

## 1. Wohnungsbau/Baugenehmigungen

Der Frühindikator Baugenehmigungen geht weiter dramatisch zurück. Als Gründe hierfür sind u.a. die veränderten Rahmenbedingungen, Einschnitte bei der Wohnungsbauförderung für Eigenheime sowie die Situation im Irak zu nennen, die zu einer starken Verunsicherung der Verbraucher geführt haben.

Nach Ansicht von Experten liegt der tatsächliche Neubaubedarf in Deutschland bei jährlich 350.000 – 400.000 Wohnungen. Begründet wird dies mit einer mindestens bis 2015 steigenden Zahl der Haushalte sowie der Tatsache, dass jedes Jahr fast 100.000 Wohnungen vom Markt verschwinden (Abriss o.ä.).

### Baugenehmigungen (Anzahl Wohnungen in 1000)

1999	437,6
2000	348,5
2001	291,1
2002	263,8 (Prognose)
2003	235,8 (Prognose)

Quelle: Heinze, Stand: Dezember 2002



## 2. Der deutsche Fenstermarkt

(nach Rahmenmaterial/Angaben in Mio. Fenstereinheiten)

Jahr	Holz	Kunststoff	Aluminium	Holz/Alu.	Gesamt
1999	5,436	12,060	3,534	0,771	21,801
2000	4,608	10,696	3,469	0,761	19,533
2001	3,484	8,650	3,160	0,743	16,037
2002 (e)	3,038	7,769	3,012	0,753	14,572
2003 (e)	2,790	7,460	2,800	0,760	13,810

Quelle: VFF, eigene Hochrechnungen  
Stand: Oktober 2002

Neue Schätzungen lassen für 2002 und 2003 noch schlechtere Zahlen erwarten (vgl. Ausführungen oben zu Baugenehmigungen). Obwohl der deutsche Fenstermarkt zu einem Grossteil von der Renovierung abhängt, muss festgestellt werden, dass er sich nicht von der schlechten Entwicklung des Neubaubereiches abkoppeln kann.



### 3. VEKA-Marktbefragung Dezember 2002

VEKA führt halbjährlich eine Kundenbefragung durch, deren Ergebnis wir Ihnen hier auszugsweise vorstellen. Angegeben ist, wie viel % der befragten Unternehmen zum Zeitpunkt der Befragung der jeweiligen Aussage zustimmten.

Aussage	Dez. 2002	Juni 2002	Dez. 2001
Die Auftragslage ist gut bis sehr gut	42,0 %	30,9 %	29,3 %
Die durchschnittliche Lieferzeit beträgt bis zu 4 Wochen	88,0 %	89,1 %	87,9 %
Die Marktlage ist zufriedenstellend und besser	36,0 %	36,4 %	41,3 %
Die Fertigfenster-Preissituation ist schlecht/sehr schlecht	90,0 %	85,5 %	96,6 %
Die Ertragslage ist zufriedenstellend oder besser	44,0 %	21,8 %	19,0 %
Das allg. Zahlungsverhalten hat sich verschlechtert	44,0 %	45,5 %	43,1 %

Deutlich verbessert präsentieren sich die Ergebnisse bei den Themen Auftragslage und Ertragslage. Alle anderen Ergebnisse liegen auf sehr niedrigem Niveau und geben wenig Hoffnung auf eine wesentliche Verbesserung.



## TOPLINE Plus

Mit dem Profilsystem TOPLINE Plus bietet VEKA seinen Verarbeitern ein Fenstersystem, das den hohen Anforderungen des Passivhausstandards entspricht (zertifiziert als Passivhaus geeignete Komponente durch das Passivhaus Institut Dr. Wolfgang Feist).

Das System wurde vorab exklusiv den VEKA-Verarbeitern im Rahmen der technischen Kundentagungen 2002 vorgestellt. Es folgte die offizielle Präsentation für die Fachwelt auf der Fensterbau frontale 2002.

Die ersten Aufträge wurden bereits erfolgreich abgewickelt. Inzwischen gibt es ein bundesweites Verarbeiternetz.

