

Lesermeinung

*Schluß mit Lustig*

Seinen Unmut über „Zahlenspielerien“ bei Funktionswerten zu Lasten der gesamten Branche äußert GLASWELT-Leser Dr. Klaus Huntebrinker in dem nachstehenden Leserbrief:

Ein namhafter Hersteller und Anbieter von Isolierglas-Produkten gibt in seiner aktuellen Preisliste für ein Produkt mit einem Aufbau, bestehend aus einer 10 mm dicken A3-Scheibe, einer 4 mm dicken, beschichteten Gegenscheibe und einem Scheibenzwischenraum von 15 mm, die folgenden Funktionswerte an:

- Durchwurfhemmung A3 nach DIN 52 290,
- $k_v = 1,3 \text{ W/m}^2\text{K}$  nach DIN 52 619,
- $R_w = 41 \text{ dB}$  nach DIN 52 210.

Für ein weiteres Produkt, das sich von dem eben beschriebenen nur durch die Wahl der Beschichtung unterscheidet, wird bei gleicher Durchwurfhemmung und gleicher Schalldämmung sogar ein  $k_v$ -Wert von  $1,1 \text{ W/m}^2\text{K}$  nach DIN 52 619 angegeben.

Wenn ich eine derartige Art der Angabe dieser Funktionswerte lese, gehe ich davon aus, daß alle diese Werte gleichzeitig erreicht werden. Ich meine, das müßte jedem fachkundigen Leser so gehen. Dazu ist festzustellen:

- Damit die vorgenannten  $k_v$ -Werte erreicht werden können, ist eine Füllung des Scheibenzwischenraumes mit Argon notwendig.
- Nach meiner Kenntnis ist der vorgenannte Aufbau mit einer Argon-Füllung des Scheibenzwischenraumes nicht dazu geeignet im Prüfstand nach DIN 52 210 eine Schalldämmung von 41 dB zu erbringen. Diese Kenntnisse stützen sich auf

Messungen verschiedener Marktteilnehmer an selbst gefertigten und zugekauften Scheiben.

- Würde umgekehrt eine Scheibe des vorgenannten Aufbaus durch Variation der Gasfüllung (Gemisch aus Argon und  $\text{SF}_6$ ) im Prüfstand eine Schalldämmung von 41 dB erbringen, so bliebe dies nicht ohne negative Auswirkungen auf den  $k_v$ -Wert.

Mir ist auch aufgefallen, daß bei den für das oben beschriebene Produkt angegebenen Funktionswerten in der Werbung bisweilen ein verschämtes „bis zu“ vorangestellt war – nur, Hinweise dieser Art fehlen in der angesprochenen Preisliste völlig und eindeutig. Eine Branche, die solches Lavierren – egal ob schweigend oder zähneknirschend – erduldet, hat ihren derzeitigen Zustand verdient.

Funktionswerte, über die auch nur hinter vorgehaltenen Hand diskutiert wird, schaden dem Ruf der ganzen Branche. Ich finde solche Diskussionen gar nicht lustig. Im Gegenteil, ich habe keinerlei Bedarf mehr danach und finde solche persönlich überflüssig. Deshalb möchte ich meine Unlust mit diesem Leserbrief kundtun.

Dr. Klaus Huntebrinker,  
Kirchberg

*Haben Sie Probleme mit Ihren Marktpartnern? Oder gute Ideen, die eigentlich auch Ihre Kollegen interessieren könnten? Was vermissen Sie in der GLASWELT? Oder was gefällt Ihnen gut? Was liegt Ihnen schon seit langem auf der Zunge? Schreiben Sie uns – wir bringen Ihre Anregungen aufs Tablett. Wenn nötig leiten wir Ihre Fragen an kompetente Gesprächspartner weiter. Sie erreichen uns unter GLASWELT-Redaktion: Fax: (07 11) 6 36 72 11 oder (02 01) 64 51 87*

Vegla

*Hans Schmitz feiert 40jähriges Dienstjubiläum*

Am 1. Juli konnte Hans Schmitz, Direktor Marketing und Vertrieb bei Vegla Vereinigte Glaswerke GmbH,



*Mit Leib und Seele der Glaswelt verbunden: Jubilar Hans Schmitz* Foto: Vegla

Aachen, sein 40jähriges Firmenjubiläum feiern.

