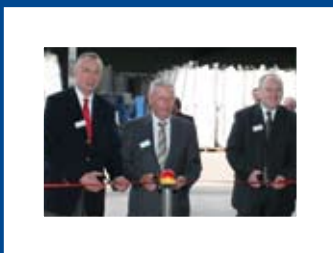


VEKA VISION

Das VEKA Kunden-Magazin



Erfolgreich verkaufen –
mit guten Argumenten



VEKA UT:
Neue Recyclingstraße



Interview:
Bernhard Helbing



PVC:
Die Erfolgsgeschichte



Das Qualitätsprofil
★★★★★★



Liebe Leser,

weltweit werden Rohstoffe knapper und damit immer teurer. Diese Entwicklung an den internationalen Märkten macht auch vor unserer Branche nicht halt und hat

die Preise für die von uns verwendeten Rohstoffe rasant ansteigen lassen. Auch Sie als VEKA Partner haben das zu spüren bekommen: Wir mussten kurzfristig einen Teuerungszuschlag auf unser Profil-Lieferprogramm erheben.

Auch die Verbraucher leiden unter stark gestiegenen Öl- und Gaspreisen. Das Heizen der eigenen vier Wände ist zu einem entscheidenden Kostenfaktor geworden.

Diese Situation stellt uns als Systemgeber genau wie Sie als Fensterhersteller vor besondere Herausforderungen: Wir müssen den Spagat schaffen, trotz des ungünstigen Konsumklimas unsere Produkte zu angemessenen Preisen zu verkaufen. Und das geht nur, wenn wir uns auf höchste Qualität besinnen und auf den hohen Nutzen der Qualitätsfenster, kurz: den Wert. Eine aktuelle Umfrage belegt, dass gute Qualität für Verbraucher das wichtigste Kriterium beim Fensterkauf ist, direkt gefolgt vom Energiesparpotenzial.

Deshalb sollte auch der Wert eines Fensters im Mittelpunkt eines erfolgreichen Beratungs- und Verkaufsgesprächs stehen – und nicht Rabatte oder Aktionsangebote. Denn Sie fertigen technologisch anspruchsvolle Lösungen für die Energieeinsparung und CO₂-Reduzierung. Je deutlicher Sie diese Vorteile herausstellen, desto eher werden Ihre Kunden angemessene Preise akzeptieren. Um Sie bei dieser Arbeit im direkten Kontakt mit den Kunden zu unterstützen, haben wir exklusiv für VEKA Partner eine professionelle Präsentation erstellt, die mit guten Argumenten überzeugt (siehe Seite 3).

Wir hoffen, Ihnen mit dieser Ausgabe ein paar wertvolle Anregungen zu geben, um trotz der schwierigen Marktsituation weiterhin erfolgreich zu sein und mit VEKA Qualität beim Kunden zu punkten.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen Ihr

Andreas Hartleif

Vorstandsvorsitzender VEKA AG

MIT NUTZEN ÜBERZEUGEN: GUTE ARGUMENTE HELFEN BEIM VERKAUFGSGESPRÄCH

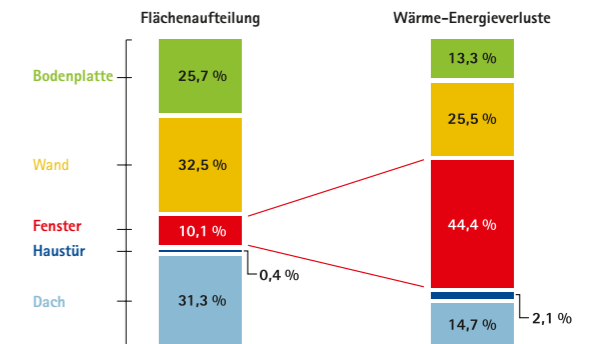
Neben der Qualität sind die Energiespareigenschaften eines Fensters für Verbraucher die entscheidenden Kriterien beim Fensterkauf. Schließlich ist das Thema wegen anhaltend hoher Energiepreise und einem gewachsenen Bewusstsein für den Klimawandel seit Monaten in aller Munde. Aber auch viele andere Gewerke rund ums Haus werben mit den energiesparenden Eigenschaften ihrer Produkte – von der Dach- und Fassadendämmung bis zur Brennwertheizung. Umso wichtiger ist es, gute Argumente für Verkaufsgespräche an der Hand zu haben, die die Vorteile einer Fenstersanierung anschaulich vermitteln. In diesem Artikel fassen wir die wichtigsten Fakten zusammen. Exklusiv für VEKA Partner haben wir zu diesem Thema auch eine PowerPoint-Präsentation zur Verkaufsunterstützung erstellt, die Sie kostenlos anfordern können.

