

Inhaltsverzeichnis	Seite
<b>Update 2/05</b>	
Marktinformationen	
1. Wohnungsbau	1
• Baugenehmigungen	1
• Baufertigstellungen	1
2. Der deutsche Fenstermarkt	2
3. VEKA-Marktbefragung Juni 2005	3-4
4. Wirtschafts- und Brancheninformationen	
• Betriebsvergleich	5-6
• Gebäude-Energieberatung	7
• VFF startet PR-Kampagne	8-9
Profilsortiment	
1. Sortimentsbereinigung	10
Farbsortiment	
1. Sonderfolie	11



VEKA

## 1. Wohnungsbau

Weitere Rückgänge bei den Baufertigstellungen bis 2006 und mögliche Anzeichen einer Trendumkehr im Bereich der Baugenehmigungen ab 2006 – So lässt sich die derzeitige Situation bei deutschen Wohnungsbau beschreiben.

Die für den Bereich Baufertigstellungen zusätzlich hinzugenommene Prognose des ifo-Instituts bewegt sich auf dem Niveau von Heinze und gibt Hoffnung für einen Anstieg in 2007. Bei beiden Prognosen ist die Streichung der Eigenheimförderung zum 01.01.2006 noch nicht berücksichtigt.

### Baugenehmigungen

Baugenehmigungen (Anzahl Wohnungen in 1000)

<u>Jahr</u>	<u>Heinze</u>
2001	291,1
2002	274,1
2003	296,9
2004	268,1
2005 (Prognose)	234,4
2006 (Prognose)	242,1

Quelle: Heinze, Stand: 19.09.2005

### Baufertigstellungen

Baufertigstellungen (Anzahl Wohnungen in 1000)

	<u>Heinze</u>	<u>ifo-Institut</u>
2001	326,2	326,2
2002	289,6	289,6
2003	268,1	268,1
2004	278,1	278,0
2005 (Prognose)	256,3	255,0
2006 (Prognose)	247,7	245,0
2007 (Prognose)	k.A.	255,0

Quellen: Statistisches Bundesamt  
Heinze, Stand 19.09.2005  
ifo-Institut, Stand 02.09.200



## 2. Der deutsche Fenstermarkt

(nach Rahmenmaterial/Angaben in Mio. Fenstereinheiten)

Jahr	Holz	Kunststoff	Aluminium	Holz/Alu.	Gesamt*)
2000	4,680	10,725	3,315	0,780	19,500
2001	3,520	8,640	3,040	0,800	16,000
2002	3,102	7,473	2,820	0,705	14,100
2003	2,800	7,200	2,600	0,600	13,200
2004	2,700	7,000	2,400	0,600	12,600
2005 (e)	2,300	6,400	2,200	0,500	11,500
2006 (e)	2,100	5,900	2,100	0,500	10,600

Quelle: VFF (e) = Prognose

Stand: 16. November 2005

\*) Abweichungen rundungsbedingt

Mit Rückgängen von 9,2 % in 2005 und 7,2 % in 2006 hält die Krise des deutschen Fenstermarktes an.

Der Absatz an Fenstereinheiten wird nach der aktuellen Prognose des Verbandes der Fenster- und Fassadenhersteller e. V. (VFF) von 12,6 Mio. in 2004 auf 11,5 Mio. in 2005 und auf 10,6 Mio. im Jahr 2006 zurückgehen. Von den Rückgängen sind alle Materialien betroffen, der Wohnbau ebenso wie der Nichtwohnbau, die Renovierung und der Neubau.

Das Verhältnis vom Fenstereinsatz im Neubau zu Renovierung ist fast ausgeglichen. 2005 beträgt es 50,3 : 49,7 %, für 2006 wird eine kaum veränderte Relation von 50,4 : 49,6 % prognostiziert.



### 3. VEKA-Marktbefragung Juni 2005

Die halbjährlich von VEKA durchgeführte Kundenbefragung hat zu folgenden interessanten Ergebnissen geführt, die wir Ihnen hier auszugsweise vorstellen.

Die angegebenen Prozentwerte zeigen an, wie viele der befragten Unternehmen (n=53) zum Zeitpunkt der Befragung der jeweiligen Aussage zugestimmt haben.

Zur besseren Beurteilung und Einschätzung haben wir auch die Werte früherer Befragungen angegeben.

Aussage	Juni 2005	Dezember 2004	Juni 2004	Dezember 2003
Die Auftragslage ist gut bis sehr gut	37,7 %	33,3 %	53,0 %	63,0 %
Die durchschnittliche Lieferzeit beträgt bis zu 4 Wochen	90,6 %	94,7 %	91,8 %	75,9 %
Die Marktlage ist zufriedenstellend und besser	49,1 %	57,9 %	73,5 %	81,5 %
Die Fertigenster-Preissituation ist schlecht/sehr schlecht	84,6 %	78,9 %	85,7 %	70,3 %
Die Ertragslage ist zufriedenstellend oder besser	52,8 %	64,9 %	55,1 %	69,8 %
Das allg. Zahlungsverhalten hat sich verschlechtert	18,8 %	29,8 %	30,6 %	25,9 %



**Fazit:**

Die schlechte Verfassung der Fensterbranche spiegelt sich auch im Ergebnis unserer Juni-Umfrage wider.

Gegenüber der Dezemberbefragung 2004 sind zwar leichte Verbesserungen in den Bereichen Auftragslage, Lieferzeiten und Zahlungsverhalten festzustellen, diese relativieren sich jedoch schnell, wenn eine Jahresbetrachtung durchgeführt wird.

Die deutliche Zurückhaltung der Inlandsnachfrage verschärft die Wettbewerbssituation erheblich und hat in den letzten Monaten auch zu Insolvenzen von größeren Fensterbauunternehmen geführt.



VEKA

## 4. Wirtschafts- und Brancheninformationen

### Bundesbetriebsvergleich im Tischler- und Schreinerhandwerk

Die Konjunkturschwäche im Tischler- und Schreinerhandwerk hält an. Dies zeigt der aktuelle Bundesbetriebsvergleich. Er wird alle zwei Jahre vom Innungsverband des Holz und Kunststoff verarbeitenden Handwerks (HKH) vorgenommen. Für das Jahr 2004 beruhen die Ergebnisse auf den Daten von 217 Tischler- und Schreiner-Betrieben aus dem gesamten Bundesgebiet.

Ihren Gesamtumsatz konnten demnach nur die Betriebe mit weniger als zehn Beschäftigten steigern. Bei den anderen Betriebsgrößen ist er gegenüber 2002 rückläufig. Auch der durchschnittliche kalkulatorische Gewinn, seit 1996 negativ, hat sich weiter verschlechtert. 2004 lag er bei - 1,5 Prozent der Betriebsleistung. Die durchschnittliche Betriebsleistung pro Beschäftigten ist ebenfalls gefallen. Dasselbe gilt für die Wertschöpfung pro Beschäftigten und pro Fertigungslohnstunde.

"Die zeitliche Auslastung in den Betrieben muss verbessert werden." So lautet das Fazit von Manfred Neue, Geschäftsführer des Fachverbandes Holz und Kunststoff Mecklenburg-Vorpommern, der den Bundesbetriebsvergleich ausgewertet hat. "Zum Beispiel könnte durch eine flexible Gestaltung der Arbeitszeiten eine bessere Anpassung an die Auftragsanforderungen erreicht werden."

Doch es gibt auch positive Tendenzen. So hat sich die Eigenkapitalquote der Betriebe verbessert. Sie betrug im Durchschnitt 25,4 Prozent. "Erfreulich ist, dass diese Entwicklung für alle Betriebsgrößenklassen zutrifft", berichtet Neue. "Damit ist die kritische Grenze von 20 Prozent überschritten."