Diese vier Jahrzehnte sind von einer außerordentlichen Laufbahn in der Glaswelt gekennzeichnet. Die wichtigsten Stationen: Nach dem Examen zum Diplom-Kaufmann fing Hans Schmitz als Assistent bei der Kölner Begla an und übernahm kurze Zeit später deren Leitung. Bald darauf kam er als Verkaufsleiter zur Spiegelglas-Verkaufs-Agentur, seit 1963 „Spiegelglas- und Gußglas-Verkaufsgesellschaft“. Nach einigen Jahren der Tätigkeit in Köln und München wurde Hans Schmitz 1970 zum Geschäftsführer der Vereinigten Glashandels-Gesellschaft VGG ernannt: eine Position, die er bis 1975 bekleidete. Im Jahr darauf erhielt Hans Schmitz die Prokura der Vegla und der Zweigniederlassung von Saint-Gobain Deutschland

und wurde zum Leiter des Generalsekretariats berufen. 1982 übernahm er die Verantwortung für die Vegla-Kommunikation und ab 1985 zusätzlich die Leitung der Abteilung Marketing und Produktentwicklung der Division Bauglas: Positionen, die er bis heute innehat und in denen er Maßstäbe für die gesamte Glasbranche gesetzt hat. Im letzten Jahr wurde ihm zusätzlich auch die Verkaufsleitung für den Gesamtbereich Basisglas übertragen, womit er in einer schwierigen Marktlage die Verantwortung für den Absatz der Basisprodukte des Aachener Unternehmens übernimmt. Die Bedeutung von Hans Schmitz ist allerdings mit Titeln und Positionen nur unzureichend beschrieben. Viel wichtiger ist die Wirkung, die seine Persönlichkeit ausübt. Seine persönliche Integrität und seine fachliche Kompetenz haben ihm ein beispielloses Ansehen in der Glaswelt erworben. Wichtig jedoch ist ihm vor allem die Konzentration auf den Kunden. Sein persönlicher Einsatz bei Glasern und dem glasverarbeitenden Handwerk schlug sich auch in sichtbaren Anerkennungen nieder: Der Bundesinnungsverband verlieh ihm 1989 die silberne und im letzten Jahr die goldene Ehrennadel des Glaserhandwerks – zwei Auszeichnungen, auf die Hans Schmitz besonders stolz ist.

Glas Natter

*Hubert Natter 50 Jahre*

Hubert Natter, geschäftsführender Gesellschafter und Inhaber der Isolar-Produktionsstätte Glas Natter in

freude und die ihm eigene angenehme und konstruktive Art im Umgang mit Geschäftspartnern und Kollegen, insbesondere in der Isolar-Gruppe, zeichnen den Jubilar besonders aus.



Der Glasbranche seit langem verbunden: Hubert Natter und Ehefrau Rosi  
Foto: Isolar

Regensburg, feierte am 22. Juni 1997 seinen 50. Geburtstag.

Daß der Jubilar der Glasbranche besonders verbunden ist, zeigt sein Werdegang. Zunächst absolvierte Hubert Natter im elterlichen Betrieb die Lehre zum Glas-Kaufmann. Nach dem Tode des Vaters im Jahre 1971 übernahm er die Leitung der Firma. Seit 1975 fertigt das Werk in Regensburg Mehrscheiben-Isolierglas der Marke Isolar. 1977 erfolgte bereits der Neubau der Produktionsstätte mit ca. 8000 m<sup>2</sup> Fläche. Sein unermüdliches Engagement trug in wesentlichem Maße dazu bei, daß sich aus dem elterlichen Betrieb zwischenzeitlich ein Unternehmen mit 50 Mitarbeitern und über 20 Mio. DM Umsatz entwickelt hat. Seine Lebens-

Industrieverband Feuerverzinken

*Deutscher Verzinkertag*

Am 18. und 19. September findet in Stuttgart, Steigenberger Hotel Graf Zeppelin, der „Deutsche Verzinkertag Feuerverzinken '97“ statt. Wie seine Vorgänger wendet sich der Verzinkertag nicht nur an Verzinker, sondern auch an die Öffentlichkeit, vor allem an alle, die sich mit Stahl und Zink sowie dem Feuerverzinken intensiv beschäftigen. Neben den Themenbereichen Korrosionsschutz, Solararchitektur und außenliegende

Stahlkonstruktionen beschäftigt sich die Veranstaltung mit dem Gebiet Zink und Umwelt.

