

» PUSHING THE LIMITS
OF ALUMINIUM
FAÇADES

SINCE 1948

WICONA[®]
TECHNIK FÜR IDEEN

**Mit unserer Leidenschaft für Innovation überzeugen –
und das weltweit!**

**Convincing with our passion for innovation –
around the world!**

**Convaincre par notre passion de l'innovation –
dans le monde entier !**

**Convencidos de nuestra pasión por la innovación –
en todo el mundo!**

**Med passion för innovativa lösningar –
över hela världen!**

创新引领世界

**Dukë ju bindur me pasionin tonë për inovacion –
për rreth Botës**

Uvjerljive inovacije sa našom stračću po cijelom svijetu!

**Prepičamo z našo strastjo do inovacij –
po vsem svetu!**

Met onze passie voor innovatie overtuigen wij wereldwijd!

**Overbeviser med vores passion for innovation –
i hele verden!**

Ītikinama mūsų aistra inovacijoms visame pasaulyje!





WICONA wurde im Jahre 1948 gegründet. Aus der damals kleinen Einheit ist in über 70 Jahren eine Marke geworden, die für hohes fachliches Know-how und technische Kompetenz bei Systemlösungen aus Aluminium steht.

Als Systemhaus mit langjähriger Erfahrung liefern wir dem Markt realisierbare Konzepte für Mensch und Umwelt. Nutzerkomfort und Umweltanforderung in Einklang zu bringen, ist unsere Motivation und unser täglicher Antrieb bei der Entwicklung energieeffizienter Systemlösungen für nachhaltige Gebäudehüllen. Zahlreiche WICONA-Projekte auf der ganzen Welt wurden bereits mit den international anerkannten Gebäudezertifikaten für nachhaltiges Bauen, wie z.B. DGNB, LEED oder BREEAM ausgezeichnet. Anfang 2017 haben unsere Systemlösungen das C2C-Zertifikat in Bronze erhalten, zwei Jahre später sogar in Silber. Das war ein weiterer wichtiger Schritt für uns, das Leitbild „Nachhaltigkeit“ noch aktiver zu praktizieren.

„Technik für Ideen“ ist unser Markenslogan, aber auch gleichzeitig unser Leitbild und unser Versprechen. Wir von WICONA sind davon überzeugt, dass der modernen Gebäudearchitektur keine Grenzen gesetzt werden dürfen. Komplexe Gebäudehüllen mit besonderen tech-

nischen Herausforderungen setzen wir mit individuellen Sonderkonstruktionen um, nachhaltig und zukunftsorientiert. Das ist eine unserer Kernkompetenzen und Grundlage für unsere weltweiten Erfolge. Dafür steht WICONA.

WICONA steht aber noch für vieles mehr. Auf den nächsten Seiten möchten wir Ihnen einen Blick hinter die Kulissen gewähren und die Menschen vorstellen, die für WICONA stehen und jeden Tag mit ihrer Leidenschaft für technische Herausforderungen überzeugen. Wir möchten zeigen, wie sich die Marke aus Deutschland international entwickelt hat – mit ihren technisch anspruchsvollen Konzepten und Innovationen, die echten Fortschritt in der Gestaltung der Gebäudehülle geschaffen haben. Sie sollen erfahren, mit welchen Projektlösungen WICONA in den Metropolen der Welt zu Hause ist. Projekte, die wir gemeinsam mit Ihnen in enger und intensiver Zusammenarbeit realisiert haben. Einer Zusammenarbeit, die auf gegenseitigem Vertrauen und gemeinsamen Werten basiert: mit Leidenschaft überzeugen – und das weltweit. Das alles ist WICONA.

Isabelle Fabbro
Project House Director

» TECHNIK FÜR IDEEN

„Aluminium-Fassaden, -Fenster und -Türen in technischer und gestalterischer Perfektion sind unser Markenzeichen.

Mit WICONA realisieren Architekten, Planer und Projektentwickler ihre Ideen anspruchsvoll gebauter Wirklichkeit.

Qualifizierte Fassaden- und Metallbauunternehmen setzen diese Vorgaben um, unterstützt durch Systeme, Werkzeuge und den Service von WICONA.“

06

Das sind wir

Rund 800 Mitarbeiter weltweit stehen für die Marke WICONA. Unterschiedlichste Menschen, die alle eines gemeinsam haben: Sie arbeiten täglich am gemeinsamen Erfolg - von WICONA und seinen Partnern.

Die Geschichte von WICONA

Mit dem Markennamen verbindet sich eine lange Tradition: In über 70 Jahren ist das Unternehmen zu einem führenden Aluminium-Systemhaus für energieeffiziente Fassaden-, Fenster- und Türlösungen herangewachsen.

36

Wenn es bei WICONA läutet

Wer die Zentrale von WICONA in Ulm besucht, fragt sich wahrscheinlich, was es mit der großen Messingglocke im Foyer auf sich hat. Wenn sie schlägt, bedeutet das etwas ganz Besonderes.

38

44

Eine Marke entsteht

Nicht nur die Aluminium-Systemlösungen unterliegen ständiger Weiterentwicklung. Auch die Marke WICONA entwickelte sich in über 70 Jahren ständig weiter.

50

62

NEXT – das multifunktionale Studio für Fassade und Design

NEXT ist das einzigartige Branchenprojekt von WICONA und derzeit acht Partnern. Internationale Architekten, Planer, Projektentwickler und Metallbauunternehmen treffen sich hier, um neue Ideen zu diskutieren und zukunftsweisende Trends zu generieren.

66

90

Aluminium – ein nachhaltiger Baustoff

Aluminium ist unendlich oft recyclebar und kann ohne Verlust der Qualität oder Eigenschaften verwendet werden. Beste Voraussetzungen.

96

102

Ein Blick in die Zukunft

Ein Interview zu den Zukunftsaussichten mit Henri Gomez, dem Business Unit President für den Geschäftsbereich Building Systems.

Wie aus Aluminiumbolzen geprüfte Profilsysteme entstehen

Im Presswerk Bellenberg werden Strangpressprofile für Aluminium-Bausysteme produziert. Das Test Centre bietet Prüf- und Zertifizierungsmöglichkeiten. Der Versand erfolgt über den Service- und Logistikstandort Gerstungen oder Courmelles.

Aluminium in der Architektur

In den vergangenen Jahrzehnten haben viele namhafte Architekten beeindruckende Bauwerke geschaffen, bei denen Aluminium eine zentrale Rolle spielt.

WICONA ist eine Marke von Hydro
Hydro ist eines der renommiertesten Unternehmen Norwegens. In über 40 Ländern sind weltweit rund 35.000 Mitarbeiter beschäftigt.

» Das sind wir

Rund 800 Mitarbeiter weltweit stehen für die Marke WICONA. Unterschiedlichste Menschen, die alle eines gemeinsam haben: Sie arbeiten täglich am gemeinsamen Erfolg – von WICONA und seinen Partnern.







Name: Britt Van Gorp
Position: Customer Service Officer
Standort: Landen/Belgien
Bei WICONA seit: 2015

Darum arbeite ich bei WICONA:

WICONA entwickelt nachhaltige und innovative Produkte. Ich bin stolz, diese High-End-Marke und ihre Produkte zu repräsentieren.

So sieht mein Arbeitstag aus:

In Belgien bin ich der Ansprechpartner für Kunden bei Fragen zu Bestellungen, Lieferungen oder Reklamationen. Ich habe auch täglich Kontakt mit den WICONA-Kollegen im Service Center Gerstungen (Lager) und in der Zentrale in Ulm (Beschaffung).

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

Ich mag die Vielfalt der Aufgaben, die gute und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit

Kunden und Kollegen und die Möglichkeit, meine Fremdsprachenkenntnisse täglich einzusetzen.

