



Mit der Strategie „System Veka“ als verlässlicher Systemgeber positioniert

## Auf Stabilität, Zukunftsfähigkeit und partnerschaftliches Handeln ausgelegt

**bb-Messe-Wegweiser:**

Fensterbau Frontale Teil 2  
Holz-Handwerk Teil 2

**bb-Marktübersicht:**

Wärmedämmte  
Systemkonstruktionen

**bb-Sonderthema:**

Nutzfahrzeuge

Mit der Strategie „System Veka“ als verlässlicher Systemgeber positioniert:

# Auf Stabilität, Zukunftsfähigkeit und partnerschaftliches Handeln ausgelegt



*Auf dem Gelände von Veka entsteht bis voraussichtlich Mitte 2027 ein neues Technik- & Innovations-Center in direkter Nähe zum Welcome Center.*

In einem Marktumfeld, das von politischen Unsicherheiten, globalen Krisen, Rohstoffengpässen und steigendem Kostendruck geprägt ist, positioniert sich die Veka AG als verlässlicher Systemgeber. Dazu hat das Unternehmen aus Sendenhorst im Münsterland seine Strategie konsequent auf Stabilität, Zukunftsfähigkeit und partnerschaftliches Handeln ausgelegt. Mit dem „System Veka“ stellt das Systemhaus ein Leistungspaket für seine Partnerbetriebe bereit, welches aus einem ebenso praxisnahen wie zukunftsorientierten Klasse-A-Produktportfolio sowie aus einem umfassenden Angebot an Dienstleistungen besteht. Diese Strategie in all ihren Facetten wird im Rahmen dieser Titelgeschichte im ersten Teil erörtert. Dazu gehört unter anderem auch der Eintritt der dritten Generation in das Unternehmen als Zeichen von Kontinuität. Im Interview im zweiten Teil gehen wir auf die Bedeutung der aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen für Veka und die Branche, das zurückliegende Jahr, wichtige Märkte sowie auf die Investitionen bei Veka und in der Laumann Gruppe ein. Darüber hinaus gibt der Systemge-

ber einen Ausblick auf das Jahr 2026. Der dritte Teil befasst sich mit dem Auftritt von Veka auf der zurückliegenden Fenstertage in Nürnberg, welchen der Systemgeber als vollen Erfolg wertet.

Im Zentrum des Handelns steht eine klare Fokussierung auf Kundenorientierung. Alle internen Abläufe, Prozesse und Strukturen wurden und werden kontinuierlich daraufhin überprüft und optimiert, um den steigenden Anforderungen des Marktes gerecht zu werden und eine dauerhaft hohe Lieferfähigkeit sicherzustellen. Dazu gehört auch eine gezielte Reduzierung der Sortimentskomplexität, um Qualität und Wettbewerbsfähigkeit auf höchstem Niveau zu gewährleisten, sowohl für die angeschlossenen Partnerbetriebe wie auch für das Unternehmen selbst.

Mit der Strategie 2030 setzt Veka auf nachhaltiges Wachstum und zukunftsgerichtete Innovationen. Das Unternehmen bekennt sich zu dem ambitionierten Ziel, bis 2045 klimaneutral zu werden. Verantwortungsvolles und enkelgerechtes Handeln bildet daher einen zentralen Bestandteil der Unternehmens-

ausrichtung mit den Menschen im Mittelpunkt. Hier gilt ein wertschätzender, motivierender und vertrauensvoller Umgang mit Mitarbeitenden genauso wie mit Geschäftspartnern und Lieferanten.

## Starker Veränderungsprozess im Unternehmen

Um auch zukünftig optimal auf die Belange der Kunden eingehen zu können, ist bei Veka ein Veränderungsprozess angeschoben worden, der bereits deutlich in der Struktur zu spüren ist: „Wir haben begonnen, unsere internen Prozesse umfassend zu analysieren mit dem Ziel, die Auftragsbearbeitung, Produktionsplanung, Fertigung, Logistik und Qualitätssicherung nachhaltig zu verbessern. Dafür schaffen wir zunächst ein ganzheitliches Verständnis entlang der gesamten Prozesskette. Am Ende dieses Veränderungsprozesses wollen wir die Unternehmensgruppe auf ein neues Niveau heben. Oberstes Ziel bleibt es, unsere Kunden schnell und effizient zu bedienen – so, wie sie es von uns erwarten dürfen“, berichtet Andreas Hartleif, Vorstandsvorsitzender der Laumann Gruppe und der Veka AG.



Fotos / Grafiken (sofern nicht anders angegeben): Veka AG

Hierzu wurden bei Veka fünf Kernprozesse identifiziert und implementiert:

- **Order2Cash (O2C)** bezeichnet den gesamten kundenorientierten Prozess vom Auftragseingang bis zur Zahlung.
- **Raw-Material2Product (RM2P)** bezeichnet den durchgehenden Wertschöpfungsprozess in der Produktion.
- **Purchase2Pay (P2P)** beschreibt den gesamten Einkaufs- und Bezahlvorgang aus Sicht eines Unternehmens, das Waren oder Dienstleistungen von einem Lieferanten bezieht.
- **Idea2Death (I2D)** beschreibt den gesamten Lebenszyklus eines Produkts oder einer Dienstleistung – von der ersten Idee bis hin zur endgültigen Marktentnahme.
- **Hire2Retire (H2R)** umfasst alle Berührungspunkte zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer – vom ersten Kontakt beim Recruiting bis zum Austritt aus der Firma. Diesen Prozess beschreiben wir später in diesem Artikel gesondert.

Bei Veka hat man bereits feststellen können, dass dieses Prozessdenken zu einer besseren Verzahnung der einzelnen Unternehmensbe-



Veka bleibt ein Familienunternehmen (v.l.): Andreas, Elke und Sohn Lukas Hartleif, Vertreter der dritten Generation.

reiche führt. Die Mitarbeitenden kennen durch diverse Schulungen quasi jeden Bereich entlang der Prozesskette, was das Bewusstsein der Beteiligten füreinander nachhaltig schärft. So sollen das „Silodenken“ aufgelöst sowie Betrachtungsweisen – „auch im Vorstand“, wie Andreas Hartleif weiß – verändert werden. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter sollte wissen, wie sich das eigene Handeln auf die nachgelagerten Aufgaben im Prozess auswirkt. So soll bereichsübergreifend auf das gemeinsame, übergeordnete Unternehmensziel hingearbeitet werden.