Bauunternehmer, Stahl- und Metallbauer, Ingenieure, Techniker, Bauplaner, öffentliche und private Bauherren, Metallgestalter, Lehrende an Universitäten, Fachhochschulen und Fachschulen sowie Lernende und Studierende sind zur Teilnahme eingeladen. Der Verzinkertag kann en bloc als Ganzes oder in einzelnen Teilen gebucht werden. Angaben über die Höhe der Teilnehmergebühren, die Übernachtungskosten und die Zimmerbuchungen, den genauen Zeitplan und das Programm sowie die Zusage der Teilnehmerkarten erfolgen durch das vom Industrieverband Feuerverzinken mit der Durchführung der Veranstaltung beauftragte Institut Feuerverzinken GmbH, Sohnstraße 70, 40237 Düsseldorf, Telefon (02 11) 6 79 00 04, Telefax (02 11) 68 95 99.

Gealan

*Hervorragender k-Wert*

Sichtlich erfreut zeigten sich die Gealan-Ingenieure über das neueste Prüfergebnis ihrer Kunststoff-Fensterprofile. In der Standard-Abmessung von 62 mm × 83 mm (Flügelrahmenprofil), 62 mm × 69 mm (Blendrahmenprofil) und einer Rahmenlänge von 2000 mm wurde erstmals ein Wärmedurchgangskoeffizient von  $k = 1,33 \text{ W/m}^2\text{K}$  von einer unabhängigen Prüfstelle offiziell ermittelt und bestätigt. Dieses Prüfergebnis wurde sogar ermittelt und erreicht für eine Profilkombination mit Stahlaussteifung. Die Messung wurde nach den Richtlinien der DIN 52 619, Teil 3, der DIN

52 616 durchgeführt. Das Rahmenmaterial ist aufgrund der Meßergebnisse der Rahmenmaterialgruppe 1 nach DIN 4108, Teil 4, zugeordnet. Dieser k-Wert, der gerade bei Standardabmessungen nicht üblich ist, ist auf eine konstruktive Veränderung in der Profil-Architektur zurückzuführen.

Südsee-Zauber

*GLASWELT-Leser gewinnt Traumreise*

Eine Kreuzfahrt in die Südsee, von Bora Bora nach Tahiti – wer träumt nicht davon?

Für GLASWELT-Leser **Torsten Holze**, Glasermeister aus Berlin, erfüllt sich nun der Traum. Er ist der glückliche Gewinner des Hauptpreises des GLASWELT-Gewinnspiels, einer 18tägigen Traumreise mit der MS „World Discover“ in die Südsee.

Auf einen Einkaufsbummel mit Übernachtung in einem 4-Sterne-Hotel in der italienischen Modemetropole Mailand darf sich **Uwe Celina**, Glasermeister aus Kelheim, freuen. Er hat die 4tägige Reise zur Vitrum und den Einkaufsgutschein in Höhe von 1000 DM gewonnen. Die GLASWELT-Redaktion gratuliert beiden Gewinnern recht herzlich und wünscht einen interessanten und abwechslungsreichen Aufenthalt.



Marketing-Preis für die „rollende Glaserei“: Roland Zeidler und Ehefrau  
Foto: Boco

Handwerk

*Marketing-Preis vergeben*

Mit dem „Marketing-Preis des Deutschen Handwerks“ zeichneten Boco – Hamburger Spezialist für Berufskleidung im Mietservice - und das Wirtschaftsblatt „Handwerk magazin“, München, Handwerksbetriebe aus, die durch vorbildliche Kundenorientierung und erstklassigen Service herausragen. Die Preisverleihung fand am 19. Juni 1997 anlässlich der Handwerks-Messe in Köln in Anwesenheit von Dieter Philipp, Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks, statt. Seit 1993 wird dieser Preis alle zwei Jahre vom „Handwerk Magazin“ ausgeschrieben. In diesem Jahr stiftete erstmals Boco das Preisgeld in Höhe von insgesamt 55 000 DM. Daß auch Handwerksbetriebe immer mehr Wert auf einen vorbildlichen Dienst am Kunden und ein professionelles Marketing legen, zeigt der enorme Anstieg an Bewerbungen von mehr als 50 Prozent gegenüber 1995. So beteiligten sich in diesem Jahr 119 Firmen am Rennen um den Marketing-Preis. Unter den fünf Unternehmen, die mit jeweils

