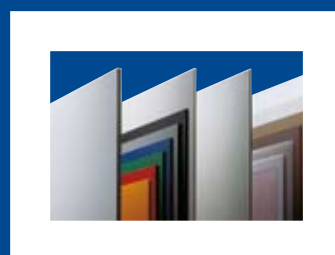


# VEKA VISION

Das VEKA Kunden-Magazin

## Sanierung ohne Förderung – die Zukunft des Fenstermarkts



**VEKASLIDE:**  
Montageanleitung auf  
DVD

**VEKA Partner-Aktion:**  
Erfolgreich werben

**VEKAPLAN:**  
Großer Messeauftritt



Das Qualitätsprofil  
★★★★★★

## Liebe Leser,



dass Deutschland sich vergleichsweise schnell aus dem Konjunkturtal der Weltwirtschaftskrise hocharbeiten konnte, steht sicher auch im Zusammenhang mit den Gegenmaßnahmen der Bundesregierung. In deren Zentrum stand das CO<sub>2</sub>-Gebäudesanierungsprogramm, das die energetische Sanierung von öffentlichen Gebäuden mit Zuschüssen förderte. Der Fensterbranche hat das viele höchst willkommene Aufträge beschert.

Was bleibt von diesen positiven Impulsen, wenn die öffentliche Förderung, wie jetzt beschlossen, ausläuft? Zunächst einmal hat die Fensterbranche bewiesen, dass sie zukunftsfähige Lösungen zu bieten hat: Fenster, die durch ihre hervorragenden Dämmeigenschaften Energie sparen und den CO<sub>2</sub>-Ausstoß senken. Und diese wichtige Botschaft ist in der Öffentlichkeit angekommen.

Fest steht auch: Das größte Sanierungspotenzial liegt noch vor uns! Egal, ob mit oder ohne staatliche Förderung – die energetische Gebäudesanierung ist das große Zukunftsthema und die Fensterbranche wird noch viele Jahre lang davon profitieren.

Als Systemgeber sehen wir unsere Verantwortung darin, Sie als Fensterhersteller mit Systementwicklungen zu unterstützen, die optimal auf die zukünftigen Anforderungen ausgelegt sind. Mit der Einführung unserer neuen Profilgeneration SOFTLINE 82 im Frühjahr 2011 stellen wir rechtzeitig die Weichen dafür, Ihre Zukunftsfähigkeit als VEKA Partner dauerhaft zu sichern.

Die Auftragsbücher vieler Fensterhersteller sind derzeit gut gefüllt. Damit das in Zukunft auch so bleibt, ist konsequentes Marketing gefordert. So lässt sich das brachliegende Renovierungspotenzial auch ausschöpfen. Als VEKA Partner profitieren Sie dabei von einer umfangreichen Werbeunterstützung. Der gezielte Einsatz von Werbemitteln, wie sie etwa im Rahmen der VEKA Partner-Aktion bereitgestellt werden, ist eine hervorragende Möglichkeit, hier aktiv zu werden.

Mehr über diese Themen finden Sie in den Artikeln der neuen VEKAVISION.

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Ihr

Bonifatius Eichwald

# FÖRDERPROGRAMME LAUFEN AUS: RECHTZEITIG SELBST AKTIV WERDEN!

Der deutsche Fenstermarkt ist relativ unbeschadet durch die Wirtschaftskrise gekommen: Insgesamt betrachtet konnte unsere Branche im Krisenjahr 2009 sogar um 3,6 % zulegen. Einen nicht unerheblichen Anteil daran hatte das sehr erfolgreiche CO<sub>2</sub>-Gebäudesanierungsprogramm, das nun deutlich geringer subventioniert werden soll – wogegen der Verband der Fenster- und Fassadenhersteller (VFF) und die Gesellschaft für Rationelle Energieverwendung protestieren. Aber auch ohne die staatliche Unterstützung können Fensterhersteller weiterhin erfolgreich bleiben – wenn sie mit gezieltem Marketing die Öffentlichkeit erreichen.

Aktuelle Zahlen belegen: Staatliche Maßnahmen wie die Energieeinsparverordnung (EnEV) oder das CO<sub>2</sub>-Gebäudesanierungsprogramm bieten Bauherren und Renovierern große Anreize. Auch und gerade in der Krise gingen vom Sanierungsprogramm sowohl ökologisch als auch ökonomisch wichtige Impulse aus. So konnte im Krisenjahr 2009 eine Nachfragesteigerung von mehr als 40% im Vergleich zu 2008 verzeichnet werden. Über 617.000 Wohneinheiten wurden gefördert, dadurch flossen insgesamt mehr als 18,3 Milliarden Euro aus privater und öffentlicher Hand in den Gebäudebereich.