Auch Firmen, die aus verschiedenen Gründen TOPLINE Plus nicht verarbeiten, haben die Möglichkeit, ihren Kunden dieses hochwertige passivhaustaugliche Bauelement anzubieten. Sie können mit TOPLINE Plus-Verarbeitern Kontakt aufnehmen und Fertigfenster zukaufen, um so die Nische „Passivhausfenster“ zu besetzen.

Wenn Sie interessiert sind, sprechen Sie unseren zuständigen Außendienstmitarbeiter an, er wird Ihnen entsprechende Verarbeiteradressen nennen.



## Douglasie ab 2003 Sonderfolie

Aufgrund der rückläufigen Entwicklung der Farbe Douglasie wurde entschieden, diese per Ende 2002 aus dem Standardprogramm herauszunehmen.

Das bedeutet allerdings nicht, dass Sie künftig auf diese Farbe verzichten müssen. Ab 2003 haben Sie die Möglichkeit, Profile in dieser Farbe als Sonderfolie zu beziehen.

Wir bitten Sie jedoch, in diesen Fällen entsprechend längere Lieferzeiten einzuplanen und rechtzeitig zu disponieren.

Unsere Lieferzeiten im Bereich Sonderfolie liegen bei ca. 3 Wochen ab Auftragsbestätigung.



VEKA

Im Rahmen von Produktbereinigungen wurden die folgenden Artikel aus dem Programm genommen. Sofern Alternativen bestehen, haben wir sie aufgeführt.

Art.-Nr.	Alternative
101.079	
102.079	
102.106 Stand.-Fol.	Sonderfolie
102.117	
102.122 Stand.-Fol.	Sonderfolie
102.140	102.119
102.162 Stand.-Fol.	Sonderfolie
103.095	
104.131	104.129 + 112.026
104.170	
104.181	
104.192	
104.193	
105.001	109.356
106.007.3	
107.033	
108.012	108.081
108.024	108.081
108.027	109.327/286/254/342/300
108.056.3	Ausführungen .1 und .2 bleiben erhalten
108.062.3	Ausführungen .1 und .2 bleiben erhalten
109.009	109.346
109.039	109.286
109.169	
109.172	
109.174	
109.230	
109.245	112.380
109.349	



Im Rahmen von Produktbereinigungen wurden die folgenden Artikel aus dem Programm genommen. Sofern Alternativen bestehen, haben wir sie aufgeführt.

Art.-Nr.	Alternative
109.400	
110.031	110.052
110.034	110.052
110.041	110.052
114.002	114.018, 114.019, 114.020, 114.030 mit 114.031
114.007	114.018, 114.019, 114.020, 114.030 mit 114.031
115.007	
119.011	
119.013	
119.023	
119.024	
119.354.1	
119.355.1	
140.320	
140.321	
241.004	



## Änderung der Verpackungseinheit

Bei den Artikelnummern

109.037

109.043

109.045

116.030

wurde die **Verpackungseinheit** ab dem 01.01.2003 geändert.

Bisher: 1 Bund = 4 Stangen

Ab dem 01.01.2003: 1 Bund = 20 Stangen



VEKA



## Neuer Werbeauftritt für VEKA

Sehr geehrte VEKA Kunden,

nichts ist so gut, dass es nicht noch verbessert werden kann, sagt ein Sprichwort. Diesem Credo folgend, haben wir nach einem langjährigen und erfolgreichen Einsatz unserer bisherigen Werbe- und Kommunikationsmittel den kompletten Werbeauftritt der VEKA AG einer grundlegenden Überarbeitung unterzogen.

Diese Überarbeitung hat zwei grundlegende Ziele. Auf der einen Seite wollen wir das Profil der Marke VEKA weiter schärfen und die positiven Eigenschaften dabei für alle relevanten Zielgruppen hervorheben. So werden wir uns klar gegenüber dem Wettbewerb positionieren und abgrenzen. Auf der anderen Seite wollen wir unseren neuen Werbeauftritt auf alle zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle und -maßnahmen ausdehnen, um so ein einheitliches Erscheinungsbild (Corporate Design) in der Öffentlichkeit zu erreichen.

Ob es sich dabei um Anzeigenmotive in Fachzeitschriften oder um klassische Werbemittel zur Unterstützung Ihrer täglichen Arbeit handelt, diese Materialien werden in ihrem neuen Design für einen überzeugenden Auftritt in der Öffentlichkeit oder im Kontakt mit dem Endanwender sorgen.