Die Themen Energiekosten, Einsparmaßnahmen, CO₂-Emissionen und Klimaschutz werden uns aller Voraussicht nach noch viele Jahre begleiten. Denn ein Fallen der Energiepreise ist ebenso wenig in Sicht wie die Deckung unseres Energiebedarfs mit alternativen Energien. Die einzige Chance, die drohende Krise abzuwenden, liegt in der Nutzung der großen Energieeinsparpotenziale. Bundeskanzlerin Angela Merkel hat Energiesparen zur Chefsache erhoben. Und für die Fensterbranche hob Ulrich Tschorn, Geschäftsführer des Verbandes der Fenster- und Fassadenhersteller, anlässlich des Jahreskongresses des VFF am 7. Juni 2008 in Dresden die Bedeutung des Themas hervor: Er bezeichnete Energiesparen als den „Megatrend der nächsten Jahre“.

Fensterhersteller können also davon profitieren, dass viele Kunden bereits für das Thema sensibilisiert sind. Um aber im Verkaufsgespräch zu überzeugen, muss man sich gründlich vorbereiten und die Argumente anschaulich präsentieren. Nutzen Sie doch einfach die vorbereitete PowerPoint-Präsentation von VEKA mit übersichtlichen Grafiken und griffigen Formulierungen.

Die wichtigsten Argumente auf einen Blick

- Der Mensch ist verantwortlich für den Klimawandel. Vor allem durch das Verbrennen von Energieträgern wie Erdöl, Erdgas, Kohle oder Holz zur Energieerzeugung. Denn dabei werden große Mengen des Treibhausgases CO₂ freigesetzt, was zur Erwärmung der Atmosphäre führt.
- Die Energieträger werden immer knapper und damit teurer.
- Energie sparen ist der einzige Ausweg aus der Kosten- und Klimafalle.
- Jeder kann etwas tun. Denn mit ca. 40 % haben Gebäude den größten Anteil am Gesamtenergieverbrauch – noch vor der Industrie oder dem Verkehr!
- Der Gebäudebestand in Deutschland ist stark veraltet: 75 % aller Wohnungen sind vor 1978 erbaut und nicht genügend isoliert.
- Der Energieverbrauch von veralteten Immobilien ist zu hoch, weil zu viel Heizenergie durch die Gebäudehülle verloren geht.
- Gegenmaßnahmen:
 - 1.) Zunächst Wärmelöcher in der Gebäudehülle stopfen – mit neuen Isolier-Fenstern.
 - 2.) Dann Heizanlage erneuern (z. B. energiesparende Brennwertheizung) und alternative Energien nutzen (z. B. Solartechnik).
- Fenster machen nur 10 % der Gebäudehüllfläche aus, durch sie geht aber 44 Prozent der Wärme verloren!
- Moderne Kunststofffenster mit Isoliergläsern helfen besonders effizient, Energie zu sparen. Das senkt die Heizkosten soweit, dass sich die Investition schnell bezahlt macht.
- Die Fenstersanierung hat höchste Priorität. Die Kosten tragen sich durch die Energieeinsparung selbst, der Wert der Immobilie steigt und neue gesetzliche Bestimmungen (z. B. Energieausweis) werden eingehalten.



Beispiel: Einfamilienhaus mit 525 m² Gebäudehüllfläche

Durch alte Fenster geht die meiste Heizenergie verloren. Hier lohnt sich die Sanierung besonders.