## In Wirtschaft und Umwelt investiert

Investitionen, die sich doppelt auszahlen: Zum einen konnten durch die Inanspruchnahme der verschiedenen Förderprogramme der KfW-Bank die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Jahr 2009 um sagenhafte 1.452.000 Tonnen gemindert werden – ein klarer Erfolg für den Umweltschutz! Zum andern wurden mit den Geldern, die in Neubau und Renovierung flossen, in unserer Branche und anderen Gewerke rund um den Bau Arbeitsplätze erhalten – und zum Teil sogar neu geschaffen.

Aber selbstverständlich profitierten nicht nur Weltklima und Volkswirtschaft von den zahlreichen Investitionen: Jeder Einzelne, der sie in Anspruch genommen hat, um seine Immobilie energetisch zu optimieren, kann sich dauerhaft über geringere Heizenergiekosten freuen – seien es Schulen, Kindergärten oder andere öffentliche Gebäude, Gewerbeimmobilien oder auch Privathaushalte.

Nun, da die schlimmsten Folgen der Wirtschaftskrise überwunden sind und die Konjunktur erneut anzieht, werden auch die staatlichen Anreizprogramme wieder zurückgefahren. So gab Bundesbauminister Peter Ramsauer (CSU) am 09. Juni 2010 im Haushaltsausschuss bekannt, dass die zur Verfügung stehenden Fördermittel von etwa 2,2 Milliarden Euro im Jahr 2009 gekürzt werden sollen – auf 873 Millionen im Jahr 2011.

## Engagement zahlt sich aus

Ein Grund zu übertriebener Sorge besteht für unsere Branche dennoch nicht. Denn die Anstrengungen der Bundesregierung haben nachhaltig dazu beigetragen, das so wichtige Thema Energiesparen durch Modernisierung in der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Wer jetzt am Ball bleibt und die zahlreichen Möglichkeiten von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit nutzt, wie sie etwa die VEKA Partner-Aktionen bieten, kann auch ohne staatliche Unterstützung neue Kunden gewinnen.

Denn der Bedarf ist ungebrochen hoch: Aktuelle Zahlen belegen, dass noch rund 80% von den etwa 17 Millionen Bestandsgebäuden in Deutschland energetisch sanierungsbedürftig sind. Tatsächlich saniert werden aber derzeit nur etwas mehr als 200.000 Immobilien.

## Aktiv werden, um den Erfolg zu sichern

Wer über eigene Werbung in der Region hinaus aktiv werden möchte, kann wie VEKA das Engagement der Verbände unterstützen: Bereits im vergangenen Herbst wurde der Deutsche Bundestag mit einer Resolution auf das Missverhältnis zwischen den sehr hohen Subventionen für erneuerbare Energien

und den vergleichsweise geringen für energetische Sanierungsmaßnahmen hingewiesen.

Derzeit machen sich die Gesellschaft für Rationelle Energieverwendung (GRE) und der Verband der Fenster- und Fassadenhersteller (VFF) gemeinsam für eine Verstärkung des wirkungsvollen CO<sub>2</sub>-Gebäudesanierungsprogramms stark – mit einer Resolution, die an die Abgeordneten des Deutschen Bundestages geschickt wurde. VEKA unterstützt auch diese wichtige Aktion und lädt zur Teilnahme ein: Auf der VEKA Website ([www.veka.de](http://www.veka.de)) steht im Log-in-Bereich unter „Downloads“ die aktuelle Resolution in einer für Fensterhersteller adaptierten Form bereit. Wer mitmachen und sich gemeinsam mit VEKA für den Erfolg der Aktion einsetzen möchte, kann sie einfach ausdrucken und an den Bundestagsabgeordneten seines Wahlkreises senden.



## VEKASLIDE IM FILM: PRAKTISCHE ANLEITUNG FÜR HERSTELLER



Schritt für Schritt zeigt der neue Film im Detail, wie Hebe-Schiebetüren aus dem VEKASLIDE Bausatz hergestellt werden

Die DVD mit dem ca. 10-minütigen Lehrvideo ist selbsterklärend und lässt sich ganz einfach in die Mitarbeiterschulung integrieren. Sie kann auf jedem PC-Arbeitsplatz mit Tonanlage abgespielt werden. Die Auflösung ist groß genug, um auch auf einer Beamer-Leinwand gute Ergebnisse zu liefern.

Der Film empfiehlt sich auch zur Auffrischung für Mitarbeiter, die nicht regelmäßig mit dem System arbeiten. Die 10 Minuten zum Ansehen vor Beginn der Herstellung sind gut investierte Arbeitszeit – schützen sie doch vor unter Umständen aufwändigen Nachbesserungsarbeiten.

