser und bewirkt die Wasser- und Schmutzabweisung sowie einen effektiven und langanhaltenden Schutz gegen Öle, Fette, Schimmel und Algen. Das macht die Markise langlebig und rund ums Jahr einsetzbar.

www.valetta.at

Gleichmäßiges Licht in vielen Farben



Die RGB-Funksteuerung sitzt geschützt im kompakten Lichtleistengehäuse.

Foto: © Weinor

nach moderner Formgebung an. Sie ist unauffällig verschraubbar und lässt sich im gleichen Farbton der gesamten Sonnen- und Wetterschutzanlage ausführen, unabhängig davon, ob sie von Weinor selbst oder von einem anderen Hersteller ist.

LED-Leiste ist universell einsetzbar

Die eigens entwickelte RGB-Funksteuerung ist im kompakten Lichtleistengehäuse geschützt untergebracht. Das ermöglicht einen direkten Stromanschluss. In Kombination mit der BiConnect-Steuerung von Weinor sind umfangreiche Funktionen wählbar. So lassen sich die Farben in 48 Stufen bequem mit dem neuen, einfach zu handhabenden Handsender BiEasy 15M Go! verstellen. Das Licht ist zudem dimmbar. Mit dem Hand-

sender können auch andere Weinor-Produkte wie Sonnenschutz oder Heizung bedient werden.

Die neue LED-Leiste ist universell einsetzbar. Sie kann an fast jede Hauswand und nahezu jedes Terrassendach angebracht werden. Außerdem ist die RGB Stripe kompatibel mit der Weinor Glas-Schiebewand w17 easy, der Komfort-Schiebedrehwand w26-c und der Pergola-Markise Weinor PergoTex II. Durch die verdeckte Verschraubung im Innern des Gehäuses eignet sich die LED-Leiste für jeden Untergrund. Der Kabelauslass lässt sich dabei flexibel den örtlichen Gegebenheiten anpassen, egal ob links oder rechts, oben, zur Seite oder nach hinten.

www.weinor.de

Mit der neuen LED-Leiste des Herstellers Weinor lässt sich die Terrasse in farbiges Licht tauchen. RGB Stripe ist fast überall auf der Terrasse montierbar, auch nachträglich. Die Beleuchtung kann mit dem neuen Handsender BiEasy 15M Go! sogar gedimmt werden.

Die neue LED-Leiste RGB Stripe bietet Balkon- und Terras-

sennutzern ein besonders breites Spektrum an Möglichkeiten. Damit sind bis zu 48 warme Farb- und drei Weißtönen wählbar, die mithilfe einer Streuscheibe ein angenehm gleichmäßiges Licht verbreiten. Mit ihrer schlanken, eckigen Ausführung und dem kleinen Format passt sich die LED-Leiste den Bedürfnissen

Modulare Bauweise macht das Leben einfacher

Das Markisensortiment von Hella ist breit gefächert. Neben der offenen Markise Area 7040, der vielseitigen Viva 7040 und der ovalen Kassettenmarkisen Cleo 5530/7030/7040 sticht aber vor allem die Pan 7040 hervor. Mit vielen Raffinessen im Design und einer innovativen Lichtgestaltung unter der Markise am Abend haben sich die Hella-Köpfe aus Abfaltersbach im österreichischen Osttirol vor allem Gedanken über die Montage des Markisenhighlights gemacht. Neben scheinbar unsichtbaren Konsolen sind es die deutlich verbesserten Montagebedingungen durch gewichtsreduzierte, installationsfreundliche Baugruppen, die den Markisenmonteuren das Leben bei der Montage wesentlich einfacher machen.

Natürlich haben die Hella-Entwickler die Pan 7040 auch auf die momentanen Trends in der Architektur abgestimmt. Mit einem minimalistischen Design und einer möglichen Baubreite von bis zu 7 Metern bei bis zu 4 Metern Ausfall bietet sie sich perfekt als optische Wohnraumerweiterung auf der Terrasse an. Mit der verfügbaren Farbpalette von über 20 Standard Gestell-Farben und den umfangreichen Tuchkollektionen kann sie sich so optimal an die Fassade jedes Hauses anpassen. Mit der maximalen Baugröße von 28 Quadratmetern können vor allem im Bereich der aktuell so beliebten Doppelhaushälften die Terrassen fast immer über die kom-



Mit ihrem minimalistischen Design und einer möglichen Baubreite von bis zu 7 Metern bei bis zu 4 Metern Ausfall bietet sich die Markise optimal als optische Wohnraumerweiterung auf der Terrasse an.

plette Hausbreite beschattet werden.

Mehrwerte für den Fachbetrieb

Große einteilige Beschattungsflächen bedeuten in der Regel ein hohes Gewicht der Markise. Das gilt aber nicht für die Pan 7040, denn mit der patentierten modularen Bauweise wird das für die Fachbetriebe zu tragende Gewicht deutlich reduziert. Die Markise besteht aus zwei Modulen: ein Modul mit

der Tuchwelle und ein weiteres mit den Gelenkarmen. Diese werden nacheinander in die Wandkonsolen eingehängt und miteinander verbunden. Wird so das Montieren der Markise wesentlich erleichtert, gilt das aber auch für das Auf- und Abladen auf das Montagefahrzeug und den Transport der Markise durch Garten, Garage oder Treppenhaus. So kann der Rücken und damit die Gesundheit der Monteure wesentlich geschont werden. Im Zeitalter der immer rarer werdenden qualifizierten Fachkräfte ein nicht zu unterschätzendes Merkmal der Pan 7040. Auch der Tuchwechsel gestaltet sich durch die Revision in der oberen Kassette kinderleicht und vereinfacht auch hier die Arbeitsbedingungen an der Markise.

Innovative Lichtgestaltung

Die Nutzung von Markisen beschränkt sich schon lange nicht mehr alleine auf das Schatten-

spenden am Tag. Gerade am Abend werden sie gerne genutzt, um die abstrahlende Wärme des über den Tag aufgeheizten Terrassenbodens mit der ausgefahrenen Markise länger zu konservieren. Da stellt sich natürlich auch schnell die Frage nach einer Beleuchtung. „Lichtlösungen im oder unter dem Markisenkasten bzw. im Ausfallprofil schaffen keine gleichmäßige Beleuchtung über die gesamte Fläche. Markisenarme können so störende Schatten am Abend werfen“, erklärt Entwickler Felix Perathoner und führt fort: „Mit der Anordnung der Lichtquellen unterhalb der Markisenarme können wir bei der Pan 7040 ein wirklich angenehmes Lichtambiente schaffen, das den Platz unterhalb der Markise sehr gut ausleuchtet. Dimmen der LED-Beleuchtung ist natürlich auch möglich.“

Viel Entwicklungspotenzial

Hella-Marketingleiterin Eva Krepstekies sieht in der Entwicklung der Pan 7040 einen neuen Weg bei der Markisenentwicklung: „Natürlich stehen die Kundenwünsche nach mehr Ausstattung und Komfort ganz vorne an, aber gerade durch die großen Baugrößen der Markisen und zusätzliche Ausstattungen wie elektrische Antriebe, Licht oder Variovolants etc. müssen wir uns natürlich auch Gedanken über Transport und Montierbarkeit unserer Produkte machen.“ Eva Krepstekies sieht hier noch viel Entwicklungspotenzial bei den Markisen. „Mit der modularen Bauweise der Pan 7040 haben wir hier einen wichtigen Schritt in diese Richtung getan. Unsere Hella-Köpfe arbeiten bereits an weiteren zukunftsorientierten Entwicklungen und so dürfen unsere Kunden gespannt sein, was Hella noch an weiteren Innovationen auf den Markt bringt.“



Die hochwertigen LED sind perfekt in den Arm integriert – wetterfest, dimmbar und für eine gleichmäßige Ausleuchtung unter der Markise.

www.hella.info

Neue Kataloge für den flächigen Sonnenschutz



Der neue Rollo-Katalog zeigt mehr als 340 hochwertige Stoffe.

In diesem Jahr wartet Erfal mit zwei neuen Sonnenschutzkatalogen auf – für Rollos und Flächenvorhänge. Für beide Produkte steht eine jeweils separate neue Stoffkollektion zur Verfügung und für Rollos auch zahlreiche neue Modelvarianten. Der neue kompakte Katalogaufbau beider Kollektionen erleichtert die Beratung. Im Vergleich zum Vorgängerkatalog wurden die Stoffmuster vergrößert und die Stoffanordnung optimiert. Alle Dessinstoffe sind zur besseren Veranschaulichung der Mustergröße räumlich dargestellt. Ergänzend dazu führt ein QR-Code zum Designfinder auf der Website als digitale Beratungsunterstützung.

Der neue Erfal Rollo-Katalog enthält mehr als 340 Stoffe. Die umfangreiche neue Auswahl für Rollos ist sowohl für den Ob-

jekt- als auch den wohnlichen Bereich geeignet. Fast ein Drittel der Stoffe entspricht den Farbvorlieben der Mitteleuropäer mit Weiß, Creme, Grau und Naturtönen. Daneben sind Rollos in aktuellen Trendfarben oder mit 95 Dessinstoffen mit dezenten und ausdrucksstarken Mustern erhältlich. Mehr als 100 Stoffe – Uni und Dessin – der neuen Rollo-Kollektion sind bestens zur Abdunkelung geeignet. Etwa 130 funktionelle Gewebe dienen dem Einsatzzweck im Objektbereich.

Eine Besonderheit stellt die separate Kollektionskarte „Nachhaltigkeit“ dar. Sie umfasst 20 nachhaltig hergestellte Stoffe aus Plastikmüll. Die Gewebe wurden mit dem Cradle to Cradle-Status „Bronze“ zertifiziert. Insgesamt 18 Kollektionskarten bieten eine vielfäl-

tige Auswahl. Zwölf Farbthemen, drei Karten mit Abdunklungsstoffen und zwei Karten mit Funktionsgeweben ermöglichen eine zielgerichtete Suche und schnelles Finden geeigneter Stoffe. Der 4-sprachige Katalog stellt einen Mix aus neuen, modernen Rollo-Modellen und bewährter Technik dar.

Je nach baulichen Gegebenheiten und Vorlieben fertigt Erfal Rollos mit runden und eckigen Kassetten oder Trägerprofil. Als besondere Unterstützung für den Fachhändler wurde der Technik- und Preisbroschüre eine Model-, Farb- und Größenbereichsübersicht vorangestellt. Diese dient einer zügigen Auswahl des am besten geeigneten Rollo Modells.

Die neue Erfal Kollektion für Flächenvorhänge umfasst rund 180 Stoffe. Die elf Farbthemen-



Das neue Rollomodel hat eine kleine, formschöne Kassette und lässt sich durch Seiten- oder Mittelzug mit Softfeder einfach bedienen.

karten bieten eine vielfältige Stoffauswahl sowohl in zeitlosen als auch trendigen Farben. Zwei Drittel der Stoffe begeistern mit aparten und stilvollen Musterungen. Viele der Dessinstoffe können mit passenden Uni-Stoffen aus der Kollektion kombiniert werden.

www.erfal.de



Auch für Flächenvorhänge steht eine neue Stoffkollektion bereit.

EVO LUTION

Wie macht der Rollladen?

Der neue EVO-Antrieb von Becker.
Einfach mucksmäuschenstill.

www.becker-antriebe.com

Quality
made in Germany
BECKER

BECKER
Energy efficiency

Zutrittskontrolle im Live-Betrieb



Foto: © Betafence

Raum für Live-Vorführungen und Schulungen: Die neue Ausstellungshalle in Schwalmtal bei Mönchengladbach.

Betafence hat am Standort Schwalmtal bei Mönchengladbach eine neue Ausstellungshalle eröffnet. In der umfangreichen Ausstellung mit angeschlossenem Konferenzraum zeigt der Zaun- und Zutrittspezialist in Zusammenarbeit mit seinem Kooperationspartner Halsang vor allem Produkte mit besonderer Alleinstellung. Unter anderem zwei Aluminium-Schiebetore, das Schnellfalttor Faldivia, Fahrrad- und Fußgänger-Drehkreuze, die mobile Absperrung Publifor,

die Anti-Terror-Bariere Terrablock XL, eine Übersicht über die Securifor Sicherheitsgittermatten sowie verschiedene Flügeltore und das Designzaunsystem CreaZen.