#### Neues Gebäude entsteht

Am Stammsitz von Veka in Sendenhorst entsteht derzeit ein neues Technik- & Innovations-Center in direkter Nähe zum Welcome Center. Die Rohbauarbeiten sind vor kurzem gestartet, die Fertigstellung des Komplexes ist für das zweite Halbjahr 2027 vorgesehen. Nach der Fertigstellung kann das Unternehmen auf einen hochmodernen Gebäudekomplex zurückgreifen, welcher für technische Entwicklungen, Produkttests, eine Ausstellung und Innovationen rund um die Veka-Fenster- und Türsysteme genutzt werden wird. Neben dem Technikum umfasst der Neubau einen Bürotrakt, zusätzliche Besprechungs- und Schulungsräume sowie eine neue, größere Kantine für die Mitarbeitenden.

„Unsere bisherigen Technik- und Entwicklungsbereiche sind örtlich etwas weiter vom Welcome Center entfernt. Im Sinne eines Campus-Gedanken sollen diese Bereiche durch kurze Wege enger miteinander verbunden werden. Eine Vision, die nun mit dem Bau des neuen Technik- & Innovations-Centers Realität wird“, freut sich Andreas Hartleif.

Mit dieser Großinvestition sichert Veka die Zukunftsfähigkeit ihres Hauptstandorts und

schafft Raum für technologischen Fortschritt und modernes Arbeiten. Darüber hinaus soll das Technik- & Innovations-Center als sinnvolle Ergänzung in der Betreuung von Gästen fungieren, in das man, bei Bedarf, nach dem repräsentativen Empfang im Welcome Center wechseln kann.

#### Verstärkte Präsenz in Großbritannien

Nicht nur organisatorisch hat sich bei Veka einiges verändert. Die Übernahme der britischen Epwin Group im Oktober letzten Jahres hat den internationalen Charakter der übergeordneten Laumann Gruppe weiter gestärkt und das Unternehmen auf 10.000 Mitarbeitende wachsen lassen. Das strategische Ziel der Akquisition war es, die Marktpräsenz im Vereinigten Königreich zu stärken. Epwin ist dort ein führender Hersteller unterschiedlichster Bauprodukte, unter anderem auch von PVC- und Aluminiumprofilen für Fenster, Türen und Fassaden.

Epwin wird als Teil der Laumann Gruppe eigenständig weitergeführt. Bestehende Marken wie Spectus und Profile 22, sowie die über 2.200 Mitarbeitenden werden nach dem bewährtem Konzept „so viel wie nötig, so wenig wie möglich“ in die Unternehmensgruppe integriert. Während Veka weltweit als Premium-Systemgeber agiert, ergänzt Epwin das Portfolio durch etablierte lokale Marken und ein weitreichendes Vertriebsnetzwerk, das die Nachfragen in den Bereichen Reparatur, Instandhaltung und Modernisierung bedient. „Epwin ist für uns eine sinnvolle Möglichkeit, in Großbritannien einen großen Sprung nach vorne zu machen“, resümiert Andreas Hartleif.

#### Synergien und Engagement für mehr Nachhaltigkeit

Am Prinzip der Kreislaufwirtschaft hält Veka auch weiterhin fest und bleibt dabei ebenso



Der Standort von Veka in Italien. Von hier aus werden die italienischen Kunden von Veka bedient.

ein kritischer Beobachter der Entscheidungen auf EU-Ebene. Das Unternehmen führt den Weg des etablierten Systems der Kreislaufwirtschaft fort und verspricht – wie bisher – die aktive Mitarbeit in allen Verbänden, die für die Branche relevant sind.

Damit bei Veka alles dafür getan werden kann, die Kreislaufwirtschaft zu erhalten, hat das Unternehmen die Veka Umwelttechnik (UT) umgebaut und modernisiert. „Die Veka UT ist und war immer ein wichtiger strategischer Hebel im Unternehmen, der aber optimiert werden musste“, so Andreas Hartleif. „Im letzten Jahr wurde hier ein umfassender Umbauprozess gestartet und wir sind sehr froh, diesen nun einer klaren Zielplanung zuzuführen. Wir können bereits jetzt wieder die volle Kapazität am Standort Behringen fahren. Dank diverser Maßnahmen sowie der durch die Epwin-Akquisition gewonnenen zusätzlichen Kapazitäten können wir nun eine Menge von jährlich rund 120.000 Tonnen Alt-PVC in der Recycling-Division in Europa aufbereiten.“

#### Nah am Kunden

Mit der Personalie Dennis Decker hat Veka seit dem 1. Februar 2026 einen neuen Vertriebsleiter für die Märkte in Deutschland und Österreich. Decker hat diese Position von Alexander Scholle übernommen, der das Unternehmen aus familiären Gründen verlassen hatte. Der neue Vertriebsleiter ist vielen Veka-Partnern bereits durch seine sechsjährige Betriebszugehörigkeit persönlich bekannt und aufgrund seines Werdegangs ideal geeignet für die Fortführung der partnerschaftlichen Ausrichtung.

Der studierte Betriebswirt und zweifache Familienvater hat seit seinem Eintritt bei Veka den Produktbereich Veka AluConnect geleitet. Hier hat er die Produktion und alle weiteren Prozesse rund um die erfolgreiche Markteinführung des Profilsystems verantwortet. Jedoch lag sein Tätigkeitsschwerpunkt im Vertrieb, sodass er in seiner neuen Position auf wertvolle Erfahrung und gute Kontakte im Kundenkreis von Veka zurückgreifen kann.

„Im persönlichen Austausch mit den Fachbetrieben habe ich erfahren, wie sehr sie unsere Kundenorientierung schätzen und davon profitieren. Ich habe bereits vor der Fensterbau Frontale viele Kunden besuchen können und während der Messe weitere Partner persönlich getroffen. Unsere Kunden und Partner können von mir in erster Linie Kontinuität erwarten“, betont Decker.

Gleichzeitig freut er sich darauf, das Portfolio an Unterstützungsleistungen gemeinsam mit seinem Team weiterzuentwickeln und beispielsweise die Vorteile der Digitalisierung noch stärker nutzbar zu machen. Hierbei wird versucht, einfache und praxisnahe Lö-

sungen zu finden, und Orientierungspartner im Dschungel des vielfältigen Angebots an KI-Möglichkeiten zu sein. „Unser Anspruch ist es, nutzenstiftende Einzelanwendungen zu finden und dieses Wissen an unsere Kunden weiterzugeben“, beschreibt Decker.