Aufgeteilt nach Betriebsgrößen liefert die Auswertung unter anderem noch Angaben zur Finanzierung, Rentabilität und Stundenverrechnungssätzen. Kennzahlen zur Zahlungsmoral vervollständigen das Bild.



"Die Angaben in unserer Auswertungsbroschüre bieten den Betriebsinhabern eine gute Messlatte", erklärt Neue. "Sie können die Daten ihres Betriebes einsetzen und so die eigenen Kennzahlen ermitteln." Jedoch sollten die durchschnittlichen Werte nicht unkritisch auf den eigenen Betrieb übertragen werden.

Weitere Informationen: <http://www.hkh.de/>



VEKA



## Gebäude-Energieberatung: Neuer Markt für Fenster- und Isoliergläser

Für Fenster- und Fassadenbauer, Isolierglashersteller und Glasveredler eröffnen sich mit dem Energiepass zusätzliche Geschäftsfelder:

Mit der neuen Broschüre "Markt machen mit dem Energiepass" unterstützen ...

- der Verband der Fenster- und Fassadenhersteller (VFF) und
- der Bundesverband Flachglas (BF)

... aktive Unternehmer. Sie informieren über das neue Instrument und geben Tipps zur Zusatzqualifikation "Gebäude-Energieberater".

Experten rechnen pro Jahr mit rund zwei Millionen Energiepässen, die von Gebäude-Energieberatern auszustellen sind. Zudem wird der Energiepass Investitionen in den Gebäudebestand auslösen – das "Energiespar-Bauteil" Fenster spielt hier eine wichtige Rolle. Rund 26 Millionen Wohnungen in Deutschland entsprechen nicht dem Stand der Technik: sie verbrauchen zu viel Energie. Besonders betroffen sind häufig die Verglasungen. Nahezu 500 Millionen Quadratmeter Fensterglas sind veraltet – so rechnen die beiden Verbände.

Die Broschüre kann als Einzelexemplar kostenlos per E-Mail angefordert werden:

- [vff@window.de](mailto:vff@window.de) oder
- [info@bundesverband-flachglas.de](mailto:info@bundesverband-flachglas.de)



## Verband der Fenster- und Fassadenhersteller e. V. (VFF) startet PR-Informations-Kampagne für Endverbraucher

Auf ihrer Mitgliederversammlung im Juni 2005 haben der Verband der Fenster- und Fassadenhersteller e. V. (VFF) und die mit ihm verbundenen RAL-Gütegemeinschaften die Durchführung einer PR-Informations-Kampagne beschlossen, die sich an die Endverbraucher richtet. Das Hauptziel der Kampagne: bei den angesprochenen Zielgruppen das Bewusstsein für den Mehrwert der Qualitätsprodukte Fenster, Türen und Fassaden wecken und vertiefen.

„Wir schaffen mit unseren Produkten Werte. Mit größter Sorgfalt und hohem Qualitätsanspruch produzieren wir hochwertige Fenster, Türen und Fassaden. Doch nehmen unsere Kunden diese Topqualität und den Mehrwert wirklich wahr?“ So beschrieb der Vorsitzende des Marketing Ausschusses Peter Albers die augenblickliche Situation der Branche. Es sei offenkundig, dass zum Beispiel Qualitätsfenster über wichtige Eigenschaften und Werte wie Wärmedämmung, Wohnatmosphäre oder Energie-sparen verfügten. Nur seien diese Produktvorteile nicht genügend im Markt positioniert und in den Köpfen der Zielgruppe zu wenig verankert.

Albers kritisierte die „Geiz-ist-geil“-Mentalität, die auch auf die Baubranche voll durchschlage: „Wenn wir als Unternehmer, Wiederverkäufer und Wohneigentümer täglich hören und lesen, dass das, was mit unserer Hände Arbeit erstellt wurde, nur durch Verramschen zu etwas Kleingeld gemacht werden kann, verliert jeder jegliches Wertgefühl.“ Dieses Qualitätsbewusstsein gelte es wieder herzustellen: „Mit gemeinsamen Marketingaktionen und gezielter Öffentlichkeitsarbeit wollen wir alle Kundengruppen von den Vorteilen und dem vielfältigen Mehrwert unserer Produkte überzeugen – und begeistern. Der wichtigste Baustein der PR-Kampagne ist eine kontinuierliche Pressearbeit, die den Endverbraucher mit frechen und manchmal auch provozierenden Botschaften erreichen soll.



Ein weiterer Baustein ist die Fortsetzung bewährter Veranstaltungen wie zum Beispiel des 2004 bundesweit mit großem Erfolg durchgeführten „Tag des Fensters“. Insgesamt, so der Geschäftsführer des Verbandes und der Gütegemeinschaften Dr. Thomas W. Büttner, müsse jährlich eine Summe von mehr als 200.000 Euro investiert werden, um die genannten Ziele zu erreichen.

VFF-Geschäftsführer Dr. Thomas W. Büttner ist überzeugt, dass die vorgesehenen Maßnahmen bereits mittelfristig Wirkung zeigen werden: „Die Mitglieder des Verbandes und der Gütegemeinschaften werden in vielfältiger Weise von dieser Qualitätsoffensive profitieren. Sie erhöhen damit ihren Bekanntheitsgrad und verkaufen ihre Produkte weitaus besser als bisher“.

A large, semi-transparent watermark of the VEKA logo is centered on the page. It consists of the word 'VEKA' in a bold, sans-serif font, enclosed within a diamond-shaped border made of multiple parallel lines.

## Profilsortiment

### 1. Sortimentsbereinigung

Folgende Artikel wurden/werden aus dem Sortiment genommen:

Art.-Nr.	Bezeichnung	Ersatz	Termin
104.124	Alu-Verbinderprofil		31.12.2005
108.046	Rollladenführung 45 x 64 mm	108.034, 108.062	31.12.2005
108.050	Einlauftrichter		31.12.2005
108.055	Doppelte Rollladenführung 36 x 70 mm	108.021, 108.091	31.12.2005
108.056	Rollladenführung 36 x 64 mm	108.058, 108.090	31.12.2005
108.057	Einlaufteil für M 37, braun	108.057 weiß	31.12.2005
108.064	Einlaufteil für K 51, braun	108.064 weiß	31.12.2005
108.071	Einlauftrichter für 108.067, 108.035 braun	108.071 weiß	31.12.2005
109.105	Glassprosse 26/14		31.12.2005
109.106	Leibungsprofil 33/25 mm		31.12.2005
109.107	Anschlussprofil 33/17,5 mm		31.12.2005
109.115	Abdeckleiste 12 mm		31.12.2005
109.119	Anschlussprofil 120/45		31.12.2005
109.150	Leibungsprofil 107/24	109.210	31.12.2005
109.211	Abdeckprofil 35/10	109.484	31.12.2005
109.248	Glassprosse 9,5/26 mm		31.12.2005
110.010	Fensterbankanschluss 34/34		31.12.2005
110.038	Fensterbankanschluss 30/18		31.12.2005
112.601	SL Faltdichtung		31.12.2005
112.611	SL Glasdichtung		31.12.2005
119.161	Styroporeinlage 118/140	119.161, 101.400 aus Neoflor	31.12.2005
119.338	Abdeckklappe f. Aufsatzkasten		31.12.2005
119.342	PUR-Dämmung 118/140	119.161.101.400 aus Neoflor	31.12.2005



## Farbsortiment

### 1. Sonderfolie

Ab dem 01.01.2006 sind die Artikel

- 103.221 Flügel, nflb. 70/70 mm TOPLINE MD
- 110.040 Fensterbankanschluss 60/13,5 mm
- 110.042 Fensterbankanschluss 60/63 mm

nur noch im Rahmen der Sonderfolierung erhältlich. Bitte beachten Sie die damit verbundenen längeren Lieferzeiten.