Ein wichtiger Fokus der Ausstellung ist die Zutrittskontrolle. Tore, Drehkreuze und Steuerungsmöglichkeiten werden live in Betrieb gezeigt. Ein besonderes Augenmerk gehört dabei der Fernüberwachung und Steuerung mit dem zukunftsweisenden Monitoring System des Betafence-Koope-

rationspartners Halsang. In der Ausstellung wird gezeigt, wie sich die kompatiblen Anlagen mit dem System via Internet steuern und aufgezeichnete Schließzyklen und Ereignisse webbasiert einsehen lassen, um unnötige Wartungsfahrten zur Baustelle zu vermeiden.

Betafence nutzt die mit Konferenzraum ausgestattete Ausstellungshalle vor allem für Kundenschulungen. Das Unternehmen stellt die Räumlichkeiten aber auch Kunden sowie interessierten Unternehmen und Organisationen für Veranstaltungen rund um Betafence-Produkte zur Verfügung.

„Die Vorführung im Live-Betrieb ist eine wichtige Ergänzung zu unseren Produktunterlagen“, sagt Jörg Kaufung, Produkt- und Marktmanager DACH bei Betafence. „Wie schnell das Faldivia-Tor wirklich ist, wie einfach sich die Steuerung einrichten und bedienen lässt und welche Möglichkeiten das Monitoring-System bietet, erlebt man am besten vor Ort. Seit der Fertigstellung im Frühjahr hatten wir bereits eine ganze Reihe von Vorführungen und Schulungen in der neuen Ausstellungshalle. Die Rückmeldungen waren sehr positiv, und wir werden dieses Angebot weiter stärken.“

www.betafence.de

Neuer Terrassenplaner

Ob Poolumrandung, Dachterrasse oder Balkon: Ein Bauvorhaben sollte gut durchdacht sein. Mit dem neuen Terrassenplaner von Inoutic ist das ab sofort ein Kinderspiel – sowohl für Endverbraucher als auch für Händler.

Zukünftig fällt die Terrassenplanung leicht: Denn Inoutic stellt nun eine Anwendung zur Verfügung, welche in wenigen Schritten den Materialbedarf für neue Terrassen, Gartenwege oder Balkone ermittelt. Die Software erfasst im Planungsprozess nicht nur den gewünschten Deckbelag – Terrace, Terrace Massive oder Terrace Massive Pro – welcher jeweils in vier bis sechs verschiedenen Farben erhältlich ist. Auch die Dielenlänge und der Untergrund, auf dem diese montiert werden, sowie die maximal mögliche Aufbauhöhe, Abschlussprofile und zusätzliche Leuchtsysteme können in die Planung integriert werden. Per Dateixport werden die Artikel und Mengen sowie die Zeichnungen und die einzelnen Profilschritte anschließend genau aufge-



Foto: © Inoutic

Der Terrassenplaner ermittelt in wenigen Schritten den Materialbedarf für neue Terrassen, Gartenwege oder Balkone.

führt. Projekte können gespeichert und später wieder aufgerufen werden. Dies erleichtert nicht nur die Planung und Preisbestimmung für Händler. Auch private Nutzer profitieren davon: Denn mit einem selbst er-

stellten und gespeichertem Projekt sind Angebote beim Händler schneller eingeholt.

www.terrassenplaner-twinson.inoutic.com

Praxisorientierte Unterstützung

Mit einem umfassenden Portfolio an individuell gestaltbaren Werbeartikeln und Ausstellungselementen unterstützt Alukon seine Vertriebspartner. Denn wer technisch anspruchsvolle Produkte verkaufen will, ist auf eine qualifizierte Beratung am Point of Sale angewiesen. Ein guter Verkäufer allein reicht dabei oft nicht aus, um diese Aufgabe zu stemmen. Eine aussagekräftige Website, ein gut ausgestatteter Verkaufsraum und ansprechende, aufeinander abgestimmte Verkaufsunterlagen können dem Kunden so manche Kaufentscheidung erleichtern. Da setzt der Hersteller an.

Auf das Kerngeschäft konzentrieren

„Wir vertreiben unsere Produkte über Händler und an Verarbeiter. Damit sich unsere Vertriebspartner auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können, bieten wir ihnen ein umfangreiches Paket an individuellen Werbeartikeln und Ausstellungselementen an“, erklärt Alexander Winkler, Leiter Produktmanagement und Marketing bei Alukon, das Marketingkonzept für Partner. Die Idee dahinter sei, Fachhandel und Verarbeiter auf jeder Ebene des Verkaufsprozesses praxisorientiert und individuell zu unterstützen.

Diese Unterstützung beginnt bereits bei der Gestaltung und Ausstattung der Ver-

kaufsräume beim Partner vor Ort. Alukon bietet individuelle Ausstellungssysteme für die verschiedenen Produktgruppen an, die in Ausführung und Optik auf Kundenwunsch angepasst werden können. Dies ermöglicht es zum Beispiel, die Firmenfarben und das Logo des Vertriebspartners mit in die Gestaltung eines Exponats einfließen zu lassen. Für alle Produkte gibt es zudem handliche Musterausschnitte, die sich für Beratungsgespräche mit Endkunden eignen. So lassen sich nahezu alle Produkte auch mobil realistisch veranschaulichen.

Individuell anpassbare Verkaufsunterlagen

Ebenfalls individuell anpassbar sind die klassischen Verkaufsunterlagen des Herstellers. Für Anzeigen, Poster und Aktions-Flyer stellt Alukon seinen Partnern Vorlagen zur Verfügung, die sowohl gestalterisch als auch inhaltlich viel Freiraum lassen. Händler haben so die Möglichkeit, sich mit geringem Aufwand und ohne zusätzliche Kosten für andernfalls zu beauftragende Werbeagentu-

Foto: © Alukon



Mit individuell gestaltbaren Werbeartikeln und Ausstellungselementen werden die Vertriebspartner unterstützt.

ren von ihrem regionalen Wettbewerb abzuheben.

„Um den Umfang unserer Marketingunterstützung übersichtlich präsentieren zu können, fassen wir alle Werbeartikel in unserer ‚Marketingmappe‘ zusammen“, so Alexander Winkler. Alukon Partner können die Broschüre bei ihrem zuständigen Außendienstmitarbeiter oder online über den Händlerbereich der Firmenwebsite bestellen.

www.alukon.com

Logistikflotte erweitert

Sicher, zuverlässig, termingerecht – mit der Übernahme von neuen Sprintern erweitert Eurosun seine Logistikflotte, um eine noch bessere termingerechte Zustellung der

hochwertigen Produkte an die Kunden gewährleisten zu können.

„Die nunmehr hochmoderne Eurosun Logistikflotte trägt maßgeblich dazu bei,

unsere logistischen Prozesse im Dienste unserer Kunden zu optimieren“, erläutert Verkaufsleiter Patrick Schiller. „Somit haben wir die Messlatte in puncto Lieferqualität erneut höhergelegt.“

Die neuen Fahrzeuge sind schadstoffarm, verfügen über eine hochmoderne Technik und perfekte Systeme zur Sicherung der Ladung. Die Planengestaltung der neuen Transporter spiegelt das erweiterte Eurosun-Produktportfolio wider und zeigt neben den bewährten Raffstores nun auch Rollladen- und ZIP-Systeme.

Ein weiterer Baustein der Eurosun Qualitätsoffensive besteht in der Weiterentwicklung des Versandkonzepts, das darauf ausgerichtet ist, den Kundenbedürfnissen noch besser zu entsprechen.



Foto: © Eurosun

Die neuen Fahrzeuge sind schadstoffarm, verfügen über eine hochmoderne Technik und perfekte Systeme zur Sicherung der Ladung.

www.eurosun.cz

Ausgezeichnet in drei Kategorien

Mit dem Plus X Award wurde jetzt die Markise Balkoness von Reflexa in gleich drei Kategorien ausgezeichnet. Die internationale Fachjury kürte die Kassettenmarkise in den Kategorien Design, Funktionalität und High Quality. Dabei würdigte das Gremium laut Hersteller neu entwickelte und zukunftsfähige Innovationen, die vor allem durch Design, Materialwahl, Gebrauchswert sowie durch technische und ökologische Qualität überzeugen.

Ausschlaggebend für den Sieg in der Kategorie Funktionalität war das Montagekonzept der Markise. Sie zeichnet sich durch ihre kleine und formschöne Kasette aus und die patentierten Seitendeckel sowie einen patentierten Schließmechanismus. Durch Konstruktion mit Augenmerk auf Servicefreundlichkeit sinkt der Zeitaufwand für Wartungsarbeiten an den neuen Markisen deutlich. Im Wartungsfall ist es bei der Balkoness möglich, das Tuch oder den Motor zu wechseln, ohne die Markise zu demontieren.

Puristische Formensprache

Beim Produktdesign sprach die puristische Formensprache mit ruhiger Linienführung, die der Markise ein elegantes, hochwertiges Erscheinungsbild verleiht, für die Balkoness. Die filigrane Dynamiklinie sorgt für einen fließenden Übergang vom Front- in den Seitenbereich. Diese akzentuierte Be-



Foto: © Reflexa

Die Markise ist bis zu 5,50 Meter breit und bis zu 3 Meter tief.

grenzung modelliert eine optisch schlankere Bautiefe. Die betonte Abschlusslinie gestaltet den präzisen Übergang zur Wand hin. Der Elektroantrieb ist zudem um Funktechnik erweiterbar. Über zusätzliche Module und bidirektionale Smart Home-Technologie lassen sich die Markisen per Tablet oder Smartphone bedienen.

In der Kategorie High Quality überzeugt die Balkoness mit hochwertiger Materialbeschaffenheit. Die Gestaltung in Bezug auf Farbe und Stoffauswahl ist nahezu unbe-

grenzt, wenn es um die Kombinationsmöglichkeiten geht. Die Markisengestelle sind mit einem umweltschonenden Verfahren pulverbeschichtet und in sieben Standardfarben und optional in vielen RAL-Farben erhältlich. Durch die Pulverbeschichtung sind die Gestelle wetterfest und korrosionsbeständig. In Verbindung der zahlreichen Markisentücher entstehen dabei viele Kombinationsmöglichkeiten.

www.reflexa.de

Neues Sägezentrums

Seit Mai 2017 betreibt die Ehret GmbH ein neues Sägezentrums zum Ablängen und Bohren von Aluminium-Profilen. Die automatische Sägeanlage ersetzt zwei alte Maschinen und ist Teil der Investition des Fensterladenspezialisten in die Zukunft des Unternehmens.

Durch die Inbetriebnahme der neuen Anlage konnten im letzten Jahr zahlreiche Prozesse optimiert und für die Zukunft ausgerüstet werden. Dabei wurde die neue Anlage in die bestehenden Prozesse integriert. Nach der Pulverbeschichtung mit über 4000 Farben werden die Fensterläden im neuen Sägezentrums individuell zugeschnitten und anschließend in der Montageabteilung montiert. Die neue Maschine im Sägezentrums ist an das ERP-System angeschlossen und sorgt durch die automatische Datenübertragung nicht nur für mehr Effizienz

und weniger fehlerbedingte Nachbeschichtungen, sondern auch für eine größere Nachhaltigkeit. Dies ermöglicht dem Unternehmen die effiziente und flexible Produktion jedes Flügels als Unikat.

„Damit garantieren wir dem Kunden auch zukünftig eine einwandfreie Qualität und kurze Lieferzeiten – auch bei starkem Auftragseingang“, so Produktionsleiter Uwe Fossler. Die neue Anlage sichert einen durchgängigen Betrieb und kann je nach Produktionsauslastung in drei Schichten betrieben werden. Mit über 390 Mitarbeitern ist die Ehret GmbH führender Spezialist für Fensterläden aus Aluminium in Europa und feiert im September 2018 ihr 50-jähriges Firmenjubiläum.

www.ehret.com



Foto: © Ehret

Die automatische Sägeanlage ersetzt zwei alte Maschinen und ist Teil der Investition des Fensterladenspezialisten in die Zukunft des Unternehmens.

Ausgezeichnete Anwendung



Foto: © Jeanelle Dobrindt / SmartHome Initiative Deutschland

System ist kompatibel mit Apple HomeKit und kann auch per Sprachsteuerung bedient werden.

