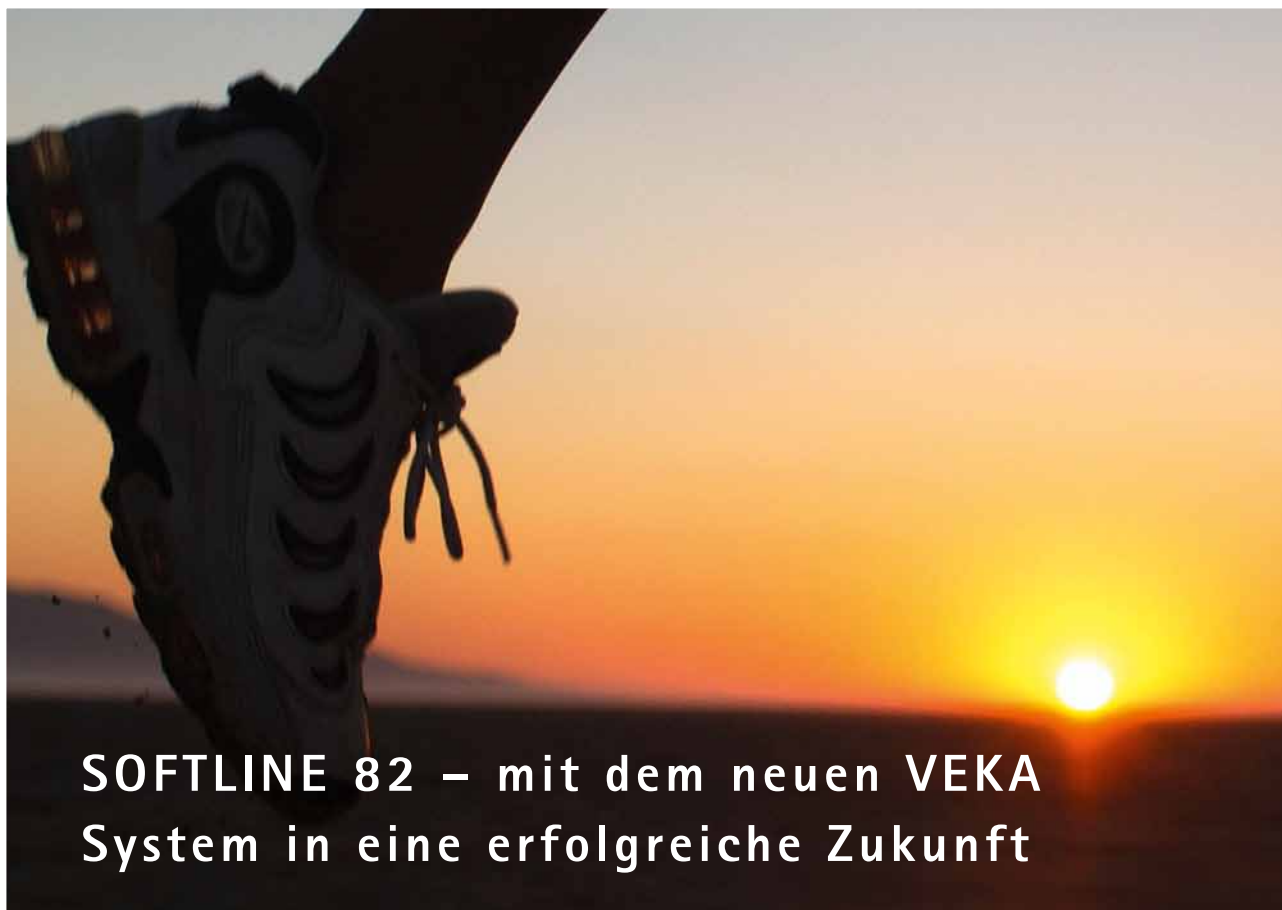
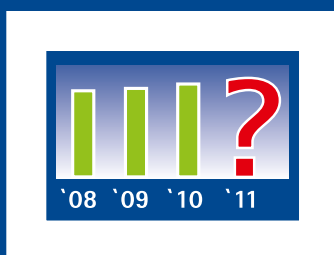