„Ein großes Plus im Markt ist es, dass wir ein Vertriebsteam mit hoher Kontinuität sind. Das stärkt das Vertrauen beim Kunden“, so Decker und fügt an: „Wir sind absolut davon geprägt, nah beim Kunden zu sein und zu wissen, was ihn erfolgreich macht und wie man ihn am besten unterstützen kann.“

Dazu zählt für Decker auch das Thema Nachfolge in den Veka-Partnerunternehmen. „Dies ist definitiv ein sehr großes Thema bei unseren Kunden“, berichtet der neue Vertriebsleiter. „Mit unserem Format Veka Next richten wir uns an die nachfolgende Generation, beispielsweise mit einem aktuellen Angebot an Fachvorträgen und der Möglichkeit zum persönlichen Austausch. So stellen wir innerhalb unserer Partnerstruktur ein Netzwerk her, in dem sich auch die Nachfolgeneration zu den für sie relevanten Themen austauschen kann.“

Ziel bei allen vertrieblichen Aktivitäten von Veka ist es, Kontinuität in der Zusammenarbeit durch qualitativ hochwertige Lösungen herzustellen. „Aktuell besteht die große Herausforderung darin, gemeinsam mit unseren Partnern sicher durch die derzeitige Marktlage zu kommen. Entscheidend sind dabei ein offener Dialog, gegenseitiges Vertrauen und abgestimmte Lösungen“, schließt Decker.

#### Markenkampagne wird ausgeweitet

Im Juli 2025 hat Veka die Markenkampagne „Wenn, dann Veka“ ins Leben gerufen. Zentrum der Kampagne ist die bewusst überzeichnete Kunstfigur Holger, leidenschaftlicher Fenster-Philosoph, echtes Original und



Arne Post (r.), Leiter des Produktmanagements, und Dennis Decker, seit Februar 2026 neuer Vertriebsleiter Deutschland und Österreich.  
Foto: bauelemente bau

überzeugter Botschafter des Veka-Qualitätsversprechens. Mit viel Charme, Witz und Sachverstand erzählt Holger in Videos und vielen anderen Formaten seine persönlichen „Fenstergeschichten“ – mal skurril, mal emotional. Im Blick hat er am Ende natürlich immer die Rolle der Veka-Fensterprofile und welche Bedeutung diese für ein bestimmtes Thema einnehmen können.

„Die umfassende Informationsbeschaffung von Endkunden beginnt heute deutlich vor der eigentlichen Entscheidung. Sehr viel davon findet online statt, auch für erklärungsbedürftige Produkte wie Fenster. Die Pandemie hat diesen Trend noch einmal deutlich verstärkt“, erklärt Jürgen Herbe, Leiter Kommunikation & Marketing, die Beweggründe für den Start der Markenkampagne im letzten Jahr. „Dazu haben wir uns intern intensiv ausgetauscht und viel Marktforschung betrieben. Am Ende hatten wir ein klares Mandat von einer Vielzahl unserer Partner, mit der Marke

Veka deutlich stärker im Endkunden-Segment aufzutreten. Wir selbst wollten auch raus aus der Anonymität des B2B, näher ran an den Bauherren, und die Leute dort abholen, wo sie nach Fenstern suchen.“ Dabei habe man bewusst auf eine direkte und etwas lautere Kommunikation nach außen gesetzt.

Im neu angelegten Veka Marketingportal können die Kunden die verschiedenen Vorlagen und Formate zur Kampagne in Echtzeit individualisieren, buchen und somit kurzfristig für ihre eigenen Zwecke nutzen. „Mittlerweile sind rund 300 Nutzer im Portal registriert und buchen hier Maßnahmen für ihr lokales Marketing. In Zukunft wollen wir im Marketingportal unser gesamtes Unterstützungsangebot für die Partner bündeln und als zentrale Anlaufstelle etablieren“, wie Herbe berichtet.

Die Kampagne war von Beginn an so ausgelegt, dass sie nicht nur auf dem deutschen



Veka AluConnect wurde unter anderem auf der zurückliegenden Fensterbau Frontale präsentiert. Diesen Produktbereich hat Dennis Decker seit seinem Eintritt bei Veka geleitet.

## Dritte Generation sichert Kontinuität in der Führungsebene



Lukas Hartleif verstärkt seit Beginn des Jahres 2026 die Unternehmensführung und ist Vertreter der bereits dritten Generation.

Foto: Veka AG

und Unternehmen während und zwischen Bachelor und Master konnte ich meine eigenen Erfahrungen sammeln. Zum Ende des Studiums gab es auch die ersten Gespräche mit meinen Eltern, ob ich mir einen Eintritt in die Laumann Gruppe vorstellen könne. Nach kurzem Überlegen war mir klar, dass ich das machen möchte. Natürlich habe ich aufgrund der Unternehmensgeschichte mit sehr viel Respekt und Demut hier angefangen und bin dabei sehr gut von der Belegschaft aufgenommen worden.“

Seitdem hat Lukas Hartleif die Laumann Gruppe und die Veka AG intensiver kennengelernt, auch wie das Unternehmen in den verschiedenen Bereichen funktioniert. Wichtig dabei: Die Vorstellungen der Mitarbeitenden sowie seine eigenen decken sich. Zunächst arbeitet er als Assistent des Vorstands eng mit Pascal Heitmar, dem CFO von Veka und der Laumann Gruppe, zusammen und wird danach sukzessive die anderen Bereiche des Unternehmens kennenlernen. „Das Ziel ist es, sich zunächst einen Überblick über die gesamte Gruppe zu verschaffen und anschließend in ausgewählte Bereiche etwas tiefer einzusteigen“, so Lukas Hartleif abschließend.

**Als vollständig familiengeführtes Unternehmen steht Veka für langfristiges Handeln, Stabilität und Zuverlässigkeit. Mit dem Eintritt der dritten Generation in die Unternehmensführung ist die Kontinuität dieses Selbstverständnisses auch für die kommenden Jahrzehnte gesichert.**

Seit Anfang 2026 verstärkt Lukas Hartleif, Sohn von Elke und Andreas Hartleif, die Unternehmensführung in der übergeordneten Laumann Gruppe. Das Ziel ist es, den 28-Jährigen nach und nach in die verschiedenen Geschäftsbereiche umfassend einzubinden und ihn als Vertreter der dritten Generation in der Führung des Unternehmens zu etablieren. Die Veka AG wurde im Jahr

1969 von seinem Großvater Heinrich Laumann gegründet. Bis heute ist die Veka Gruppe ein Familienunternehmen und befindet sich zu 100 Prozent im Besitz der Familien Laumann und Hartleif.