Die DVD ist ab Anfang Oktober 2010 lieferbar. Nutzen Sie zur Bestellung das Fax-Formular, das dieser Ausgabe der VEKAVISION beiliegt.



Das Hebe-Schiebetür-System VEKASLIDE erfreut sich großer Beliebtheit. Dank vieler innovativer Detaillösungen bietet es entscheidende Vorteile in der Verarbeitung bei überzeugender Leistung hinsichtlich Design und Funktionalität. Ein neuer Film dokumentiert, wie eine VEKASLIDE Hebe-Schiebetür fachgerecht hergestellt wird, und erleichtert VEKA Partnern so die Arbeit.

Die Herstellung einer Hebe-Schiebetür umfasst eine Vielzahl von Arbeitsschritten. An einigen Stellen ist die Reihenfolge der einzelnen Handgriffe von entscheidender Bedeutung für die Langlebigkeit und einwandfreie Funktion der fertigen Tür.

Um Verarbeitern über die schriftliche Herstellungs- und Montageanleitung hinaus praktische Hilfestellung an die Hand zu geben, haben wir die korrekte Herstellung einer Hebe-Schiebetür nach Schema A (1 Schiebeflügel, 1 Festflügel) im VEKA Systemtechnikum unter realistischen Bedingungen gefilmt.



## ÜBERSICHTLICH UND MODERN: VEKA.DE MIT NEUER STARTSEITE

Mit rund 1.000 Besuchern täglich ist die Internetpräsenz der VEKA AG ein gefragtes Informationsportal für Fensterhersteller, Architekten, Planer und Bauherren. Seit dem 01. Juni 2010 hat die Startseite nun ein neues Erscheinungsbild – das den Nutzern eine noch schnellere und leichtere Orientierung auf [www.veka.de](http://www.veka.de) bietet.



Klare Strukturen und eine übersichtliche Gestaltung erleichtern die Navigation auf der neuen VEKA Startseite

Ganz neu ist etwa der News-Ticker: Im stetigen Wechsel laufen hier die drei aktuellsten Meldungen – wahlweise Neuigkeiten aus der Fensterbranche oder das Neueste von VEKA.

Das neue Design der Startseite zeichnet sich durch die moderne Gestaltung und klare Strukturen aus. So wurden

etliche Textpassagen zu kurzen, eindeutigen Schlagworten verkürzt, wodurch mehr Raum für Bilder bleibt. Der Nutzer gewinnt so direkt einen Überblick und findet trotz des umfangreichen Serviceangebots schnell die gesuchte Information.

Ob Fensterhersteller, Architekt oder Endkunde – jede Zielgruppe wird über entsprechende Bilder und Zitate direkt angesprochen und zu

den speziell für sie gestalteten Unterseiten geleitet. Die weiterführenden Seiten mit Informationen zum Unternehmen und der VEKA System- und Servicevielfalt erwarten den Nutzer in der gewohnten Struktur und Gestaltung.

## „TAG DER ENERGIESPAR-REKORDE“: MIT GUTEM BEISPIEL VORANGEHEN



Energiesparen liegt im Trend – immer mehr Bauherren und Hausbesitzer interessieren sich für Möglichkeiten, die Energieeffizienz ihrer Immobilie zu verbessern. Die Deutsche Energie-Agentur (dena) veranstaltet deshalb auch in diesem Jahr wieder einen „Tag der Energiespar-Rekorde“, bei dem bundesweit Effizienzhäuser ihre Türen öffnen.

Gute Vorbilder sind der beste Anreiz für die Bauherren und Sanierer von morgen. Bauherren, Eigentümer, Architekten oder Planer eines Effizienzhauses können daher am 25. und 26. September 2010 die Gelegenheit nutzen und interessierten Besuchern am eigenen Beispiel zeigen, wie energiesparendes

Wohnen oder Arbeiten von heute aussieht. Am Tag der Energiespar-Rekorde können sowohl Baustellen als auch fertiggestellte Effizienzhäuser besichtigt werden.

Wer eine energiesparende Wohnung sucht oder selbst bauen oder sanieren will, kann sich am „Tag der Energiespar-Rekorde“ Effizienzhäuser anschauen, vor Ort beraten lassen und Anregungen für seinen eigenen Energiespar-Rekord mit nach Hause nehmen. VEKA Verarbeitern, die mit ihren Fenstern einen wertvollen Beitrag zur Energieeffizienz einer Immobilie geleistet haben, gibt der dena-Aktionstag die Gelegenheit, sich als Energiespar-Partner zu präsentieren – in Kooperation mit dem Bauherren oder den anderen beteiligten Gewerken.