So sieht meine Freizeit aus:

Mein Partner und ich bauen derzeit ein Haus und sind dementsprechend viel beschäftigt. Wenn wir ein bisschen Freizeit haben, schauen wir uns gerne Filme oder Serien an und verbringen Zeit mit unseren Freunden und unserem Hund.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Ich schätze Ehrlichkeit. So sehe ich mich auch und so möchte ich bleiben, getreu meinem Lebensmotto: „Was du siehst, ist, was du bekommst.“



Name: Isabelle Fabbro
Position: Project House Director
Standort: Ulm/Deutschland
Bei WICONA seit: 1998

Darum arbeite ich bei WICONA:

Ich habe bei WICONA in Frankreich angefangen und bin seit einigen Jahren bei WICONA in Deutschland. Ich mag die Arbeit im internationalen und innovativen Team... Besonders spannend finde ich es, Strategien zu erarbeiten und dabei den Einfluss unserer Branche auf die Umwelt zu berücksichtigen und gleichzeitig Entwicklungen voranzutreiben, die technisch anspruchsvoll und zugleich designorientiert sind.

So sieht mein Arbeitstag aus:

Bei mir gibt es keinen „typischen“ Arbeitstag – und genau deswegen liebe ich meinen Job!

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

Ich mag das internationale, multikulturelle Umfeld und die vielen Möglichkeiten, in unterschiedlichen Bereichen innovativ zu sein, wie z.B. bei der Entwicklung neuer Produkte oder in der Kommunikation...

So sieht meine Freizeit aus:

Ich habe zwei Kinder, außerdem spiele ich in einer internationalen Theatergruppe und lerne Deutsch.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Die Welt und alle sieben Weltmeere zu bereisen.



Name: Mick Kuenemann
Position: Project Manager
Standort: Bonneuil sur Marne/Frankreich
Bei WICONA seit: 2010

Darum arbeite ich bei WICONA:

Wir sind ein großartiges Team mit sehr gut ausgebildeten Kollegen! WICONA ist eine starke Marke in einem international erfolgreichen Unternehmen.

So sieht mein Arbeitstag aus:

Es gibt keinen typischen Tag, jeder Tag ist anders. Aber an erster Stelle steht für mich immer der Kunde: den Kunden zu unterstützen, technische Lösungen für seine Bauvorhaben zu finden und den Prozess strukturiert zu begleiten... und vor allem vertrauensvolle Partnerschaften aufzubauen!

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

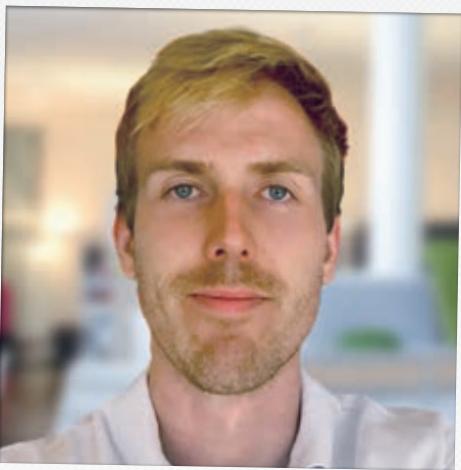
Nach neuen technischen Lösungen zu suchen und damit Kundenwünsche umzusetzen.

So sieht meine Freizeit aus:

So oft ich kann, versuche ich ins Theater oder zu Konzerten zu gehen, Ausstellungen zu besuchen und natürlich Zeit mit meiner Familie zu verbringen.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Beruflich möchte ich langfristig mein technisches Know-how vertiefen. Privat nichts Konkretes, vielleicht irgendwann einmal eine Ferienwohnung in Portugal kaufen.



Name: Kristian Sivertsen
 Position: Prescription Sales Manager
 Standort: Kjeller/Norwegen
 Bei WICONA seit: 2015

Darum arbeite ich bei WICONA:
 WICONA bietet mir die Möglichkeit, mit meinen Ingenieurkenntnissen anspruchsvolle Fassadenlösungen für beeindruckende Projekte umzusetzen. Das macht die Arbeit so spannend! Und natürlich haben wir hier in Norwegen ein tolles Büro mit tollen Kollegen und guter Atmosphäre.

So sieht mein Arbeitstag aus:

Es ist nicht einfach, einen typischen Arbeitstag zu beschreiben. Alle Tage sind unterschiedlich. Normalerweise besteht mein Tag aus Meetings mit Architekten und Bauunternehmen oder der technischen Unterstützung von Kunden. Manchmal bin ich den ganzen Tag am Schreibtisch und leiste unseren Kunden technischen Support. Und dann gibt es Tage, an denen ich ganz kurzfristig einen Architekten besuche. Was es selten gibt: langweilige Tage!

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

Ich mag die kreative Arbeit mit Architekten. Die Möglichkeit zu haben, große und

spannende Projekte mit Architekten zu diskutieren und zu planen, ist definitiv meine Lieblingstätigkeit. Und nicht zuletzt ist es ein sehr gutes Gefühl, ein erfolgreiches Projekt abgeschlossen zu haben und zu wissen, dass man daran beteiligt war.

So sieht meine Freizeit aus:

In meiner Freizeit verbringe ich Zeit mit meiner Freundin oder mit Freunden. Außerdem liebe ich Fußball - ob nun selber spielen oder zuschauen. Ich reise auch gern, am liebsten immer zu neuen und aufregenden Orten.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Für die Zukunft wünsche ich mir, dass WICONA in Norwegen und weltweit noch weiter expandiert und dass wir uns im Projektbereich weiterhin positiv entwickeln. Persönlich möchte ich mehr lernen und mich weiterentwickeln.



Name: Ulrich Schick
 Position: Team Leader Project Development
 Standort: Ulm/Deutschland
 Bei WICONA seit: 1991

Darum arbeite ich bei WICONA:

Ich arbeite bei WICONA seit 1991, weil ich hier mit einem tollen und vor allem sehr engagierten Team zum Erfolg großer, internationaler Projekte beitragen kann.

So sieht mein Arbeitstag aus:

Als Konstrukteur entwickle ich projektbezogen Fenster- bzw. Fassadenelemente sowie Sonderkonstruktionen für außergewöhnliche Bauvorhaben. Ich begleite die technischen Prüfungen dieser neu entwickelten Lösungen und erstelle sämtliche Unterlagen für die Verarbeitung.

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

Meine Leidenschaft ist es, neue, anspruchsvolle Konstruktionen zu entwickeln.

So sieht meine Freizeit aus:

Laufen, Oldtimer (Fiat 500), Modellflug.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Gesundheit!



Name: Roland Weiss
 Position: BUMM
 Standort: Mägenwil/Schweiz & Ulm/Deutschland
 Bei WICONA seit: 1980

Darum arbeite ich bei WICONA:

Bei meinem Einstellungsgespräch wurde mir gesagt, sie suchen jemanden, der langfristig bleibt - das war 1980! Inzwischen ist WICONA für mich mehr als nur ein Arbeitgeber - WICONA ist mein Baby!

So sieht mein Arbeitstag aus:

Als BUMM (Business Unit Marketing Manager) bin ich in den unterschiedlichsten Bereichen tätig: vom Marketing über die Technik bis hin zur Logistik fällt alles in meinen täglichen Aufgabenbereich. Die wichtigste Aufgabe sehe ich aber darin, meine Kollegen mit meiner langjährigen WICONA-Erfahrung zu unterstützen, um die Marke WICONA im Markt noch erfolgreicher zu machen.

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

Konstruktive und zielführende Gespräche führen, die zum Erfolg von WICONA und allen beteiligten Partnern beitragen.

So sieht meine Freizeit aus:

An erster Stelle stehen natürlich meine Enkel und die Familie. Ich mag Reisen und bin leidenschaftlicher Fotograf.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Beruflich: nachhaltige Erfolge mit WICONA. Privat: mehr Zeit!