Ab dem 01.01.2006 sind die Artikel

- 108.020 Abrolleiste 35 mm
- 108.077 Abrolleiste 81/20
- 108.081 Abrolleiste 69/20
- 108.082 Abrolleiste 101/20
- 108.084 Abrolleiste 89/20

in braun durchgefärbt lagermäßig lieferbar.  
Die lagermäßige Bevorratung von Standardfolie entfällt.  
Folierung erfolgt nur noch als Sonderfolierung unter Berücksichtigung der längeren Lieferzeit.



**Inhaltsverzeichnis**  
**Update 2/05**

**Seite**

VEKA Partnerseminare

1-3



## VEKA Partnerseminare 2005/2006

Seit langem sind die VEKA Partnerseminare fester Bestandteil in unserem Dienstleistungsangebot. Wie in jedem Jahr, so legen wir auch im aktuellen Seminarangebot großen Wert darauf, den Mitarbeitern unserer Partner hochwertige und praxisorientierte Qualifizierungsmaßnahmen anzubieten. In den ersten Monaten des kommenden Jahres werden die nachfolgend aufgeführten Veranstaltungen stattfinden. Bitte nutzen Sie das beiliegende Anmeldeformular, um sich für das gewünschte Seminar anzumelden. Bei allgemeinen Fragen zum Thema VEKA Partnerseminare steht Ihnen Herr Marco Schramm unter 02526 294420 gerne zur Verfügung.

### **„Erfolgreiches Verkaufen für den Fenstermarkt“ Freitag u. Samstag, 20./21.01.06, Region Ulm**

„Ein Zyniker ist ein Mensch, der von allem den Preis und von nichts den Wert kennt.“ In diesem Seminar – bestehend aus Vortrag, Workshop und vielen Übungen – geht es darum, beim Kunden von Beginn an Wertbewusstsein und Wertgefühl für das Produkt Fenster zu schaffen. Wie schon bei den vergangenen Partnerseminaren lernen hier Vertriebsmitarbeiter u. a., ihre verkäuferischen Fähigkeiten auszubauen, Preisgespräche souverän zu führen, Argumente überzeugend zu vertreten und am Kundenbedarf orientiert zu beraten sowie Chancen auf Zusatzgeschäfte besser zu erkennen. Hierzu werden grundlegende Verkaufstechniken vermittelt, die von der individuellen Bedarfsermittlung des Kunden über die Produktargumentation bis zur Umgehung von Abschlusswiderständen reichen.



**„Erfolgreiches Verkaufen – Aufbauseminar“  
Freitag u. Samstag, 03./04.03.06, Region Ulm**

„Gut argumentiert, aber leider kein Abschluss.“ Wer kennt das nicht? Grundlage für dieses Aufbauseminar ist möglichst der Besuch eines der letztjährigen Seminare „Erfolgreiches Verkaufen“ oder „Professionell telefonieren“ oder langjährige Verkaufspraxis.

In diesem Seminar werden die bereits vorhandenen Kenntnisse ausgebaut und vertieft. Die Seminarbesucher lernen hier u. a., wie man ein erfolgreiches Erstgespräch bei Neukunden durchführt, wie man den Verhandlungspartner richtig einschätzt, und die letzten Feinheiten der abschlussorientierten Verhandlungstaktik.

**„Professionell telefonieren“  
Donnerstag, 19.01.06, Region Ulm**

Die erste Kontaktaufnahme, aber auch die Pflege von Kundenbeziehungen erfolgt vielfach über das Telefon. Dabei entscheidet das Verhalten am Telefon über Erfolg oder Misserfolg der Geschäftsbeziehung. Wie auch schon im letzten Jahr vermittelt dieses Seminar die Grundregeln professionellen Telefonierens: die Kundenbeziehung bewusst gestalten, besser argumentieren, die häufigsten Fehler vermeiden, die Bearbeitung von Reklamationen und aktive Telefonakquisition zum Aufbau neuer Kundenkontakte.



**„Angebote professionell nachfassen“  
Donnerstag, 02.03.06, Region Ulm**

„Wir machen zu viele Angebote – und es kommt zu wenig dabei heraus!“ Diesem weit verbreiteten Problem begegnet man am besten mit professionellem Nachfassen der zuvor versandten Angebote. Ziel dieses eintägigen Seminars ist es, die gesamte Angebots-systematik zu verbessern und vor allem die Chancen für die Auftragsgewinnung zu erhöhen. Teilnehmer sollten zuvor bereits „Erfolgreiches Verkaufen für den Fenstermarkt“ oder „Professionell Telefonieren“ besucht haben, denn das Nachfassen von Angeboten führt unausweichlich zu Preisgesprächen, die im Mittelpunkt dieser Grundkurse stehen. Dieses Seminar für Mitarbeiter aus dem Vertriebs-Außendienst oder -Innendienst erklärt u.a., welche Risiken ein voreiliges Angebot birgt, wie man auf Nachlass-Forderungen reagieren soll, wie sich verlustbringende Rabatte vermeiden lassen u. v. m. . Geübt wird vor allem das Nachfassen an Praxisfällen aus dem Tagesgeschäft.

**„Der Handwerker als Visitenkarte des Unternehmens“  
Freitag, 03.02.06, Region Ulm  
Freitag, 10.02.06, Sendenhorst  
Donnerstag, 23.02.06, Magdeburg**

„Handwerker sind unpünktlich, unfreundlich, machen viel Dreck und schreiben überhöhte Rechnungen.“ Davor fürchten sich viele Kunden – manchmal leider nicht ganz zu Unrecht. Wer dagegen weiß, was Kunden für Wünsche haben und wie man den Vorbehalten gegenüber Handwerkern am besten entgegenwirkt, wird mehr Erfolg haben. In diesem Seminar lernen Monteure das richtige Verhalten beim Kunden zu Hause – für mehr Lob, mehr Trinkgeld und begeisterte Kunden, die Sie gern weiterempfehlen. Hier erfahren die Teilnehmer alles über die Motive des Kunden und können mit aktivem Verhaltenstraining in Rollenspielen trainieren, auch schwierige Situationen im Umgang mit „Problemkunden“ souverän zu meistern.



### **Inhaltsverzeichnis** **Update 2/05**

### **Seite**

Technische Kundentagungen TEC 2006	1
Profil-System SOFTLINE 70 MD	2-8
Profil-System SOFTLINE 70 AD	9-13
Zusatzprofile 70mm	14-15
Rollladenfertiggasten	16-17



## Technische Kundentagungen TEC 2006

Die Termine für die technischen Kundentagungen stehen fest und wir möchten Sie bitten, sich bereits heute den für Sie passenden Termin vorzumerken. Auch im kommenden Jahr werden die TEC-Tagungen wieder interessante Veranstaltungen werden, bei der Sie viele neue, für Sie und Ihr Unternehmen wichtige Informationen erhalten werden. Weitere Einzelheiten und Details zum genauen Inhalt und Ablauf der Tagungen erhalten Sie in Kürze. Hier die Daten und Veranstaltungsorte:

- Freitag, 17. Februar 2006 in Sendenhorst
- Freitag, 24. Februar 2006 in Sendenhorst
- Freitag, 03. März 2006 in Leipzig
- Freitag, 10. März 2006 in Ulm
- Freitag, 17. März 2006 in Schneverdingen