Was sich genau ändert und wie die neugestalteten Materialien aussehen, erfahren Sie in den nächsten Wochen. Wir wünschen Ihnen schon heute viel Spaß dabei, VEKA neu zu entdecken. Bei Fragen zu diesem Themenkomplex stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Bonifatius Eichwald  
Leiter Marketing/ Kommunikation  
Tel.: 0 25 26/29 44 00



## Neue Prospektgeneration bei VEKA

Wie im Vorwort beschrieben, werden auch unsere Prospekte in den kommenden Wochen nach und nach in einem neuen Design zur Verfügung stehen und Sie in Ihrer täglichen Arbeit wie gewohnt unterstützen. Hier möchten wir Sie schon einmal über die wichtigsten Neuerungen informieren:

In Zukunft werden wir nur noch drei Segmentbroschüren im Angebot haben. Diese jeweils achtseitigen Verkaufsunterlagen werden für die Bereiche Fenster, Türen sowie Rollläden/ Klappläden aufgelegt und vermitteln dem privaten Bauherren oder Renovierer alles Wissenswerte über das jeweilige Thema.

Damit Sie Ihren Kunden als Zusatz zu den Prospekten auch produktspezifische Informationen geben können, werden bei VEKA Produktdatenblätter eingeführt. Diese Produktdatenblätter werden für alle wichtigen Profilsysteme und Zusatzprodukte aus dem Hause VEKA zur Verfügung stehen, damit Sie jederzeit die gewünschten Informationen für Ihre Kunden bereithalten.

Von den zur Zeit aktuellen Prospekten stehen zum Teil noch Restauflagen zur Verfügung. Sollten Sie hier noch bestimmte Unterlagen benötigen, so können Sie selbstverständlich auch diese noch bei uns bestellen. Je nach Verfügbarkeit werden wir Sie entsprechend beliefern. Bestellungen nehmen wir gerne unter 02526/294460 entgegen.



## U-Wert-Rechner jetzt auch in der Fenster-Infoline

Seit am 1. Februar 2002 die Energieeinsparverordnung (EnEV) in Kraft getreten ist, werden Fensterhersteller vor neue Herausforderungen bei der Ermittlung des Wärmedurchgangskoeffizienten (U-Wert) gestellt. Architekten und Planer fordern detaillierte Kennzahlen für jedes Bauteil, wobei die anteiligen Flächen für Fenster, Scheibe und Rahmen eine erhebliche Rolle spielen.

Um ihren Partnern hierbei Hilfestellung zu leisten, hat die VEKA AG in ihrem Internet-Portal „[www.fenster-infoline.de](http://www.fenster-infoline.de)“ einen U-Wert-Rechner integriert. Dieser berechnet den U-Wert eines Fensters nach der bestehenden Formel und geht dabei von der Normgröße eines Fensters aus. Den U-Wert-Rechner finden Sie im Partner-Forum, also in dem Bereich der Fenster-Infoline, der nur VEKA Kunden zugänglich ist.

Wird eine vorherige Berechnung der flächenbezogenen Größen benötigt, hilft der U-Wert-Rechner auf der CD-ROM „Mit VEKA interaktiv planen, ausschreiben und bauen“ weiter. Die U-Wert-Berechnung ist dort über das Ausschreibungsprogramm zu erreichen. Das aktuelle Ausschreibungsprogramm kann übrigens auch über den Menüpunkt „Download“ des Partner-Forums heruntergeladen werden.

## Neu: Energieberater in der Fenster-Infoline

Dem Bauteil Fenster kommt bei der Renovierung und Sanierung von Gebäuden eine immer wichtigere Rolle zu. Neben den zahlreichen positiven Eigenschaften moderner Wärmeschutzfenster spielt vor allem die deutliche Einsparung von Heizenergie eine wichtige Rolle.



Im Internet-Portal [www.fenster-infoline.de](http://www.fenster-infoline.de) können Verantwortliche von Wohnungsbaugesellschaften und Bauherren ab sofort Einsparpotenziale beim Einbau von neuen Wärmeschutzfenstern berechnen. Der seit Januar 2003 integrierte Energieberater hilft durch eine einfache Eingabe von nur wenigen Kennzahlen bei der Ermittlung entsprechender Werte. So kann die ungefähre Einsparung an Heizenergie und die ebenfalls damit verbundene Reduzierung der Heizkosten für den verwendeten Energieträger festgestellt werden.