10 000 DM prämiert wurden, war in diesem Jahr auch ein Fachbetrieb des Glaserhandwerks: Glasermeister Roland Zeidler aus dem sächsischen Deltitzsch rollt mit seinem Servicemobil auf schnellstem Weg direkt zu den Kunden. Die „rollende Glaserei“ ist ein Teil seines marktorientierten Erfolgskonzepts „Handwerk 2000“, das nun von einer unabhängigen Jury unter Vorsitz von Dr. Wolfgang Glaser, Geschäftsführer des ZDH, ausgezeichnet wurde.

RBB Aluminium-Profiltechnik

*Tränkner neuer Vertriebsleiter*

Stefan Tränkner, 38, hat mit Wirkung ab 1. Juli 1997 seine Tätigkeit als neuer Vertriebsleiter/Prokurist für den Bereich Systemprodukte bei der RBB Aluminium-Profiltechnik GmbH, Wall-

scheid, aufgenommen. Der Dipl.-Betriebswirt war zuletzt als Geschäftsführer der Dirr Bauprofile GmbH in Günzburg für die Bereiche Vertrieb und Beschaffung verantwortlich und hatte seit 1990 als Vertriebsleiter maßgeblichen Anteil an dem stetigen Wachstum und dem damit verbundenen Bekanntheitsgrad der Firma Dirr. Mit der Weichenstellung will RBB Aluminium-Profiltechnik seine geschäftlichen Aktivitäten weiter ausbauen und damit langfristig die Zukunft sicherstellen. Das Unternehmen ist der Bauzulieferbranche und dem Produktionsverbindungshandel (PVH) als Hersteller und Vertreter von



Stefan Tränkner  
Foto: RBB Aluminium-Profiltechnik

Systemprodukten aus Aluminiumstrangpreßprofilen, insbesondere für den Fensterbereich wie Aluminium-Regenschutzschienen, Aluminium-Außenfensterbänken und Holz-/Alusystemen, bekannt. Ein weiteres Standbein ist der Bereich „Industrieprodukte“; die Entwicklung, Herstellung und Bearbeitung von Aluminiumstrangpreßprofilen und Halbzeugen. Für diesen Bereich bleibt der bisherige Vertriebsleiter und Prokurist, Hans-Peter Schmitz, verantwortlich. Beide Berei-

che erwirtschafteten je 50 Prozent Umsatzanteil des Gesamtumsatzes von 40 Mio. DM.

Möller

*Zweistelliges Umsatzplus*

Die Möller GmbH & Co. KG, Meschede-Eversberg, konnte 1996 und im ersten Halbjahr '97 mit ihrem Lignodur-Programm trotz der bekannten Problemsituation am Bau die eigene Position am Markt für Innenfensterbänke in Deutschland weiter festigen.

„Wir verzeichnen ein gutes zweistelliges Umsatzwachstum mit diesem Produkt“, bilanziert Geschäftsführer Dietmar Möller. Sein Unternehmen hatte im vergangenen Jahr knapp eine Million Mark in den technischen und organisatorischen Ausbau der Lignodur-Produktion investiert. Gleichzeitig wurden in den Bereichen Kommissionierung und Qualitätsmanagement zusätzliche Fachkräfte eingestellt. Auch beim Vertrieb, der in Deutschland über den Produktionsverbindungshandel abgewickelt wird, konnten durch den Ausbau der Partnerschaft zum Großhandel die angestrebten Verbesserungen erreicht und so das gute Jahresergebnis erzielt werden. In den ersten sechs Monaten 1997 hielt dieser Trend mit zweistelligen Wachstumsraten an. Es gelang zudem, neue Händler für den Lignodur-Vertrieb zu gewinnen und so die Position des Unternehmens Möller in den hart umkämpften Märkten zu stärken.



