

## IM INTERVIEW MIT HELMUT HILZINGER

# Ein Fenster ist mehr als Glas und Rahmen!

Die anstehende FENSTERBAU bietet diese Möglichkeit, sich ganz umfassend und doch konzentriert in den Messehallen umzusehen. Wir haben den geschäftsführenden Gesellschafter Helmut Hilzinger auf dem Partnertag des Unternehmens Anfang März getroffen und ihn danach gefragt, welche Investitionsentscheidungen anstehen und welche Entwicklungen auf der Messe einen besonderen Blick verdienen.

**GLASWELT** – Herr Hilzinger, die FENSTERBAU steht vor der Tür – welche Entwicklungen und Innovationen klingen für Sie besonders spannend?

**Helmut Hilzinger** – Die Entwicklung von Lösungen im Bereich „Wohnen im Alter“, schwellenlose Übergänge, schaltbares Glas, Absturzsicherung, Elektrifizierung, Home Control sowie Farbe und Design finde ich sehr spannend. Wir müssen jedoch aufpassen, dass wir unsere Profile nicht überfordern. Leider sind mit vielen neuen Entwicklungen und Trends auch höhere Gewichte und stärkere Ausdehnungen aufgrund höherer Temperaturen verbunden. Ob Kunststoff, Holz oder Aluminium: Jeder Werkstoff stößt hier inzwischen an die Grenzen bezüglich Statik und Ausdehnung. Entwicklungen der Systemhäuser und Zulieferer müssen dies in ihren Lösungen berücksichtigen.

**GLASWELT** – Der Slogan Ihres Erfolgsvideos vor einigen Jahren hieß „Ist es wirklich nur ein Fenster?“ – hat es die Branche verstanden, mehr aus einem Fenster zu machen?

**Hilzinger** – Die Branche weiß, dass ein Fenster mehr ist als Glas und Rahmen. Ich glaube dieses Bewusstsein ist in den letzten Jahren in den Vordergrund gerückt. Viele meiner Branchenkollegen arbeiten an Konzepten und Lösungen, um die Mehrwertstrategie umzusetzen. Der einzelne Verkäufer/Berater, Fachhändler kann das steuern im Beratungsgespräch. Hier trennt sich auch die „Spreu vom Weizen“. Meiner Meinung nach müssen die Verkäufer noch qualifizierter ausgebildet werden. Speziell im Schulungs- und Fortbildungsbereich sollte verstärkt investiert werden, begleitet von regionalen Imagekampagnen durch die einzelnen Betriebe. Übergeordnet sollte der Verband tätig werden, was er ja bereits heute schon an vielen Stellen erfolgreich tut.

**GLASWELT** – Im Beschlagsthema gibt es einige Neuerungen, die auch auf der FRONTALE prä-

sentiert werden – beispielsweise die Lüftungstechnik oder die barrierefreie Schwelle. Welche Themen werden Sie als Fensterbauer besonders gut vermarkten können?

**Hilzinger** – Die barrierefreie Schwelle macht für mich Sinn und lässt sich auch gut vermarkten. Zum einen wirkt das Thema Inklusion hierbei unterstützend, zum anderen die Normen und Landesbauordnungen, die schon seit einiger Zeit „schwellenlose Übergänge“ fordern. Wir stellen jedoch häufig fest, dass „schwellenlos“ falsch interpretiert wird. 20 mm ist nicht schwellenlos. Formulierungen wie „... wenn baustrukturell nicht anders möglich sind Ausnahmen möglich ...“ sind hier zur eindeutigen Auslegung nicht förderlich. In der technischen Planung ist es unabdingbar, dass schwellenlose Übergänge und die entsprechende Schwellentechnik gezielt geplant und ausgeschrieben werden. Der Verkauf und die Technik in der Fensterbranche haben hier ggf. auch eine gewisse Aufklärungspflicht.

**GLASWELT** – Unternehmen klagen allorten über zu wenig Montagekapazität. Können Sie das für Ihre Fachhändler bestätigen? Werden Sie Ihre Kunden in diesem Punkt unterstützen?

**Hilzinger** – Ganz klar ja. Wir bieten Montageschulungen an und auch unser Partnertag beinhaltet viele Schulungspunkte zum Thema Befestigung, Abdichtung, Arbeitshilfen. Über unsere Plattform hilzinger24 entwickeln und verkaufen wir an den Fachhandel Montagematerial, seit neuestem gibt es auch die hilzinger Eigenmarke mit einem attraktiven Angebot an Dichtbändern und Folien. Montage ist bei uns durch das Objektgeschäft ein zentraler Punkt, an dem wir ständig weiterentwickeln und arbeiten. Die Lösungen und Kenntnisse versuchen wir 1:1 an unsere Fachhändler weiterzuvermitteln. Speziell dieser letzte Punkt soll weiter ausgebaut werden. Konzepte dazu sind gerade in der Umsetzung. Mit dazu gehört auch die Dokumentation und Digitalisierung.



Foto: Hilzinger

**Helmut Hilzinger ist seit 1976 Chef der Unternehmensgruppe, die heute ein echter Vollsortimenter ist.**

Damit meine ich z.B. die Detailplanung auf Basis von CAD-Zeichnungen. Es ist hilfreich und dient zur Fehlerreduzierung, wenn Detailanschlüsse besprochen, gezeichnet und freigegeben werden.

**GLASWELT** – Bei Ihnen fand aktuell Ihr Partnertag mit fast 200 Kunden statt und Sie haben das Ohr nah an Ihrem Händlerkunden – wo drückt der Schuh bei Ihren Fachhändlern?

**Hilzinger** – Schulung. Schulung. Schulung. Fachkräfte. Fachkräfte. Die Veränderungen und Neuerungen sind kaum mehr überschaubar. Zumindest nicht für den Fachhändler, der in das operative Tagesgeschäft involviert ist. Es bedarf eines extremen Schulungsaufwandes, um das Wissen in Theorie und Praxis für den Verkauf, die Technik und die Montage zu vermitteln. Es ist enorm, was inzwischen verlangt wird. Und das Schlimmste: Häufig ist es so, dass die Baubranche nicht an einem Strang zieht. Es gibt leider zu Genüge „Schwarze Schafe“, die nichts anderes zu tun haben und gezielt nach Fehlern suchen. Das führt zur Verunsicherung. Wir haben Fachhändler in der Kundschaft, die bereits heute Neubauten ablehnen. Zum einen weil die aufwendigen Leistungsverzeichnisse bespickt sind mit Normen, die kaum einer vollständig lesen und verstehen kann und zum anderen, weil im Neubausektor leider sehr häufig am Ende nur der Preis zählt und „Äpfel nicht mit Äpfeln“ verglichen werden. Von 10 LVs können Sie 7 nicht kalkulieren, weil Dinge unklar sind. Beispiel: In der Ausschreibung steht „RC2“, die ausschreibende Stelle möchte aber nur Fenster mit „Sicherheitsbeschlägen“ ohne P4A Glas und ohne RC2-Prüfzeugnis. Wie soll hier ein Fachhändler mit gutem Gefühl anbieten und ausführen.

**GLASWELT** – Herr Hilzinger, vielen Dank für Ihre Antworten.

Die Fragen stellte Chefredakteur Daniel Mund.