„Ich bin quasi mit dem Unternehmen aufgewachsen und habe viel über meine Eltern mitbekommen. Nach der Schule habe ich in einem ähnlich aufgestellten Industrieunternehmen eine Ausbildung zum Industriekaufmann gemacht und danach meinen Bachelor und Master im Bereich Betriebswirtschaft absolviert“, schildert Lukas Hartleif. „Im Unternehmen gejobbt habe ich bereits während der Schulzeit. Durch die Ausbildung und verschiedene Praktika in verschiedenen Branchen



Zentrum der Kampagne „Wenn, dann Veka“ ist die bewusst überzeichnete Kunstfigur Holger als leidenschaftlicher Fenster-Philosoph.

Markt, sondern auch international funktioniert. Dazu wurden die Filme synchronisiert und Vorlagen auf die Besonderheiten der Länder angepasst. Der Botschafter heißt dann nicht Holger, sondern hat einen auf den jeweiligen Markt angepassten Namen bekommen. „Mit den bisherigen Ergebnissen der Kampagne können wir sehr zufrieden sein“, so Herbe.

„Die Fortsetzung bereiten wir gerade vor, ab Sommer 2026 soll es weitergehen“, stellt Herbe in Aussicht. Ziel wird es sein, die Markenbekanntheit national und international weiter zu erhöhen, sowie den Partnern ein weiter verbessertes Angebot zu machen, hier direkt im Co-Branding von der erhöhten Reichweite und Sichtbarkeit zu profitieren.

Die Website zur Markenkampagne erreichen Sie unter: [www.wenn-dann-veka.de](http://www.wenn-dann-veka.de)

### Der Faktor Mensch

Veka zeichnet sich seit jeher durch eine hohe Beständigkeit der Belegschaft innerhalb des Unternehmens aus, viele Mitarbeitende – einschließlich der Unternehmensführung – sind bereits seit Jahrzehnten in der Dieselstraße 8 in Sendenhorst tätig. Eine noch stärkere Bindung und Identifikation der Mitarbeitenden an das Unternehmen wird durch die Implementierung des Kernprozesses Hire2Retire (H2R) angestrebt. Diesen Prozess verantwortet Elke Hartleif, Vorständin für den Bereich Personal bei der Veka AG.

„Wir sehen das gesamte Arbeitsleben als Prozess, dessen einzelne Phasen wir klar im Blick haben und mit Hilfe der Software ‚rexx Suite‘ in verschiedenen Modulen digitalisieren konnten“, beschreibt Elke Hartleif das Vorgehen. „So ist beispielsweise das Modul ‚Führungskräfteentwicklung‘ für uns von zentraler Bedeutung, denn gut ausgebildete und agierende Führungskräfte haben großen Einfluss

auf die Zufriedenheit der Mitarbeitenden.“ Im Modul „Change-Management“ soll die Kompetenz der Führungskräfte weiter ausgebaut werden. Dabei handelt es sich um ein neues Trainingskonzept, welches die Veränderungen im Unternehmen sowie die daraus entstehenden Herausforderungen thematisiert. Es dient der Schärfung des Bewusstseins, dass Veränderungen gut moderiert und alle Mitarbeitenden von Beginn an mitgenommen werden müssen.

„Für die Phase des rentenbedingten Ausscheidens der Mitarbeitenden dient die Digitalisierung im HR-Bereich dazu, das Know-how und das Wissen im Unternehmen zu halten“, so Elke Hartleif.

Der H2R-Prozess besitzt natürlich nicht nur digitale Ansätze und Komponenten. Auch Flexibilität wird bei Veka großgeschrieben, was am Beispiel Homeoffice deutlich wird: „Wir haben im Konzept Homeoffice keine feste Regel. Unter dem Grundsatz ‚Wir haben Euch gerne hier‘ erwarten wir, dass die jeweiligen Vorgesetzten in ihren Abteilungen mit dem Thema verantwortungsvoll umgehen und die Regelung mit ihren Mitarbeitenden selbst festlegen. Dies war uns sehr wichtig“, macht Elke Hartleif deutlich.

Alle drei Jahre wird eine Mitarbeiter-Befragung durchgeführt, wie sie in vielen Unternehmen gang und gäbe ist. Wichtiger jedoch seien die Workshops im Anschluss an diese Befragung, in welchen explizit auf die Ergebnisse der Befragung und daraus resultierende Veränderungen für einzelne Bereiche eingegangen wird. „Unser Ansatz ist, dass wir uns ganzheitlich um die Anliegen unserer Mitarbeitenden kümmern“, schließt Elke Hartleif.

### Gut gerüstet für die Zukunft

Mit der Umsetzung der Kernprozesse befindet sich das Unternehmen in einem Wandel, der alle Ebenen einschließt und eine umfassende Weiterentwicklung zur Folge haben wird. Dabei hat Veka explizit auch auf die Anliegen und Ansichten der jüngeren Generation Wert gelegt. Dies schafft nicht nur eine gesunde Mischung aus Veränderung und Bewahren, sondern erzeugt auch eine dynamische Unternehmenskultur. „2030, nach Abschluss des Veränderungsprozesses, wird unser Unternehmen definitiv ein anderes – hoffentlich besseres – sein“, erklärt Andreas Hartleif. ■

[www.veka.de](http://www.veka.de)



Für Veka auf der Fensterbau Frontale im Einsatz als Außenreporter: Holger.

## bauelemente bau im Gespräch mit Andreas Hartleif und Josef L. Beckhoff, Veka AG



Andreas Hartleif: „Unser Unternehmen befindet sich in einem umfassenden Wandel.“

Fotos: Veka AG

Josef L. Beckhoff: „Insgesamt können wir mit dem Jahr 2025 zufrieden sein, auch wenn es kein starkes Jahr war.“

## „Unser Unternehmen befindet sich in einem umfassenden Wandel“

Ein anspruchsvolles Marktumfeld, regionale Unterschiede und steigende Kosten prägen derzeit die Entwicklung der Branche. Während einzelne Märkte Stabilität zeigen, bleiben andere – insbesondere im Neubaubereich – weiterhin unter Druck. Gleichzeitig sorgen Preissteigerungen bei Energie und Rohstoffen für zusätzliche Unsicherheit und erschweren die Planbarkeit. Die Veka AG setzt in diesem Umfeld auf Prozessoptimierung und gezielte Investitionen in Strukturen und Abläufe. Im Gespräch erläutern die beiden Vorstände der Veka AG, Andreas Hartleif und Josef L. Beckhoff, die Entwicklung des Jahres 2025, ordnen die Situation in den einzelnen Märkten ein und geben einen Ausblick auf die strategische Ausrichtung für 2026.