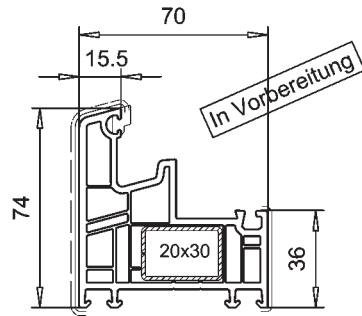


VEKA

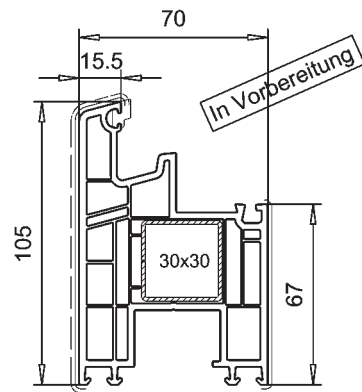


Ausführung: weiss  
 - - - - - Folierung, einseitig  
 — — — — — Folierung beidseitig

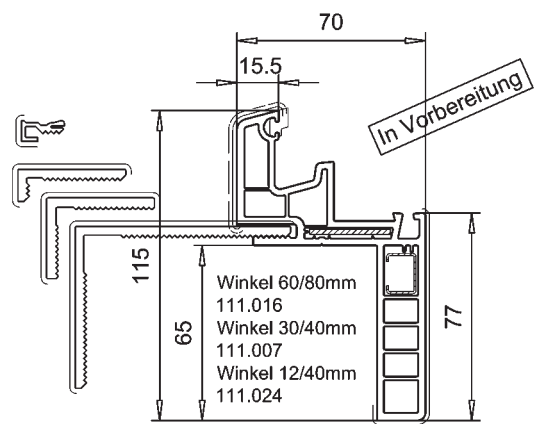
Lieferfähigkeit  
 von Sonderfolie  
 nach Rücksprache



Blendrahmen 74mm  
 101.276  
 Stahl 113.019

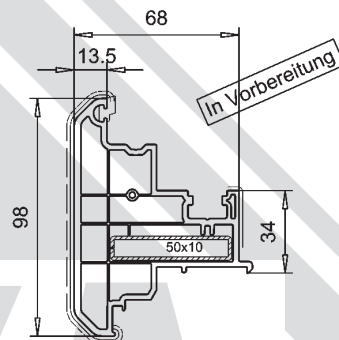


Blendrahmen 105mm  
 101.280  
 Stahl 113.025



Althausblindrahmen 115mm  
 111.226  
 Stahl 113.098  
 Stahl C 270.011

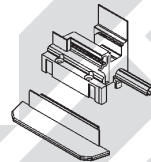
Systemerweiterung SOFTLINE 70 MD  
kein Coex einseitig (mit einextrudierter PCE-Dichtung)



Loser Setzpfosten 98mm  
102.279  
Stahl 113.013  
Stahl 113.013.3

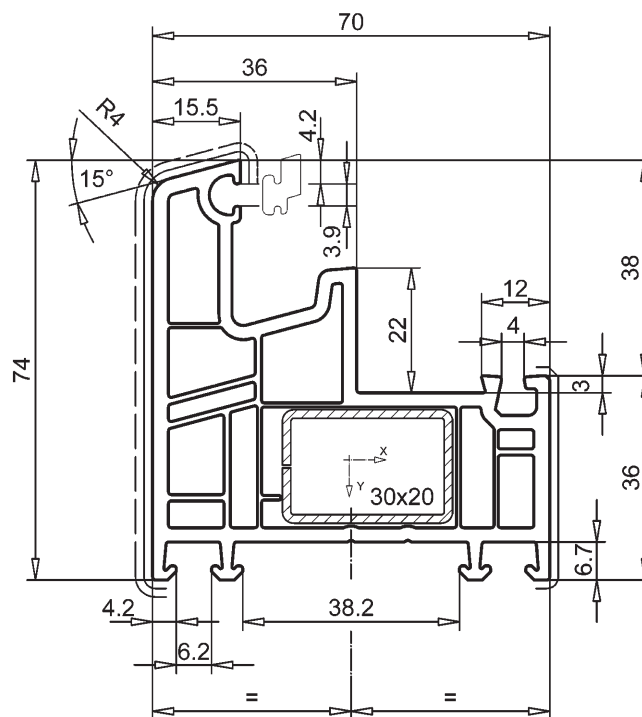
Endkappe zweiteilig  
bestehend aus  
Innenteil 109.579.3  
Farbe: weiss  
Aussenteil 109.579.2

Farben: weiss, braun, ockerbraun,  
schwarz, silbergrau, tannengrün



SOFTLINE 70 MD  
 74mm, Blendrahmen  
 101.276  
 incl. Dichtung M. 1:1

lieferbar nach  
 Rücksprache

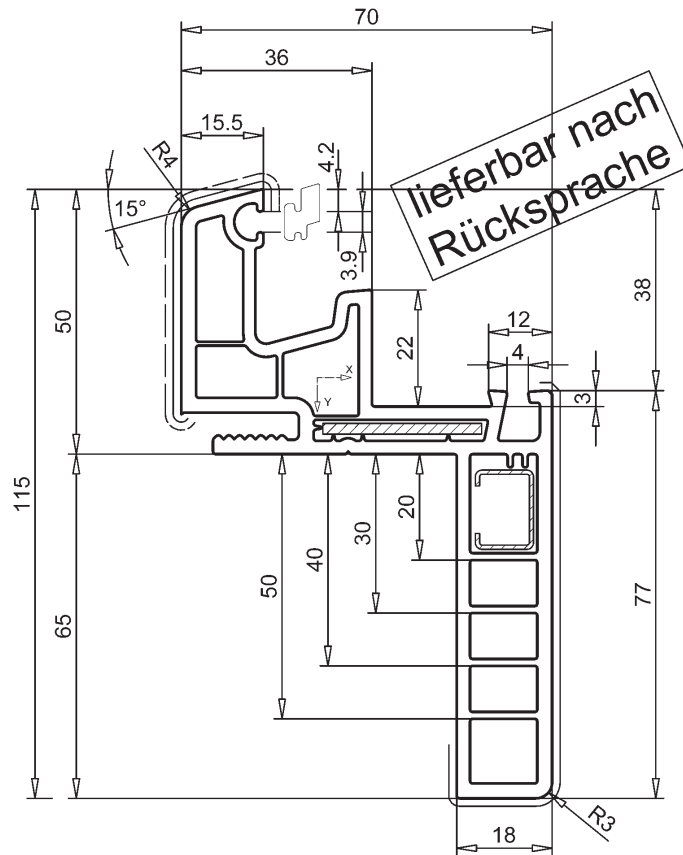


Verstärkung:		
113.019	s=1.5mm	$I_x=0.90\text{cm}^4, I_y=1.71\text{cm}^4$

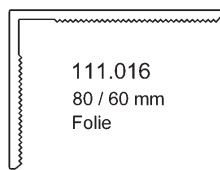
Ausführung: weiß  
 - - - - - Folierung einseitig  
 — — — — — Folierung beidseitig



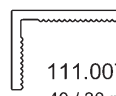
SOFTLINE 70 MD  
 115mm, AS-Blendrahmen  
 111.226  
 M. 1:1