Wer die Chance, als gutes Beispiel zu dienen, wahrnehmen möchte, findet im Internet unter [www.zukunft-haus.info/energiesparrekorde](http://www.zukunft-haus.info/energiesparrekorde) weitere Informationen – und ein Anmeldeformular.

# VEKA PARTNER-AKTION 2010: ERFOLGREICH FÜR FENSTERSANIERUNG WERBEN



Die VEKA Partner-Aktion 2010 bietet teilnehmenden Partnern eine Fülle von auch über den Aktionszeitraum hinaus einsetzbaren Werbemitteln

Die jährlich stattfindende VEKA Partner-Aktion ist eine feste und von vielen Partnern geschätzte Komponente des umfassenden VEKA Marketing-Angebots. In diesem Jahr bietet die Aktion Werbemittel für die direkte und aufmerksamkeitsstarke Werbung an der Baustelle sowie für die Zeit nach der Montage Unterstützung beim Empfehlungsmarketing.

Im Rahmen der Partner-Aktionen stellt VEKA allen interessierten Partnern Werbemittel zur Verfügung, die speziell auf den regionalen Einsatz vor Ort zugeschnitten sind. Die VEKA Verarbeiter haben so die Möglichkeit, sich in ihrem direkten Umfeld als Qualitätsanbieter zu positionieren und Ihre Leistungen zu präsentieren. Die VEKA Partner-Aktion dieses Jahres steht unter dem Aktionsmotto „Neue Fenster braucht das Land!“ und informiert den Endverbraucher über die vielen Vorteile neuer Fenster.

## Vielfältige Werbemittel

Das Besondere an der VEKA Partner-Aktion ist ihre Vielschichtigkeit: Je nachdem, in welchem Umfang in ihrer Region geworben werden soll, können sich die teilnehmenden VEKA Verarbeiter ihr persönliches Marketingpaket selbst schnüren. Die Palette der zur Auswahl stehenden Werbemittel reicht von individualisierten Türhängern und Gehwegaufstellern mit

zwei großformatigen Plakaten über Roll-up-Banner und Anzeigenvorlagen bis hin zu einem äußerst informativen Flyer im Zeitungsformat zum Thema Energiesparen.

Darüber hinaus unterstützt die VEKA Partner-Aktion 2010 Ihr Empfehlungsmarketing: Ein vorformuliertes Nachfass-Anschreiben an den zufriedenen Kunden, ein Vileda Fenstertuch als kleines Kunden-Geschenk und Vorschläge für Vermittlungsprämien bieten die Möglichkeit, den bestehenden Kontakt positiv zu nutzen und aktiv um eine Weiterempfehlung zu werben. Zufriedene Kunden sind schließlich die beste Werbung!

## Werbe-Erfolg ist nicht an den Aktions-Zeitraum gebunden

Die angebotenen Werbemittel der VEKA Partner-Aktion können auch über den eigentlichen Aktionszeitraum hinaus genutzt werden. Vor allem der großformatige Flyer eignet sich mit seiner Fülle von Informationen rund ums Energiesparen nicht nur als gezielte Aktions-Zeitungsbeilage: Auch als Argumentationsverstärker im Kundengespräch, Postwurfsendung oder Auslage in den Verkaufsräumen kann er jederzeit überzeugen.

Auf vier Seiten im Zeitungsformat bietet er dem Fensterinteressierten viel Wissenswertes über Kunststofffenster, staatliche Förderprogramme und das Thema Energiesparen durch gezielte Modernisierung. Auf seiner Vorderseite bietet ein Eindrucksfeld Platz für den eigenen Firmenstempel.

Energiespar-Informationen im redaktionellen Layout: viel Wissenswertes für Bauherren und Renovierer



Wer den Informations-Flyer bestellen möchte, um seinen Kunden wertvolle Argumente für neue Fenster an die Hand geben zu können, wende sich bitte unter Tel. 02526 29-4420 an das VEKA Marketing-Team. Und auch die übrigen Werbemittel der Partner-Aktion 2010 können – auf Anfrage – noch nachbestellt werden.



## GUTE WERTE VERKAUFEN: BROSCHÜRE ZU DEN DÄMMWERTEN DER VEKA SYSTEME

Energiesparen wird für Endverbraucher immer wichtiger. Daher rücken bei Fenstern die energetischen Eigenschaften aktuell immer stärker in den Mittelpunkt des Interesses – schließlich geht es bei Neubau oder Renovierung auch darum, gesetzliche Anforderungen zu erfüllen. Ein neuer Prospekt soll VEKA Partner nun dabei unterstützen, ihren Kunden die hervorragenden Dämmwerte der VEKA Profilmwelt nahezubringen.