### Wie ist das vergangene Jahr 2025 für Veka gelaufen?

**Josef L. Beckhoff:** Insgesamt können wir mit dem Jahr 2025 zufrieden sein, auch wenn es kein starkes Jahr war. Vor dem Hintergrund des herausfordernden Marktumfeldes ist es positiv zu bewerten, dass wir uns insgesamt stabil behaupten konnten. In Europa haben wir sogar ein leichtes Wachstum erzielt, was in der aktuellen Situation keine Selbstverständlichkeit ist.

**Andreas Hartleif:** Auf Gruppenebene war das Jahr 2025 für uns von einer Seitwärtsbewegung geprägt. Der Umsatz lag nur leicht unter dem Vorjahresniveau. In einzelnen Märkten und Segmenten mussten wir Rückgänge verzeichnen, gleichzeitig gab es aber auch in anderen positive Entwicklungen. Dies ist erneut der positive Effekt, der sich aus der internationalen Diversifizierung ergibt.

### Welche europäischen Märkte oder Regionen haben sich 2025 besonders positiv entwickelt – und wo mussten Sie Rückgänge hinnehmen?

**Hartleif:** In Deutschland konnten wir im Jahr 2025 ein Wachstum von rund sechs Prozent erzielen. Im Exportgeschäft mussten wir hingegen leichte Rückgänge von unter zwei Prozent hinnehmen.

Besonders deutlich war die Entwicklung in Italien, einem für uns wichtigen Markt, wo wir einen spürbaren Rückgang verzeichnen mussten. Dieser fällt jedoch deutlich weniger stark aus als der Rückgang des Gesamtmarktes. Parallel dazu haben wir in Italien ein neues Lager aufgebaut und können dort mittlerweile auch das komplette Farbprogramm abbilden. Die Logistikzentren in Italien und Frankreich sind inzwischen voll in Betrieb und leisten einen wichtigen Beitrag zur besseren Marktbearbeitung und zur Entlastung der Logistikprozesse in Sendenhorst.

**Beckhoff:** Gleichzeitig zeigt sich, dass sich die Entwicklungen innerhalb Europas sehr unterschiedlich darstellen. Während sich westeuropäische Märkte überwiegend stabil auf Vorjahresniveau bewegen, sehen wir insbesondere in Osteuropa positive Impulse – beispielsweise in Serbien, Bulgarien, Ungarn oder im Kosovo, wo wir auch neue Kunden gewinnen konnten. Neben Italien haben wir bei unseren europäischen Tochtergesellschaften insbesondere in Polen einen Rückgang gespürt. Auch in Frankreich war vor allem im Neubaubereich eine rückläufige Entwicklung erkennbar. Positiv hervorzuheben ist hingegen Spanien, wo wir zusätzliche Aufträge generieren konnten. Darüber hinaus sehen wir gute Perspektiven in Nordafrika. Märkte wie Algerien, Tunesien und Libyen bieten Potenziale, wenn auch zum jetzigen Zeitpunkt noch auf überschaubarem Niveau.

### Wie haben sich Ihre internationalen Märkte außerhalb Europas entwickelt?

**Hartleif:** Ergänzend zu Europa ist insbesondere der indische Markt hervorzuheben, in dem wir ein kontinuierliches Wachstum verzeichnen. Auch unsere Aktivitäten in den USA sind trotz einer Seitwärtsbewegung insgesamt positiv und stabil zu bewerten. Durch die deutlichen Wechselkurseffekte ergeben sich dort in Euro allerdings leichte Umsatzrückgänge. Wir haben uns dazu entschlossen, den Standort in China nun endgültig zu schließen und die Belieferung

der verbleibenden Märkte in Südostasien neu zu organisieren. Hier wird Indien in Zukunft eine zentrale Rolle als Lieferant spielen, während wir einen interessanten Markt wie Südkorea stärker aus Europa heraus bearbeiten werden. Die dortigen Anforderungen liegen näher an den unsrigen und sind uns im Umgang vertraut.

#### **Trotz des anspruchsvollen Marktumfeldes: In welchen Segmenten konnten Sie Wachstum erzielen?**

**Beckhoff:** Sehr erfolgreich war die Einführung der Feinstruktur-Oberflächen im wichtigen Marktsegment der farbigen Profile. Innerhalb eines Jahres konnten wir hier bereits einen Anteil von über 30 Prozent erreichen. Auch der Bereich rund um AluConnect hat sich sehr positiv entwickelt und wird aus unserer Sicht auch künftig weiteres Wachstum generieren.

#### **Welche strategischen Schlüsse haben Sie aus dem Jahr 2025 gezogen?**

**Hartleif:** Wichtig ist, dass Veränderungen im Markt frühzeitig erkannt werden. Ebenso entscheidend ist die enge Abstimmung mit unseren Kunden, um gemeinsame Ziele erreichen zu können. Nur auf dieser Basis lassen sich erfolgsversprechende Maßnahmen rechtzeitig umsetzen.

**Beckhoff:** Ein zentrales Thema bleibt die Kundenzentrierung, die über eine eigene Initiative fest in unserer Strategie 2030 verankert ist. Mit Formaten wie dem „Veka Partnerforum“ und „Veka Next“ haben wir Veranstaltungsreihen etabliert, die den Austausch mit den Partnern fördern. Zudem planen wir nach Fertigstellung des Technik- & Innovations-Centers eine Neuauflage der TEC-Tagung.

#### **Wie hat sich der Start in das Jahr 2026 gestaltet?**

**Beckhoff:** Zu Beginn des Jahres bestand noch die Hoffnung auf eine Erholung des Marktes. Vor dem Hintergrund der aktuellen Unsicherheiten sowie der Preisentwicklungen ist die Situation derzeit jedoch deutlich schwerer einzuschätzen.

**Hartleif:** Wir sind insgesamt optimistisch in das Jahr gestartet und konnten ein gutes erstes Quartal verzeichnen. Leider bremst die momentane Lage eine weitere Erholung der Branche aus. Geopolitische Entwicklungen – wie etwa aktuell der Iran-Konflikt – wirken sich direkt auf die Ölpreise aus und haben damit Einfluss auf PVC-Preise sowie Transportkosten. Hinzu kommt eine insgesamt angespannte Kostensituation mit steigenden Energie- und Rohstoffpreisen. Somit besteht für das zweite Quartal das reale Risiko einer erneuten Marktschwäche.

#### **Wie beurteilen Sie aktuell die Marktsituation in Deutschland?**

**Beckhoff:** Die Marktsituation im deutschen Fenstermarkt haben wir grundsätzlich verhalten optimistisch eingeschätzt. Die Prognose des VFF, der von einem leichten Plus ausgegangen ist, haben wir, vor dem Krieg, geteilt. Nun gilt es, trotz Kostensteigerungen und Teuerungszuschlägen, weiter konstruktiv und lösungsorientiert mit den Partnern zusammenzuarbeiten, damit wir gemeinsam die Lage meistern können.