# VEKA VISION

Das VEKA Kunden-Magazin



**SOFTLINE 82 – mit dem neuen VEKA System in eine erfolgreiche Zukunft**



**VEKA Partnerseminare: Mit neuem Bonussystem**

**Prognose 2011: Der deutsche Fenstermarkt**

**Neu gewählt: Andreas Hartleif Verbandspräsident**



**Das Qualitätsprofil**  
★★★★★★



Liebe Leser,

wie zu Beginn eines jeden Jahres beschäftigt uns alle die Frage, was uns die nächsten Monate bringen werden. Wenn diese Ausgabe der VEKAVISION erscheint, ist für uns bei VEKA ein wichtiges Zukunftsprojekt bereits Wirklichkeit geworden: die Markteinführung von SOFTLINE 82.

Mit dem neuen System haben wir die Weichen für die VEKA Systemwelt von morgen gestellt: Ob es um die steigenden energetischen Anforderungen der EnEV geht, um die wachsende statische Beanspruchung der Profile durch größere und schwerere Elemente oder um die Notwendigkeit, Fertigungsprozesse wirtschaftlicher zu gestalten – SOFTLINE 82 ist mit zahlreichen innovativen Details bestens auf die Anforderungen der nächsten Jahre vorbereitet.

In dieser Ausgabe stellen wir auch die Frage, wie sich der Fenstermarkt 2011 entwickeln wird (Seite 7). Marktforscher, Branchenvertreter und VEKA Partner geben unterschiedliche Antworten, die aber alle eine zuversichtliche Grundhaltung verbindet. Werner H. Reinhardt, Unternehmensberater und Dozent bei den aktuellen VEKA Partnerseminaren, stellt sehr zu Recht heraus, dass die Marktentwicklung bei Weitem nicht der einzige Faktor für den Erfolg der Fensterhersteller ist (Seite 6). Er spricht von einer „Qualitätsherausforderung“ und meint damit, dass in Zukunft neben der selbstverständlichen Produktqualität Service- und Dienstleistungen immer wichtiger werden. Das entspricht voll und ganz dem erweiterten, umfassenden Qualitätsverständnis, das wir bei VEKA pflegen.

Wir unterstützen Sie als VEKA Partner dabei, in diesem Wettbewerb erfolgreich zu sein – z. B. mit den Werbe- und Marketingmaßnahmen, die die Markteinführung des neuen Systems SOFTLINE 82 begleiten. Darüber hinaus haben Sie mit Weiterbildungsangeboten wie den VEKA Partnerseminaren die besten Chancen, Ihre Zukunft erfolgreich zu gestalten.

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Ihr

Bonifatius Eichwald

# SOFTLINE 82

## ENTWICKLUNG IM DIALOG

In der aktuellen Ausgabe der VEKAVISION steht SOFTLINE 82 im Mittelpunkt. Denn in diesen Tagen werden die ersten Profile des neuen Systems ausgeliefert. Mit SOFTLINE 82 präsentiert VEKA die überzeugende Lösung für alle Anforderungen, die aktuell den Fenstermarkt bewegen. Das System ist im engen Dialog mit den Kunden entstanden.

Auf der Nürnberger fensterbau/frontale im März 2010 wurden bereits erste Studien vorgestellt. Dem großen Interesse der Fachwelt folgte im Anschluss an die Messe ein intensiver Dialog zwischen den Kunden und Entwicklern der VEKA AG über die Details des zukünftigen Systems. So konnten die Wünsche und wertvollen Anregungen aus der Praxis, vor allem im Hinblick auf Verarbeitung und Vertrieb, in die weitere Entwicklung einfließen. Das Ergebnis ist ein System, das in besonderer Weise auf die aktuelle und zukünftige Marktsituation und die Anforderungen der Fensterbranche abgestimmt ist.

Das zeigt sich nicht nur an zahlreichen innovativen Details, die in die Konstruktion eingeflossen sind, sondern auch an der groß angelegten Systemtiefe: SOFTLINE 82 ist von vornherein als umfassendes Komplettsystem konzipiert. Bereits im Sommer werden über 40 Geometrien für größtmögliche Gestaltungsfreiheit verfügbar sein – von Standardrahmen und -flügeln in verschiedenen Ansichtsbreiten über Stulpkonstruktionen und Kopplungen bis zum Haustürprofil. Und selbstverständlich erfüllen alle Profile des Systems die höchsten Qualitätsanforderungen der RAL-Klasse A.