Auch beim besten realisierten Projekt beteiligt

Das blieb aber nicht die einzige Auszeichnung mit Beteiligung von Velux. Das Schwörer Healthy Home wurde als „Bestes realisiertes Projekt“ gekürt. Die Jury überzeugte vor allem das ganzheitliche Konzept des Hauses, das sich dem gesunden und nachhaltigen Wohnen verschrieben hat. Velux war bei dem Projekt Baupartner: In dem Haus sorgen 21 Dachfenster des Herstellers für gesundes Tageslicht.

Die SmartHome Initiative Deutschland vergibt jährlich die SmartHome Deutschland Awards. Damit will der Verein das hohe technologische Niveau und Engagement würdigen, das in den Produkten, Lösungen und Unternehmen des Markts bereits vorhanden ist und wächst – sowohl im Neubau, als auch im Wohnungsbestand. Die Sieger werden durch eine neutral und fachkundig besetzte Jury ermittelt.

www.velux.de

Sebastian Kording stellte die in der Kategorie „Bestes Produkt“ mit dem zweiten Platz ausgezeichnete Anwendung vor.

Mit dem zweiten Platz in der Kategorie „Bestes Produkt“ beim SmartHome Deutschland Award wurde die Anwendung „Velux Active with Netatmo“ des Dachfensterherstellers ausgezeichnet. Bei dem Produkt handelt es sich um ein sensorgesteuertes System zur Automatisierung von Dachfenstern sowie Sonnen- und Hitzeschutzprodukten.

„Velux Active sorgt künftig automatisch für optimales Raumklima im Dachgeschoss. Die Auszeichnung ist eine tolle Bestätigung,

dass wir mit einer innovativen Idee einen Mehrwert zum Wohnen schaffen“, kommentiert Sebastian Kording, Produktmanager für Automation und Lüftung bei Velux Deutschland. Mit Sensordaten zu Temperatur, Luftfeuchtigkeit und CO₂-Gehalt im Raum sowie externen Wetterdaten berechnet das System die für gute Luftqualität und angenehme Temperatur notwendigen Aktionen und steuert Dachfenster, Rollläden und Sonnenschutzprodukte dementsprechend. Das

Branchenbefragung im deutschen Handwerk

Der aktuell vom Bauinformationsdienstleister iBau in Zusammenarbeit mit der Heinze Marktforschung verliehene „Stein im Brett“-Award zeichnet die besten Marken der Bauindustrie aus. Über 2500 Handwerker und Fachunternehmer beteiligten sich dieses Jahr an der Abstimmung. In der Kategorie Sonnen- und Blendschutz landete Gebäudeautomationsspezialist Somfy mit deutlichem Vorsprung auf Platz eins.

Der „Stein im Brett“-Award folgt einem klaren Grundsatz – in der beruflichen Praxis gesammelte Erfahrungen sind besonders aussagekräftig. Für die teilnehmenden Rollläden- und Sonnenschutzbetriebe, Fassadenbauer, Fensterbauer, Elektriker und Raumausstatter war die Wahl eindeutig: Somfy ist die Nummer eins, wenn es um intelligenten Sonnen- und Blendschutz für Wohnungen, Häuser und gewerbliche Objekte geht.

Eine Vielzahl von Kriterien floss in die Bewertung ein: Markenbekanntheit, Qualität und leichte Installation der Produkte, Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die Wei-



Foto: © Somfy

Laurent Truguet (2. v. r.) und Dirk Mommaerts (2. v. l.) freuen sich über den „Stein im Brett“-Award.

terempfehlungsrate. Ob verdrahtet oder per Funk – der modulare, offene Aufbau und die Flexibilität der Somfy-Anwendungen überzeugen auf ganzer Linie. So sind bedarfsgerechte Lösungen im Neubau und bei der Sanierung problemlos realisierbar.

Laurent Truguet, Leiter des Somfy-Geschäftsbereichs Project Business, versteht die prominente Auszeichnung in erster Linie als Ansporn: „Es ist nicht einfach, sich

eine solche Position im Markt zu erarbeiten. Umso wichtiger ist es, dass wir uns den ‚Stein im Brett‘ auch in Zukunft jeden Tag aufs Neue verdienen.“ Speziell in der einfachen und intelligenten Vernetzung der Somfy-Produkte liege der entscheidende Mehrwert für Fachbetriebe, Architekten und Planer sowie die Nutzer.

www.somfy.de

Vorreiter bei der Vermeidung von Marine Litter



Foto: © Profine

Stefan Schäfer (l.) nahm die Urkunde von Ralf Olsen entgegen.

Als erstes Unternehmen der deutschen Profilbranche hat die Profine GmbH am 23. Mai 2018 das Zertifikat der Pro-K Initiative „Null Granulatverlust“ erhalten.

Die Initiative des Pro-K Industrieverbandes für Halbzeuge und Konsumprodukte aus Kunststoff e.V. ist Teil des globalen Engagements der Kunststoffindustrie zu „Zero Pellet Loss“ und „Operation Clean Sweep“.

Diese Programme zielen darauf ab, den Verlust von Kunststoffgranulaten in die Umwelt zu minimieren und sind ein Beitrag der Industrie zur Bekämpfung des weltweiten Marine Litter Problems, der Verschmutzung der Meere durch Kunststoff- und auch andere Abfälle.

„Profine nimmt mit seinem Engagement eine Vorreiterrolle ein und setzt damit ein Zeichen für Verantwortung in Sachen Nachhaltigkeit und Umweltschutz“, so Pro-K Hauptgeschäftsführer Ralf Olsen bei der Verleihung des Zertifikates in Pirmasens.

Der Systemgeber der Profilmarken KBE, Kömmerling und Trocal beteiligt sich seit dem Frühjahr 2017 aktiv an dem Programm, das eine Art Selbstverpflichtung darstellt. Bei „Null Granulatverlust“ müssen die teilnehmenden Unternehmen einen detaillierten Maßnahmenplan zur Verhinderung von Granulatverlusten in ihrem Betrieb erstellen sowie dessen Umsetzung in die Wege leiten und überwachen. Dazu bietet der Verband

verschiedene Materialien an, wie beispielsweise eine Checkliste für den Betriebsrundgang an typischen Schwachstellen, eine Best-Practice-Sammlung oder ein Lieferanten-Anschreiben.

Stefan Schäfer, Mitglied der Geschäftsführung und Chief Product & Marketing Officer bei Profine, erläutert die Beweggründe des Systemgebers: „Mit unserer Teilnahme an der Initiative unterstreichen wir die Nachhaltigkeitsphilosophie der Profine. Indem wir buchstäblich vor der eigenen Haustüre kehren, wollen wir in der Branche mit gutem Beispiel vorangehen und glaubhaft zeigen, dass uns der Schutz der Umwelt am Herzen liegt. In einem weiteren Schritt möchten wir auch unsere Verarbeiter dazu motivieren, sich ihrerseits an der Initiative zu beteiligen.“

„Nur ein sehr geringer Teil der Kunststoffabfälle in den Meeren sind Granulate. Das Gros bilden gebrauchte Gegenstände wie zum Beispiel Verpackungsabfälle oder Fischereinetze, die achtlos in die Umwelt entsorgt wurden. Das Stichwort jedoch lautet Vermeidung. Was vermieden wird, wandert auch nicht in die Umwelt. Hier setzt die Initiative Null-Granulatverlust an“, kommentiert Ralf Olsen die Gesamthematik. „Daher ist es wichtig, dass auch die Kunststoff verarbeitende Industrie ein Zeichen setzt und alles tut, was in ihrem direkten Einflussbereich steht“.

www.profine-group.com

Smarte, gelebte Realität

Leben in einem smarten Zuhause – wie gut das ablaufen kann, davon können sich Neugierige einen Eindruck verschaffen, wenn sie sich in der neuen Videorubrik „Smart Homestories“ des Sonnenschutzspezialisten Geiger anschauen. Da berichtet die Familie Roth aus Oberfranken, denn für diese ist die smarte Zukunft mittlerweile gelebte Realität. Denn, so die Überzeugung des Herstellers, viel überzeugender als Erklärungen und Versprechungen sind erlebte Erfahrungen.

Selbst die anfangs kritischen Familienmitglieder der Roths sind vom neuen Leben im smarten Zuhause voll überzeugt. Besonders komfortabel ist für sie der auto-



Foto: © Geiger

Das Unternehmen setzt auf erlebte Erfahrungen statt auf Erklärungen und Versprechungen.

matisierte Sonnenschutz: Über die intelligenten Geiger Air-Produkte wird er in das Smarthome-System von Loxone eingebunden. Doch das Smarthome steuert nicht nur

die Beschattung automatisch, sondern auch Beleuchtung, Heizung, Türöffnung und Multimedia.

Für die Familie und ihr Kind mit Behinderung bedeutet das eine enorme Erleichterung: Mehr Zeit füreinander durch die täglich gesparten Handgriffe. Mehr Sicherheit, denn im Notfall macht der Sonnenschutz sofort den Weg nach draußen frei. Mehr Freiheit auch für das beeinträchtigte Familienmitglied, denn jeder Raum steuert sich selbst, um ausreichende Beleuchtung und eine angenehme Wohnatmosphäre zu schaffen.

www.geiger-antriebe.de

Markenkampagne mit Jogi Löw

Schüco konnte Joachim Löw als Testimonial für seine neue Endkunden-Kampagne gewinnen. Mit dem Ziel, die Marke weltweit zu stärken und die Bekanntheit konsequent weiter auszubauen, ist die multimediale Kampagne seit Juni auch auf reichweitenstarken Sendern zu sehen sein. Die Zusammenarbeit mit Joachim Löw ist bis Ende 2020 geplant.

Andreas Engelhardt, persönlich haftender Gesellschafter der Schüco International KG, gefällt der Coup: „Joachim Löw motiviert sein Team und sich selbst zu Höchstleistungen. Dabei handelt er immer professionell und konzentriert. Er übernimmt Verantwortung, steht für Glaubwürdigkeit und Kontinuität. Alles Werte, die gut zu Schüco passen und für die ihn viele Menschen weltweit schätzen. Ich freue mich sehr auf eine gute Zusammenarbeit.“

Joachim Löw bezeichnete bei seinem Besuch in Bielefeld Schüco als ein technisch innovatives, modernes aber dennoch bodenständiges Unternehmen mit klaren Wertvorstellungen. Insbesondere von den vielen Komfortlösungen, die das Wohnen und Leben angenehm gestalten, sei er begeistert. Insofern freue er sich auf eine gute Zusammenarbeit und drei spannende Jahre.

Die Kampagnen-Story

Der englische Begriff Cocooning steht für den Trend, vermehrt Zeit zu Hause zu verbringen. Der Rückzug in die unbeobachtete Privatsphäre nimmt also allgemein an Bedeutung zu. Basierend darauf erzählt Schüco mit seiner neuen reichweitenstarken

Foto: © Schüco (2)



Das Hauptmotiv der Endkunden-Kampagne zeigt Joachim Löw entspannt im Rückzugsort Zuhause.



Gemeinsame Werte verbinden: Joachim Löw und Andreas Engelhardt im Showroom in Bielefeld.

Kampagne unterhaltsame Geschichten, die Joachim Löw überraschend anders in Szene setzen. Die Absicht dabei: Nutzenwerte der Schüco Produkte – wie Komfort, Sicherheit, Design und Energieeffizienz – erlebbar und humorvoll im Rückzugsort Zuhause darzustellen. Dazu Joachim Löw „Zuhause heißt für mich pure Entspannung. Hier verbringe ich Zeit mit Freunden und Familie und kann sein, wie ich bin.“ Und wie das aussehen könnte, zeigen die TV-Sports, die seit dem 1. Juni bis Mitte Juli regelmäßig auf ARD und ZDF sowie ab Juli im Lufthansa-Bord-TV zu sehen sind. Die Schüco Kampagne richtet sich an Endkunden und ist seit Juni im TV und Online sowie in Publikums- und Special Interest-Titeln zu sehen.

www.schueco.de/zuhause

Gebäudehüllen für heute und morgen



Fotos: © Fassade [2]

Knapp 100 Teilnehmer waren zum 1. Fachdialog Fassadenplanung nach Frankfurt gekommen.