In die Berechnung geht die Differenz der Dämmwerte zwischen alten, zur Zeit im Bauwerk befindlichen, und neuen, für den Einbau vorgesehenen, Fenstern ein. Das Ergebnis macht somit Einsparpotenziale für Verbrauch und Kosten von Energieträgern sowie die Minderung von umweltschädlichem CO<sub>2</sub> Ausstoß sichtbar. Bei optimaler Anwendung des Energieberaters können feinere Unterschiede, zum Beispiel, zwischen Isolierglasscheiben mit gutem oder weniger gutem U-Wert ermittelt werden. Alle errechneten Ergebnisse können einfach über einen Button als übersichtliches Formular ausgedruckt werden.

Dieses zusätzliche Tool im Internet-Portal [www.fenster-infoline.de](http://www.fenster-infoline.de) überzeugt nicht nur durch seine benutzerfreundliche Bedienung, sondern stellt gleichzeitig durch die Transparenz der Ergebnisse auch eine Entscheidungshilfe dar, die im Verkaufsgespräch oder in Verhandlungen mit großen Bauträgern nützlich sein kann.



## Planungsmappe und CD-ROM für Architekten und ausschreibende Stellen

Aktuelle Systemübersichten aller VEKA Produkte, Profilschnitte, neue Prüfzeugnisse, Verordnungen und Ausschreibungstexte sind nur einige der Inhalte der überarbeiteten Planungsmappe der VEKA AG. Versehen mit einem neuen Titelblatt und dem erweiterten Inhalt ist diese beliebte Planungshilfe für Architekten nun wieder auf dem neuesten Stand und kann jederzeit zur Unterstützung der wichtigen Geschäftsbeziehungen mit Planern und ausschreibenden Stellen eingesetzt werden. Im Rahmen der Aktualisierung wurde die CD-ROM für Architekten ebenfalls überarbeitet und somit thematisch sowie inhaltlich der Servicemappe angepasst.

Darüber hinaus werden auf der CD-ROM „Mit VEKA interaktiv planen, ausschreiben und bauen“ jedoch noch zusätzliche Module, wie z. B. ein komfortables Ausschreibungsprogramm oder eine interaktive Profilrecherche angeboten. Diese digitale Suchfunktion ermöglicht eine individuelle Recherche nach nahezu jedem denkbaren VEKA Profilquerschnitt, bei dem Profilsystem, Rahmen, Pfosten, Flügel und Öffnungsart wählbar sind. Die so erzeugten Zeichnungen können ausgedruckt, abgespeichert und im CAD-Programm weiter bearbeitet werden.

Ebenfalls eine Neuerung auf der CD-ROM ist die automatische und objektbezogene U-Wert Berechnung. Somit können Fensterbauer dem Architekten die geforderten U-Werte als prüffähigen Nachweis zur Verfügung zu stellen. Die U-Wert-Berechnung ist ganz einfach über das Ausschreibungsprogramm zu erreichen.



## Neue Ära für das Fensterrecycling

Mit der Gründung der neuen Altfenster-Recyclinggesellschaft „Rewindo“ im vergangenen Jahr sind die bisherigen Gesellschafter der Fenster Recycling Initiative FREI sowie die Recyclingaktivitäten der VEKA AG unter einem Dach vereint worden. Bedingt durch die verschiedenen Gesellschafter des neuen Unternehmens werden ca. 80 % des deutschen Kunststoff-Fenstermarktes von diesem Zusammenschluss abgedeckt. Gleichzeitig wurde die seit FREI aufgelöst.