Kostenlos und exklusiv für VEKA Partner: Jetzt Präsentation zur Verkaufsunterstützung anfordern

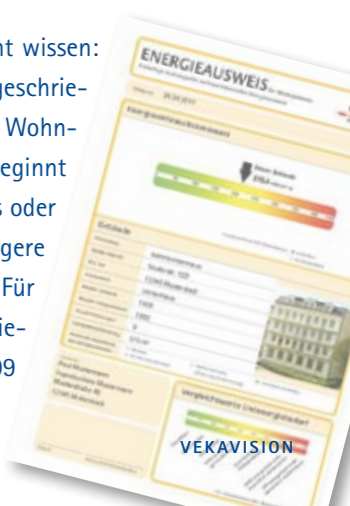
Wir haben eine PowerPoint-Präsentation zum Thema Energiesparen erstellt, die Sie ganz einfach zur Unterstützung für Ihre Verkaufsgespräche nutzen können. Laden Sie die Datei direkt aus dem Internet unter:

<http://www.veka.com/energiesparen>
(XX MB, DSL-Leitung empfohlen)

oder füllen Sie das beiliegende **Faxformular** aus, wir senden Ihnen dann eine **CD-ROM** mit der Präsentation zu.

Energieausweis – Stichtag 1. Juli 2008

Was viele Immobilienbesitzer noch nicht wissen: Der erste Stichtag für die gesetzlich vorgeschriebene Energieausweise ist schon da: Für Wohngebäude, die bis 1965 erbaut wurden, beginnt die Ausweispflicht im Falle des Verkaufs oder der Vermietung am 1. Juli 2008; für jüngere Wohngebäude erst am 1. Januar 2009. Für alle Nichtwohngebäude müssen Energieausweise erstmals ab dem 1. Juli 2009 ausgestellt und ausgehängt werden.



BERNHARD HELBING IM GESPRÄCH: „RUNTER MIT DER MEHRWERTSTEUER!“



In seiner Funktion als Präsident des Verbands der Fenster- und Fassadenhersteller e. V. (VFF) hat sich Bernhard Helbing am 31. März dieses Jahres in einem offenen Brief an die Bundeskanzlerin Angela Merkel gewendet. Mit dem Schreiben appellierte er an die Politik, den Beschlüssen zu Klimaschutz Taten folgen zu lassen: Er schlug vor, die Mehrwertsteuer für Bauprodukte und Dienstleistungen zum Zweck der energetischen Modernisierung des Gebäudebestandes auf den ermäßigten Satz von 7 Prozent zu reduzieren. Das wäre ein wirklicher Anreiz für Bauherren, der die Umwelt entlastet – und der Branche mehr Renovierungsaufträge beschert. Wir sprachen mit Bernhard Helbing über die Aktion:

Was versprechen Sie sich von einer ermäßigten Mehrwertsteuer von 7 Prozent auf energiesparende Maßnahmen wie eine Fensterrenovierung?

B. H.: Menschen für dieses wichtige Thema zu sensibilisieren, wird uns nicht durch schöne Worte gelingen. Und auch nicht allein durch günstigere Kreditbedingungen. Nur echte Anreizsysteme, die der Konsument sofort zwischen Daumen und Zeigefinger spürt, fördern die Entscheidung des privaten Bauherren, schneller Investitionen im Sinn der Energieeffizienz anzugehen. Hier sollte die Politik entscheidungsfreudiger sein.

Welche Reaktionen haben Sie auf den offenen Brief an Bundeskanzlerin Angela Merkel erhalten, der bereits den niedrigeren Mehrwertsteuersatz für Fenster als eine Kernforderung enthielt?

B. H.: Die Antworten, die wir erhalten haben, waren nicht unbedingt Hurraschreie für unsere Vorschläge. Aber sie bestärken uns doch, an dieser Thematik weiter zu arbeiten. Ein Zitat: „Viele Wohnimmobilien stehen im Eigentum älterer Mitbürger, die von steuerlichen Abschreibungen kaum mehr profitieren. Ein Argument für die direkte Förderung z. B. durch einen reduzierten MwSt.-Satz“. Im Übrigen sollten wir uns als Unternehmer und Unternehmerinnen noch viel stärker in solche Diskussionen einbringen.