Am 6. Juni 2018 dreht sich beim 1. Fachdialog Fassadenplanung im Next Studio in Frankfurt am Main alles um aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze für die Fassadenplanung von heute und morgen. Knapp 100 Fassadenexperten – Planer, Fassadenberater und Architekten – waren der Einladung der Next-Partner Wicona, Warema und HD Wahl gefolgt und machten sich nach der Veranstaltung sichtlich zufrieden auf dem Heimweg.

Komplexe Anforderungen an Fassaden

Zur Einstimmung des von der Fachzeitschrift Fassade als Medienpartner begleiteten Fachdialogs wagte Dr.-Ing. Werner Jäger (Direktor Technik und Marketing Wicona) einen Blick auf die zukünftigen Anforderungen an die Planung und Realisierung von modernen Fassadensystemen. Vor dem Hintergrund zunehmender Urbanisierung und immer dichter bebauter werden

konstruktive und ästhetische Fassadenlösungen für Hochhäuser immer mehr gefragt, so der Experte. Hier gelte es, komplexe Anforderungen unter anderem hinsichtlich Luftdichtheit, Schlagregendichtigkeit und Brandschutz zu beachten. Weitere Ausblicke: Aufgrund zunehmender Windlasten werden Fassaden ihre Formen verändern. Schiebesysteme werden gefragter, da sie platzsparend zu öffnen sind und keine wertvolle Raumfläche „verschwenden“. Adaptive und absorbierende Fassaden bieten Lösungen für Schall- und Hitzeschutz. Und: Die digitale Planung wird die Arbeitsprozesse verändern. Viele neue Herausforderungen also für den Fassadenplaner.

Praxis-Know-how

Oberflächen-Experte Hans Dieter Wahl (Geschäftsführender Gesellschafter HD Wahl) widmete sich der Oberfläche von Aluminium-Bauteilen und erläuterte

dabei die verschiedenen Veredelungsverfahren. Sein Credo: Lieber gleich langfristig denken und eine hochwertige Oberfläche planen als das günstigste Angebot zu wählen und sich später über hohe Wartungs-, Instandhaltungs- und Reinigungskosten ärgern. Höchste Wetter- und Langzeitbeständigkeit bei niedrigem Unterhaltsaufwand bieten beispielsweise Fluorpolymerbeschichtungen (Duraflon). Auch Eloxal-Oberflächen sind sehr beständig, erfordern aber zum Erhalt ihrer exklusiven Optik regelmäßigen Unterhaltsaufwand (Intervallreinigung, ggf. Grundreinigung und Konservierung).

Prof. Michael Lange (Prof. Lange Ingenieurgesellschaft) befasste sich mit seinem „Lieb-

Richtig geplanter Sonnenschutz

Die Funktionsweise und Vorteile der innovativen CC-Fassade Wicona Wictec Modul Air stellte Dr.-Ing. Armin Bäumler (Head of Special Projects Wicona) vor. Die geschlossene Kavität reduziert die Reinigungskosten enorm, so der Referent. Die Wartung ist durch einen außenliegenden Motor und Revisionsklappen möglich. Die Kondensatfreiheit im Scheibenzwischenraum sichere ein rund um die Uhr laufende Trockner-technik. Anhand bereits erfolgreich realisierter Projekte aus der Schweiz – zum Beispiel der AXA Brandschenke in Zürich – unterstrich Armin Bäumler die Praxistauglichkeit des komple-



Ulrich Lang referierte über Sonnenschutzsysteme für (Wohn-)Hochhäuser.

lingsthema“ Bauanschlüsse an Fassaden und unterzog die zahlreichen Richtlinien und Normen in diesem Bereich einer kritischen Betrachtung. Anhand zahlreicher Schnitte und Anschlussdetails von Pfosten-Riegel-Fassaden veranschaulichte er Anschluss- und Abdichtungsmöglichkeiten und erläuterte, wie und an welchen Stellen Folien zu kleben sind, um Feuchtigkeitsschäden in der Fassade zu verhindern. Gleichzeitig appellierte Prof. Michael Lange an die Anwesenden: „Übernimmt nicht einfach Leitdetails und Normvorgaben. Schaltet bei der Planung Euren Kopf ein!“

xen Doppelfassadensystems mit integriertem Sonnenschutz.

Auch Ulrich Lang (Warema) verwies in seinem Vortrag auf die wachsende Bedeutung von (Wohn-)Hochhäusern und unterstrich vor diesem Hintergrund die Wichtigkeit einer individuell auf das Gebäude abgestimmten Sonnenschutzlösung. Gerade die Windfestigkeit sei bei den enormen Windlasten im Hochhausbereich eine zentrale Anforderung. Hier seien neben sehr stabilen Raffstoren in windexponierten Lagen auch Fenstermarkisen mit Zip-Führung eine verlässliche Lösung, so Ulrich Lang. Wenn es um Nicht-

Wiederholung vom 1. Fachdialog Fassadenplanung

Am 25. September wiederholen die Partner die Tagung mit identischem Programm. Wer diesmal mit dabei sein möchte, kann sich ab sofort bei Barbara Tomaszek (barbara.tomaszek@hydro.com) anmelden. Die Veranstaltung wird mit Fortbildungspunkten der AKH anerkannt.

brennbarkeit geht, empfiehlt der Experte das Sonnenschutzgewebe SecuTex, das die Brandschutzklasse A2 erfüllt und innen und außen einsetzbar ist.

Glasetwicklungen mit Zukunft

Zum Abschluss eines gelungenen Tages mit vielen spannenden Einblicken in die Fassadenplanung zeigte Dr.-Ing. Sebastian Schula (SGS GmbH) auf, wohin die Reise in puncto Glas in Zukunft gehen könnte. Neben dem Wunsch nach immer größeren Glasformaten erläuterte er den Trend zu Dünngläsern und die Möglichkeit des

Einsatzes von Glasbacksteinen. Auch elektrochrome, multifunktionale und kaltgebogene Gläser eröffnen neue Möglichkeiten für Architekten und Planer, so der Experte.

Zum Ausklang erwartete die Teilnehmer ein kommunikatives Get-together mit viel Zeit zum Erfahrungsaustausch. Aufgrund der enorm positiven Resonanz wird es am 25. September 2018 eine Wiederholung des Fachdialog Fassadenplanung geben – wieder in Kooperation von Wicona, Warema und HD Wahl, unterstützt von der Fassade.

www.die-fassade.de
www.next-studio.de

Im Rahmen der Veranstaltung im Next-Studio, das die Fassade als Medienpartner begleitete, führte die Redaktion ein kurzes Interview mit Oliver Haberkorn und Oliver Pfänder. Oliver Haberkorn ist nicht nur Leiter Projektberatung bei Wicona, er steht auch für das Next-Studio mit in der Verantwortung. Oliver Pfänder ist Leiter Architektenberatung beim jüngsten Next-Partner Warema und Befürworter des Studios.

RTS: Herr Haberkorn, wie ist das Grundkonzept des Next-Studios angelegt?

Oliver Haberkorn: Wir haben uns vor gut 18 Monaten Gedanken gemacht, wie wir eine schönere, bessere und spannendere Marktansprache erreichen können. Die erste Idee war ein Single-Showroom. Doch den Plan haben wir auch schnell wieder verworfen. Stattdessen wollten wir ein Studio organisieren, in dem wir – und das ist uns besonders wichtig – mit relevanten Partner gemeinsam eine Lösung für unsere Hauptzielgruppe zeigen können, also Investoren, Planern, Architekten und selbstverständlich auch den Metallbauern. Das Konzept hat sich sehr bewährt. Wir haben mit den Veranstaltungen, die wir hier anbieten, wesentlich mehr Besucher, wesentlich mehr Teilnehmer, als ursprünglich erwartet. Wir können eigentlich von einer

Erfolgsgeschichte sprechen. Mit dem Studio haben wir auch für Aufsehen in der Branche gesorgt.

RTS: Können Sie Erfolgsfaktoren benennen?

Oliver Haberkorn: Gute Konzepte zeichnen sich unserer Meinung nach dadurch aus, dass sie nicht statisch sind, sondern einer gewissen Dynamik unterliegen. Es gibt ständig neue Herausforderung, tagtäglich neue Menschen, neue Projekte, neue Fragestellungen, mit denen wir konfrontiert werden. Genauso dynamisch wie dieser unser Beratungsalltag ist, soll auch unser Studio sein. Das zeigt sich auch dadurch, dass wir ein sehr breites Spektrum an Vorträgen abdecken. Durch diese Dynamik ergeben sich auch Veränderungen, auch was die Partner anbelangt. Insofern sind wir sehr froh, mit Warema den absoluten Player am Markt, was das Thema Sonnenschutz anbetrifft, gewonnen zu haben. Wir von der Wicona sehen da ganz klar nicht nur eine Teilhabe im Next, sondern wir sind überzeugt, dass sich das auch im operativen Geschäft zeigen und sehr positive Auswirkungen haben wird. Aber in erster Linie überwiegt die Freude. Damit bieten wir wieder ein sehr, sehr gutes Package an, denn Sonnenschutz ist mit eins der großen Themen im Bereich Fassaden und Fenster. Das Studio nennt sich ja Design- und Fassa-

Somfy macht das Zuhause smart



TaHoma®

Mit intelligenter Hausautomatisierung von Somfy steuern Ihre Kunden Rollläden, Sonnenschutz, Tore und viele andere Produkte ganz bequem per Tablet und Co. – auch von unterwegs.

www.somfy.de



somfy Building happiness.



Foto: © Fassade

Oliver Pfänder (l.) und Oliver Haberkorn standen uns in Frankfurt für ein Interview zur Verfügung.

denstudio – von daher wunderbar, passt.

RTS: Das ist ja kein Studio für Laufkundschaft, die zufällig vorbei kommt. Wie kommen die Besucher hier her? Nur durch die Veranstaltungen?

Oliver Haberkorn: Das Studio ist grundsätzlich nicht für Laufkundschaft gedacht. Aber wir haben ja an drei Tagen in der Woche nachmittags geöffnet, da wird auch Laufkundschaft empfangen. Das findet aber in geringem Umfang statt. Wir begrüßen sehr, wenn vorab Termine vereinbart werden. Dann sind auch die Fachansprechpartner da, dann sind die Kollegen aus den unterschiedlichen Partnerhäusern da, und dann kann zielgerichtete Beratung stattfinden. Wir haben bereits gemeinsam mit Architekten und Investoren diverse Projekte besprochen. Das Spannende dabei war, dass der Investor so verstanden hat, was der Architekt plant, was er ihm sagen will. Er konnte es auch eins zu eins anfassen, und das ist einfach für eine Produktentscheidung sehr, sehr förderlich.

RTS: Ziel war es ja auch, mit dem Next Studio Synergien zu schaffen. Wird das denn von den Besuchern auch so gesehen und entsprechend genutzt?

Oliver Haberkorn: Das klappt ganz gut, das Feedback der Besucher bestätigt das. Zu einer Firma alleine möchte er nicht kommen. Das sei einmal zu polarisierend, zudem interessiere ihn die Gesamtlösung. Diese Gesamtlösung hier geboten zu bekommen, mit den entsprechenden Fachleuten sich darüber auszu-

tauschen, das ist genau das, was Gefallen findet.

Oliver Pfänder: Der Architekt und der Fassadenplaner möchte nicht nur für ein Produkt, egal ob das Sonnenschutz oder Fassade ist, irgendwohin, der möchte über die komplette Produktpalette informiert werden. Das ist ein Riesenvorteil hier im Studio, dass man mit einem Besuch sehr viele Gewerke abdecken kann. Das ist unser Vorteil und daher ist die Frequentierung auch so hoch.

RTS: Sprich alle Produkte hier sind miteinander kompatibel?

Oliver Pfänder: Ja, wir haben hier keine Konkurrenten, wir sind Partner und alle sind kompatibel. Sprich, der Planer kann die Gewerke miteinander mischen. Das ist also sein Vorteil.

RTS: Das sind doch zum Teil Partnerschaften, die schon vorher bestanden und auch in der Produktentwicklung miteinander arbeiten, oder?