**Hartleif:** Die Situation bleibt herausfordernd. Die Baubranche steht weiterhin unter Druck, insbesondere im Neubau. Kapazitäten und

Kosten spielen hier eine große Rolle. Zudem fehlen aus unserer Sicht weiterhin klare und verlässliche politische Impulse – gerade im Hinblick auf Förderung und Neubautätigkeit.

#### **Welche Rolle spielen Förderprogramme aktuell?**

**Beckhoff:** Förderprogramme können aktuell wichtige Impulse setzen. Ein gutes Beispiel ist unser 48h-Förderservice, der sich als effektives Vertriebstool etabliert hat. Seit der Einführung sprechen wir von über 13 Millionen Euro Fördervolumen, mehr als 750 Anträgen und über 690 daraus entstandenen Aufträgen. Auch die hohe Beteiligung zeigt, dass dieses Angebot auf der Kundenseite sehr gut angenommen wird.

#### **In welche Bereiche haben Sie zuletzt investiert?**

**Hartleif:** Wir investieren kontinuierlich in neue Technologien und verstärkt in unsere internen Prozesse. Dazu gehören unter anderem Effizienzsteigerungen in der Produktion. Darüber hinaus treiben wir die Digitalisierung weiter voran und haben unter anderem Big-Data-Analysen unserer Prozesse durchgeführt.

**Beckhoff:** Gleichzeitig überprüfen wir aktuell unsere gesamten Lager- und Pufferstrukturen und setzen entsprechende Anpassungen bereits um. Am Standort Sendenhorst haben wir zahlreiche Prozesse zur Optimierung der Logistik und der generellen Abläufe angestoßen. In diesem Zusammenhang haben wir beispielsweise sogenannte „Constraints“ eingeführt, um die Kombinierbarkeit bestimmter Produkteigenschaften gezielt zu steuern. Weitere Maßnahmen befinden sich derzeit noch in der Bewertung.

#### **Welche Investitionen sind aktuell geplant?**

**Hartleif:** Wir werden unser aktuelles ERP-System grundlegend anpassen und auf unsere Tochterunternehmen ausweiten. Insgesamt befindet sich das Unternehmen in einem umfassenden Wandel, bei dem Prozesse analysiert und teilweise neu strukturiert werden. Dabei erleben wir eine hohe Motivation innerhalb des Teams, Veränderungen aktiv mitzugestalten.

**Beckhoff:** Zusätzlich haben wir mit dem Neubau des neuen Technik- und Innovations-Centers am Hauptstandort in Sendenhorst begonnen. Die vielen verschiedenen Standorte rund um das Firmengelände haben wir bereits seit Jahren als Engpass identifiziert. Zudem waren die Wege zwischen den einzelnen Abteilungen zu lang. Die Fertigstellung des neuen Gebäudes ist für die zweite Jahreshälfte 2027 geplant. Neben dem Systemtechnikum werden dort, unter anderem, auch die Kantine, der Bereich Technik und Innovation, Texino, sowie das Produktmanagement untergebracht. Ziel ist es außerdem, die Digital Building Solutions mit dem Umzug ins Kunden-Center wieder auf dem Hauptgelände zu integrieren und näher an die für sie relevanten Abteilungen zu bringen. Insgesamt verkürzen wir die Wege und die Zusammenarbeit zwischen den Bereichen wird weiter verbessert.

#### **Die Fensterbau Frontale liegt kurz hinter uns (das Interview führten wir in der Woche nach der Fensterbau Frontale, Anm. d. Red.). Wie fällt Ihr Messefazit aus?**

**Beckhoff:** Eine Woche vor der Messe mussten wir unseren Kunden die Preissteigerungen bei Öl und Gas sowie die daraus resultieren-

den Erhöhungen bei den Rohmaterialien kommunizieren. Dieses hat die Stimmung zunächst beeinflusst. Ab Mittwoch hat sich die Situation dann deutlich verbessert. Mittwoch und Donnerstag waren für uns sehr erfolgreiche Messetage. Die Gespräche wurden wieder offener, und unser Messestand war durchgehend gut besucht. Viele unserer internationalen Gesellschaften waren vor Ort vertreten und hatten eigene Delegationen dabei, sodass rund 50 Prozent unserer Besucher aus dem Ausland kamen, was für ein sehr internationales Messebild gesorgt hat. Entsprechend haben wir auf unserem Stand auch gezielt Produkte für internationale Märkte präsentiert. Zudem haben wir bewusst mehr Raum an den Exponaten geschaffen, um mehrere Gespräche parallel führen zu können. Die technische Auseinandersetzung mit unseren Produkten funktioniert aus unserer Sicht nach wie vor am besten im direkten Austausch vor Ort. Ein besonderer Dank gilt unserem Team für die Organisation und Umsetzung des Messeauftritts.

#### Welche Lösungen, Produkte oder Services hatten für Ihre Kunden auf dem diesjährigen Messestand Priorität?

**Hartleif:** Gerade die Themen Feinstruktur und Alu Connect kamen sehr gut an. Mit der Präsentation von beiden Produkten nebeneinander konnten wir verdeutlichen, dass eine optische Differenzie-

rung zwischen PVC und Aluminium nicht wirklich wahrnehmbar ist und die Materialien so optimal kombiniert werden können. Ein weiteres Highlight war definitiv auch unser Veka Pure System in den verschiedenen Ausführungen und als Haustür. Auch die digitalen Lösungen unserer DBS (Digital Building Solutions) fanden großes Interesse und Anklang.

#### Eine Messebeteiligung in Nürnberg in den kommenden Jahren ist also fest eingeplant?

**Beckhoff:** Wir sind weiterhin überzeugt vom Konzept Messe. Es ist eine sehr gute Möglichkeit, sich in kurzer Zeit konzentriert zu treffen und auszutauschen. Auch die Möglichkeit für unsere Kunden, am Messestand direkt mit dem technischen Fachpersonal ins Gespräch zu kommen, ist in dieser Form und Breite anderweitig kaum möglich. Wir schaffen es zudem immer wieder, auf der Messe neue Kunden zu gewinnen und marktgerechte Lösungen zu präsentieren. Deshalb wollen wir auch in zwei Jahren wieder teilnehmen, denn eine Sicherung des Messestandorts Nürnberg ist aus unserer Sicht, auch im internationalen Vergleich, sehr wichtig.

