



Unseriöser Kundenfang mit veralteten U_v -Werten:

Vorsicht Falle

Der Kampf um Marktanteile wird in der Baubranche immer erbitterter geführt. Firmen gehen mit Produkteigenschaften auf Kundenfang, die nicht nur völlig haltlos sind, sondern auch gegen die gültigen technischen Regeln und das Baurecht verstoßen. Durch solche Praktiken haben seriöse Unternehmen einen Wettbewerbsnachteil, außerdem besteht die akute Gefahr, dass die ganze Branche in Verruf gebracht wird.

Die führenden Glashersteller und Verarbeiter, u. a. Saint-Gobain Deutsche Glas (SGDG), wehren sich gegen unlautere Werbe- und Informationsmittel, die Kunden und Verbraucher verunsichern und damit der gesamten Glasbranche nachhaltig Schaden zufügen können.

Einige Fensterbauer – u. a. Firmen, die sich als Marktführer verstehen – werben mit irreführenden vermeintlichen Produktvorteilen. Die Rede ist von „Super-Fenstern“ mit „Super-Dämmwerten“, die jeder realistischen und baurechtlichen Grundlage entbehren. Den Kunden werden Fenster versprochen, die 18 % mehr Wärme halten. Argumentiert wird mit dem so genannten Wärmedurchgangskoeffizienten von Verglasungen, für den gilt: Je geringer der Wert ist, desto mehr Wärme bleibt im Raum.

Seit März 2003 muss zur Kennzeichnung des Wärmedurchgangskoeffizienten die Bezeichnung U_g verwendet werden, so schreibt es die Bauregelliste vor. Damit erfolgte die

Umstellung von deutschem Normrecht auf europäisches. Die früheren U_v -Werte sind nicht mehr zulässig. Es dürfen lediglich vorhandene Prüfnachweise mit alten U_v -Werten bis zum Ablauf ihrer Gültigkeit genutzt werden, um den U_g -Wert nachzuweisen, wenn diese Werte entsprechend erhöht werden. Aber eben nur dann.

Schwierig ist, dass der auf Grundlage der neuen Verfahren berechnete U_g -Wert bis

zu $0,2 \text{ W/m}^2\text{K}$ höher liegt als nach der bisherigen deutschen Norm. Wer also mit U -Werten ohne Index oder mit nicht mehr gültigen, weil scheinbar besseren Werten wirbt, nimmt eine Haftung dafür in Kauf. Dem Kunden werden so Produkteigenschaften suggeriert, die sich nicht erreichen lassen.

Ein Verkäufer haftet kraft Gesetzes dafür, dass die von ihm verkauften Produkte die vereinbarte Beschaffenheit aufweisen. Zu dieser Beschaffenheit gehören auch solche Eigenschaften, die der Kunde nach den Angaben des Verkäufers oder des Herstellers in der Öffentlichkeit, insbesondere in der Werbung oder bei der Kennzeichnung der Produkte, erwarten kann. Kurz: Macht der Verarbeiter in rechtlicher Funktion als Hersteller und Verkäufer – also wissentlich oder unwissentlich – falsche Angaben zu einem von ihm verkauften Produkt, kann er von seinen Kunden zu Sachmängelhaftungs- und damit möglicherweise sogar zu Schadensersatzansprüchen herangezogen werden.

Vorsicht bei falschen Werten:

Wer mit U -Werten ohne Index oder mit nicht mehr gültigen, weil scheinbar besseren Werten wirbt, nimmt eine Haftung dafür in Kauf

Falsche Versprechungen

Achtung: Wer mit U -Werten ohne oder mit nicht mehr gültigem Index, weil scheinbar besseren Werten wirbt, bringt sich nicht nur in Gefahr der Sachmängelhaftung, sondern bringt sich selbst zudem in Verdacht, bei Kunden Assoziationen über tatsächlich nicht vorhandene Beschaffenheitsmerkmale hervorrufen zu wollen.

Norm	Emissivität der Beschichtung	U - Wert	Gasfüllung
Nicht mehr zu verwendende Angaben!			
U_v, DIN 673 (ALT!)	2 %	0,9 $\text{W/m}^2\text{K}$	Krypton
		1,0 $\text{W/m}^2\text{K}$	Argon
Gültige zu verwendende Angabe!			
U_g, EN 673	2 %	1,1 $\text{W/m}^2\text{K}$	Argon
		1,0 $\text{W/m}^2\text{K}$	Krypton

Bilder: SGDC

Durch die Umstellung von deutschem auf europäisches Normrecht (seit März 2003), liegen die berechneten U_g -Werte bis zu $0,2 \text{ W/m}^2\text{K}$ höher als früher

Die SGDG wirbt hiermit nachhaltig bei allen verarbeitenden Betrieben dafür, die Vorteile ihrer Produkte mit dem rechtlich gültigen U_g -Wert zu versehen. So bleibt allen Beteiligten künftiger Ärger erspart: Den Glasherstellern, den Kunden – und insbesondere den Fensterbauern.

Udo Brandt



Der Geschäftsführer von SGDC, Udo Brandt, warnt Hersteller und Verkäufer davor, mit irreführenden Produktvorteilen zu werben, z. B. veralteten, d. h. besseren aber ungültigen U -Werten, da dies nicht nur gegen das Gesetz verstößt (Sachmängelhaftung), sondern auch die Glas- und Fensterbranche in Verruf bringt