Name: Hubert Kühner
Position: Senior Consultant Project Service
Standort: Ulm/Deutschland
Bei WICONA seit: 1982-87, seit 2000

Darum arbeite ich bei WICONA:

Die Entwicklung von technischen Projektlösungen ist eine kreative Aufgabe. Wir bei WICONA identifizieren uns mit dem Produkt. Wir führen nicht nur einen Job aus, sondern sind mit Leidenschaft und Loyalität dabei. Wir verkaufen Technik, die sehr vielfältig ist und viele Kenntnisse aus Maschinenbau, Bauwesen, Physik, Elektrotechnik, Kunststoffen etc. erfordert. Das hat mich schon in meinem Studium interessiert!

So sieht mein Arbeitstag aus:

Wir entwickeln Sonderkonstruktionen für große, internationale Bauvorhaben. Die enge Abstimmung mit dem Vertrieb, um die Bedürfnisse unserer Partner zu erkennen und dafür maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln, ist eine meiner täglichen Aufgaben. Als Senior Consultant Project Service bin ich der Ansprechpartner bei technisch anspruchsvollen Sonder-

konstruktionen, aber auch bei Reklamationen oder technischen Grenzfällen.

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

Herausforderungen und Risiken der Projekte erkennen, bewerten und anschließend mit dem Team Lösungen finden.

So sieht meine Freizeit aus:

Ich mache gerne Sport - Fahrrad fahren, Ski fahren, Fußball spielen. Außerdem bin ich gerne handwerklich tätig, ich mag Walddarbeit (Pflege, Holzernte) und verbringe gerne Zeit mit meinen Enkeln.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Privat: Gesundheit – Zeit für Hobbys. Beruflich: Die WICONA Projekt Service Abteilung bleibt weiterhin so erfolgreich und entwirft kreative Lösungen für spannende Bauvorhaben.



Name: Eduardo Egea Luna
Position: Pre-Sales North Spain
Standort: Barcelona/Spanien
Bei WICONA seit: 2006

Darum arbeite ich bei WICONA:

Ich bin begeistert von Technik und WICONA bietet unglaublich viele technische Lösungen.

So sieht mein Arbeitstag aus:

Kunden besuchen, Projekte bewerten und die richtigen technischen Lösungen dafür vorschlagen.

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

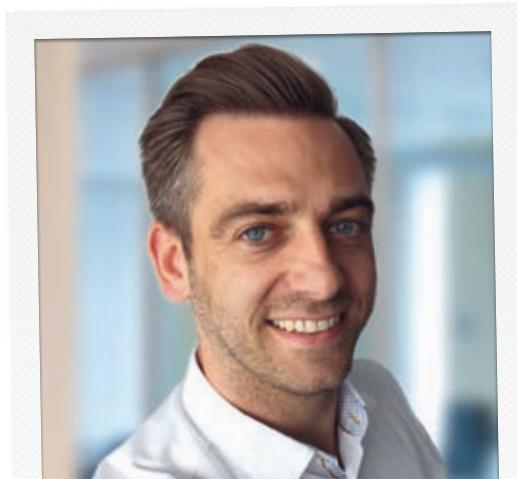
Die Zusammenarbeit mit Architekten, Technikern und Kunden, um innovative Lösungen für neue Herausforderungen zu finden.

So sieht meine Freizeit aus:

Ich liebe es, Zeit mit meiner Familie zu verbringen. Ich mag Trailrunning, Tauchen und Motorsport.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Beruflich möchte ich eine Position erreichen, die es mir ermöglicht, mein Wissen über die Marke weiterzugeben. Persönlich möchte ich weiter aktiv an der Ausbildung meiner Kinder teilhaben.



Name: Aaron Dehara
Position: Project Consultant
Standort: London/UK
Bei WICONA seit: 2015

Darum arbeite ich bei WICONA:

Weil ich mich leidenschaftlich für die innovativen und maßgeschneiderten Projektlösungen interessiere, die wir für Bauvorhaben entwickeln... und weil ich gerne im internationalen Umfeld arbeite – mit dem Fokus auf den britischen Markt.

So sieht mein Arbeitstag aus:

Bei uns ist kein Tag typisch! Aber hauptsächlich bin ich damit beschäftigt, Fassadenplaner und Projektarchitekten zu beraten und Lösungen für ihre Bauvorhaben zu entwickeln.

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

Am liebsten arbeite ich gemeinsam mit meinen Kollegen an neuen, projektspezifischen Lösungen. Diese anschließend beim Kunden zu präsentieren und zu zeigen, wie innovativ wir sind, macht mich besonders stolz.

So sieht meine Freizeit aus:

Wenn ich nicht gerade versuche, mit meiner 9-jährigen Tochter Schritt zu halten, spiele ich gerne Fußball und Golf. Ich liebe es, unbekannte Orte zu bereisen und neue Kulturen zu erleben.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Beruflich möchte ich mich weiterentwickeln und mein technisches Wissen weiter ausbauen. Für WICONA wünsche ich mir, dass WICONA auf dem britischen Markt weiterhin erfolgreich wächst. Außerdem möchte ich weiterhin Länder auf meiner Reise-wunschliste abhaken.



Name: Armin Bäumler
 Position: Team Leader Special Projects
 Standort: Ulm/Deutschland
 Bei WICONA seit: 2007

Darum arbeite ich bei WICONA:
 WICONA steht für mich für Innovationsgeist, spannende Projekte und Teamwork, für ein super Kollegium in toller Arbeitsatmosphäre und flache Hierarchien - darum arbeite ich bei WICONA!

So sieht mein Arbeitstag aus:
 Rechner einschalten, Konzentrations-Kaffee bei der frühmorgendlichen Tagesplanung trinken, dann loslegen ...

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:
 Ich liebe Veränderungen! Dinge verändern, anders machen, anders denken und

gemeinsam im Team neue und innovative Technologien für unsere Fenster- und Fassadenlösungen entwickeln, motiviert mich! Genauso wie gemeinsam für Projekte und Lösungen zu kämpfen und diese erfolgreich umzusetzen.

So sieht meine Freizeit aus:
 Zeit mit Familie und Freunden.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Gesundheit für meine Familie und mich, Herausforderungen und Abwechslung bei der Arbeit.



Name: Peter Järpemark
 Position: Salesman
 Standort: Vetlanda/Schweden
 Bei WICONA seit: 1991

Darum arbeite ich bei WICONA:
 Weil WICONA ein großartiges Unternehmen mit Premium-Produkten ist, das sich ständig weiterentwickelt. Und weil ich meine Kollegen sehr gerne mag.

So sieht mein Arbeitstag aus:
 Kunden treffen, sie auf jede Art unterstützen, Kalkulationen und Angebote erstellen... Und neue Kunden gewinnen.

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:
 Neue Kunden für WICONA zu begeistern und Kunden bei großen Bauvorhaben zu unterstützen.

So sieht meine Freizeit aus:
 Ich verbringe viel Zeit mit meiner Familie, außerdem bin ich Schlagzeuger in einer Band.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Dass es meiner Familie und meinen Freunden gutgeht und dass ich in der Lage bin, das ultimative „Drum Fill“ (Anm. der Redaktion: Das Schlagzeug macht den Übergang zwischen Song und Refrain) zu spielen. Beruflich wünsche ich mir weiterhin viel Erfolg für WICONA und unsere Kunden.



Name: Ranka Ezgeta
 Position: Area Sales Manager CSEE
 Standort: Bjelovar/Kroatien
 Bei WICONA seit: 2009

Darum arbeite ich bei WICONA:
 Ich kam vor über 20 Jahren in die Aluminiumwelt und diese Entscheidung prägt meinen beruflichen Weg. Um ehrlich zu sein, fand WICONA mich und das hat mein Leben komplett verändert. Ich mag Herausforderungen, ich mag es, anders zu sein, und ich mag es, die Dinge besser zu machen. All das ermöglicht mir WICONA.