*Herr Hartleif, Herr Beckhoff, wir danken Ihnen herzlich für das Gespräch!* ■

[www.veka.de](http://www.veka.de)

## Veka begeistert mit System für gemeinsamen Erfolg



*Einladende Gestaltung: Der Veka Messestand bot viel Raum für gute Gespräche über die Vorteile der Partnerschaft im System Veka.*

*Foto: Veka AG*

Ein rundum positives Fazit zieht Veka nach vier intensiven Tagen auf der Fensterbau Frontale 2026. Zahlreiche Besucherinnen und Besucher nutzten die Gelegenheit, sich auf dem modernen und offen gestalteten Messestand über neue Produkte und Services zu informieren. Vor allem der direkte Dialog mit dem Systemgeber wurde vom Fachpublikum intensiv genutzt. Ziel des Messeauftritts war es, die Marktkraft des Unternehmens sichtbar und erlebbar zu machen – ein Anspruch, der sich auch in der klar strukturierten Gliederung des Standes in die Bereiche national, international und Services widerspiegelte.

Gerade durch die vielen Gelegenheiten zum persönlichen Austausch sei die Nürnberger Messe mit rund 75.000 nationalen und internationalen Gästen die wichtigste Veranstaltung der Branche, betonten Robert Post und Dennis Decker unisono. Als Vertriebsleiter für die Bereiche Export und Deutschland verantwortlich und somit wichtige Ansprechpartner für die Veka-Kunden aus den jeweiligen Märkten führen die beiden weiter aus: „Die zahlreichen Gespräche mit unseren Partnern haben uns bestätigt, dass wir mit unserem Angebot ein praxisnahes und zukunftsorientiertes Gesamtpaket für den gemeinsamen Erfolg bieten.“

Unter dem Motto „Stark im Profil. Stärker mit System“ präsentierte sich der Messestand großzügig und kommunikativ. Zwei klar gegliederte Präsentationsbereiche mit Exponaten und Infostationen wurden durch einen weitläufigen Kommunikationsbereich mit mehr als 250 Plätzen ergänzt.

Im Zentrum des Messeauftritts standen die aktuellen Entwicklungen aus dem Produktbereich. Dabei wurde deutlich, dass Neuheiten bei Veka stets im Spannungsfeld von Design, technischer Leistungsfähigkeit, Nachhaltigkeit und Verarbeitungsfreundlichkeit entstehen.



Foto: Veka AG

Veka Pure 82 zog mit klarer Linienführung und moderner Optik viele Blicke auf sich.

### Marktgerechte Neuheiten

Im Präsentationsbereich zogen naturgemäß die jüngsten Erweiterungen des Veka-Profilportfolios das größte Interesse auf sich, allen voran Veka Pure 82. „Ein Highlight war für uns ganz klar das nun komplette Veka Pure-System in seinen verschiedenen Ausführungsvarianten – die Nachfrage am Stand war entsprechend hoch. Überrascht hat uns das besonders große Interesse an der flächenbündigen Lösung“, erklärt Post. Das System wurde als vollständig durchdachte Plattform, in engem Austausch mit den Veka-Partnern, konzipiert und verbindet eine konsequent geradlinige, puristische Gestaltung mit hoher Energieeffizienz und einem nachhaltigen Materialeinsatz.

Als Komplettlösung auf Basis der 82-Millimeter-Systemplattform und mit Klasse-A-Wanddicken eignet sich Veka Pure 82 für die Fertigung hochwertiger Fenster, Fenstertüren und Haustüren. Gleichzeitig profitieren Verarbeiter von einer wirtschaftlichen Produktion und hoher Systemkompatibilität. Das Baukastensystem ermöglicht eine flexible Konfiguration – von einzelnen Komponenten bis hin zu vollständigen Systemlösungen inklusive Schwellen und ergänzender Bauteile.

### Flexibilität in Konstruktion und Fertigung

Auch konstruktiv zeigt sich das System vielseitig. Unterschiedliche Flügelvarianten kön-

nen je nach Anforderung sowohl verklebt als auch klassisch verklotzt ausgeführt werden. Die Verklebung unterstützt dabei die Abtragung des Glasgewichts und eröffnet zusätzliche statische Möglichkeiten. Gleichzeitig erlaubt die Systemtechnik unter anderem das Kombischweißen verschiedener Blendrahmen durch angepasste Entwässerungslösungen. Insgesamt zeigt sich hier der Anspruch, Verarbeitern maximale Freiheit innerhalb eines durchgängigen Baukastensystems zu bieten.

### Designanspruch und Materialpositionierung

Ein wesentlicher Treiber der Entwicklung ist der gestalterische Anspruch. Die Kombination aus klaren, kantigen Profilkonturen, reduzierten Radien und geraden Glasleisten sorgt für eine moderne, architektonisch geprägte Optik. In Verbindung mit der Feinstruktur-Oberfläche entsteht eine hochwertige, matte Anmutung, die sich optisch sehr nahe am Aluminium bewegt.

„PVC braucht sich im Bereich der Oberflächengestaltung heute nicht mehr hinter Aluminium zu verstecken“, betont Post. Gerade im Objektbau eröffnet dies neue Möglichkeiten: So lassen sich beispielsweise im Erdgeschoss Aluminiumlösungen und in den oberen Geschossen Kunststoffsysteme in identischer Optik realisieren, ohne dass für den Endkunden ein sichtbarer Unterschied entsteht.

Besonders deutlich wird dieser Ansatz auch bei der neuen Veka Pure-Haustür, die von außen wie von innen optisch kaum noch als Kunststofflösung erkennbar ist. Mit der beidseitig flügelüberdeckenden Konstruktion und einer durchgängigen Gestaltung wird die Annäherung an Aluminium weiter konsequent umgesetzt.



Für die Praxis gemacht: Die Veka Colour Edition verbindet Farbvielfalt mit kurzen Lieferzeiten. Foto: bauelemente bau

### Oberflächen und Farbkonzepte im Wandel

Die wachsende Bedeutung strukturierter Oberflächen spiegelt sich im steigenden Anteil der Feinstruktur wider und zeigt weiterhin eine steigende Tendenz. Veka reagiert darauf mit einer gezielten Erweiterung des Feinstruktur-Farbangebots. Dem aktuellen Trend folgend, werden zwei neue, aus dem Aluminiumbereich adaptierte Sand- und Erdtöne im Herbst eingeführt. Sie sorgen für eine materialübergreifende Farbharmonie und erweitern die gestalterischen Möglichkeiten im Objekt- und Wohnungsbau.

Ergänzend dazu wurde das Farbkonzept weiterentwickelt. Mit der Veka Colour Edition präsentierte das Unternehmen eine klar strukturierte Auswahl marktgerechter Farben und Dekore, die in ein- und beidseitiger Ausführung direkt ab Lager verfügbar sind. Darüber hinaus bleiben Sonderfarben projektbezogen verfügbar, sodass eine hohe Flexibilität für die Partnerbetriebe erhalten bleibt.