Die neue, 6-seitige Broschüre bietet einen umfassenden Überblick über die VEKA Profilmwelt und deren U-Werte. Die jeweils vom ift Rosenheim zertifizierten U<sub>f</sub>-Werte der einzelnen Systeme lassen sich genauso auf einen Blick erfassen wie der jeweils erreichbare U<sub>w</sub>-Wert des gesamten Fensters. Die übersichtliche Tabellenform sowie Informationen rund um das Energieeinsparpotenzial neuer Fenster bieten eine ideale Grundlage, um die Dämmleistung der VEKA Systeme dem Interessenten gegenüber darzustellen und zu erläutern.

Alle aufgeführten Werte resultieren aus Prüfungen praxisnaher und gebrauchstauglicher Profilkombinationen. Bei den 70-mm-Systemen handelt es sich dabei zudem um Systemwerte. Also einheitliche U<sub>f</sub>-Werte, die für alle gängigen Profilkombinationen der betreffenden 70-mm-Systeme gelten – und nicht nur für eine einzelne, vorgegebene Kombination von Rahmen- und Flügelprofil.

VEKA Partner, die den 6-seitigen Prospekt DÄMMWERTE nutzen möchten, können diesen ab sofort mit dem beiliegenden Fax-Formular bestellen.



# MARKTPLATZ DER MÖGLICHKEITEN:

## VEKAPLAN AUF DER INTERNATIONALEN KUNSTSTOFF- UND KAUTSCHUKMESSE

Vom 27. Oktober bis 3. November 2010 findet in Düsseldorf wieder die weltweit bedeutendste Kunststoffmesse statt. VEKA präsentiert dort in Halle 7, Stand Nr. 71 C 07, das Kunststoffplattenprogramm VEKAPLAN auf einem Stand von 138 m<sup>2</sup> Fläche.

Das Motto des Messeauftritts lautet „VEKAPLAN am Markt“ – und dementsprechend ist der Stand als Marktplatz gestaltet. Die markanten Arkaden der Münsteraner Altstadt waren Vorbild für den Messestand, der komplett aus VEKAPLAN Platten gefertigt wird. Der Stand dient so selbst als anschauliches Beispiel für die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten der Kunststoffplatten.

VEKAPLAN ist Ihr starker Partner für Qualität und Erfolg, wenn es um Kunststoffplatten geht. Seit über 20 Jahren ist das Plattenprogramm am Markt etabliert – diese langjährige Erfahrung ist die Grundlage für den technologischen Vorsprung der innovativen Produktpalette. Ein Schwerpunkt der Ausstellung auf der Messe K wird die bewährte Integralschaumplatte VEKAPLAN S sein. VEKAPLAN S ist in sechs aktuellen Farben erhältlich, die zurzeit besonders stark nachgefragt werden: Ultramarinblau, Zinkgelb, Verkehrsrot, Verkehrsgrün, Signalgrau und Signalschwarz.

Wir freuen uns schon, Sie am Messestand in Düsseldorf begrüßen zu können. Unser Team informiert Sie gern im persönlichen Gespräch ausführlich über unser umfangreiches Plattenprogramm.



Beste Qualität – vielseitig einsetzbar: das VEKAPLAN Sortiment

## „MENSCHLICH UND LOYAL“: EIN NACHRUF FÜR JOCHEN BROCKHAUS



Das plötzliche und völlig unerwartete Ableben des langjährigen VEKA Mitarbeiters und Arbeitnehmersvertreters im Aufsichtsrat Jochen Brockhaus hinterlässt tiefe Betroffenheit in Sendenhorst.

Er verstarb am 21. Juni 2010 im Alter von nur 56 Jahren.

Jochen Brockhaus, der 1988 in unser Unternehmen eingetreten ist und als loyaler Kollege hoch geschätzt wurde, hat sich sehr um VEKA verdient gemacht. So vertrat er seit 20 Jahren

die Interessen der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Aufsichtsrat und war keine zwei Wochen vor seinem plötzlichen Tod erneut in seinem Amt bestätigt worden.

Auch hat Jochen Brockhaus mit großem persönlichem Engagement das VEKA Qualitätsmanagement mit aufgebaut – in Sendenhorst, aber auch bei den Tochterunternehmen in Polen und Russland. Die gesamte VEKA AG ist ihm zu Dank verpflichtet und wird Jochen Brockhaus stets in bester Erinnerung behalten.