So sieht mein Arbeitstag aus:
 Jeder Tag bringt neue Herausforderungen: neue Leute, neue Aufgaben, viele Entscheidungen, aber auch viel Spaß. Wenn ich am Ende des Tages das Lächeln auf dem Gesicht meiner Kollegen sehe, weiß ich, dass ich einen guten Tag hatte.

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:
 Wenn ich sehe, welche Projekte wir als Team geschafft haben, und ich sehe, dass etwas von meinem Team und mir bleibt, dann macht mich das stolz.

So sieht meine Freizeit aus:
 Ich gehe gerne spazieren und mache Sport, lese ein gutes Buch oder kuche für meine Familie. Skifahren im Winter liebe ich besonders.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Gesundheit. Denn wenn man sich gut fühlt, ist alles möglich. Und im Arbeitsleben möchte ich jeden Tag neue Herausforderungen.



Name: Luo Qi
 Position: Supply Chain Manager
 Standort: Peking/China
 Bei WICONA seit: 2006

Darum arbeite ich bei WICONA:

WICONA ist eine großartige Marke mit technisch anspruchsvollen Produkten. Wir sind stolz darauf, WICONA zu sein!

So sieht mein Arbeitstag aus:

Abstimmung mit dem Vertrieb zu laufenden Bauvorhaben, Abstimmung mit dem Lager bezüglich Lieferungen für Großprojekte, Kundenlieferungen sowie Abstimmung mit Lieferanten.

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

Die Zusammenarbeit mit dem motivierten Team hier in China.

So sieht meine Freizeit aus:

Ich höre gern Musik oder gehe ins Kino. Momentan ist mein Baby mein zeitintensivstes Hobby.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Dass mein Baby schnell groß wird, damit ich mehr Zeit für mich habe. Beruflich wünsche ich mir, dass WICONA in China die Nummer 1 der Systemhäuser wird.



Name: Philipp Müller
 Position: Head WICONA Development
 Standort: Ulm/Deutschland
 Bei WICONA seit: 2001

Darum arbeite ich bei WICONA:

Technik für Ideen, für moderne nachhaltige Architektur – das ist für mich ein tolles Arbeitsgebiet mit vielen Möglichkeiten, sich zu verwirklichen. Als ich bei WICONA angefangen habe, wollte ich einfach mal in einem internationalen Konzern arbeiten. Über die Jahre habe ich gemerkt, wie wichtig unsere Historie und die Marke WICONA sind, um global mitzuspielen. Darauf bin ich stolz und es motiviert mich, wenn ich daran mitwirken kann, WICONA voranzubringen. Und last but not least: weil wir eine super Mannschaft sind!

So sieht mein Arbeitstag aus:

Im Austausch mit meinen Projektleitern und Managementkollegen bin ich stetig bestrebt, allen Projektbeteiligten relevante Informationen zugänglich zu machen sowie Engpässe und Problemstellungen rechtzeitig zu erkennen und auszuräumen. Mein Ansatz ist, für jeden ein offenes Ohr zu haben. Natürlich bringe ich mich auch gerne in Diskussionen ein, um Lösungen zu finden.

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

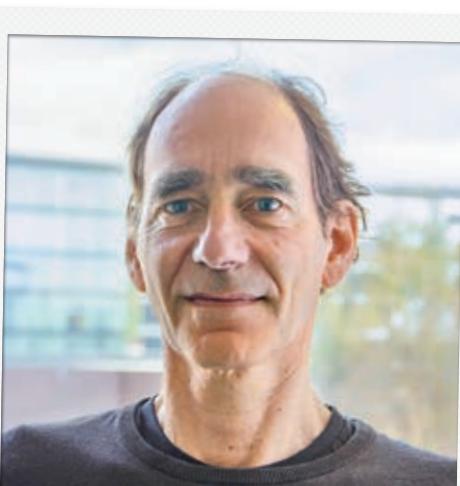
Gemeinsam mit Kollegen im kreativen Prozess neue Ideen zu entwickeln, Begeisterung für eine Sache zu entfachen und diese dann auch umzusetzen. Und nicht zu vergessen: der Austausch mit WICONA- und HBS-Kollegen (Hydro Building Systems) weltweit.

So sieht meine Freizeit aus:

Um etwas Ausgleich zu unserem WICONA-Rot zu schaffen, mache ich am liebsten Outdoor-Sport. Genauso liebe ich es, interessante Länder und Menschen kennenzulernen, von ihnen zu lernen, mich mit ihnen auszutauschen – einfach ständig Neues zu entdecken und zu erfahren.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Beruflich wünsch ich mir, dass wir uns als WICONA-Gemeinschaft lokal und global noch enger vernetzen, zusammenarbeiten und unser Wir-Gefühl stärken. Rot ist zudem eine Grundfarbe, die überall gebraucht wird.



Name: Roland Miller
 Position: Head of Software Development
 Standort: Ulm/Deutschland
 Bei WICONA seit: 1996

Darum arbeite ich bei WICONA:

WICONA entwickelt seit 1990 eigene Software-Lösungen für Architekten, Planer und Metallbauunternehmen. Ich bin (fast) von Anfang an dabei. Seitdem hat sich natürlich viel verändert und weiterentwickelt. IT-Tools sind schnelllebig und müssen ständig an die aktuellen Anforderungen angepasst und weiterentwickelt werden. Das ist auch das Interessante an meinem Job. Es gibt keinen Stillstand, nur die Entwicklung nach vorne. WICONA steht eben für Professionalität in allen Phasen des Bauprozesses. Und nicht zuletzt bietet WICONA ein gutes Arbeitsumfeld.

So sieht mein Arbeitstag aus:

Als Leiter der Softwareentwicklung bin ich mit meinem Team für die Entwicklung innovativer, anwenderfreundlicher Software-Lösungen verantwortlich. Im Fokus steht

immer der jeweilige Anwender und das Ziel, dass er mit unserer Software noch effizienter arbeiten kann. Die Abstimmung mit den Kollegen im Vertrieb ist daher enorm wichtig.

Lieblingstätigkeit bei der Arbeit:

Anforderungen, unabhängig von deren Komplexität, möglichst einfach und anwenderfreundlich umsetzen.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft (privat/beruflich)?

Dass unsere Partner mit unseren Software-Lösungen immer effizienter arbeiten können – unabhängig davon, ob Architekten mithilfe von WIC3D individuelle 3D-BIM Modelle entwerfen oder Planer und Metallbauunternehmen WICTOP für die komplette technische Arbeitsvorbereitung, für Berechnungen oder Kalkulationen nutzen.

WELCOME TO **WICONA®** WORLD*



... een wereld van bouwplannen en projecten, waarin u terecht veeleisend mag zijn. Wij vervaardigen hoogkwalitatieve alu-systemen voor gevels, ramen & deuren, schuifelementen en veranda's. Met unieke oplossingen zijn wij wereldwijd actief in 28 landen en hebben wij ruim 100 jaar ervaring in huis. Loepzuivere kwaliteit en vakmanschap, innovatie en veiligheid, uitblinkers in topkwaliteit ... welkom in de WICONA-wereld.

LOEPZUIVERE KWALITEIT VOOR TIJDLOZE DUURZAAMHEID

Hydro Building Systems B-2200 Herentals T +32-(0)14-24.99.99

Hydro Building Systems

WICONA®
A L U M I N I U M

www.wicona.be info@wicona.be

Deutschland

WICONA Headoffice Ulm

Seit: 1948

Standorte: Leipzig, Ratingen, Ulm, Bellenberg (Presswerk & Test Centre), Frankfurt (NEXT Studio), Gerstungen (Service- und Logistik-Center)

Albanien

Seit: 2004

Baltikum

Seit: 2002

Standorte: Vilnius, Litauen, Tallinn, Estland

Benelux

Seit: 1992

Standorte: Landen, Belgien (inkl. Showroom), Drunen, Niederlande (inkl. Showroom), Windhof, Luxemburg (inkl. Showroom)

Bosnien Herzeg.