### Für die Anforderungen der Zukunft

Fenstersysteme müssen in Zukunft vor allem zwei großen Trends Rechnung tragen: Einerseits verlangen schwere Dreifachverglasungen und immer größere Elemente besonders stabile Profilkonstruktionen, andererseits werden sich die Vorgaben des Wärmeschutzes weiterhin verschärfen. Für diese beiden Herausforderungen ist SOFTLINE 82 bestens gerüstet.

Auch mittelfristig wird SOFTLINE 82 allen Anforderungen gerecht werden. Denn das System stellt die Basis für alle weiteren Entwicklungen dar. Wer jetzt seine Fensterfertigung auf SOFTLINE 82 umstellt, braucht also auch auf lange Sicht keine großen Anpassungen seiner Produktionsanlagen vorzunehmen. Denn die Grundmaße der Geometrien werden sich auch bei künftigen Weiterentwicklungen nicht ändern. Dass die einmalige Umstellung auf das VEKA Zukunftssystem mit

möglichst geringem Aufwand zu bewerkstelligen ist, stand bei der Konstruktion von Anfang an im Vordergrund.

### Energieeffizienz im System

SOFTLINE 82 ist mit seiner speziellen Mehrkammer-Geometrie und vielen weiteren Details bereits heute auf zukünftige Energiestandards eingestellt. Die Vorgaben der aktuell gültigen EnEV lassen sich bereits mit herkömmlichen 2-fach-Verglasungen erfüllen.  $U_f$ -Werte von bis zu  $1,0 \text{ W}/(\text{m}^2\text{K})$  ermöglichen es, mit SOFTLINE 82 Fensterelemente mit  $U_w$ -Werten von bis zu  $0,67 \text{ W}/(\text{m}^2\text{K})$  zu realisieren. Damit sind die aktuellen gesetzlichen Auflagen ebenso abgedeckt wie die kommenden der EnEV 2012.

Die Temperaturverläufe innerhalb der Profilkonstruktion wurden zur Vermeidung von Schimmelpilz- und Kondensatbildung auf der Profil-Innenseite optimiert. Der hohe Glaseinstand von 25 mm sorgt für einen optimalen Isothermenverlauf im Bereich des Scheibenrandverbundes.

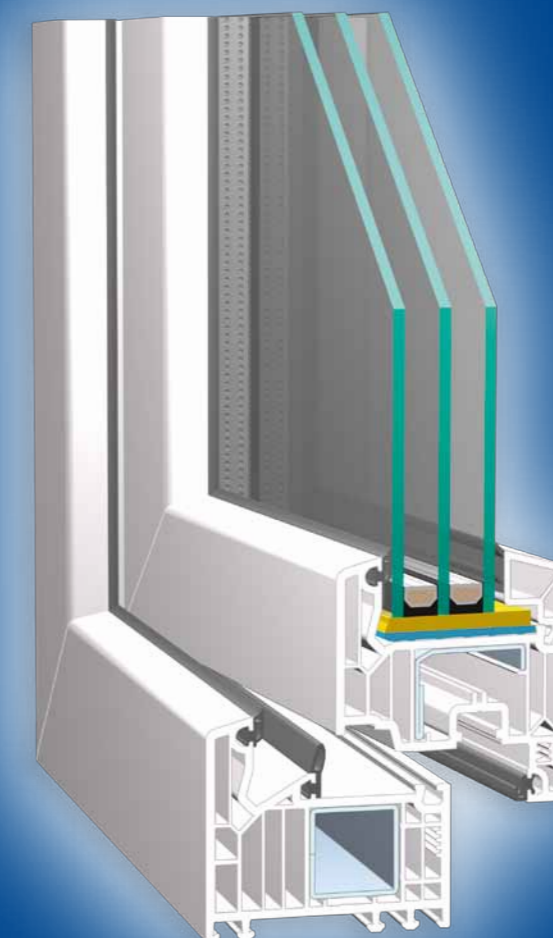


SOFTLINE 82 ist auferstklassige Wärmedämmung beim Einsatz zuverlässiger Stahlverstärkungen ausgelegt. Als VEKA Partner können Sie so Fenster mit hervorragenden Energiespar-Eigenschaften auf bewährte Art und Weise fertigen.