Welche weiteren Maßnahmen von Seiten der Politik sind Ihrer Meinung nach erforderlich?

B. H.: Der Austausch veralteter Fenster – von denen es noch genügend in Deutschland gibt – ist eine arbeitsintensive Bauleistung, die zu den effektivsten Maßnahmen für Energieeinsparung und Klimaschutz im Gebäudebereich zählt. Positive Effekte für die Konjunktur, den Arbeitsmarkt und die Eindämmung der Schwarzarbeit wären die Folge, wenn es zu einer Ermäßigung der Mehrwertsteuer in diesem Bereich kommen würde. Wenn es beim regulären Mehrwertsteuersatz bleiben sollte, halten wir den gegenwärtigen Steuerbonus auf Handwerkerleistungen von 20 Prozent des Rechnungsbetrages für keinen ausreichenden Anreiz zur Modernisierung energetisch veralteten Wohnraums. Wir schlagen eine deutliche Anhebung des Steuerbonus für energetische Modernisierungsmaßnahmen vor.

Wie ist derzeit der Stand in anderen europäischen Ländern?

B. H.: Es gibt einen Bericht der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2003 über die Erfahrungen mit einem ermäßigten Mehrwertsteuersatz von 5,5 Prozent auf Renovierungsarbeiten in Frankreich. Der Zuwachs an Arbeitsplätzen aufgrund der Maßnahme wurde in der französischen Bauwirtschaft auf rund 45.000 geschätzt. Rund ein Drittel des Mehrumsatzes von 1,4 Milliarden Euro pro Jahr wurde einer Verschiebung von Dienstleistungen aus dem Bereich der Schwarzarbeit zurück in den legalen Bereich zugeschrieben.

Wir brauchen auch noch mehr Politiker, die den Mut haben sich den tatsächlich notwendigen Reformen zu widmen. Leider fehlt uns in Deutschland der klare Wille zu dringend anstehenden Reformen. Schade, dass viele gute Ideen nicht mehrheitsfähig sind.

RECYCLING AUF DEM VORMARSCH: VEKAT UT ERÖFFNET 2. RECYCLINGSTRASSE

Das Recyclingvolumen an Altfenstern und Produktionsabfällen ist bei der VEKA Umwelttechnik GmbH in Thüringen in den vergangenen Jahren kontinuierlich angestiegen. Mittlerweile reichte die Kapazität der 1993 errichteten Anlage nicht mehr aus, so dass eine zweite Recyclingstraße errichtet wurde. Die feierliche Eröffnung im Rahmen einer Presseveranstaltung fand am 20.06.2008 statt.

Das Recycling von ausgedienten Fenstern, Türen und Rolllädenpanzern aus Kunststoff wird immer attraktiver. Mehr als 30.000 Tonnen alter Kunststofffenster, -türen, und -rollädenpanzer sowie Produktionsabfälle aus der Fensterfertigung wurden allein im Jahr 2007 in Behringen recycelt. Um für das weiter steigende Aufkommen an Altmaterial gewappnet zu sein, begann man bei VEKA UT bereits Ende 2006 mit der Planung der 2. Recyclinglinie für das Behringer Werk. Nur 14 Monate vergingen dann vom Baubeginn im März 2007 bis zu den ersten Probeläufen im Mai 2008. Die komplette Planungs- und Entwicklungsarbeit des Projektes mit einem Investitionsvolumen von 4 Millionen Euro wurde von den Spezialisten der VEKA Umwelttechnik realisiert.

Der technische Ablauf wurde im Wesentlichen von der seit Jahren erfolgreich arbeitenden ersten Linie übernommen. Allerdings wurden die entsprechenden Trennstufen an einzelnen Stationen mit aktuellen Maschinenmodellen auf dem neusten Stand der Technik bestückt.