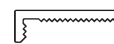
Winkelprofile M.1:2



111.016  
 80 / 60 mm  
 Folie



111.007  
 40 / 30 mm  
 Folie



111.024  
 40 / 12 mm  
 Folie



111.033  
 Folie

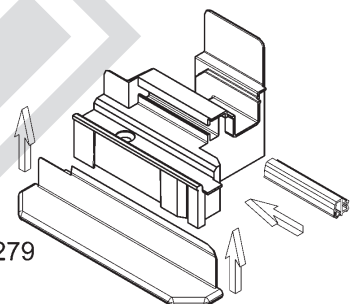
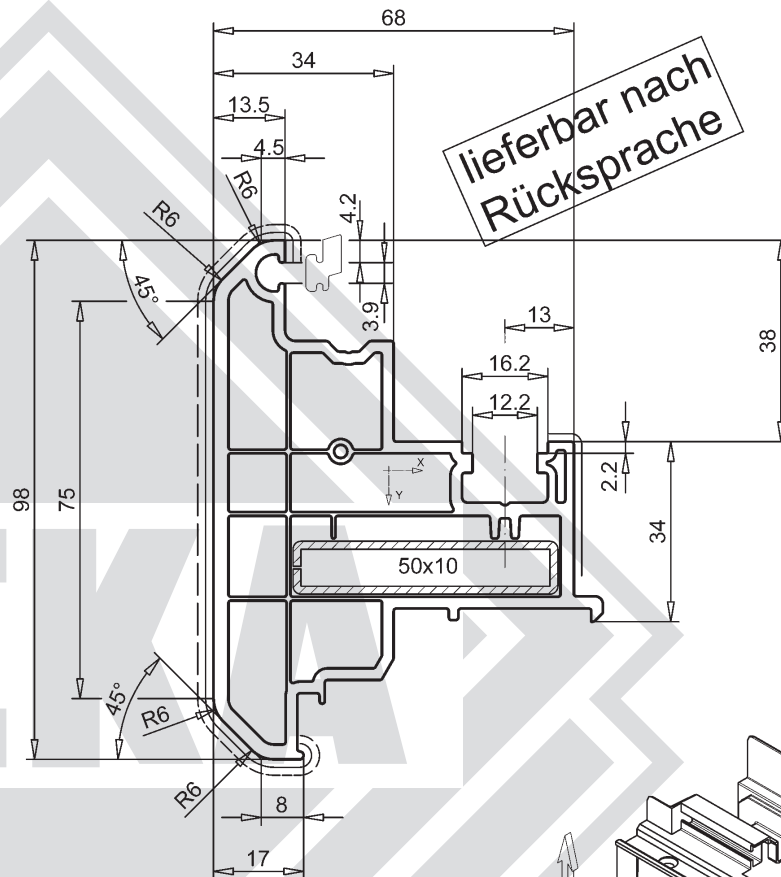
Verstärkung:		
113.098.2	s=2.0mm $I_x=0.002\text{cm}^4$ , $I_y=0.45\text{cm}^4$ Lagerlänge 2,40m	
270.011	s=0.8mm $I_x=0.11\text{cm}^4$ , $I_y=0.05\text{cm}^4$	

Ausführung: weiß

----- Folierung einseitig

————— Folierung beidseitig

SOFTLINE 70 MD  
 98mm, Loser Setzpfosten  
 102.279  
 M. 1:1



Endkappe für 102.279  
 109.579.1

Farben: weiss, braun, ockerbraun

Verstärkung:	
113.013	s=1.5mm $I_x=0.28\text{cm}^4$ , $I_y=4.36\text{cm}^4$
113.013.3	Flachstahl $I_x=0.42\text{cm}^4$ , $I_y=10.42\text{cm}^4$

Ausführung: weiss  
 - - - - - Folierung einseitig  
 ————— Folierung beidseitig

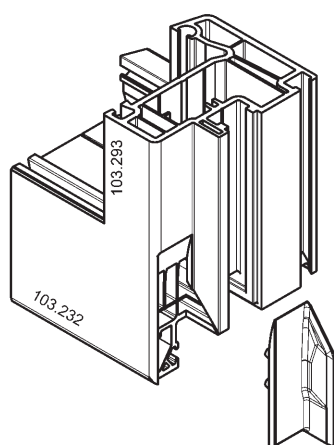
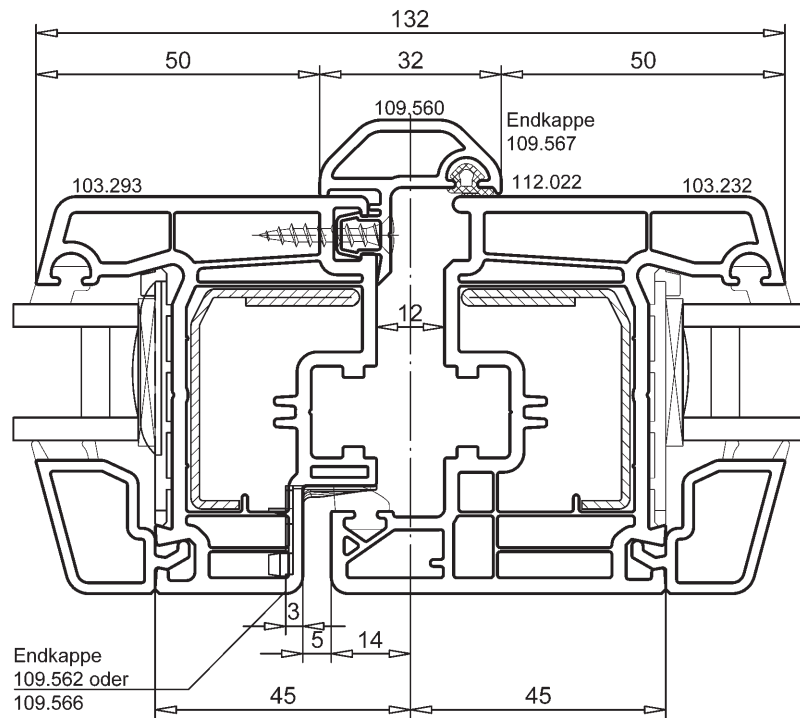
Copyright by VEKA AG