# SOFTLINE 82

## auf einen Blick

- **82 mm Basis-Bautiefe**  
von Rahmen und Flügel, dadurch universell einsetzbar für Neubau und Renovierung
- **Wärmedämmung**  
Innovative Mehrkammer-Geometrie ermöglicht Dämmwerte von bis zu  $U_f = 1,0 \text{ W}/(\text{m}^2\text{K})$  mit konventionellen Stahlverstärkungen
- **Dichtungssystem**  
3 Dichtungsebenen halten zuverlässig Lärm, Kälte, Feuchtigkeit und Zugluft ab
- **Verglasungen**  
Glasdicke von 24 mm bis 52 mm möglich
- **Tiefer Glaseinstand**  
Glaseinstand von 25 mm reduziert Wärmebrücken



- **Wanddicke**  
VEKA Qualität: RAL-Klasse A
- **Mittelfalz**  
Energetisch optimierte Falzauslegung im Mittelbereich
- **Bewährte Stahlverstärkungen**  
Alternativ zur Stahlverstärkung der 70-mm-AD-Systeme gleiche Verstärkungen in Rahmen und Flügel einsetzbar (U-Profile)
- **Klassisches SOFTLINE Design**  
Die elegante Form mit den leicht abgerundeten Kanten für besonders geringe Ansichtsbreiten
- **Beschläge nach DIN 18357**  
Güte- und systemgeprüfte Beschläge aller namhaften Hersteller sind einsetzbar
- **Kompatibilität**  
Kompatibel mit den Anschlussprofilen der 70-mm-Plattform

## SOFTLINE 82: WERBEUNTERSTÜTZUNG VOR ORT

Die Markteinführung von SOFTLINE 82 wird selbstverständlich von einer flankierenden Werbe- und Marketingkampagne begleitet, z. B. von Anzeigen in der Fachpresse, Bannerwerbung im Internet und der eigenen Microsite unter [www.softline82.de](http://www.softline82.de) mit allen Informationen rund um das neue System.

Unser Hauptaugenmerk liegt aber darauf, Sie, die VEKA Partner, mit einer Vielzahl von professionellen Werbemedien bei der Vermarktung von Fenstern aus dem System SOFTLINE 82 zu unterstützen.



In Kürze stehen folgende Medien für Sie zur Verfügung:

- Ein 6-seitiger **Systemprospekt für Endverbraucher** (DIN A4), der in Gestaltung und Ansprache perfekt auf die Zielgruppe abgestimmt ist. Die Vorstellung der technischen Details ist auf das Wesentliche reduziert, der Nutzen aus Endverbrauersicht wird deutlich herausgestellt und die Bildwelt mit Wohn- und Familienmotiven spricht die Leser auch auf der emotionalen Ebene an.
- Für Ihre Ausstellungs- und Verkaufsräume gibt es **Roll-ups** mit zwei unterschiedlichen Motiven und erstmals für ein neues VEKA System auch bedruckte **Indoor-Stoffbanner**, die an Wand oder Decke befestigt werden. Poster mit einem Foto vom System und einem Familienmotiv runden das Angebot für Ihren Showroom ab.
- Für den Außeneinsatz können Sie auf ein wetterfestes **Baustellenbanner** mit SOFTLINE 82 Motiv zurückgreifen.
- Ihre Werbung in der Lokalpresse oder Ihre Direktwerbung unterstützen wir mit einer **CD-ROM**, die Daten für alle wichtigen Werbeformen enthält: **Anzeigenvorlagen** in verschiedenen Formaten und mit verschiedenen Motiven, **PR-Berichte** zum neuen System, vorformulierte **Anschreiben** für Direktmailing-Aktionen sowie **Bilddaten** zum Profil.

- Auf einer zweiten CD-ROM findet sich der **SOFTLINE 82 Produktfilm**, der in animierter Form die Vorteile des Systems präsentiert. Dieser eignet sich auch hervorragend zur Präsentation in Ihren Ausstellungsräumen oder in Verkaufsgesprächen.