Seit: 2004

China

Seit: 2006

Standorte: Peking (inkl. Showroom), Shanghai (inkl. Showroom)

Frankreich

Seit: 1967

Standorte: Toulouse, Courmelles (Showroom, Service- und Logistik-Center), Bonneuil-sur-Marne (Lager für Zubehör)

Irland

Seit: 2004

Standort: Dublin

Italien

Seit: 1981

Standort: Cernusco sul Naviglio (MI)

Kosovo

Seit: 2004

Standort: Pristina

Kroatien

Seit: 2004

Standort: Bjelovar

Mazedonien

Seit: 2004

Montenegro

Seit: 2004

Österreich

Seit: 1974

Standort: Seekirchen



800
Mitarbeiter weltweit



in
48
Ländern agierend

 **Rumänien**
Seit: 2004
Standort: Bukarest

 **Slowakei**
Seit: 2000
Standort: Bratislava

 **Ungarn**
Seit: 2000
Standort: Budapest

 **Schweiz**
Seit: 1975
Standort: Mägenwil

 **Slowenien**
Seit: 2004
Standort: Zg. Kungota

 **UK**
Seit: 1982
Standorte: Wakefield,
London (Showroom)

 **Serbien**
Seit: 2004
Standort: Belgrad

 **Spanien**
Seit: 1980
Standorte: Barcelona, Madrid
(inkl. Showroom)

 **USA**
Seit: 2018
Standort: New York

 **Polen**
Seit: 1992
Standort: Łódź

 **Tschechien**
Seit: 2000
Standort: Brno

 **Vereinigte
Arabische Emirate**
Seit: 2004
Standort: Dubai

 **Skandinavien**
Seit: 1978 (DK)
1992 (SE & NO)
Standorte: Risskov, Dänemark
Kjeller, Norwegen, Vetlanda,
Schweden

 **Türkei**
Seit: 2018
Standort: Istanbul

»Über 70 Jahre WICONA

Mit dem Markennamen WICONA verbindet sich eine lange Tradition: In über 70 Jahren ist das Unternehmen zu einem führenden Aluminium-Systemhaus für energieeffiziente Fassaden-, Fenster- und Türlösungen herangewachsen.



Das ehemalige Wieland-Werk am Berliner Platz (heute Willy-Brandt-Platz) in Ulm. Bis zum Jahr 1971 war WICONA hier ansässig.

» 1948 – 1960

Der Anfang ...

Alles begann mit einer Kunst- und Glockengießerei in der Rosengasse in Ulm (Deutschland). Im Alter von gerade einmal 27 Jahren übernahm Philipp Jakob Wieland diesen Betrieb von seinem Onkel Thomas Frauenlob.

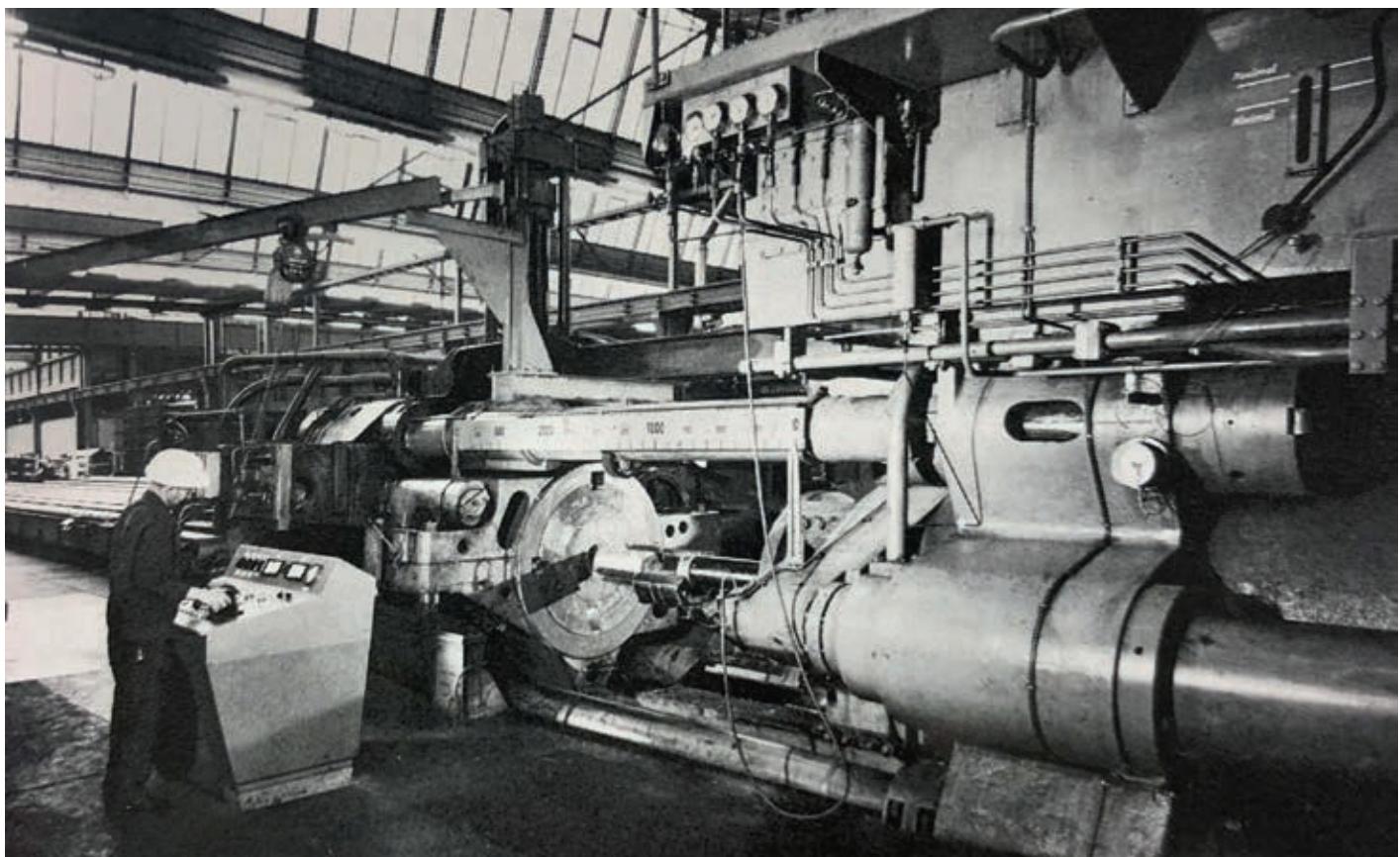
Wieland begann damit, Gebrauchsgegenstände aus Kupferlegierungen herzustellen. Die Firma wuchs kontinuierlich, 1865 wurde ein Werk in Vöhringen in Betrieb genommen. Anfang des 20. Jahrhunderts arbeiteten rund 250 Menschen für „Wieland & Cie“. Im Jahr 1919 firmierte das Unternehmen um – die Wieland-Werke AG waren geboren.

Ihre Kernkompetenz: Nicht-Edelmetall-Halbzeuge mit Schwerpunkt Kupferwerkstoffe.