V. l. Norbert Bruns, Geschäftsführer VEKA Umwelttechnik GmbH, Dr. Werner Schuler, Vorstand Technik der VEKA AG, und Heinrich Laumann, Aufsichtsratsvorsitzender der VEKA AG, drücken gemeinsam den Startknopf für die neue Recyclingstraße

Mit der Inbetriebnahme der 2. Recyclinglinie wird die Jahresgesamtkapazität des Werkes noch einmal um weitere 20.000 Tonnen auf 50.000 Tonnen erhöht. Geschäftsführer Norbert Bruns zeigte sich anlässlich der Einweihung zuversichtlich, dass die neuen Kapazitäten auch bald ausgelastet werden: „Was die Mengen an Altmaterial in Deutschland anbetrifft, stehen wir erst am Beginn eines Booms, denn in den nächsten Jahren werden die Kunststofffenster aus den wachstumsstarken 70er und 80er Jahren demontiert.“

VEKA hat schon sehr frühzeitig erkannt, dass das PVC aus alten Kunststofffenstern ein wertvoller Rohstoff ist, der nicht auf die Deponie gehört. Die Gründung der Recycling-Tochtergesellschaft im Jahr 1993 war ein konsequenter Schritt, der das Engagement für Nachhaltigkeit und Umweltschutz mit dem ökonomisch Sinnvollen verbindet.

Gäste von der Fachpresse und Verbandsvertreter ließen sich bei einer Werksbegehung die Anlagen der VEKA Umwelttechnik zeigen

INNOVATIVER VORREITER: VEKA VERSTÄRKT ERNEUT DIE KONSTRUKTION

Die VEKA AG baut seit jeher konsequent auf stetige Innovation und Verbesserung bewährter Systeme. Die konstruktiven Neuerungen aus Sendenhorst setzen regelmäßig Maßstäbe für modernste Profilsystemtechnik. Um die Innovationsführerschaft auf dem hart umkämpften Markt halten und sogar noch weiter ausbauen zu können, haben wir jetzt erneut unser Konstruktionsteam vergrößert.

„VEKA Partner auf der ganzen Welt profitieren von unseren hochqualitativen System-Innovationen. Das ist nicht zuletzt das Verdienst stetiger Entwicklung und Verbesserung“, so Bonifatius Eichwald, Vorstand Vertrieb/Marketing.

Deshalb wurde die Abteilung Konstruktion im vergangenen Jahr auch deutlich erweitert. Mit Martin Grundmann, der seit dem 01.06.2008 das Team verstärkt, arbeiten jetzt 13 hochqualifizierte Konstrukteure in der Sendenhorster Technikabteilung daran, dass VEKA bei System-Innovationen eines der führenden Unternehmen bleibt.

Die neuerliche Stärkung des VEKA Kompetenzzentrums macht deutlich: Auch in Zukunft wird Sendenhorst bei der Entwicklung und Konstruktion neuer Profilsysteme für den in- und ausländischen Markt die Vorreiterrolle spielen.



JETZT BEWERBEN: MIT PROFESSIONELLEN OBJEKTFOTOS NEUKUNDEN GEWINNEN

Bestimmt haben Sie auch schon das eine oder andere Mal ein Objekt, an dem Sie gearbeitet haben, fotografiert, um eine besonders gute oder ausgefallene Lösung im Bild festzuhalten. Denn am einfachsten lassen sich neuen Kunden die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten Ihrer Fenster anhand wirkungsvoller Referenzobjekte zeigen – vorausgesetzt, Sie haben hochwertige Aufnahmen.

Damit Sie Ihre Kunden mit professionellem Bildmaterial überzeugen können, hat VEKA jetzt einen Wettbewerb ausgeschrieben: Schicken Sie uns Ihre selbstgemachten Fotos von besonders gelungenen oder ausgefallenen Objekten. Die interessantesten Einsendungen gewinnen ein professionelles Fotoshooting vor Ort. Die dabei entstandenen Aufnahmen können Sie dann für Ihre Werbung nutzen – selbstverständlich kostenfrei.

Schicken Sie Ihre Fotos mit einigen kurzen Stichpunkten zum Objekt, Ihrer Umsetzung und dem von Ihnen verwendeten Profilsystem einfach per E-Mail an boermann@veka.com oder auf einer CD-ROM an die

VEKA AG
Redaktion VEKAVISION
z. H. Barbara Oermann
Dieselstr. 8
48324 Sendenhorst

Außerdem besteht für Sie auch weiterhin die Möglichkeit, einen ausführlichen Objektbericht von uns erstellen zu lassen. Für weitere Informationen steht Ihnen Frau Barbara Oermann gern auch telefonisch unter 02526/29-4460 zur Verfügung.