Alle Werbemittel sind so konzipiert, dass die vielfältigen Vorteile von SOFTLINE 82 in überzeugender und gleichzeitig auch emotionaler Form den Endkunden nahe gebracht werden. Funktion und Nutzen des Systems vor allem im Hinblick auf die Anforderungen an Wärmedämmung und Energieeinsparung lassen sich damit hervorragend in Richtung Verbraucher kommunizieren.

Mehr Informationen über die unterstützenden Werbemaßnahmen und über deren optimale Umsetzung erhalten Sie bei Ihrem VEKA Marketing-Team unter Tel. 02526 29-4420.

### VEKA Partner-Aktion 2011

Auch bei der jährlichen VEKA Partner-Aktion wird in diesem Jahr SOFTLINE 82 im Mittelpunkt stehen. Die Werbemaßnahmen werden erstmals im Rahmen der TEC-Tagungen gezeigt, die ab 10. März 2011 stattfinden. Gleichzeitig geht wie gewohnt ein ausführliches Informationsschreiben an alle VEKA Partner. Darin werden die Maßnahmen der VEKA Partner-Aktion vorgestellt sowie die organisatorischen Details rund um die Teilnahme.



## VEKA PARTNERSEMINARE: ERFOLGREICH DURCH WEITERBILDUNG

Die VEKA Partnerseminare sind ein wichtiger und beliebter Bestandteil der vielfältigen Unterstützung für VEKA Partner. Die qualitativ hochwertigen Weiterbildungsangebote helfen, Kompetenz im Unternehmen auf- und auszubauen und erfolgreicher im Wettbewerb zu sein. Das Themenangebot ist wieder weit gefächert und umfasst in der aktuellen Saison die Bereiche Unternehmensnachfolge, Vertrieb und Marketing sowie Technik. Seminare wie „Erfolgreicher Vertrieb 2011“ oder „Beraten und Verkaufen mit der EnEV“ greifen dabei topaktuelle Themen auf.

Das ausführliche Seminarprogramm mit Seminaren zu 18 verschiedenen Themen und allen Terminen und Veranstaltungsorten wurde bereits Ende 2010 versandt. Hier möchten wir Sie noch auf kurzfristige Terminänderungen sowie unser neues Bonussystem aufmerksam machen.

### Punkte sammeln für attraktive Prämien!

Zum Stichtag 1. Januar 2011 haben wir das neue Bonussystem für die VEKA Partnerseminare eingeführt. Jede Anmeldung zählt pro Seminartag und Teilnehmer 5 Punkte auf dem Bonuskonto. Das Sammeln lohnt sich, denn je nach Punktestand winken attraktive Prämien für Sie und Ihre Mitarbeiter:

Punkte	Prämien
Für 20 Punkte	Ein Flipchart für Ihren Besprechungsraum
Für 30 Punkte	Ein kostenloses eintägiges Seminar im Wert von 150 Euro für einen Mitarbeiter
Für 50 Punkte	Ein Mitarbeiterfrühstück im Wert von 250 Euro
Für 80 Punkte	Sponsoring eines Firmenevents, z. B. eines Grillfestes im Wert von 500 Euro

Die Punkte sind 2 Jahre lang gültig und können entsprechend eingelöst werden.

### Neue Termine – auch kurzfristig noch Anmeldungen möglich!

Das Seminar „**Erfolgreicher Vertrieb 2011**“ in Sendenhorst (Nr. 17a), das ursprünglich für den 14. Januar 2011 angekündigt war, ist auf den **25. Februar** verschoben worden. Wer noch Interesse an einer Teilnahme hat, kann sich kurzfristig anmelden, es sind noch Plätze frei. In dem Seminar wird analysiert, wo der Markt nach den von Konjunkturprogrammen und Fördermitteln geprägten Jahren 2009 und 2010 steht und welche Perspektiven sich für 2011 und die Folgejahre ergeben. Der Referent Werner H. Reinhardt vermittelt Strategien, wie man unter den Rahmenbedingungen aus Verbrauchertrends, Ökonomie, Ökologie und Verordnungen erfolgreiche Vertriebsarbeit gestaltet.