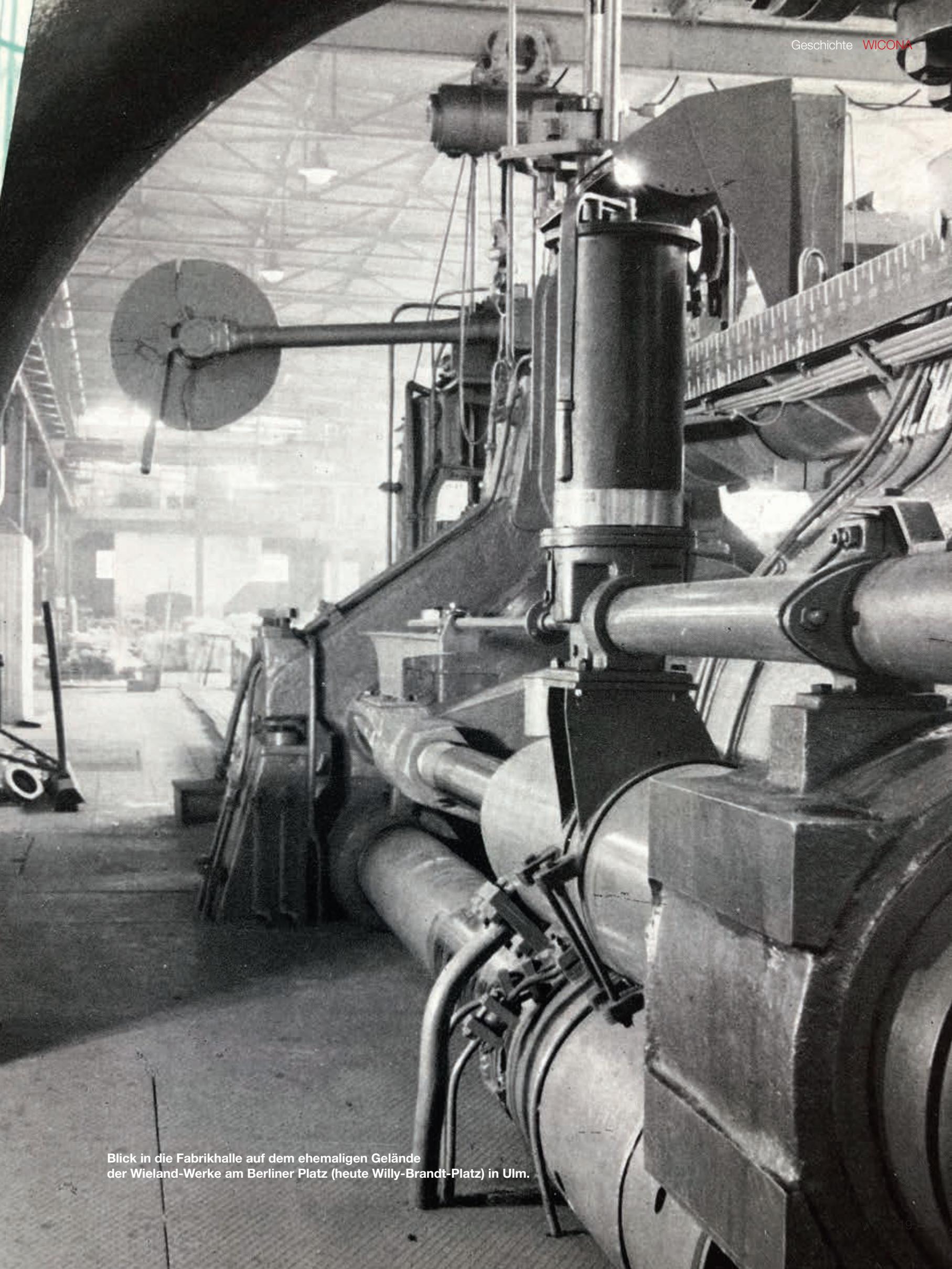
Im Jahr 1948 gibt es einen Neuanfang

Während des zweiten Weltkriegs produzierte das Ulmer Traditionssubnehmen u.a. Aluminiumteile für den Flugzeugbau.

Nach dem Krieg gelang im Aluminiumbereich mit Bau-Profiltechnik der Neuanfang. Im Jahr 1948 gründeten die Wieland-Werke WICONA als Konstruktionsbüro von Strangpressprofilen für das Bauwesen – damit beginnt die Geschichte des Unternehmens.



Auf Strangpressen mit Schubkräften bis zu 5.500 t wurden WICONA-Profile bei den Wieland-Werken hergestellt.



Blick in die Fabrikhalle auf dem ehemaligen Gelände
der Wieland-Werke am Berliner Platz (heute Willy-Brandt-Platz) in Ulm.



Typische WICONA-Produkte der 50er-Jahre: Schaufenster, wie hier bei einem Juweliergeschäft in Saarbrücken.

Von Schaukästen zu Türen und Fenstern

Das Ziel von WICONA: die Erfahrungen, die beim Mutterwerk Wieland mit Profilen aus Baubronze gemacht wurden, auf den Werkstoff Aluminium übertragen.

Der Name WICONA setzt sich aus „Wieland Constructions in Aluminium“ zusammen. Zunächst war das Konstruktionsbüro in Ulm auf dem früheren Wieland-Werksgelände am Berliner Platz (heute: Willy-Brandt-Platz) zu finden. In den ersten Jahren lag der Fokus von WICONA vor allem auf Schaufenster-, Vitrinen- und Rollladenprofilen, Handlauf- und Treppenschutzprofilen, Standardprofilen, Normalien und

Blechen aus Aluminiumlegierungen. Der Vertrieb ging direkt an die Schlossereien und Schreinereien in der Umgebung von Ulm. Das ausführliche Produktprogramm von WICONA gab es ab dem Jahr 1950 als jährliche Lagerliste.

Das erste selbsttragende Türprofil

Jahr für Jahr erfolgte ein kontinuierlicher

Ausbau der Profilpalette. Die Gründungsväter, Ingenieur Karl Rottler als Konstruktionsleiter und Initiator Dr. Albert Wieland, Vorstand der Wieland-Werke AG, trieben die Entwicklung mit aller Energie voran. Da der wirtschaftliche Erfolg mit Schaufensterprofilen nicht langfristig gesichert werden konnte, wollte man nun am schnell wachsenden Türen- und Fenstermarkt partizipieren.

WICONA wird innerhalb der Wieland-Werke etabliert: Der Name WICONA steht für „Wieland Constructions in Aluminium“

1948

In den USA schafft Präsident Harry S. Truman die Rassentrennung ab

Ab 1950 gab es eine jährliche Lagerliste

1950

Koreakrieg (bis 1953)

WICONA wird als Marke eingetragen

1951

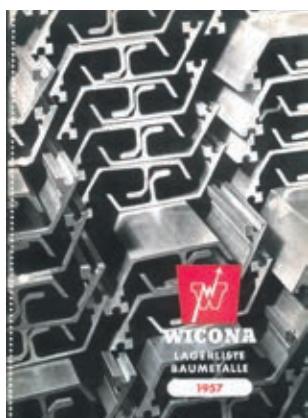
Japan wird Mitglied in der UNESCO

1953

Das Fernsehen wird in Deutschland mit der Ausstrahlung verschiedener Programme eingeführt