Geschäftsführer der neuen Gesellschaft ist Michael Vetter, zuvor Bereichsleiter bei der Arbeitsgemeinschaft PVC und Umwelt e.V.. Hauptaufgabe der neu gegründeten GmbH ist die Überwachung, Kontrolle, Koordination und Dokumentation der Umsetzung der „Freiwilligen Selbstverpflichtung“ der PVC-Industrie. Als weiteres wichtiges Ziel nannte Vetter: „Die Rewindo GmbH will durch flächendeckende Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland den Rücklauf von Altfenstern aus PVC in den Recycling-Kreislauf signifikant erhöhen. Darüber hinaus ist sie beratend tätig beim Ausbau sowie der Optimierung von Verwertungssystemen.“

Entsprechend der „Freiwilligen Selbstverpflichtung“ der PVC-Industrie sollen bis 2005 mindestens 50 % der erfassbaren verfügbaren Mengen von Abfällen aus Fensterprofilen wiederverwertet werden.

Die VEKA AG gehört zu den Gründungsgesellschaftern der Rewindo GmbH und unterstützt die Projekte in den verschiedenen Bereichen wie Öffentlichkeitsarbeit und Qualitätssicherung mit Nachdruck. Somit wird das von der VEKA AG bereits seit 1993 verfolgte Recycling-Konzept weiter dazu beitragen, die Vorgaben aus der Freiwilligen Selbstverpflichtung zu erfüllen.

Weitere Informationen im Internet unter:  
[www.rewindo.de](http://www.rewindo.de) und [www.fenster-infoline.de](http://www.fenster-infoline.de)



## Eine Branche hilft sich selbst

Die Brancheninitiative „fenstermarkt-plus.de“ wurde 2001 auf dem Jahreskongress des Verbandes der Fenster- und Fassadenhersteller e.V. (VFF) in Leipzig gegründet. Sie hat zum Ziel, mit verstärkter Öffentlichkeitsarbeit die Qualität und den Nutzen der Produkte der Fenster- und Fassadenindustrie besser bekannt zu machen und so mehr Markt für die Produkte zu schaffen. Ein wesentliches weiteres Ziel der Initiative ist es, Meinungsbildner und politische Entscheider auf die Lage der Fensterbranche aufmerksam zu machen und für daraus resultierende Forderungen zu sensibilisieren. Dafür wurde auf verschiedenen Ebenen, von der direkten Lobby-Arbeit in Einzelgesprächen bis zur Ansprache wichtiger Zielgruppen vor entscheidenden Situationen, konsequent gearbeitet und ein Netzwerk von Verbindungen zur Politik aufgebaut. In diesem Umfeld wurde stets die Bedeutung von Fenstern und Fassaden für kostensparendes Bauen herausgestellt, dem Gesetzgeber und der Politik erläutert sowie wissenschaftlich untermauert.

Mit einer Imagekampagne wurde aufgezeigt, dass das Fenster ein „Hightech-Bauteil“ ist und weitaus mehr Aufgaben verrichtet, als es auf den ersten Blick augenscheinlich ist. Somit hat man auch das Interesse von Hausbesitzern und Investoren wecken können. Mit verstärkter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie einem hochdotierten Internationalen Fensterpreis hat die Initiative seit ihrer Gründung weitere Akzente gesetzt, um der negativen Marktentwicklung in der Fenster- und Fassadenbranche entgegenzuwirken sowie die Grundlagen für eine positive Reputation von „fenstermarkt-plus.de“ zu schaffen.



Das Ziel für das erste Halbjahr 2003 ist klar definiert: Mit intensiver Lobbyarbeit, die sich für direkte Zuschüsse und steuerliche Förderung von energetischer Modernisierung im Baubestand sowie für die Etablierung des Begriffs „Fenster“ in allen Maßnahmen und Gesetzen zur energetischen Sanierung einsetzt, aktiv zu sein.

Die VEKA AG gehört zu den 15 Gründungsmitgliedern von fenstermarkt-plus.de. und unterstützt die vielen positiven Ansätze zur Verbesserung der Branchensituation mit Nachdruck. In der Zwischenzeit haben sich über 80 Initiativpartner (darunter auch namhafte VEKA-Verarbeiter) sowie zwei unterstützende Verbände der Initiative angeschlossen.

Der Aufruf an die Unternehmen der Fenster- und Fassadenbranche zu gemeinschaftlichem Handeln ist unverändert aktuell. Möglichst viele Firmen in der Initiative zu vereinen, um die geplanten Aktivitäten auf eine breite Basis zu stellen, bleibt daher eines der wichtigsten Ziele.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter:  
<http://www.fenstermarkt-plus.de>