Ebenfalls verlegt wurde das Seminar „**Regionales Marketing**“ (Nr. 18b), das nun für den **22. Februar 2011** terminiert wurde. Auch hier sind noch kurzfristige Anmeldungen möglich.



Darüber hinaus wurde der Anmeldeschluss für die beiden mehrteiligen Seminarreihen „**Ausbildung zum Verkaufsprofi für Fenster und Haustüren**“ und „**Ausbildung für Unternehmensnachfolger**“ bis zum **25. Februar 2011** verlängert. Bei Interesse melden Sie sich bitte in den nächsten Tagen an.

Für Ihre Anmeldung zu diesen sowie allen anderen Seminaren – es gibt noch Restplätze – nutzen Sie bitte einfach das beiliegende Fax-Formular!

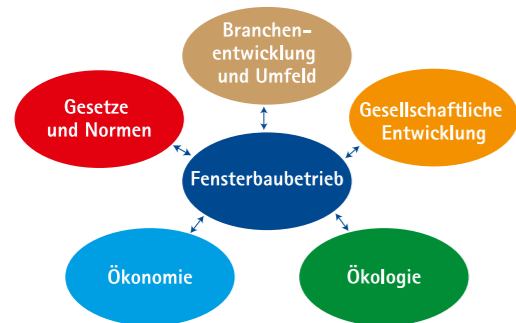
# GASTBEITRAG:

## ERFOLGREICHER VERTRIEB VON FENSTERN UND HAUSTÜREN 2011 UND DARÜBER HINAUS

Werner H. Reinhardt berät seit 1997 Unternehmen im Bereich Kundenbeziehungsmanagement und optimiert Abläufe und Verhalten in Marketing, Verkauf und Service. In diesem Gastbeitrag umreißt er die Inhalte des gleichnamigen VEKA Partnerseminars, das am 25. Februar 2011 in Sendenhorst stattfindet.

Jeder Unternehmer und alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt sollten informiert sein, mit welchen Auswirkungen der EnEV 2009, der KfW-Förderprogramme und sonstiger verkaufsfördernder Einflussfaktoren jedes Unternehmen seine eigene Unternehmenskonjunktur gestalten kann.

### Äußere Einflussfaktoren für den Unternehmenserfolg



Dabei werden auch langfristig die energetische Gebäudesanierung und -renovierung für die meisten Fensterbauunternehmen die maßgebliche Rolle spielen. Denn 75 % des gesamtdeutschen Baubestandes wurden vor der 1. Wärmeschutzverordnung 1979 errichtet und werden als wesentliche Quelle zur Erreichung der herausfordernden Ziele der Bundesregierung und zu ihrem „Energiekonzept für eine umweltschonende, zuverlässige und bezahlbare Energieversorgung“ vom 28. September 2010 angesprochen.

Die Sparzwänge von Kommunen, Ländern und Bund lassen auf der anderen Seite vergleichbare Konjunkturspritzen wie im Rahmen der Weltwirtschafts- und Finanzkrise 2008/2009 in den kommenden Jahren nicht erwarten.

Wie können Sie als Unternehmen die Kaufbarrieren der Kunden überwinden, die in erster Linie in einem

- Low-Interest-Produkt mit hohem finanziellen Aufwand,
- Überforderung in der Produkt- und Lieferantenauswahl und
- großen Ängsten vor dem Umgang mit Handwerkern und der Renovierung (Staub, Lärm, Dreck, Abwicklung) bestehen?

Bei diesen Kaufbarrieren wird ersichtlich, dass die Fensterbaubranche keine Innovationsherausforderung, sondern eine Qualitätsherausforderung hat, die sich auf fast allen Ebenen des Unternehmensablaufs wiederfindet. Die latent vorhandenen Bedürfnisse der Hauseigentümer in einem Zukunftsmarkt „Sanierung/Renovierung/Modernisierung“ müssen noch stärker geweckt werden und sich gegenüber Alternativangeboten (z. B. Fernreisen, neue Technologien, Kleidung, Freizeitaktivitäten) durchsetzen.