Technische Änderungen vorbehalten! Stand 2005-09-09

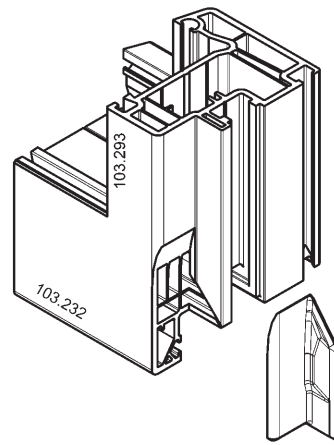




SOFTLINE 70 AD  
 Profilkombination  
 103.232 / 103.293  
 M. 1:1

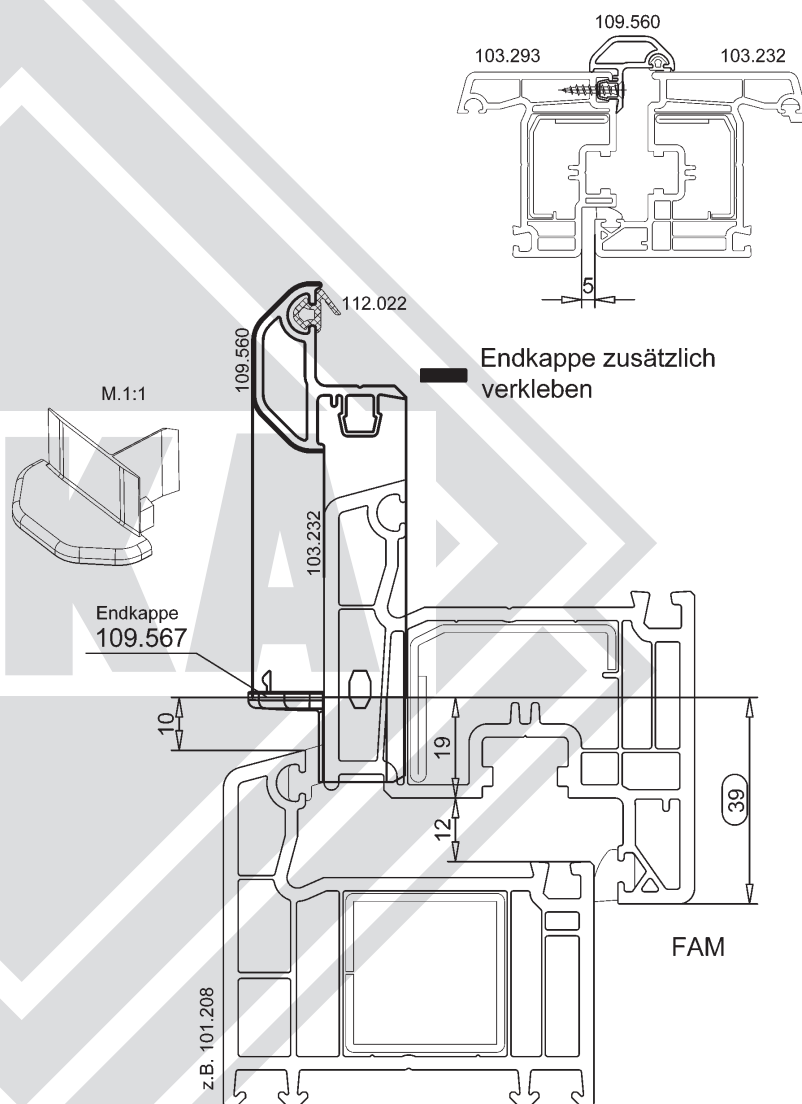


Endkappe  
 109.566  
 für Fräsbild A  
 16.5mm



Endkappe  
 109.562  
 für Fräsbild B  
 18.5mm

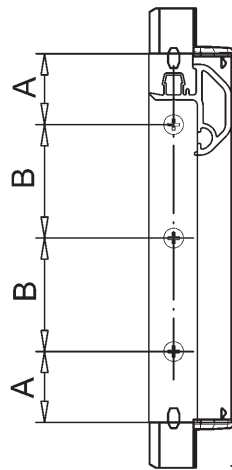
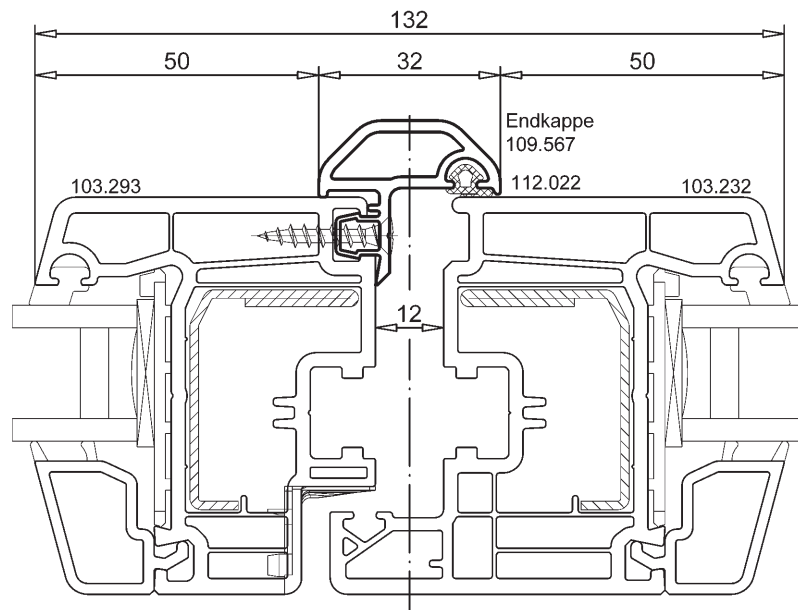
SOFTLINE 70 AD  
 Verarbeitungshinweis  
 109.560  
 Zuschnittmass  
 Befestigung der Endkappe 109.567



Copyright by VEKA AG

Technische Änderungen vorbehalten ! Stand 06/2005

SOFTLINE 70 AD  
 Verarbeitungshinweis  
 109.560  
 Montage am Flügel



Bei der Montage des Stulpprofiles  
 ist auf folgendes zu achten:

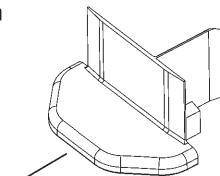
1. Stulpprofil vorbohren  $\varnothing$  4,5mm,  
 Befestigung am Flügel mit  $\varnothing$  4,3x25mm  
 Schrauben (141.001.0250).

Schraubabstände:

Mass A = 50mm

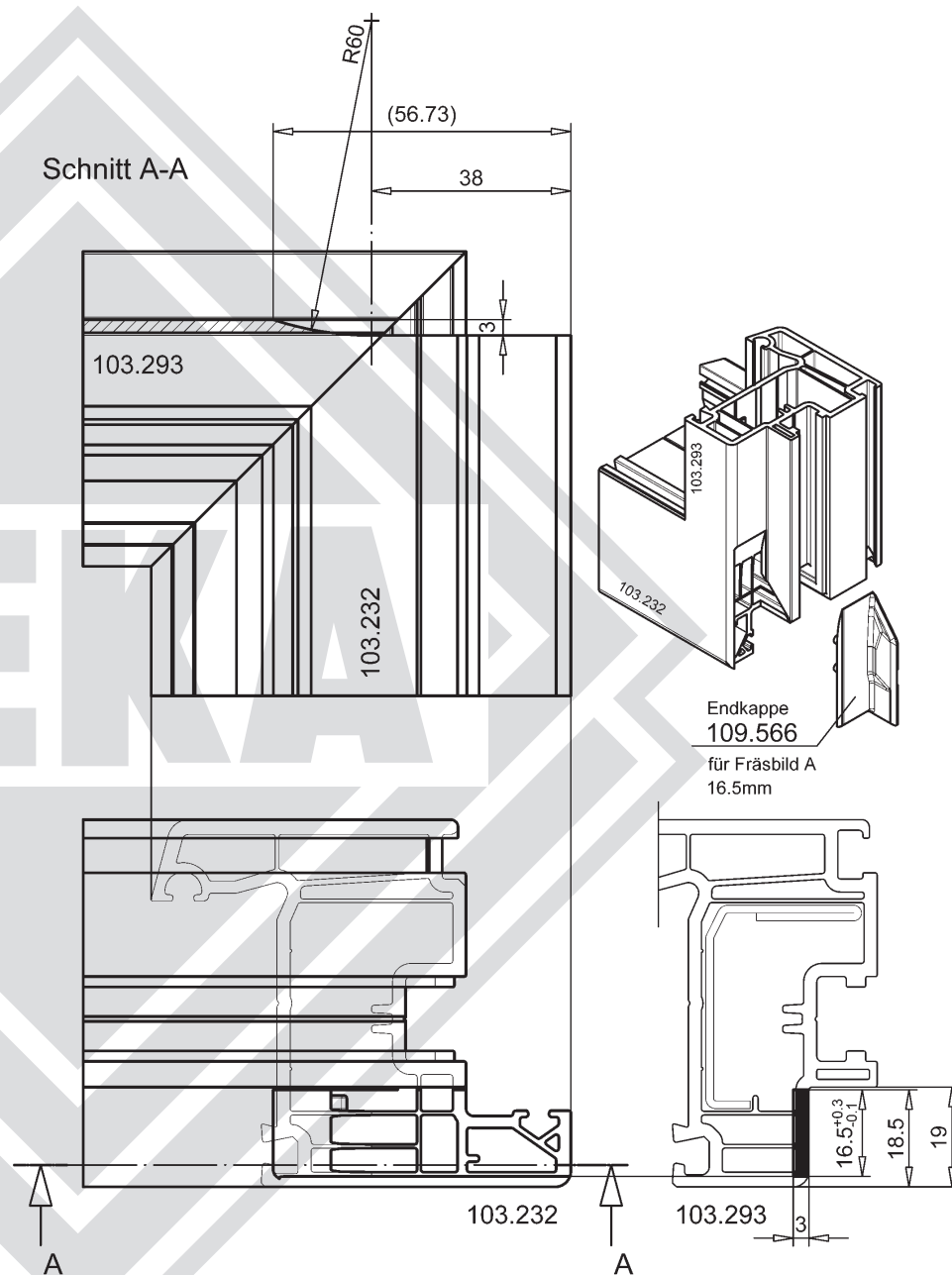
Mass B  $\leq$  250mm

109.567  
 Endkappe



M.1:1

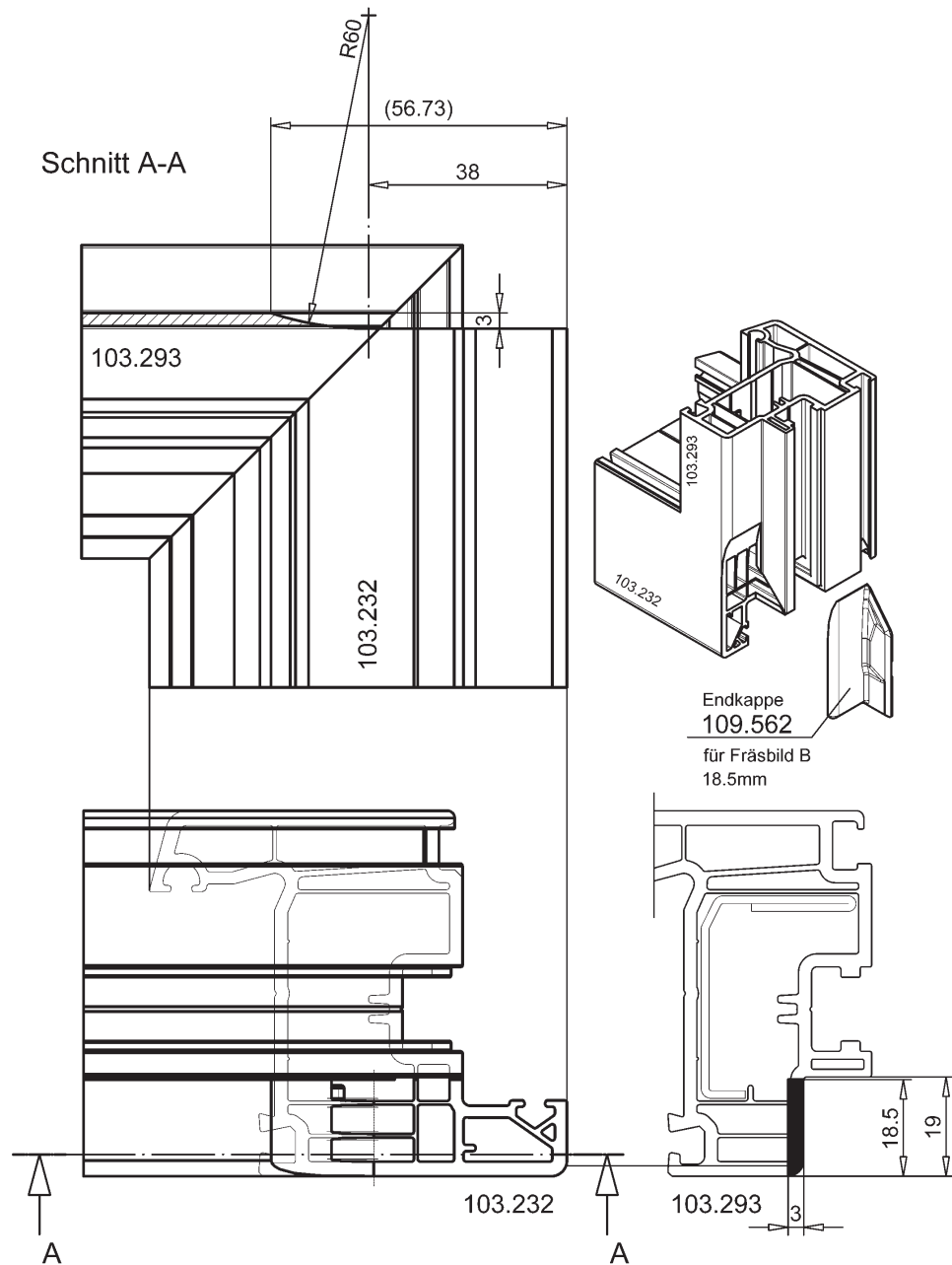
SOFTLINE 70 AD  
 Verarbeitungshinweis  
 Fräsbild (A) der Ecke, 103.232 - 103.293  
 für Endkappe 109.566



Copyright by VEKA AG

Technische Änderungen vorbehalten ! Stand 06/2005

SOFTLINE 70 AD  
 Verarbeitungshinweis  
 Fräsbild (B) der Ecke, 103.232 - 103.293,  
 für Endkappe 109.562

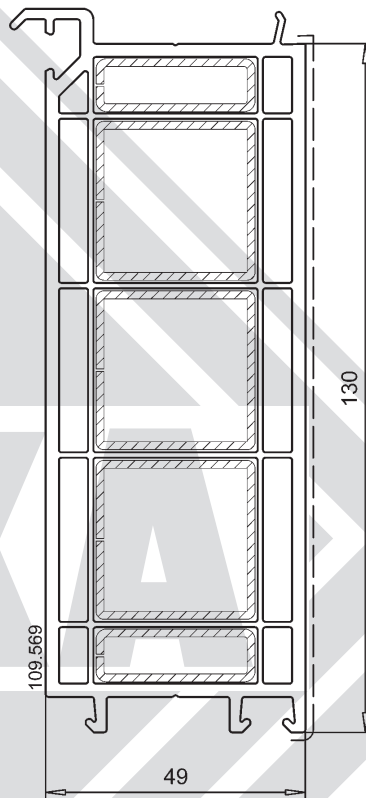


Copyright by VEKA AG

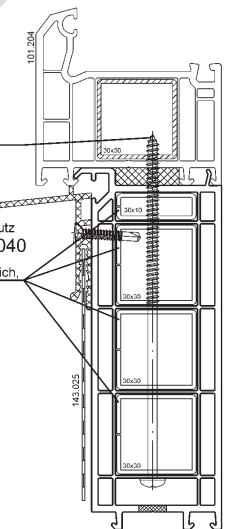
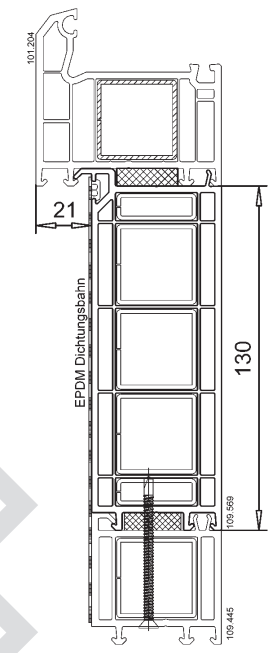
Technische Änderungen vorbehalten ! Stand 06/2005

Zusatzprofile 70mm  
 Balkonanschluss 109.569  
 Balkonanschlussprofil 130mm  
 für 70mm Systeme  
 M. 1:1

lieferbar nach  
 Rücksprache



Funktionszeichnung 1:2



Ausführung: weiss  
 ——— Folie  
 Stahlverstärkung möglich, wenn gefordert.  
 Verstärkung: 113.025 30x30mm  
 113.020 30x10mm

Schraube  
 4.8x130mm  
 Alu-Trittschutz  
 Art.-Nr.: 104.040  
 Stahlverstärkung möglich,  
 wenn gefordert.