### Produkt-Studien als Ausblick

Auch im Bereich Verschattung und Zusatzfunktionen setzt Veka Impulse. Mit dem Aus-



Texino macht Fenster, Türen und Hebe-Schiebe-Türen fit für die Einbindung ins Smarhome. Foto: bauelemente bau

blick auf VekaVariant Pro und Compact wurden neue Ansätze für integrierte Verschattungslösungen vorgestellt. Ziel ist es, zusätzliche Mehrwerte zu schaffen, neue Anwendungsmöglichkeiten zu erschließen sowie landesspezifische Anforderungen einfacher zu erfüllen.

Gleichzeitig wurde die Messe bewusst genutzt, um kommende Systemlösungen anzuteasern, Impulse für die Weiterentwicklung des Portfolios zu setzen und sich mit den Verarbeitern darüber auszutauschen. In zwei Jahren soll dann ein vollständiges System präsentiert werden.

### Hebe-Schiebetüren und Systemerweiterungen

Im Bereich der Hebe-Schiebetüren standen Weiterentwicklungen rund um VekaMotion 82 im Fokus. Die neue Schwellenlösung ermöglicht sowohl niveaugleiche als auch konstruktive Ausführungen mit einem Ebenenversatz und tragen damit unterschiedlichen Bedürfnissen Rechnung.

Entsprechend wurde das System so ausgelegt, dass es beide Varianten abdeckt und dem Verarbeiter maximale Flexibilität bietet. Dies ist auch eine Reaktion auf die Tatsache, dass sich Marktanforderungen im Bereich Barrierefreiheit nicht so dynamisch entwickeln, wie prognostiziert.

Ergänzend präsentierte Veka auch technische Lösungen im Bereich motorischer Antrieb von Schiebe- und Hebeschiebetüren der Marke Texino. Perfekt abgestimmt auf das Veka-System bieten sie den Partnern bei einfacher Verarbeitung sehr gute Differenzierungsmöglichkeiten für das eigene Angebot. Darüber hinaus wurden weitere Automationslösungen von Texino präsentiert, die problemlos in Smarthome-Systeme eingebunden werden können.

In diesem Zusammenhang weist Andreas Hartleif, Vorstandsvorsitzender der Laumann Gruppe und der Veka AG, darauf hin: „Auch gute und durchdachte Automatisierungslösungen brauchen oft länger, bis sie im Markt ankommen, selbst wenn sie technisch schnell umsetzbar sind.“

### Digitale Lösungen und Effizienzsteigerung

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Digitalisierung. Mit der Digital Building Solutions



Lösungen für verschiedene internationale Märkte waren ein fester Bestandteil des Messeauftritts. Foto: bauelemente bau

(DBS) bietet Veka Lösungen zur optimierten Planung und Materialdisposition für die Schiebesysteme VekaMotion 82 und VekaMove 76. Die Software WinDoPlan, über die DBS entwickelt, ermöglicht eine projektbezogene, verschnittoptimierte Berechnung von Profilen über mehrere Schiebeelemente hinweg. Ziel ist es, Verschnitt zu reduzieren und den Materialeinsatz effizienter zu gestalten.

### Nachhaltigkeit und Recycling im Fokus

Auch das Thema Nachhaltigkeit war zentraler Bestandteil des Messeauftritts. Veka setzt auf einen möglichst hohen Anteil an Recyclingmaterial bereits in der Produktion und verfolgt dieses Ziel konsequent.

Gleichzeitig wurde deutlich, dass im Markt weiterhin Aufklärungsbedarf besteht. Insbesondere die Rückführung ausgebaute Fenster spielt eine entscheidende Rolle, um die verfügbaren Recyclingmengen langfristig zu steigern, Ressourcen zu schonen und die Akzeptanz des Werkstoffs weiter zu erhöhen. Mit zunehmender Sanierung älterer Gebäude wird hier künftig ein steigendes Potenzial erwartet.

### Internationale Märkte im Blick

Neben den Produktthemen spielte auch die internationale Ausrichtung eine wichtige Rolle auf dem Messestand. In einem eigenen Bereich präsentierte Veka Systeme und Lösungen für unterschiedliche regionale Anforderungen und Marktgegebenheiten.

Dabei wurde deutlich, dass sich Anforderungen an Fenster- und Türsysteme sowie Schichtschutzsysteme je nach Region teils deutlich unterscheiden – etwa in Bezug auf Design, Funktionalität oder regulatorische Vorgaben. Entsprechend setzt Veka auf eine differenzierte Systemstrategie, die sowohl

standardisierte Plattformen als auch spezifische Anpassungen für einzelne Märkte ermöglicht. „Diese Herangehensweise spiegelt für mich unser Messemotto ‚Stark im Profil. Stärker mit System‘ in optimaler Weise wider“, kommentiert Post.

Insbesondere für Märkte in Ost- und Südeuropa gewinnen dabei Lösungen rund um Hebe-Schiebetüren und entsprechende Systemerweiterungen weiter an Bedeutung. Gleichzeitig zeigte sich, dass Themen wie Oberflächen, Farben und Designtrends zunehmend international geprägt sind und sich gegenseitig beeinflussen.

### Gelebte Partnerschaft

Für Aufmerksamkeit auf der Messe sorgten auch die Auftritte von Markenbotschafter Holger, der als „Fenster-Philosoph“ Teil der Markenkampagne ist. Seit ihrem Start 2025 hat die Kampagne eine hohe Reichweite erzielt und trägt zur Sichtbarkeit von Kunststoff-Fenstern aus Veka-Profilen bei. Sie ist Teil eines umfassenden Unterstützungspakets, das Veka seinen Kunden anbietet.

„Partnerschaft bedeutet für uns, nicht nur die positiven Entwicklungen herauszustellen, sondern auch Herausforderungen transparent und fair anzusprechen“, erklärt Vertriebsleiter Dennis Decker. Die enge Zusammenarbeit zeigte sich nicht zuletzt in den offenen Gesprächen auf der Messe über die aktuellen Herausforderungen der Branche. Dabei sieht sich Veka insgesamt in seinem Kurs bestätigt. Dies belegen die vielen positiven Rückmeldungen rund um die Messepräsentation. ■

[www.veka.de](http://www.veka.de)



Im Kreislauf gedacht: Veka setzt konsequent auf Recyclingmaterial und zeigt, wie Nachhaltigkeit in der Praxis funktioniert.

Foto: bauelemente bau