Das neue Verwaltungsgebäude in Wertingen Foto: Schüco

### Schüco

#### *Neues Verwaltungsgebäude in Wertingen*

Um den Ansprüchen an Markt- und Kundennähe gerecht zu werden, investiert die Schüco International KG, Bielefeld, Millionen-Beträge in den Neuausbau von Niederlassungen. Eine aktuelle Investition ist das neue Verwaltungsgebäude der Niederlassung in Wertingen bei Augsburg, das am 27. Juni 1997 in Anwesenheit zahlreicher Gäste offiziell seiner Bestimmung übergeben wurde.

Bei dem Verwaltungsgebäude, das vom Architekturbüro AGN aus Ibbenbüren entworfen wurde, handelt es sich um einen zweigliedrigen Komplex mit unterschiedlich hohen Bauteilen, die rechtwinklig zueinander angeordnet sind. Ein repräsentativer, viergeschossiger Bau entlang der Straße, der 2200 m<sup>2</sup> Nutzfläche bietet, dient der Verwaltung. Für die Fassade wurde das System FW 50 für Profilfassaden aus wärmegeämmter Aluminium-Pfosten-Riegel-Konstruktion eingesetzt. Teilflächen bestehen aus der Aluminiumblech-Fassade C 4. Beim Eingangsbereich gibt eine SG 50 N-Konstruk-

tion (Structural Glazing) gestalterisch den Ton an.

Ein zweigeschossiger Bauteil, der als Ausstellungsbereich genutzt wird, ist über die gesamte Höhe mit einer SK 60 V-Fassade ausgestattet. Hier stehen ca. 350 m<sup>2</sup> Präsentations-Fläche zur Verfügung. Besucher können einen repräsentativen Querschnitt aus dem Schüco-Leistungs- und Lieferprogramm, darunter auch geschoßhohe Fassaden-Exponate, in Augenschein nehmen.

Der Standort Wertingen verfügt u. a. über eine mit neuesten Maschinen ausgestattete Musterwerkstatt für die Bereiche Aluminium und Kunststoff sowie diverse Schulungsräume. Herzstück des insgesamt 89 000 m<sup>2</sup> großen Areals, das rd. 16 500 m<sup>2</sup> Hallenfläche bietet, ist ein Zentrallager, von dem aus die Partnerbetriebe in Süddeutschland, Italien, Österreich, Tschechien und der Schweiz „just in time“ beliefert werden.

### Renkhoff

#### *Umsatzsteigerung*

Trotz anhaltender Rezession in der Bauwirtschaft setzte die Renkhoff AG, Marktheidenfeld, Europas führender Komplettanbieter von Sonnenschutztechnik, ihren erfolgreichen Weg fort. Der Gesamtumsatz stieg aufgrund intensiver Marketingaktivitäten und damit verbundener Mengensteigerungen im vergangenen Jahr um 6,6 Prozent auf die neue Rekordsumme von 322 Mio. DM. Das bedeutet im Fünf-Jahres-Vergleich ein Wachstum von rund einem Drittel.

Die Exportquote an den Gesamterlösen der auch im Ausland expansiven Unternehmensgruppe, bestehend aus der Warema Renkhoff GmbH, der Warema-Sonnenschutztechnik GmbH, der Renko Kunststofftechnik und Maschinenbau GmbH und der Renko Electronic GmbH, lag 1996 bei 6,4 Prozent. Die vorgehaltenen Fertigungskapazitäten der 100prozentigen Tochtergesellschaften waren über das ganze Jahr hinweg zufriedenstellend ausgelastet. Die Investitionen der Renkhoff-Gruppe beliefen sich 1996 auf insgesamt 10,3 Mio. DM und betrafen vorwiegend Rationalisierungs- und Ersatzmaßnahmen sowie die Errichtung eines Neubaus der Renko Electronic in Marktheidenfeld. Die Mitarbeiterzahl erhöhte sich trotz des immensen Wettbewerbsdrucks um 3,3 Prozent auf jahresdurchschnittlich 1772 Personen.

Obwohl sich die Bauinvestitionen in der Bundesrepublik auch 1997 weiterhin rückläufig entwickeln dürften, erwartet die Renkhoff-Gruppe im laufenden Geschäftsjahr erneut einen Umsatzzuwachs sowie einen kontinuierlichen Ausbau ihrer Marktstellung.