TRAINER EUGEN ERNI: VERKAUFEN WILL GELERNT SEIN!

Fenster verkaufen will gelernt sein. Keiner weiß das besser als der Verkaufstrainer Eugen Erni. Er ist einer der gefragtesten Verkaufstrainer im Bau- und Baunebengewerbe und schult seit Jahren erfolgreich Vertriebsmitarbeiter – unter anderem im Rahmen der VEKA Partnerseminare. Für die VEKAVISION hat Eugen Erni einige seiner wichtigsten Ratschläge zusammengefasst.

• Entwickeln Sie mentale Business-Stärke!

In der Fensterbranche blicken wir auf eine Marktphase zurück, in der sich die Preisspirale jahrelang nach unten entwickelt hat. Dazu kommt, dass sich viele Kunden ihrer Kaufkraft bewusst sind, viele Verkäufer bereits resigniert haben und deshalb bei Rabattforderungen zu schnell nachgeben. Aber so kann es nicht weitergehen – angesichts steigender Rohstoffpreise, Kosten für Energie, Transport usw.!

• Argumentieren Sie kundenorientiert: Werte verwerten!

„Wer überzeugen will, muss nützlich sein!“ wusste schon Goethe. Auf Verkaufsgespräche übertragen bedeutet das, dass allein die Darstellung des Kundennutzens bei der Gewinnung des Auftrages hilft: Wir brauchen erstklassige und hoch professionelle Argumentationstechniken, um die Besonderheiten unserer Produkte und unseres Betriebs überzeugend zu präsentieren! Von Anfang an! Wir brauchen gute, verständliche Argumente, um neue Kunden zu gewinnen, bei täglich auftretenden Einwänden und in der Königsdisziplin des Verkaufens: Im Preisgespräch!

• Werte vermitteln – Werte verkörpern!

Lassen Sie sich nicht ein auf Rabattschlachten und „Knüllerpreise“. Ein Gesetz der Wirtschaft lautet: Gute Ware hat ihren Preis. Der schnelle, leicht zu erreichende Nachlass hat nur zur Folge, dass unsere Glaubwürdigkeit untergraben wird und unsere Listenpreise unredlich erscheinen – mit fatalen Folgen für die nächste Preisverhandlung. Stehen wir erst in dem Ruf, dass Nachlässe üblich sind, wird es von Verhandlung zu Verhandlung schwieriger.

• Nehmen Sie es sportlich: Training macht erfolgreich!

Es ist heute eine Grundanforderung an jeden Verkäufer, Preise nicht nur durchzusetzen, sondern auch wieder nach oben zu entwickeln. Dazu braucht man Selbstbewusstsein, Können, Sportsgeist und Training. Denn man kann nur das, was man auch regelmäßig übt.



Verkaufstrainer Eugen Erni (links) lässt Seminarteilnehmer im praxisnahen Rollenspiel das erfolgreiche Führen von Preisverhandlungen üben

In meinen Verkaufstrainings im Rahmen der VEKA Partnerseminare können Sie ganz praxisnah Verkaufstechniken und Gesprächsstrategien erlernen und vertiefen, die sich unmittelbar umsetzen lassen und echte Erfolgserlebnisse bescheren. Und nichts motiviert mehr als Erfolg!

Ihr Eugen Erni

VEKA Partnerseminare

Im Herbst und Winter findet wie jedes Jahr eine neue Runde der VEKA Partnerseminare statt. Auf dem beiliegenden Fax-Blatt finden Sie die Termine und Informationen zu den angebotenen Themen. Sie können das Formular auch direkt zur Anmeldung per Fax nutzen. Das ausführliche Seminarprogramm erhalten Sie demnächst mit einer gesonderten Einladung.



