

BM-Interview mit Geschäftsführer Helmut Hilzinger

» Unser Jubiläumsfenster erfüllt viele Anforderungen «

Die Hilzinger-Unternehmensgruppe steht seit 75 Jahren für Tradition und Partnerschaft. BM sprach mit Geschäftsführer Helmut Hilzinger über die aktuellen und zukünftigen Entwicklungen des Fenster- und Türenherstellers. **BM-REDAKTEUR STEFAN KIRCHNER**

BM: Von der kleinen Dorfglaserei zum international tätigen Vollsortimenter. Was waren die Meilensteine in Ihrer Erfolgsgeschichte?

Helmut Hilzinger: Grundsätzlich war es 1973 die Entscheidung, in die Kunststoff-Fensterfertigung zu investieren. Dazu kommen die einzelnen Übernahmen, mit denen Schritt für Schritt Märkte erschlossen wurden, Kapazitäten erweitert wurden und die damit verbundene dezentrale Unternehmensstrategie. Inzwischen hat unsere Unternehmensgruppe über 1240 Mitarbeiter, bei 21 Produktions- und Vertriebsstandorten in Deutschland, 14 in Frankreich und sechs in Tschechien.

BM: Anfang März 2021 haben Sie den ersten digitalen Partnertag durchgeführt. Wie waren Ihre Erfahrungen und können Sie sich vorstellen, zukünftige Veranstaltungen entweder genauso oder als Hybridveranstaltung durchzuführen?

Helmut Hilzinger: Sehr gut. Wir hatten eine höhere Teilnahme als bei jeder vorausgegangenen Präsenzveranstaltung. Es waren viele neue Teilnehmer dabei. Man muss sagen: Es gab aber auch einige Kunden, die nicht teilgenommen haben, weil sie eher Präsenzveranstaltungen bevorzugen und den persönlichen Kontakt. Im Augenblick besteht die Tendenz, künftig beides zu tun, also als Hybridveranstaltung.

BM: Zum 75-jährigen Geburtstag haben Sie die Jubiläumsfenster Master 88 UD und Master 88 UD plus auf den Markt gebracht. Was waren Ihre Intuitionen zu der Entwicklung dieser Fenstertypen?

Helmut Hilzinger: Die Gewichte werden immer

höher. Der Anteil an Farbe nimmt zu. Dazu die immer extremen Klimasituationen. Im ungünstigsten Fall kommen alle Punkte zusammen. Das führt zu Spannungen und Verformungen und Reklamationen. Das ist ein Thema, das die gesamte Branche betrifft. Hinzu kommt eine Belastung durch die moderne Architektur ohne Dachüberstände, die Schutz vor Witterung durch das Gebäude schaffen. Mit dem Master88 UD haben wir ein System, das all diesen Themen gezielt ein Stück mehr Rechnung trägt. Dazu kommt der Umweltgedanke, da ein großer Anteil an Rezyklat enthalten ist. Wir bewerben das inzwischen aktiv und stoßen auf großen Zuspruch.

BM: Sie bieten eine große Vielfalt an Farben an, aber warum gibt es Ihrer Meinung nach keine bessere Farbe als Weiß für Fenster?

Helmut Hilzinger: Weiße Fenster haben die geringste Erhitzung und somit die kleinste Ausdehnung und haben über die Jahre einen geringeren Wartungsbedarf als farbige Fenster.

BM: Warum produziert z. B. das Unternehmen Schmidt für Sie die Hebeschiebetüren, wie beispielsweise die Serien Quinline 74 und 84? Könnten Sie diese nicht auch selber herstellen?



/ Helmut Hilzinger ist Geschäftsführer der Unternehmensgruppe Hilzinger, Hersteller von Fenstern und Türen in allen Rahmenmaterialien.

Helmut Hilzinger: Wir produzieren auch selbst Hebeschiebetüren. Schmidt ist jedoch ausschließlich darauf spezialisiert und die Fertigungsanlagen sind schwerpunktmäßig auf Hebeschiebetüren ausgerichtet. Wir können mit unseren Kapazitäten die Mengen, die wir brauchen, nicht selbst produzieren. Denn

» Schmutz ist auf grauen Dichtungen sichtbar und wird optisch wahrgenommen «

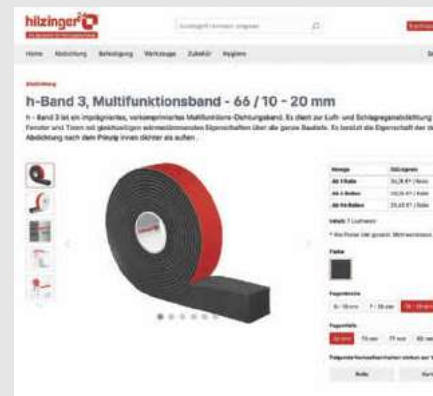
Hebeschiebetüren hemmen in der Fertigung den Durchlauf der Fensterproduktion. Im Übrigen werden wir nicht ausschließlich von Schmidt beliefert, sondern auch von Ventana und Rubo. Durch unsere große Produktvielfalt wäre es auch außerordentlich schwierig, für alle Systeme und Varianten die passenden Schiebetüren herzustellen. Wir verarbeiten im Bereich Kunststoff die Systeme Kömmerling,



/ Rund 700 Teilnehmer besuchten die Fachvorträge in der Konferenzhalle, die Messestände in der begleitenden Fachausstellung sowie die gläserne Produktion auf dem virtuellen Partnertag am 4. und 5. März 2021.