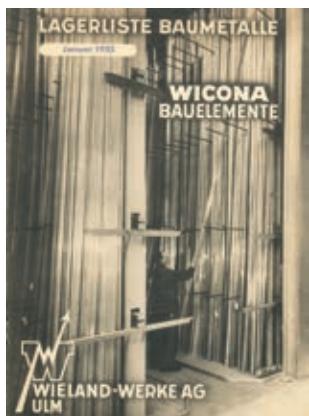
1954



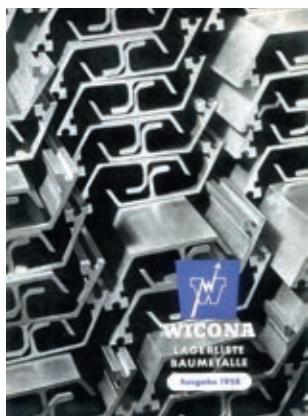
1957



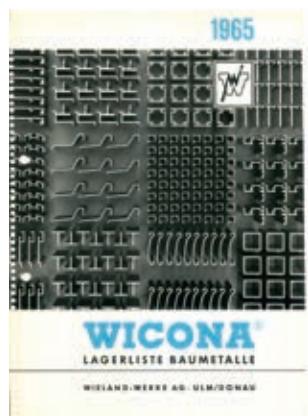
1963



1955



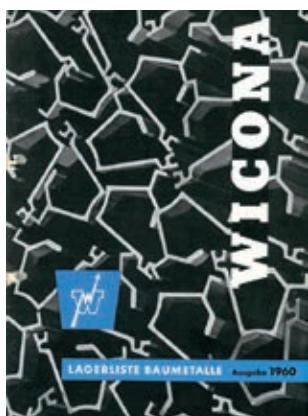
1958



1965



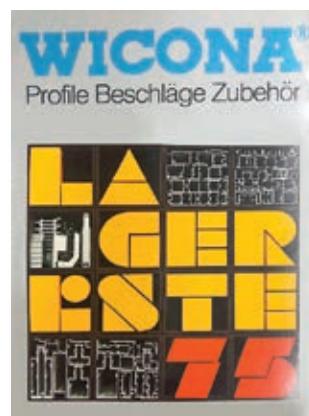
1956



1960



1968



1975

Ab dem Jahr 1950 gab es WICONA-Lagerlisten, die jährlich ergänzt wurden. Anfangs war die Titelseite jedes Jahr gleich, später bekamen die Listen in jedem Jahr ein neues Bild.

Ausbau des Händler-Vertriebsnetzes in Deutschland beginnt

1954

1955

Bundeskanzler Adenauer erreicht auf seiner Moskaureise die Aufnahme diplomatischer Beziehungen zur Sowjetunion und die Heimkehr der letzten deutschen Kriegsgefangenen

1957

Europäische Einigung mit Römischen Verträgen

1958

Die Weltwirtschaft erlebt die erste Rezession der Nachkriegszeit. In Frankreich tritt die Verfassung der Fünften Französischen Republik in Kraft



In den 1950er-Jahren stand dieser Schaukasten in Ulm, darin wurden die neuesten technischen Errungenschaften vorgestellt.

Langlebige Qualität

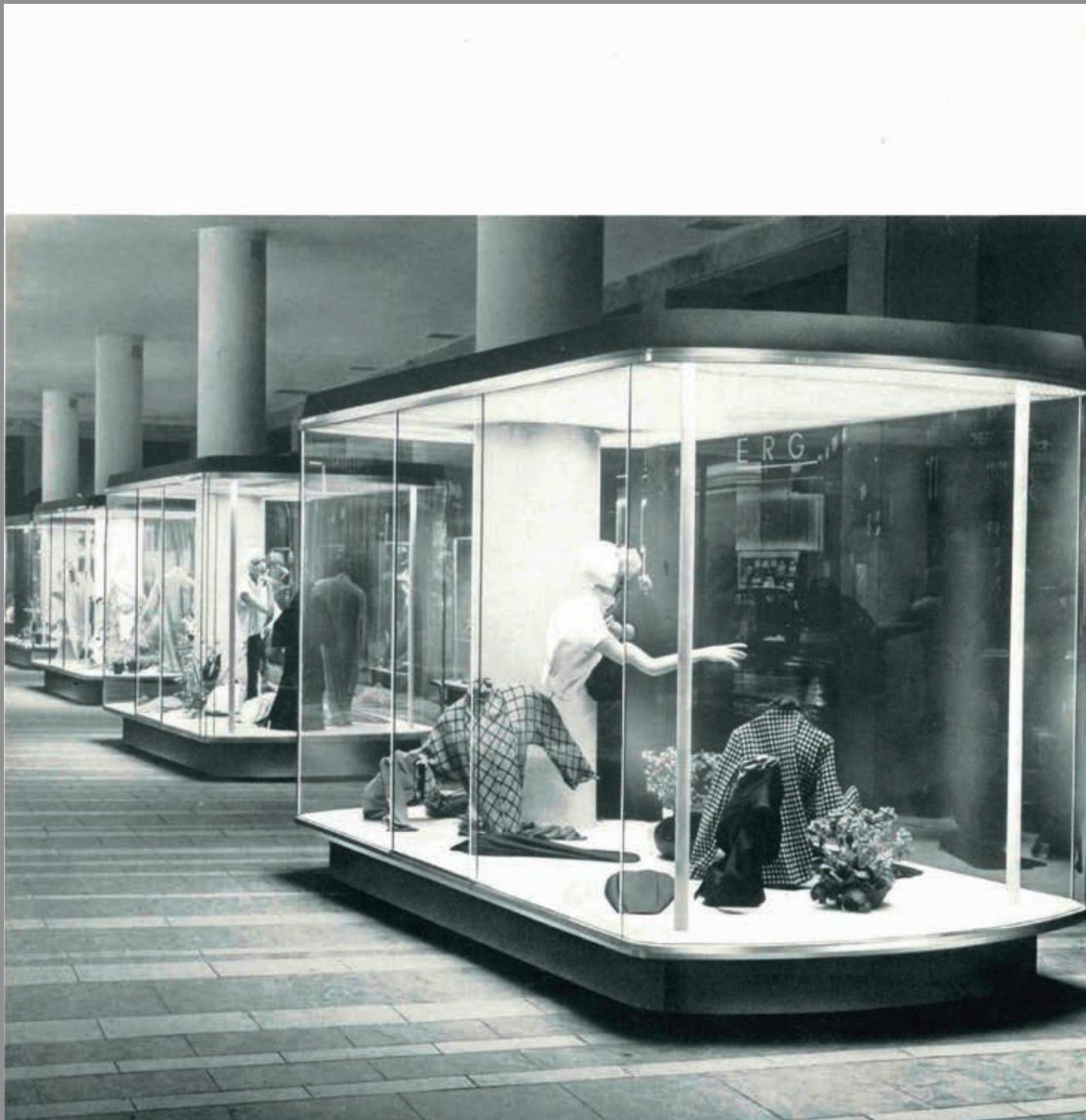
Vitrinen und Schaukästen machten Anfang der 1950er-Jahre einen großen Teil des WICONA-Sortimentes aus.

WICONA Schaukästen aus den 1950er-Jahren stehen zum Teil bis heute, nur die Nutzung hat sich verändert. Zum Beispiel standen einige Schaukästen an der Ulmer Hauptpost. Im Jahr 2017 wurden die Kästen für den Bau des neuen Eisenbahnareals versetzt, sie werden nun im Kulturtreff Stiege an der Ulmer Stadtmauer neu genutzt. So können die Gäste der Stiege zum Beispiel ihr Pfand, das in der Bar üblich ist, gegen eine Spendenmarke tauschen und diese in den Kasten werfen. Eine Spendenmarke entspricht einem Euro. Der so gesammelte Betrag wird anschließend an wohltätige Vereine weitergeleitet. Im Gegenzug dazu erhält der Spender eine kleine Weisheit auf Papier. Auch als Blumenkasten dienen einige der Schaukästen von damals - sie sind nicht totzukriegen.

Heute werden die Kästen als Kunstobjekte genutzt.



Mit diesem Kasten werden Spenden für den guten Zweck gesammelt.