Oliver Pfänder: Ja, das stimmt, da gibt es Kooperationen, die zum Teil schon seit Jahren bestehen und die jetzt weiter intensiviert werden, weil man merkt, das Potenzial ist da. Das wird aber noch nicht so wertgeschöpft und man könnte noch viel mehr daraus machen. Diesen Nutzen möchten wir den Planern kommunizieren und sehen hier noch viel Entwicklungspotenzial.

RTS: Der Architekt bekommt also hier die Komplettlösung geliefert, die er sich sonst mit einzelnen Bausteinen draußen mühsam zusammensuchen müsste?

Oliver Haberkorn: Richtig. Der

Investor, der Planer, sieht hier ganz klar das Zusammenwirken der unterschiedlichen Firmen mit ihren Einzelkomponenten, die dann in Summe dieses Produkt ergeben. Wenn er sich das jetzt von den Einzelfirmen erklären lässt, ist es für ihn technisch immer auf den jeweiligen Bereich begrenzt, aber er sieht das Zusammenspiel im Produkt. Wenn er schließlich mit allen Beteiligten gesprochen hat, ergibt sich für ihn ein ganz anderes Verständnis für die Gesamtnutzung des Produkts. Und wenn es sich um erklärungsbedürftige, technisch individuelle, auf die einzelne Baumaßnahme zugeschnittene Produkte wie zum Beispiel unsere closed cavity Fassade handelt – ohne eine tiefgehende, gemeinsame intensive Beratung funktioniert das nicht.

Oliver Pfänder: Wir haben das Problem im Markt erkannt, das oft Größen geplant werden, die mit dem Sonnenschutz nicht abzudecken sind. Um das im Vorfeld schon zu minimieren, kann der Planer hier schon kompetente Beratung bekommen.

RTS: Was hat Warema bewogen, sich am Next Studio zu beteiligen?

Oliver Pfänder: Für uns waren der Initiator Wicona und der Standort Frankfurt ausschlaggebend. Frankfurt ist extrem bauintensiv. Es werden in den nächsten Jahren Dutzende an Büro- und Wohnhochhäusern geplant und somit ist das für uns ein Zukunftsmarkt. Sowohl mit Neuentwicklungen als auch mit vorhandenen Produkten können wir hier direkt den Architekten ansprechen. Das geht zentral in Frankfurt wesentlich besser als wenn jeder sein eigenes Süppchen kocht.

RTS: Gibt es messbare Zielsetzungen für das Engagement bei Next?

Oliver Pfänder: Natürlich gibt es Zielvorgaben, aber inwieweit man die messen kann? Man muss es als Marketing sehen. Sie müssen präsent sein am Markt, am besten direkt vor Ort. Je näher man am Kunden dran ist, Produkte und Lösungen zeigen kann, umso besser kann man

Anforderungen erkennen und diesen gerecht werden. In der Zusammenarbeit, insbesondere mit Wicona, sehen wir auch einen Zukunftsmarkt und wir sagen uns, gemeinsam können wir besser werden.

Oliver Haberkorn: Wir tracken selbstverständlich unsere Aktivitäten und unser Engagement. Schließlich ist das ein finanzieller Aufwand, der hier betrieben wird. Für mich persönlich steht allerdings ganz klar das Kundenerlebnis im Vordergrund. Wenn Planer, Architekten, Metallbauer kommen, müssen die sich hier wohlfühlen. Sie müssen die Antworten auf ihre Fragen finden, das ist für mich primär im Fokus.

RTS: Es hieß bei der Eröffnung seinerzeit, wenn sich das Next Studio in Frankfurt etabliert, dass es eventuell weitere geben werde. Ist da was in Planung?

Oliver Haberkorn: Eine spannende gute Frage. Selbstverständlich machen wir uns Gedanken darüber, das Next-Konzept auch in andere Städte zu bringen. Daher hatten wir uns ja auch entschieden, einen weltweit nutzbaren Namen für das Studio zu wählen. Es liegt natürlich nahe, sich über weitere Standorte, primär im europäischen Ausland, Gedanken zu machen. Es sind aber auch konkret zwei Standorte in Übersee in der Diskussion. Was da natürlich wieder sehr relevant ist, ist die richtigen Player dafür zu finden, weil wir natürlich stets im Fokus haben, für die Zielgruppe die optimale Mischung, die optimale Lösung anzubieten. Ich glaube, clever sind Unternehmen, die Märkte analysieren und verstehen, wie Märkte funktionieren, welche Player da relevant sind. Dann kann man mit der richtigen Mischung das richtige Angebot für diesen speziellen Markt zusammenstellen. Also eine eins-zu-eins-Übertragung mit allen Partnern, so wie wir es hier in Frankfurt etabliert haben, beispielsweise nach Singapur oder nach London, ist mit Sicherheit nicht zielführend.

RTS: Vielen Dank für das Gespräch!

Zwei Seiten der digitalen Welt

Das Thema der 10. Rosenheimer Tür- und Tortage lautete „Intelligente Türen und Tore – sicher, smart und simpel“. „Produkte werden zunehmend automatisch angetrieben und mit smarten Funktionen ausgestattet“, so Dr. Jochen Peichl, Geschäftsführer des veranstaltenden ift Rosenheim. „Das birgt aber auch Gefahren. Wir wollen die beiden Seiten der digitalen Welt beleuchten.“

Professor Julian Nida-Rümelin betrachtete das Thema sogar von der philosophischen Seite. Doch unabhängig aller ethischen und philosophischen Ansätze stellte auch er fest, dass „Digitalisierung in den Zentren der Produktivität eingesetzt werden muss.“

Einen Überblick über die aktuellen Themen rund um Tür und Tor lieferten Christian Kehrer und Ingo Leuschner. Die beiden Mitarbeiter des ift konnten nur bestätigen, dass „die Nachfrage nach smarten Bauelementen vorhanden ist“. Das erfordere seitens der Hersteller aber auch, dass Wartung und Updates über die Nutzungsdauer für solche smarten Bauelemente zur Verfügung stehen. Ebenso



Fotos: © RTS (2)

Gut gefüllte Reihen waren sichtbares Zeichen, dass die Themenwahl passte.

plädierten sie für den Ansatz, die smarte Technik zu vereinfachen, sprich „einheitliche Schnittstellen zwischen den Gewerken einzurichten. Dadurch wird auch der Aufwand geringer“, so Ingo Leuschner.

Sie konnten auch von einem spannenden Forschungsprojekt zum Thema Barrierefreiheit berichten. Das Resultat: Es kommt nicht auf die Größe oder Höhe der Schwelle an, sondern die Form entscheidet, ob es eine unüberwindliche Hürde zum Beispiel für Rollstuhlfahrer ist.

„Selbst wenn Sie dagegen sind, sollte man sich mit dem

Thema befassen, um den Kunden Antworten geben zu können“, mahnte Prof. Michael Krödel das Auditorium, sich mit Smart Building und dem Internet of Things (IoT) zu beschäftigen. Neben dem Thema Sicherheit sei insbesondere der Komfort-Aspekt relevant. Als Beispiel nannte er das Lüften, das nicht nur Feuchtigkeitsschäden verhindern kann, sondern auch die Luftqualität zum Atmen berücksichtigen kann. „Ein Lüfter, der auf die Luftqualität reagiert, kann auch die Lüftung anwerfen oder das Fenster öffnen.“ Neben diesem Komfort sei die

Energieeffizienz, die durch Automation beispielsweise durch bedarfsgeführten Anlagenbetrieb erzielbar sei, ein weiteres Argument, Kunden von smarten Produkten zu überzeugen. „Die Automation soll eine Art hilfreicher Geist sein, der nützlich im Haus agiert“, so Prof. Michael Krödel.

Neben vielen weiteren Themen stand auch der Besuch im Technologiezentrum des ift an, das vor zwei Jahren im Rahmen der 9. Rosenheimer Tür- und Tortage eröffnet wurde. Nun im vollen Betrieb bot sich die Gelegenheit, die Prüfstände genauer unter die Lupe zu nehmen. Extra angesetzt worden war die T30-Prüfung einer Fassade, der die Besucher neugierig beiwohnten. Auch einen Blick in die noch recht leeren UL-Prüfhallen direkt nebenan warfen die Teilnehmer. „Das ist keine Übernahme, sondern eine partnerschaftliche Ergänzung“, betonte Dr. Jochen Peichl, um jeglichen Gerüchten oder Spekulationen entgegen zu treten. „Die Zusammenarbeit bietet den Kunden die Gelegenheit, komfortabel einen durchgängigen Prozess zu durchlaufen, um Tests nicht nur für Deutschland und Europa, sondern auch bei einem Partner, dessen Schwerpunkt insbesondere in Nordamerika liegt. Wir betrachten das als umfangreichen Kundenservice.“



Einem T30-Test konnten die Teilnehmer im Technologiezentrum live beiwohnen.

www.ift-rosenheim.de

40-jähriges Jubiläum



Fotos: © TS Aluminium (5)

400 geladene Gäste feierten im eigens aufgebauten Festzelt das 40-jährige Jubiläum des Unternehmens am Stammsitz in Großefehn.

TS Aluminium – der ostfriesische Systemgeber für Profile zum Bau von Wintergärten und Terrassendächern – hat Ende Mai 2018 sein 40-jähriges Jubiläum mit einem großen Festakt am Stammsitz des Unternehmens in Großefehn begangen. Gleichzeitig mit dem Jubiläum wurden die bereits im letzten Jahr fertig gestellten neuen Büro- und Hallengebäude offiziell eingeweiht. Das Unternehmen produziert damit in Deutschland mit 136 Mitarbeitern auf 20.000 Quadratmetern Büro-, Produktions- und Lagerfläche in Großefehn und in der Niederlassung in Burgstädt.

Rainer Trauernicht, Geschäftsführer von TS Aluminium, stellte in seiner Festansprache einen kurzen Abriss der Unternehmensgeschichte vor. 1977 wurde das Unternehmen von Rudolf Trauernicht und seinem damaligen Partner Diedrich Schilling gegründet. Anfangs wurde eine Aluminium-Haustür produziert, die Handwerksbetriebe auch vorkonfektioniert beziehen konnten. Durch seine Gutachterfähigkeit wurde Rudolf Trauernicht mit vielen Wintergärten konfrontiert, deren Dach aus Fensterprofilen gefertigt waren und somit konstruktive

Mängel aufwiesen. Dies führte ihn zu dem Gedanken, ein eigenes Profilsystem speziell für das Wintergarten-Dach zu entwickeln.

Anfang der neunziger Jahre erlebte TS Aluminium eine dynamische Entwicklung. In Großefehn wurde ein eigenes Verwaltungsgebäude und nach und nach weitere Hallen gebaut. 2018 sind es insgesamt 14 Produktions- und Verwaltungsgebäude.

1999 wurde TS Polska gegründet, zunächst als Joint Venture mit einem lokalen Partner, ab 2007 wurde sie dann als hundertprozentige Tochtergesellschaft weitergeführt. Zum 25-jährigen Betriebsjubiläum 2002 zählte die Firma 80 Mitarbeiter. In dieser Zeit wurde auch der Generationenwechsel eingeleitet. Heute führt Rainer Trauernicht das Unternehmen als alleiniger Geschäftsführer in der zweiten Generation.

Erfolg in Serie

2004 wurde mit der „Serie T“ erstmalig ein Kaltsystem zum Bau von Terrassendächern, Carports etc. vorgestellt. Zu diesem Zeitpunkt ahnte noch keiner, dass das Kaltdach einmal

das isolierte Dach überflügeln würde. In den folgenden Jahren wurden dann auch für das Kaltsystem Elemente entwickelt

bis hin zur Ganzglas-Schiebetür der Serie 16. Das neueste Produkt in diesem Zusammenhang ist die „Traverse“, mit der Ter-



Geschäftsführer Rainer Trauernicht flankiert von Vertretern aus der Politik: Umweltminister Olaf Lies (l.) und Großefehns Bürgermeister Olaf Meinen (r.).

rassendächer montiert werden können, ohne dass die Wärmedämmschicht des vorhandenen Hauses durchbohrt werden muss.