/ Zum 75-jährigen Geburtstag kamen die Jubiläumsfenster Master 88 UD und Master 88 UD plus (Bild) auf den Markt.



/ Über den Shop „hilzinger24.de“ können Monteure und Fachhändler hochwertige und preisgünstige Montagematerialien und Werkzeuge beziehen.

Fotos: Hilzinger

KBE, Trocal, Gealan, Veka und Rehau in Weiß, Dekor, mit Aluminiumschale, Spectral- und Acrycolor-Oberflächen. Dazu kommen Holz-, Holz-Aluminium- und Aluminiumfenster.

BM: Warum haben Sie gruppenweit die Dichtungen der Fenstersysteme auf Schwarz umgestellt?

Helmut Hilzinger: Mit grauen Dichtungen hatten wir immer wieder Reklamationen. Schmutz ist auf grauen Dichtungen sofort deutlich sichtbar und wird optisch wahrgenommen. Schwarze Dichtungen sind hier deutlich unempfindlicher. Ein guter Vorreiter der schwarzen Dichtungen ist unser immer größerer Anteil an Aluminium-Fenstern und -Fassaden sowie -Türen – dort werden ausschließlich schwarze Dichtungen verbaut und es gibt dort so gut wie keine Reklamationen, was die Dichtungen betrifft. In Verbindung mit den thermisch optimierten Randverbundlösungen in Schwarz oder Anthrazit ist für uns die schwarze Dichtung auch optisch die bessere Lösung, zumal die heutigen Dichtungen sehr filigran ausgeführt sind.

BM: Was halten Sie von Montagerahmen für den Fenster- und Haustüreneinbau? Sollte dies die bevorzugte Einbauart sein?

Helmut Hilzinger: Das ist auf jeden Fall eine interessante Entwicklung, die wir auch schon umgesetzt haben. Allerdings muss dies in die Planung z. B. durch die Architekten aufgenommen werden. Das Thema würde auch dem Engpass Montage deutlich entgegenkommen, weil die körperliche Arbeit für die Monteure dabei erleichtert wird. Generell er-

fahren Elemente, die in Montagerahmen eingebaut werden, auch einen besseren Schutz in der Bauphase und auch die wärmebrückenoptimierte Montage wird dadurch gefördert.

BM: Nach der Hilzinger-App und dem neuen Online-Fensterberater folgt in naher Zukunft auch ein intelligenter Online-Shop für die Bestellung von Fenstern und Haustüren?

» Für unsere Fachhandelspartner ist es schwierig, Monteure zu finden und zu halten «

Helmut Hilzinger: Wir sind digital an einigen Objekten dran. Allerdings steht ein Shop für Fenster und Türen im Augenblick nicht an. Wir haben andere digitale Projekte, die unseren Fachhändlern unserer Meinung nach einen größeren Nutzen bringen. Wenn wir einen Shop entwickeln, dann muss dieser so konzipiert sein, dass er den Fachhandel mitnimmt. Da jeder Fachhändler jedoch unterschiedlich agiert, ist das schwierig.

BM: Warum haben Sie den neuen Online-Shop hilzinger 24.de für Montagemittel ins Leben gerufen, hat die Branche darauf gedrängt?

Helmut Hilzinger: Wir sind sowohl im Handel als auch im Objektgeschäft tätig. Bundesweit beschäftigen wir über 100 Montageteams, die auf Großbaustellen die Elemente montieren. Zur Qualitätssicherung müssen diese Teams

einheitlich vorgehen und dürfen nur durch uns freigegebene Montageartikel einsetzen. Das ist ein extrem wichtiger Punkt. Um dies sicherzustellen, haben wir alle von uns für gut eingestuft Artikel im Shop angelegt. Alle Monteure, Fachhändler, auch Marktbegleiter können darauf zugreifen und haben so die Sicherheit, zu Top-Konditionen hochwertige Montageartikel einzukaufen. Angeboten

werden Werkzeuge, Befestigungsmittel, Abdichtungen, Montagehilfen sowie Tipps und fachliche Betreuung aus einer Hand.

BM: Sie haben das Ohr nah an der Branche, wo drückt der Schuh bei Ihren Fachhändlern?

Helmut Hilzinger: Unsere Fachhändler haben fast alle volle Auftragsbücher. Der Engpass ist die Montage. Hier ist es schwierig, Fachkräfte zu finden und zu halten. Hohe Scheibengewichte, zunehmende Anforderungen an die Montagetechnik, an die Bauphysik und zunehmend penible Baustellenabnahmen tragen maßgeblich mit dazu bei.

Die Fragen stellte BM-Redakteur Stefan Kirchner.

www.hilzinger.de