„MITTELSTANDS-JUWELEN“: HANNELORE KRAFT ZU GAST BEI VEKA

Im Rahmen ihrer Sommertour besuchte die nordrhein-westfälische SPD-Landesvorsitzende Hannelore Kraft besonders innovative und erfolgreiche Unternehmen. Am 29. Juli führte ihre Reise sie auch zu VEKA nach Sendenhorst.

Als wichtigen Erfolgsfaktor der nach ihren Worten „unglaublich erfolgreichen Unternehmen“ registrierte Hannelore Kraft z. B. die hohe Motivation der Mitarbeiter. Bei einem ausführlichen Werksrundgang hatte sie im Gespräch mit Betriebsangehörigen die Gelegenheit, sich davon zu überzeugen, dass es sich beim oft zitierten partnerschaftlichen Umgang miteinander bei VEKA nicht um leere Worthülsen handelt.

VEKA Vorstandsvorsitzender Andreas Hartleif und Elke Hartleif, Vorstand Personal, begrüßen die Vorsitzende der nordrhein-westfälischen SPD in Sendenhorst



Auch zu den anderen Themen des umfangreichen Fragenkatalogs, den Hannelore Kraft mitgebracht hatte, konnten der VEKA Vorstandsvorsitzende Andreas Hartleif und seine Frau Elke Hartleif, Vorstand Personal, der SPD-Chefin Anregungen mitgeben. Nach zweieinhalb Stunden verabschiedete sich die Politikerin sichtlich beeindruckt: „Wir haben wirkliche Juwelen von Unternehmen in unserem Land.“, so das Resümee ihrer Sommertour.

95 JAHRE PVC – EINE ERFOLGSGESCHICHTE

Als der Chemiker und Pharmazeut Fritz Klatte am 04. Juli 1913 das Patent auf die „Polymerisation von Vinylchlorid und Verwendung als Hornersatz, als Filme, Kunstfäden und für Lacke“ erhielt, ahnte er wohl selbst noch nicht, was für einen weltweiten Siegeszug seine Erfindung antreten sollte. Denn ursprünglich sollte das PVC nur zur Entsorgung eines hochgiftigen Gases dienen.

Bei chemischen Prozessen wie zum Beispiel der Seifenherstellung fielen große Mengen Chlorgas an, deren Lagerung und Entsorgung schwierig waren. Bis Klatte die geniale Idee hatte, das Gas in einem Feststoff zu binden und somit unschädlich zu machen, denn das so entstandene Polyvinylchlorid (PVC) konnte absolut gefahrlos gelagert werden.



Die Nachfrage nach Produkten aus hochwertigem PVC nimmt weiterhin zu. Spitzenreiter in Europa sind PVC-Profile.

Schon bald wurde deutlich, dass der neue Kunststoff aber noch viel mehr konnte: Das PVC ließ sich durch Zusatz von Weichmachern in jedem beliebigen Härtegrad herstellen und sehr gut formen. Darüber hinaus erwies es sich als hochgradig wasserfest, UV-resistent und beständig gegen die meisten Säuren

und Laugen, gegen Alkohol, Öle und Benzin. Die Tatsache, dass auch die Herstellung recht kostengünstig war, machte PVC zum ersten wirtschaftlich zu verarbeitenden Chemiewerkstoff.

Ressourcenschonend in der Herstellung

Nach 1945 wird PVC zum meistproduzierten Kunststoff der Welt. Ob Fensterprofile, Rohre oder Fußbodenbeläge, Schallplatten oder Scheckkarten – die Einsatzmöglichkeiten reinen PVCs sind nahezu unbegrenzt. Dazu kommt noch ein weiterer Vorteil, der den bereits 95 Jahre alten Kunststoff zum Werkstoff der Zukunft macht: Reines PVC ist nicht nur gesundheitsunschädlich und in der Deponierung umweltneutral, sondern lässt sich in Recyclingwerken wie der VEKA UT auch zu 100 % wiederverwerten, was zusätzlich Ressourcen und die Umwelt schont.

Seine hervorragenden Eigenschaften und die heute bereits etablierten Wiederverwertungssysteme sorgen dafür, dass hochwertiges PVC auch beinahe 100 Jahre nach seiner Patentierung noch eine große Zukunft vor sich hat.