Heute versteht sich TS Aluminium als Universalanbieter von isolierten und unisolierten Systemen inklusive des erforderlichen Zubehörs. Rainer Trauernicht: „In erster Linie verstehen wir uns als Systemgeber. Rund 75 Prozent unseres Umsatzes erwirtschaften wir mit dem Vertrieb von Stangenware und Zubehörartikel. 25 Prozent unseres Umsatzes erwirtschaften wir mit konfektionierten Dächern und Elementen. Die Fertigung der Dächer findet bei uns im Hause statt. Unser Ziel ist es nach wie vor, unseren Kunden zum selber konfektio-



Die Jubiläumsfeierlichkeiten klangen mit einem Feuerwerk im ostfriesischen Nachthimmel aus.



Freuen sich über vierzig erfolgreiche Jahre: Firmengründer Rudolf Trauernicht (r.) und sein Sohn Rainer Trauernicht, der inzwischen die Geschäfte als alleiniger Geschäftsführer leitet.

minium als wichtigen Faktor für die Infrastruktur und Lebensqualität in der Region unterstrich, stellte Olaf Lies in seinem Beitrag insbesondere die Bedeutung von Unternehmerpersönlichkeiten wie Gründer Rudolf Trauernicht sowie die wichtige Rolle des Mittelstands im Wirtschaftsgefüge Niedersachsens heraus.

Während der Festveranstaltung wurde auch über das nächste Projekt von TS Aluminium berichtet. Bereits 2020 soll eine eigene Pulverbeschichtungsanlage in Betrieb gehen, von der man sich eine erheb-

lich größere Lieferflexibilität mit kürzeren Lieferzeiten verspricht. Generell soll zudem das Engagement in Europa weiter ausgebaut werden. Neben TS Polska bestehen eigene Niederlassungen und Vertretungen in Italien, Österreich und der Ukraine. Weitere sollen folgen.

Die Festveranstaltung mit 400 geladenen Gästen klang mit einem gemütlichen Zusammensein aus, das mit einem stimmungsvollen Feuerwerk abgerundet wurde.

www.ts-alu.de

nieren zu bewegen. ‚Ideen mit System‘ bedeutet auch ein einfach zu verarbeitendes Profilsystem mit einem kleinen Maschinenpark. Eine unserer Stärken ist zudem, dass unser Verarbeiter seinen Auftrag bei uns ausarbeiten lassen kann und er dann das Material kommissionsweise bestellen kann. Damit benötigt er kein großes Lager und seine Kosten sind überschaubar.“

Zahlreiche Gäste

Weitere Grußworte kamen unter anderem vom Bürgermeister von Großefehn, Olaf Meinen, und dem Niedersächsischen Umweltminister Olaf Lies. Während Olaf Meinen die Rolle von Unternehmen wie TS Alu-



2017 wurde die Firma noch einmal erheblich erweitert.

Rekordergebnis bei Teilnehmerzahl

Um seine Markisen auch mit hohem Qualitätsstandard zum Endkunden zu bringen, bietet Markilux seinen Fachpartnern seit mehr als zehn Jahren Trainings und Seminare in seinen Schauräumen an. 2016 übernahm Hermann Wallner, Geschäftsführer der Markilux Austria GmbH, die Leitung der Academy, die er maßgeblich mitentwickelt hat und deren Teilnehmerzahl in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen ist. In diesem Jahr nun konnten sich die Organisatoren und das Trainerteam über die bisher erfolgreichste Schulungs-saison freuen. Rund 2350 Teilnehmer nutzten an insgesamt 217 Tagen das Seminarangebot, um sich für die diesjährige Markisensaison fit zu machen.

Das Schulungssegment des Markisenspezialisten Markilux konnte 2018 in puncto Teilnehmerzahl im Vergleich zu den Vorjahren noch einmal zulegen. Die deutschen Trainings zu den Themen „Produkt und Vertrieb“, „Technik und Service“ fanden mit rund 1500 Teilnehmern von Januar bis März in den fünf deutschen Schauräumen und in Salzburg statt. Hinzu kamen Schulungen für über 800 internationale Teilnehmer, die außer in Deutschland und Österreich auch in Middelfart (Dänemark), in Madrid, London und Varese (Italien) angeboten wurden. „Wir hatten viele internationale



Gut 2300 Besucher nahmen insgesamt an den Trainings und Seminaren teil.

Fotos: © Markilux (3)

Kunden, die zur R+T angereist waren, nach Emsdetten eingeladen, um ihnen unsere neuen Produkte vorzustellen und sie durch unser Werk zu führen“, erzählt Hermann Wallner, Geschäftsführer der österreichischen Niederlassung und seit 2016 Leiter der Markilux Academy. Über 30 Kunden seien sogar aus den USA und aus Australien gekommen. Aber auch viele deutsche Kunden hätten das Schulungsangebot in Emsdetten genutzt und seien begeistert von den Produkten und neuen Räumen gewesen.

Seit Jahren in der Schulung tätig

Als Schulungsleiter und Geschäftsführer in Salzburg erfüllt der Österreicher Hermann Wallner eine Doppelfunktion. Das scheint für ihn jedoch kein Problem zu sein: „Diese beiden Positionen auszufüllen, funktioniert reibungslos, da ich auf tolle Teams und Trainerkollegen an den Schulungsstandorten und in der Niederlassung in Salzburg bauen kann“, erklärt er. Zudem ist Hermann Wallner mit Herz und Seele bei beiden Aufgaben dabei. Schon seit 1999 berät er

Fachhändler in Österreich, um sie mit den Markilux Produkten vertraut zu machen. 2007 eröffnete Markilux dann seinen ersten Schauraum in Salzburg, der zugleich Schulungsstandort für Süddeutschland, die Schweiz und Österreich sein sollte. Hermann Wallner, der diese erste Niederlassung von Beginn an leitete, entwickelte mit seinem kleinen Team Seminare und Trainings für Fachpartner. Jahrzehntelange Praxiserfahrung im Sonnenschutz und ein steter Austausch mit dem Fachhandel hat einen großen Fundus an Wissen rund um die Themen Verkauf und Montage wachsen lassen. Das erweist sich heute als sehr nützlich für die Gesamtleitung der Academy.

Trainings und Seminare permanent optimieren

Mittlerweile ist das Seminarangebot für viele Kunden fester Bestandteil, um sich auf eine verkaufstarke Saison vorzubereiten. Die Nachfrage nach qualifizierten Trainings ist in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Kunden investierten gerne in Schulungen, sofern sie sich für sie auszahlen. Deshalb

wird das Seminarangebot immer wieder den Bedürfnissen der Teilnehmer angepasst. Wobei die Module zu Technik, Service, Produkten und Vertrieb seit Jahren zum festen Angebot der Markilux Academy zählen. Ergänzt durch Marketingseminare sowie Führungs- und Beratungstrainings mit externen Trainern. Mehr und mehr gefragt sind bei einzelnen Fachhändlern auch individuelle, maßgeschneiderte Trainings. Mit Blick auf das Projektgeschäft, das unter dem Namen „Markilux Project“ weiter ausgebaut werden soll, hat das Unternehmen 2018 zudem zum ersten Mal Schulungen zu „Markisen für Freiräume“ angeboten. Hinzu kamen 18 Neuheiten- und Kollektionsbrunchs an den sechs Schulungsstandorten. Mit diesem Format wollte markilux auch den Mitarbeiterinnen der Fachhändler die Neuheiten der Saison 2018 vorstellen.

Auch zukünftig attraktive Angebote

Die Kontinuität an Trainings und Seminaren über die vergangenen Jahre zeigt sich heute in immer besser qualifizierten Fachkunden, ist Hermann Wallner über-



Hermann Wallner konnte sich zusammen mit seinem Trainingsteam über ein Rekordergebnis bei der diesjährigen Teilnehmerzahl freuen.

zeugt und erklärt: „Hierzu trägt auch eine bessere Ausbildung innerhalb der Branche bei. Außerdem investieren heute sämtliche Hersteller von Qualitätsprodukten in Schulungen. Und auch Normen und Richtlinien wie die DIN/EN 13561 haben ihren Beitrag hierzu geleistet.“ Um dieses Erfolgsmodell fortzuschreiben, muss die Academy laufend weiterentwickelt und neue Schulungsanreize geschaffen werden. Schon jetzt plant das Unternehmen für die Saison 2019. „Wichtig ist, unsere Trainer gut auszubilden und immer wieder Neues zu entwickeln oder

aber bestehende Formate weiter auszubauen, wie wir es mit dem Modul Onlinemarketing beabsichtigen“, sagt Hermann Wallner und betont: „Für 2019 planen wir zudem eine Neuheit, bei der es darum geht, Wissen zu erhalten und weiter zu vermitteln. Doch mehr möchte ich hierzu noch nicht verraten. Denn neben Freude am Lernen liegt uns eines besonders am Herzen: Unsere Academy soll weiter spannend bleiben!“

www.markilux.com



2018 veranstaltete der Hersteller wieder seine Neuheiten- und Kollektionsbrunchs, bei denen Textildesignerin Annette Busch auch den Mitarbeiterinnen der Fachhändler die neuen Produkte, die aktuelle Markisentuchkollektion und den Service „Colour on demand“ vermittelte.

Antriebsexperte trifft Weltmeister

In einem prestigeträchtigen Vorbereitungsspiel zur Fußball-Weltmeisterschaft in Russland traf die deutsche Fußballnationalmannschaft Anfang Juni in Klagenfurt auf Österreich. Unter den 30000 Zuschauern im restlos ausverkauften Wörthersee Stadion drückten auch 32 Somfy-Fachpartner und ihre Begleiter die Daumen. Sie hatten sich erfolgreich an einem Gewinnspiel zur Fensterbau Frontale beteiligt.

VIP-Karten für den Fußball-Klassiker Österreich gegen Deutschland, ein exklusives Rahmenprogramm in einer traumhaften Kulisse am Wörthersee und dazu ein spezielles „Get-together“ mit Fußballlegende Guido Buchwald: Die Somfy-Fangruppe kam voll auf ihre Kosten. Guido Buchwald, 76-facher Nationalspieler und Weltmeister von 1990, gab spannende Einblicke in die Abläufe einer WM-Vorbereitung und stand bereitwillig für Autogramme und Selfies zur Verfügung.

Das Spiel selbst begann aufgrund von Unwettern mit 90-minütiger Verzögerung, entwickelte sich dann aber zu einem echten Härtetest für das deutsche Team. Das lag daran, dass die Österreicher nach verhaltenem Beginn in der zweiten Spielhälfte über sich hinaus-



Die Fachpartner genossen ein fantastisches Fußballwochenende.

wuchsen und den amtierenden Weltmeister mit feinen Spielzügen immer wieder in große Bedrängnis brachten. Martin Hinteregger egalisierte das frühe Führungstor von Mesut Özil, Alessandro Schöpf versetzte mit seinem Siegtreffer zum 2:1 das komplette Wörthersee Stadion in rot-weiß-rote Ekstase.

Fachpartner sind begeistert

Unabhängig vom Resultat waren alle Teilnehmer – ob aus Deutschland oder Österreich

– voll des Lobes über das gemeinsame Wochenende. Besonders die sehr gute Organisation und die ungezwungene Atmosphäre hatten es den Somfy-Partnern angetan: „Es war wirklich ein einmaliges Erlebnis. Die Reise und natürlich der sensationelle Sieg meiner Österreicher werden mir lange in Erinnerung bleiben“, freute sich Franz Auinger von der Agrotel GmbH. Und für Jan Echtermeyer von Schmidt & Jahn Bauelemente GmbH ist trotz der „Auswärtsniederlage“ der malerische Wörthersee als kom-

mendes Urlaubsziel gesetzt. Ein übereinstimmendes Lob ging an die Somfy-Initiatoren Peter Kirn und Stefan Sinnberg.

Guido Buchwald nahm die Niederlage übrigens recht gelassen: „Das Spiel hat gezeigt, dass bis zum Turnierstart noch viel Arbeit auf die deutsche Mannschaft wartet. Aber ich bin mir sicher, dass Jogi Löw das Team auf den Punkt fit macht und wir uns auf ein erfolgreiches Turnier freuen können.“

www.somfy.de

Passgenau konzipierte Seminare

Weiterbildung bleibt beim Antriebs- und Steuerungsspezialisten Selve ein großes Thema. Insgesamt 24 Schulungen wurden im praxisorientierten Seminarprogramm 2017/2018 angeboten, und diese wurden von rund 300 Teilnehmern aus 75 verschiedenen Unternehmen im neugestalteten Lüdenscheider Schulungszentrum besucht. Insbesondere die zum bidirektionalen Funksystem Commeo waren gefragt, so dass der Hersteller da sogar ein paar Zusatztermine nachlegte.