Dabei erwarten auch Ihre Händlerkunden immer stärker – und zu Recht – Ihre aktive Unterstützung. Dieser Wettbewerb wird in Zukunft viel weniger über die eigentliche „Produktqualität“, die als selbstverständlich vorausgesetzt wird, sondern überwiegend im Bereich der Service- und Dienstleistungen geführt werden. Damit nutzen Sie die Chance, sich von einem primär handwerklich ausgerichteten Unternehmen zu einem Dienstleistungsunternehmen weiterzuentwickeln.

Ihr unternehmensindividuelles Dienstleistungspaket wird dem Kunden emotional und überzeugend präsentiert und vermittelt ihm einen einzigartigen, starken Nutzen. Das baut Vertrauen und Sicherheit auf. Allen Mitarbeitern mit Kundenkontakt (Verkäufer, Monteure, Kundendienst, Innendienst) fällt dabei eine besondere Bedeutung zu. In erster Linie sorgen sie auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette für eine hohe Kundenzufriedenheit, so dass der Weiterempfehlung durch die Kunden nichts mehr im Wege steht.

Im Rahmen der VEKA Partnerseminare 2011 werden wir uns intensiv mit diesen Herausforderungen für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung 2011 und darüber hinaus beschäftigen. Damit auch Sie in eine erfolgreiche und ertragreiche Zukunft blicken können.

Werner H. Reinhardt

# PROGNOSE 2011:

## WIE ENTWICKELT SICH DER FENSTERMARKT?

Die vier führenden Branchenverbände für Fenster, Türen und Fassaden haben Ende 2010 vom Marktforschungsinstitut Heinze eine Studie durchführen lassen. Neben der aktuellen Marktsituation richtet sie auch den Blick auf die nähere Zukunft. Im Nachgang der allgemeinen Wirtschaftskrise im Jahr 2009 konnte der deutsche Fenstermarkt trotz der schwachen Gesamtkonjunktur eine äußerst positive Entwicklung verzeichnen. Die Branche profitierte von einer Sonderkonjunktur durch die Förderung der energetischen Sanierung, besonders im Rahmen der Konjunkturpakete der Bundesregierung.

Für 2011 sagt die Studie voraus, dass die Anzahl der verkauften Fenstereinheiten wieder leicht zurückgehen wird, von geschätzten 12,6 Mio. (2010) auf 12,5 Mio. Als eine Ursache werden die fehlenden öffentlichen Aufträge nach Auslaufen der Maßnahmen im Rahmen des Konjunkturpaketes II genannt. Der erwartete Rückgang im Modernisierungsmarkt soll allerdings durch ein leichtes Wachstum im wieder anziehenden Neubaubereich abgefangen werden.



Wichtige Impulse gehen auch von den Fördergeldern aus, die die KfW für die energetische Gebäudesanierung zur Verfügung stellt. Ulrich Tschorn, Geschäftsführer des Verbandes Fenster + Fassade (VFF), weist ihnen eine Schlüsselrolle mit Signalwirkung für die Verbraucher zu: „Nach der ursprünglichen Kürzung der KfW-Gelder auf 435 Mio. Euro ist die erneute Aufstockung um 500 Mio. auf 935 Mio. Euro für 2011 ein Schritt in die richtige Richtung und hilft der gesamten Bauwirtschaft. Nur durch eine Verstetigung der Fördermittel können die CO<sub>2</sub>-Ziele der Bundesregierung überhaupt erreicht werden. Besonders dem Endverbraucher muss bewusst werden: „Neue Fenster sparen Geld!“

Gerald Feigenbutz, Geschäftsführer des Qualitätsverbands Kunststoffherzeugnisse e. V. (OKE), stellt die Qualität in den Mittelpunkt und appelliert an die Branche:



„Ungeachtet der Prognosen ist es der richtige Weg, die Vorteile energieeffizienter Kunststofffenster in der Öffentlichkeit herauszustellen und entsprechend aktiv zu bewerben und nicht allein auf finanzielle Anreize aus der Politik zu hoffen. Qualität, Leistung und Kundenzufriedenheit sind elementar für den Markterfolg.“