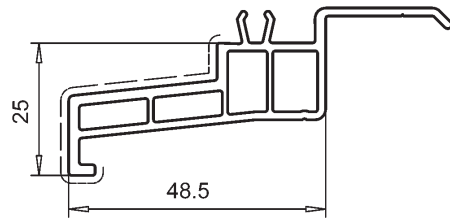
Copyright by VEKA AG

Technische Änderungen vorbehalten ! Stand 2005-11-15

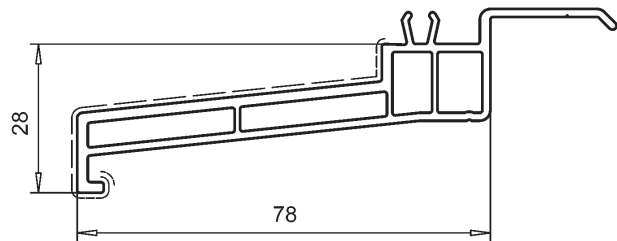


Zusatzprofile 70mm  
 Fensterbankanschlüsse  
 M. 1:1

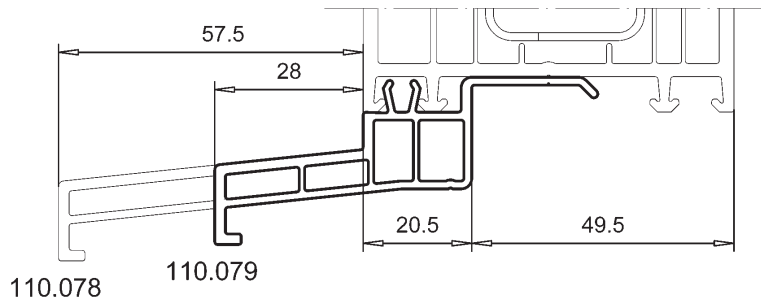
lieferbar nach  
 Rücksprache



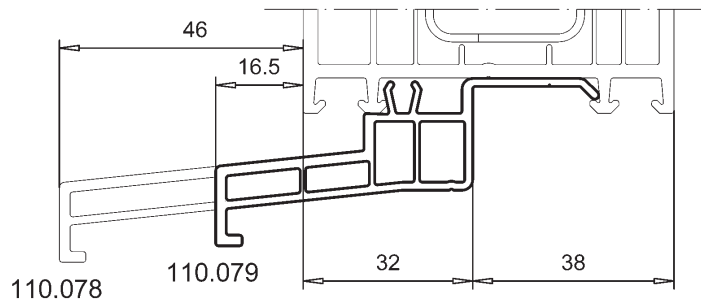
110.079  
 Farbe: weiss



110.078  
 Farbe: weiss



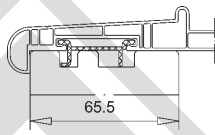
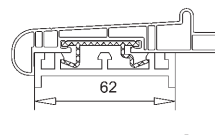
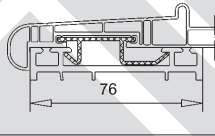
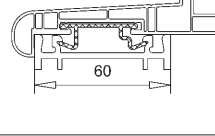
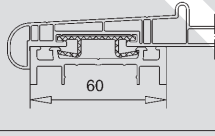
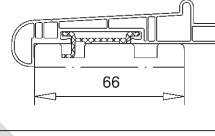
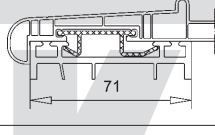
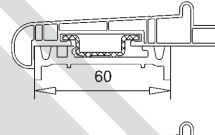
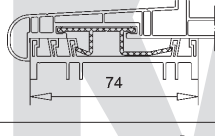
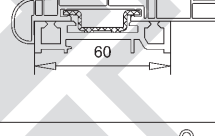
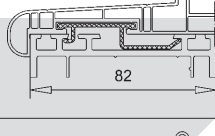
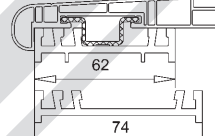
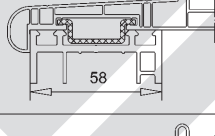
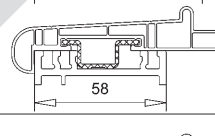
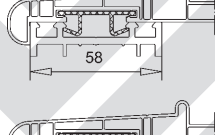
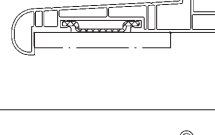
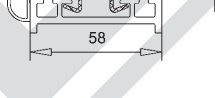
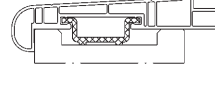
110.078 110.079



110.078 110.079

## Rolladenfertighkasten

Zubehör für Fremdsysteme, Stand November 2005

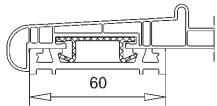
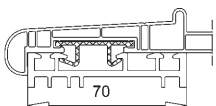
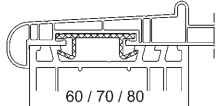
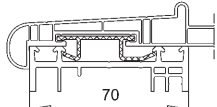
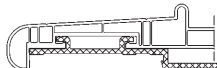
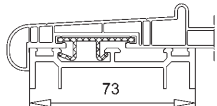
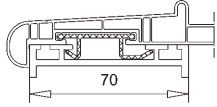
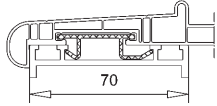
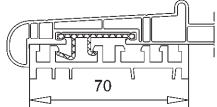
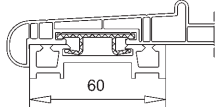
Verbindungsprofil (M.1:2.5)	Art.-Nr. / Fremdsystem	Verbindungsprofil (M.1:2.5)	Art.-Nr. / Fremdsystem
	104.004 Weser - Fenster 65,5mm		104.117 Trocal 62mm
	104.052 Thyssen Prestige 76mm		Rehau 60mm
	104.053 LB-Profil 60mm und 70mm		104.124 Weser- Fenster Holz 66mm
	104.055 Thyssen elite 71mm		104.132 Salamander 60mm
	104.072 Gealan 74mm		Thyssen 60mm
	104.073 Schüco Corona SI82 82mm		104.133 Gealan 62mm und 74mm
	104.080 VEKA 58mm		Kömmerling 58mm und 70mm
	104.103 VEKA 58mm		104.135 Holz
	KBE 58mm		104.150 Weser-Fenster

Copyright by VEKA AG

Technische Änderungen vorbehalten! Stand 2005

## Rolladenfertiggästen

### Zubeh6r f6r Fremdsysteme, Stand November 2005

Verbindungsprofil (M.1:2.5)	Art.-Nr. / Fremdsystem	Verbindungsprofil (M.1:2.5)	Art.-Nr. / Fremdsystem
	104.160 Sch6uco Corona AS 60mm		104.221 KBE 70mm
	Aluplast Ideal 2000 > 60mm 4000 / 5000 > 70mm 6000 > 80mm		
	104.165 VEKA 70mm		
	104.166 f6r Insektenrollo- Cassette		
	104.208 Br6ugmann HP 102 73mm		
	104.211 Sch6uco Corona CT70 70mm		
	Deceuninck 70mm		
	104.212 Trocal 70mm		
	104.213 Thyssen 60mm		

Copyright by VEKA AG

Technische 4nderungen vorbehalten ! Stand 2005