Bedarf an Schulungen nimmt zu

Damit verschiedene Zielgruppen aus Fachhandel, Handwerk und Servicetechnik stets „up to date“ bleiben, hatte Selve ein praxisorientiertes und breit gefächertes Schulungsprogramm aufgelegt. „Die Resonanz hat uns gezeigt, wie wichtig ein solches Weiterbildungsangebot ist und dass der Bedarf an passgenauen, zielgruppenorientierten Schulungen weiter zunimmt“, sagt Guido Schildbach aus dem Marketing des Herstellers. Von Grundla-



Foto: © Selve

Neben Seminaren zum bidirektionalen Funk, hier mit Produktmanager Stefan Backenecker, standen etliche weitere Themen für Fachhandel, Handwerk und Servicetechnik auf dem Seminarplan.

gen der Antriebs- und Steuerungstechnik über Verkaufsförderung und Verkaufstraining mit einem externen Fachmann bis zur Philosophie und Prozessoptimierung von Lean Production reichte das Spektrum.

Insbesondere die innovativen Möglichkeiten, die der Commeo-Funk bietet, wollten die Teilnehmer bei den Commeo-Schulungen selbst ausprobieren. Mit Rückenwind von der R+T stellen viele Selve-Kunden von Iveo auf das zukunftssträchtige Funksystem Commeo um. Gerade diese Seminare standen daher besonders hoch im Kurs. „Das Feed-

back war durch die Bank äußerst positiv: Sowohl die Schulungen zu Commeo Basis als auch zu Commeo Special erfreuten sich sehr großer Nachfrage“, berichtet Guido Schildbach.

Planungen für Seminare ab November laufen

Das Seminarangebot zur bidirektionalen Funktechnologie war passgenau konzipiert – „ganz viel Praxis“ stand laut Guido Schildbach jeweils im Fokus. Bei Commeo Basis drehte sich alles um die Funktionen und Inbetriebnahme der Funkantriebe

SEL Plus-RC mit unterschiedlichen Sendern oder etwa auch um Gruppensteuerungen. Commeo Special war indes an Commeo-erfahrene Monteure und Servicetechniker adressiert. Mit dem KonfigTool zum Commeo Multi Send und der neuen Commeo Wind-/Sonnen-Sensorik wurden individuelle Steuerungsszenarien bei der Gebäudeautomation und vieles mehr realisiert. Highlight war dabei natürlich auch der Commeo Home Server. Neben seiner Einrichtung wurden auch neue Commeo-Sensoriken zum Steuern des Sonnenschutzes eingebunden.

„Alle Interessierten, die in der aktuellen Schulungsreihe keinen Platz mehr bekommen haben, sollten sich schon einmal den Start unserer nächsten Reihe ab November vormerken“, so Guido Schildbach. Das kommende Schulungsprogramm von Selve ist gerade in Planung. Im Herbst wird hierzu auch ein Flyer aufgelegt, Fachhandwerker und Fachhändler können dann wieder über den Außendienst neue Termine buchen.

www.selve.de

Bärenkönig in royaalem Blau

Der vier Meter hohe Teddy sorgte für Eindruck bei den Besuchern der Mailänder Design-Week: Die monumentale Installation des Designers Marc Ange in Zusammenarbeit mit Sunbrella, präsentiert in der Gartenanlage des Areals „Wallpaper Handmade“, drehte sich um „Le Roi“, den Bärenkönig.

„Unser gemeinsamer Auftritt war ein voller Erfolg – wir haben jede Menge begeisterte Resonanz erhalten“, blickt Sunbrella-Produktmanager Jan Lauhoff gerne auf die Ausstellung zurück, die parallel zur Möbelmesse Salone del Mobile zahlreiche Design-Interessierte nach

Mailand lockte. Für den Riesent Teddy, zwei außergewöhnliche Sessel sowie Wand und Boden hatte Marc Ange aus der aktuellen Sunbrella-Kollektion True Blue ausgewählt, ein besonders pflegeleichter Stoff, der farblich perfekt zur royalen Szene passte.

„Der Bärenkönig ging in kürzester Zeit auch durch die sozialen Netzwerke. ‚Le Roi‘ hat durchaus für Beachtung gesorgt“, so Jan Lauhoff über die gelungene Zusammenarbeit mit Marc Ange. „True Blue und 225 weitere Stoffvarianten der aktuellen Sunbrella-Kollektion sind natürlich sonst eher in Wohnräumen, auf der Terrasse oder in

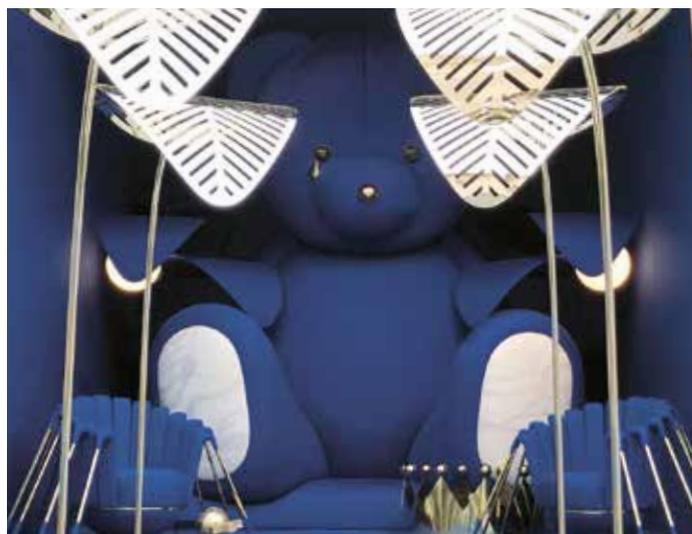


Foto: © Dickson

Mächtiger Eindruck machte der vier Meter hohe Teddy in True Blue.

feinen Lounge-Arrangements zu finden.“ Dank wasser- und schmutzabweisender Ausrüstung sowie UV-Resistenz sind

sie auch hier schier unverwundlich.

www.dickson-constant.de

Startschuss für gemeinsame PR-Kampagne

Der Bundesverband Rollläden Sonnenschutz (BVRS) und die Industrievereinigung Rollläden-Sonnenschutz-Automatation (IVRSA) haben kürzlich beschlossen, ab sofort ihre PR- und Öffentlichkeitsarbeit in Kooperation zu betreiben, da beide Verbände aufgrund identischer Zielgruppen hier gleich gelagerte Interessen haben. Die Partner können vom Start weg auf einer seit vielen Jahren erfolgreichen PR-Arbeit des BVRS aufbauen und entwickeln diese nun gemeinschaftlich weiter. Somit werden ab sofort alle PR-Maßnahmen und -Kampagnen sowohl aus Beiträgen der dem BVRS angeschlossenen Innungen als auch aus Mitteln der IVRSA finanziert.

Um diese Kooperation mit Leben zu erfüllen, trafen sich am 24. Mai die Kommunikationsausschüsse beider Verbände

in der BVRS-Geschäftsstelle in Bonn zu einer ersten gemeinsamen Sitzung. Petra Kranig, die die Kampagne bei der beauftragten Agentur Koob verantwortlich betreut, informierte zunächst über die Ergebnisse aus dem Jahr 2017 sowie über die zum Einsatz kommenden Maßnahmen und Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit. Anschließend legten die Ausschussmitglieder die Schwerpunkte der Kommunikation für den Rest des Jahres 2018 fest.

Jürgen Roßkamp, Sprecher des BVRS-Ausschusses für Öffentlichkeitsarbeit, und Jürgen Fitting, Vorsitzender des Ausschusses Kommunikation der IVRSA, zeigten sich ausgesprochen zufrieden mit dem Verlauf der Sitzung. Die gemeinsamen Beratungen hätten gezeigt, dass Handwerk wie Industrie in der

Foto: © BVRS



Die Mitglieder der Kommunikationsausschüsse trafen sich in Bonn, um die künftige gemeinsame PR-Kampagne zu planen.

Kommunikation identische Ziele verfolgten und es daher die richtige Entscheidung gewesen sei, auch auf diesem Feld die Kräfte zu bündeln. Außerdem habe die „Chemie“ zwischen den Akteu-

ren beider Gremien gestimmt, so dass einer erfolgreichen Zusammenarbeit nichts im Wege stünde.

www.rs-fachverband.de

Motorenvielfalt aus einer Hand

SIRAL
Ihr Rollläden-Innovator

elektronischer Motor EL1 & EL4

- von 8Nm bis 75Nm
- mit oder ohne Funk
- mit Hinderniserkennung in beide Richtungen
- permanente Kraftüberwachung
- EL1 = "Plug'n Play"
- **elektronische Abschaltung**

S-ABS-Motor

- von 8Nm bis 75Nm
- **Soft-Stop**

ABS-Motor

- von 8Nm bis 75Nm
- **ABS=Auflauf-Brems-System**

NHK-Motor

- von 8Nm bis 150Nm
- geeignet für den 2. Rettungsweg
- **Not-Hand-Kurbel Funktion**

OEM-Versionen

Sondermotorenbau für kundenspezifische Lösungen

Qualität aus rein
deutscher Fertigung



SIRAL GmbH, Postfach 1345, D 73638 Welzheim
Tel. 07182-9277-0, FAX 07182-9277-55, www.siral.de, info@siral.de

Bewährtes Konzept „on the road“

Als ein richtiger Schritt hat sich die Entscheidung des Sonnen- und Insektenschutzherstellers Teba erwiesen, mit einem innovativen Roadshow-Format direkt den Kontakt zu den Kunden zu suchen. 2017 hatte sich das Duisburger Unternehmen entschieden, im Bereich Kundenansprache und Kundenbindung diesen Weg einzuschlagen. Unter dem Namen „Teba Homestory-Tour 2018“ wurden deutschlandweit an 32 Terminen in 25 Städten die Kunden vor Ort besucht.

Ziel war es, den sich verändernden Bedürfnissen der Kunden und den Veränderungen des Marktes Rechnung zu tragen. Den seit Jahren abnehmenden Besucherzahlen in den für Teba relevanten Kundengruppen auf den traditionellen Messen wurde mit der Roadshow begegnet: Kommt der Kunden nicht zur Messe – kommt Teba zu ihm.

Teba Kunden erlebten unter dem Slogan „Teba_Neu_Erleben“ in einer fast schon per-



Foto: © Teba

Eine mobile Wohnraumsituation mit Sitzmöglichkeiten zur atmosphärischen und persönlichen Beratung wurde extra für die Roadshow geschaffen.

sönlichen und kundennahen Präsentation die Neuheiten wie beispielsweise die neue Rolll-Kollektion. In dieser besonderen Atmosphäre ergaben sich intensive Gespräche und ein ausgie-

biger Austausch mit den Gästen. Die Resonanz der Kunden hat die Entscheidung einfach gemacht: Das Unternehmen wird auch in 2019 mit einer Roadshow erneut den Dialog „vor

Ort beim Kunden“ aufnehmen, dann mit einem neuen Motto. An der Heimtextil in 2019 wird Teba daher nicht teilnehmen.

www.teba.de

Inserentenverzeichnis

Becker Antriebe.....39	GTE Industrieelektronik.....27	MHZ Hachtel.....21	Verano.....31
BFB.....27	Heydebreck5	Neher.....11	
elero3	Hunter Douglas Titelfeld +	Siral.....55	
Exte14 Titelfeld	Somfy.....47	

Unternehmensverzeichnis

Alukon.....41	Flachglas Markenkreis22	Profine44	Valetta 16, 37
Aluprof.....32	Flexalum 8	Reflexa42	Velux43
Becker-Antriebe 12, 26	Geiger44	Renson36	Warema 10, 34
Beck+Heun 32, 34	Hella 9, 38	Sauter24	Weinor 36, 37
Betafence 40	Hörmann12	Schüco45	Wilkes35
Buchele24	Ift Rosenheim49	Selve 25, 54	
BVRS55	Inoutic40	Somfy 43, 53, 57	
BVST28	KE20	Teba56	
Dickson 19, 54	Klimaflex35	TS Aluminium50	
Drutex28	Lakal31		
Duette 6	Markilux27, 52		
Ehret42	Messe Düsseldorf13		
Erfal39	Messe Stuttgart14		
Eurosun41	MHZ30		
Fakro33	Next Studio46		

Die nächste Ausgabe erscheint am 15. August 2018

Ihre Ansprechpartnerin:
Mounira Khalfaoui, Tel. 0211-39098960
khalfaoui@verlagsanstalt-handwerk.de

Gemeinschaftsprojekt ausgezeichnet



Fotos: © Somfy (2)

Die Preisträger nahmen die Awards in Berlin entgegen.