Ergänzend zu den Verbänden gaben auch Fensterhersteller ihre Einschätzung für 2011 ab, so z. B. Dr. Frank Walter und Gerd Walter, Geschäftsführer und Inhaber von Walter Fenster + Türen, Kassel: „Wir werden es 2011 mit einem schwächeren Volumen im Durchschnitt zu tun bekommen. Beim Blick in die Glaskugel kann man von einem Minus um 5 % der Menge durchaus ausgehen. Dabei wird es aber geographisch unterschiedliche Ausprägungen geben. Das Thema Energieeffizienz wird unser Produkt auf weiterhin gutem Niveau tragen. Firmenkonzukturen sind Treiber. Wir müssen schauen, dass die Politik das Fenster weiter im Fokus behält.“

Bernhard Helbing, geschäftsführender Gesellschafter der TMP Fenster + Türen GmbH, prognostiziert optimistisch: „Ich erwarte Wachstum. Vor allem in Anbetracht der Tatsache, dass wir alle gemeinsam Verantwortung für unsere Zukunft tragen. Deshalb gehe ich davon aus, dass der Bauherr, egal welcher Zielgruppe er zuzurechnen ist, immer mehr nach qualitativ hochwertigen Produkten greift.“

Denn die Zukunft gehört dem nachhaltigen Wirtschaften. Unsere Fenster stehen für Nachhaltigkeit, nicht nur durch Energieeinsparung, sondern auch durch den möglichen Energiezugewinn.“



# WEIHNACHTSSPENDE 2010: HILFE FÜR SOZIAL BENACHTEILIGTE, KRANKE UND KINDER

Es ist bei der VEKA AG gute Tradition, zu Weihnachten karitative Einrichtungen und Initiativen mit einer Spende zu bedenken. Auch 2010 wurden wieder Vorschläge aus den Reihen der Mitarbeiter und von VEKA Partnern berücksichtigt.



Unterstützt wurden zahlreiche Projekte für sozial benachteiligte und kranke Menschen. Wie schon in den vergangenen Jahren standen dabei Aktionen für Kinder im Mittelpunkt.

Die Spenden gingen an lokale Projekte, eine Grundschule in Tansania und Projekte, die auf Anregung von VEKA Partnern hin unterstützt wurden. Dazu zählte z. B. der Förderverein für krebskranke Kinder Tübingen, der sich für den Aufbau eines Eltern-Hauses engagiert.

Thomas Burghardt (links) von der Fa. Schlotterer rollcom.de und VEKA Außendienstmitarbeiter Thomas Fischer übergeben die Weihnachtsspende an die Vertreter des Fördervereins für krebskranke Kinder Tübingen. Der VEKA Partner unterstützt den Verein schon länger, VEKA beteiligte sich mit dieser Spende an der guten Sache.

## VORSITZ ÜBERNOMMEN ANDREAS HARTLEIF NEUER PRÄSIDENT DER EPPA

Der VEKA Vorstandsvorsitzende Andreas Hartleif ist Ende letzten Jahres zum neuen Präsidenten der „European PVC Window Profile and related building products Association“ (EPPA) – des Industrieverbandes der europäischen PVC-Fensterprofilhersteller – gewählt worden. Der Verband vertritt auf europäischer Ebene die Interessen der Branche. Schwerpunkte seiner Tätigkeit als Präsident sieht Andreas Hartleif u. a. in der europaweiten Harmonisierung von Qualitäts- und Prüfstandards für Fensterprofile aus PVC: „Hier müssen wir im Sinne der Branche für eine Vereinheitlichung und eine gegenseitige Anerkennung von nationalen Prüfungen und Zertifikaten sorgen.“



Darüber hinaus wird Andreas Hartleif das Engagement des Verbands für die Schaffung von nationalen und europäischen Konjunkturprogrammen zur Gebäudesanierung fortführen. Zu den Zielen zählt auch, eine breitere Akzeptanz von Fenstern und Fensterprofilen aus PVC herzustellen. „Unsere Produkte leisten länderübergreifend einen wertvollen Beitrag zur energetischen Sanierung von Gebäuden und damit auch zur nachhaltigen Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen. Wir müssen es uns zur Aufgabe machen, diese positiven Eigenschaften

offensiv nach außen zu kommunizieren und in die breite Öffentlichkeit zu tragen“, so Andreas Hartleif in seinem Statement zum Amtsantritt.