Unter der Schirmherrschaft des Bürgermeisters von Berlin, Michael Müller, wurden Mitte Mai im Roten Rathaus die begehrten Smart Home Awards der Smart Home Initiative Deutschland vergeben. In der Kategorie „Bestes Projekt“ landete das Schwörer Healthy Home auf Platz eins. Gesteuert wird das digitale Leuchtturmprojekt vom Smart Home-System Somfy TaHoma Premium.

Das Schwörer Healthy Home ist ein europaweit einzigartiges Gemeinschaftsprojekt von 40 Unternehmen der Baubranche. Das Besondere: Es handelt sich um ein „echtes“ 2017 erbautes Wohnhaus. Die Bauherren Christine und Norbert Weimper haben dabei besonderen Wert auf die Aspekte Wohngesundheit und Nachhaltigkeit gelegt. Intelligente Gebäudetechnik sorgt automatisch für den idealen Tageslichteinfall, komfortable Temperaturen und eine angemessene Luftfeuchtigkeit.

Als Herzstück des Systems vernetzt die Smart Home-Steuerung Somfy TaHoma Premium Rollläden, Raffstores, Dachflächenfenster und Beleuchtungen. Zeitschaltfunktionen und modernste Sensortechnik ergänzen sich zu persönlichen Wohlfühl-szenarien und Anwesenheitssimulationen. Zusätzliche IFTTT-Verknüpfungen und die Integration von Amazon Alexa, Google

Assistant und Apple Homekit runden die prämierte Lösung ab. Norbert Weimper sah seine Erwartungen nach der Inbetriebnahme des Systems „sogar noch übertroffen“.

Maßstäbe setzen

Vor den rund 150 Teilnehmern bei der Preisverleihung hob Günther Ohland, Vorsitzender der Smart Home Initiative Deutschland, die große Bedeutung und den Mehrwert mo-

derner Gebäudetechnik hervor. Smart Home sei angesichts der energiepolitischen und demografischen Herausforderungen eine gesellschaftliche Notwendigkeit: „Sicherer, energieeffizienter und auch im höheren Alter selbstbestimmt zu leben, das alles ist mit der entsprechenden technischen Ausstattung möglich. Entscheidend ist, dass die einzelnen Systeme offen sind und miteinander kommunizieren können.“ Hier setzt Somfy mit TaHoma Premium echte

Maßstäbe: Ab Sommer können IoT-Drittanbieter über eine spezielle Plattform Zugang zu den Somfy-Rollladenantrieben und weiteren Komponenten erhalten. Mit dieser weitgehenden Öffnung treibt Somfy die Entwicklung im Smart Home-Bereich weiter voran und macht die individuelle Umsetzung vor Ort noch einfacher.

www.somfy.de



Das Wohnhaus ist ein europaweit einzigartiges Gemeinschaftsprojekt von 40 Unternehmen der Baubranche.

Was vor 45 Jahren aktuell war ...



Die Werbung in in der Volkswirtschaft

Dipl.-Volkswirt F. Wresinski, Lippstadt

Kürzlich äußerte der Bundeswirtschaftsminister, die Werbung sei ein notwendiges Wachstumshormon für alle Wirtschaftszweige. An Hand von statistischem Zahlenmaterial ist leicht zu belegen, daß der Werbung immer mehr Bedeutung zukommt, die Ausgaben für Werbezwecke steigen ständig. Viele Unternehmen haben ihre eigene Werbeabteilung oder bedienen sich besonderer Werbeinstitute. Die Methoden der Werbung und die Werbemittel sind so zahlreich wie die Ideen der Werbefachleute; sie gehen sogar über den Rahmen der üblichen Publikationsmittel hinaus.

Früher sprach man schlicht von Reklame. Heute versteht man unter Werbung gezielte Aktionen, um die Nachfrage der Konsumenten anzuregen, zu vergrößern und in eine bestimmte Richtung zu lenken. Die Verbraucher sollen durch die Werbung in der Bildung der öffentlichen Kaufmeinung beeinflusst werden. Dieses ist ein außerordentlich wichtiger Faktor für die moderne Volkswirtschaft. Bekanntlich treffen sich am Markt Angebot und Nachfrage. Die Wünsche der Konsumenten sind zwar unendlich groß, aber von Bedeutung am Markt bleibt nur die kaufkräftige Nachfrage. Jeder kann sein Geld nur einmal ausgeben. Bevor er das macht, überlegt er sich, mit welchem Gut er die höchste Nutzenstiftung erreicht. Bei Abwägung der Dringlichkeit der Bedürfnisbefriedigung und der daraus resultierenden Wahl eines bestimmten Gutes spiegelt sich, wenn auch im Unterbewußtsein des einzelnen, zweifellos das Ergebnis der Werbung wider. Nicht unbedeutend in diesem Zusammenhang bleibt die Werbung der Kreditinstitute, die ihre Kunden zum Sparen oder zur Aufnahme von Krediten auffordern. In dem einen Fall führt das Sparen zum augenblicklichen Konsumverzicht, d. h. zur Konsumverschiebung, in dem anderen Fall bedeutet die Kreditaufnahme vorweggenommene Kaufkraft.

Wenn auch die Werbung im Hinblick auf den Erfolg als eine unbekannte Größe angesehen werden muß, die sich im voraus nicht berechnen läßt, so bleibt sie in besonderer Weise für die Nachfrage mitbestimmend. Das Ziel der Werbung ist darauf ausgerichtet, nicht nur den Umsatz der Anbieter, sondern vor allem ihren Gewinn zu steigern. Es wird aber schwierig sein, eine genaue Relation zwischen dem Aufwand für die Werbung und dem Ertrag durch die Werbung zu finden. Viele, die in die inneren Zusammenhänge keinen Einblick haben, werden argumentieren, daß man die Ausgaben statt für die Werbung zum Wohle aller zur Verbesserung der Qualität oder zur Preissenkung verwenden solle. Sicherlich könnte man so verfahren. Aber was würde es nutzen, wenn das Produkt ohne Werbung preisgünstiger oder besser wäre und der Hersteller wegen mangelnder Popularität seines Gutes keinen Absatz findet? Die hervorragendsten Qualitätsarbeiten vermögen ihren Zweck nicht zu erfüllen, wenn sie bei den Nachfragenden nicht bekannt sind. Mit einer entsprechenden Werbung kann jeder sein leistungsfähiges Unternehmen dem Markt näher bringen und das Geld sinnvoller anlegen als es dem Finanzamt ohne eigenen Nutzeffekt zu schenken.

RTS MAGAZIN

Rollladen · Tore · Sonnenschutz

53. Jahrgang

Verlag

Verlagsanstalt Handwerk GmbH
Aufm Tetelberg 7, 40221 Düsseldorf
Postfach 10 51 62, 40042 Düsseldorf
Tel.: 0211/390 98-0, Fax: 0211/390 98-79
Internet: www.verlagsanstalt-handwerk.de
E-Mail: service@verlagsanstalt-handwerk.de

Verlagsleitung

Dr. Rüdiger Gottschalk (Verlagsanschrift)

Redaktion und freie Mitarbeiter

Herner Str. 299, 44809 Bochum
Tel.: 0234/953 91-36, Fax: 0234/953 91-30
E-Mail: rts@verlagsanstalt-handwerk.de

Chefredakteurin V.i.S.d.P.

Maren Meyerling (freie Mitarbeiterin)
E-Mail: rts@verlagsanstalt-handwerk.de

Redaktion

Camilo Kluge (freier Mitarbeiter)

Online-Redaktion

Oliver Puschwadt
E-Mail: puschwadt@verlagsanstalt-handwerk.de

Anzeigen

WWG Wirtschaftswerbegeellschaft mbH
Anzeigenleitung: Michael Jansen
(Verlagsanschrift)



Anzeigenverkauf:

Mounira Khalfaoui, Tel.: 0211/390 98-960
E-Mail: khalfaoui@verlagsanstalt-handwerk.de

Anzeigenverwaltung:

Elke Schmidt, Tel.: 0234/953 91-20
E-Mail: schmidt@verlagsanstalt-handwerk.de

Bankverbindung

Verlagsanstalt Handwerk GmbH (Kontoinhaber):
PBK Dortmund,
IBAN: DE47 4401 0046 0007 001465,
BIC: PBNKDEFF
Gültige Anzeigenpreisliste Nr. 53 vom 1. Januar 2018

Wir sind Mitglied in folgenden Verbänden



Leser-Service und Abonnentenbetreuung

Harald Buck,
Tel.: 0211/3909820, Fax: 0211/3909879
E-Mail: vertrieb@verlagsanstalt-handwerk.de

Erscheinungsweise

12 Ausgaben pro Jahr

Bezugspreis

Jahresabonnement € 98,00 inkl. MwSt.
zzgl. Versandkosten (Inland € 18,60, Ausland € 30,60)
Einzelverkaufspreis € 11,20 inkl. MwSt.

Grafik-Design

herzog printmedia, Richard-Wagner-Str. 7, 42115 Wuppertal

Druck

D+L Printpartner GmbH, Schlavenhorst 10, 46395 Bocholt

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf

Diese Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes bedarf der Zustimmung des Verlags. Gezeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung von Verlag, Redaktion oder beteiligten Partnern wieder, die auch für Inhalte, Formulierungen und verfolgte Ziele von bezahlten Anzeigen Dritter nicht verantwortlich sind. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr übernommen. Bei Nichtbelieferung ohne Verschulden des Verlags oder im Falle höherer Gewalt und Streik besteht kein Entschädigungsanspruch.

(ISSN 2199-6644)

DU BIST DER STAR FÜRS NÄCHSTE JAHR! ★

Erst als Model im Kalender,
dann Miss/Mister Handwerk 2019
und eine Reise gewinnen

Jetzt bewerben!
Bis zum 23. August 2018 auf
germanyspowerpeople.de



EINE AKTION VON



Die Fassade erscheint 6 mal im Jahr und thematisiert die Gebäudehülle mit den Komponenten Fassadenelemente, Fenster, Türen und Tore sowie Sonnenschutz. Abgedeckt werden dabei alle Werkstoffe und Konstruktionsarten der Fassade.

www.die-fassade.de

verbreitete Auflage: 5.598
IVW IV/17

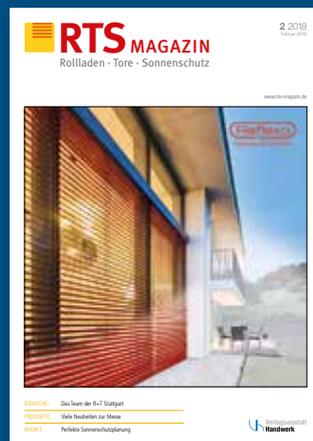


Glas+Rahmen berichtet 12 mal im Jahr aktuell und fachlich kompetent über die wichtigsten technischen, betriebswirtschaftlichen und gesetzlichen Neuerungen sowie über Produktinnovationen aus der Glas-, Fenster- und Fassadenbranche.

www.glas-rahmen.de

verbreitete Auflage: 9.228
IVW IV/17

Umfassendes Know-how rund um die Gebäudehülle



Das RTS Magazin erscheint 12 mal im Jahr und widmet sich praxisnah allen Bereichen rund um die Themen Rollladen, Tore und Sonnenschutz. Handwerkspolitische Themen, Kommentare und Veranstaltungsberichte runden das Profil ab.

www.rts-magazin.de

verbreitete Auflage: 11.727
IVW IV/17



Das Forum Wintergärten erscheint 4 mal im Jahr und befasst sich als einziges deutschsprachiges B-to-B-Magazin dem Thema Wintergärten. Dabei spannen wir den Bogen zwischen baulichen Normen und fundierten Hintergrundinformationen.

www.forum-wintergarten.de

verbreitete Auflage: 4.577
IVW IV/17