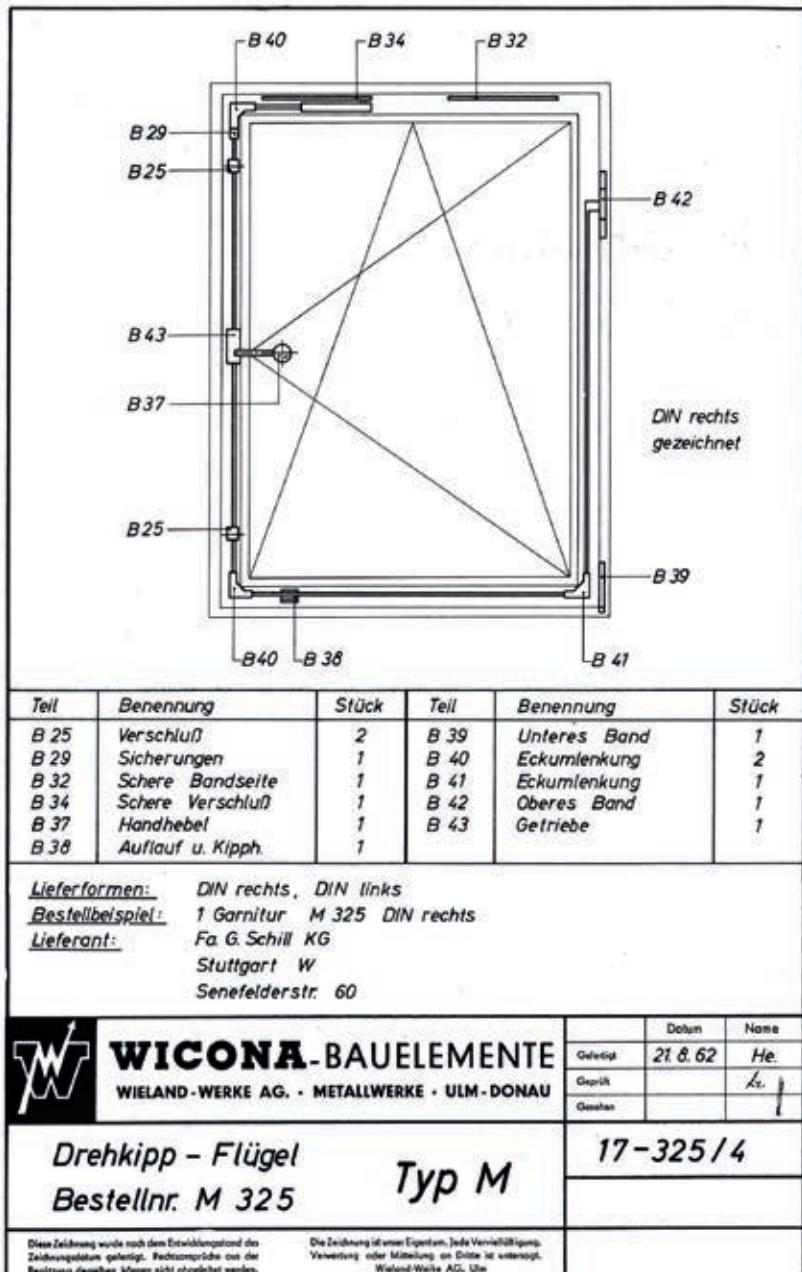


Vitrinen Modehaus Hettlage München
Ausführung: Audorff & Co. München
Ausführung: Reg.-Baumeister Mayr München - Foto: Foto-Technik

WIELAND-WERKE AG. ULM

»1961 – 1980

Es geht um die Energie



Zeichnung des Aluminiumfensters „M“ aus dem Jahr 1962.

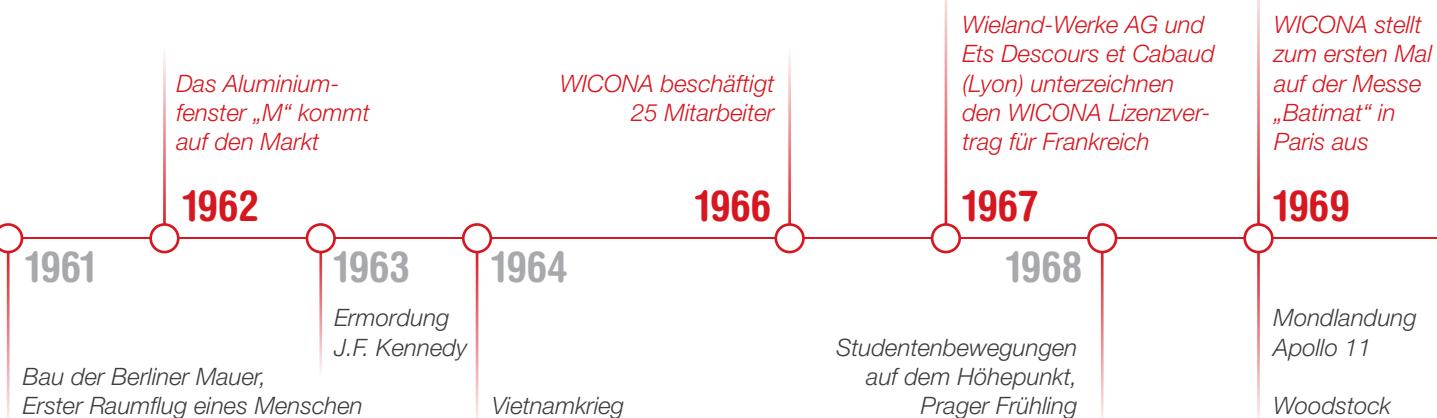
In den 70er-Jahren kam die zweite Generation der WICONA-Bauelemente auf den Markt: „WICONA 2“ – eine kleine Revolution.

In den 60er-Jahren wurden Hebeschiebefenster und Hebeschiebetüren zur Produktionsreife gebracht. 1962 kam das Aluminiumfenster „M“ auf den Markt. Auch das Vertriebsnetz, das sich bisher auf die Ulmer Umgebung beschränkte, wurde deutschlandweit ausgebaut. Der Hauptteil des Vertriebs erfolgte seit Mitte der 60er-Jahre durch die Carl Spaeter GmbH aus Duisburg. Von 1966 an ergänzte die technische Kundenberatung, die bis dato einem anderen Wieland-Zweig zugeordnet war, die Entwicklungsabteilung. WICONA beschäftigte zu dieser Zeit 25 Mitarbeiter. 1971 zog WICONA schließlich um, vom Wieland-Werksgelände in die Ulmer Gaisenbergstraße.

Nur kurz zuvor, im Jahre 1967, hatten die Wieland-Werke AG und das französische Unternehmen Ets Descours et Cabaud (Lyon) einen WICONA Lizenzvertrag unterschrieben. Damit wurde WICONA nun auch in Frankreich vertrieben.

Energiesparen wird Thema

Im Jahr 1972 brachte WICONA die zweite Generation der bewährten Bauelemente auf den Markt. Das Produktprogramm von „WICONA 2“ umfasste Aluminium-Profilsysteme für Türen, Fenster, Schiebetüren und -fenster sowie Festverglasungen. „Was bisher ein Konglomerat aus Schaufensterprofilen, Designformen, Fenster- und Türsystemen war, wurde nun zu einem einzigen System zusammengefasst. Das war eine Revolution“, so Reinhard Hirnig, der im Jahr 1972 als Entwicklungsleiter zu WICONA





Die Ulmer Gaisenbergstraße wurde ab dem Jahr 1971 die neue Heimat des WICONA-Büros.



Technische Überprüfung im Keller der Gaisenbergstraße in Ulm.



Der Außendienst von WICONA, der in Deutschland tätig war.

kam. „Es war nur noch eine Bohrung notwendig, das war eine Riesengeschichte“, so der heute 70-Jährige. „Wir waren federführend und WICONA als Systemhersteller die Nummer 1 auf dem deutschen Markt.“ Vor dem Hintergrund der Energiekrise Mitte der 70er-Jahre rückte aufgrund der stark gestiegenen Erdölpreise das Thema „Energiesparen am Bau“ in den Blickpunkt. Das Bemühen, die Energiebilanz der Ge-

bäudehülle zu verbessern, bestimmte die Entwicklungsarbeit bei WICONA, ein dauerhaftes thermisches Trennprofil für Aluminium-Profilsysteme entstand.

14 Architektenberater deutschlandweit

Dabei wurde zur thermischen Trennung der Metallprofile auf Dämmstege aus Polyamid gesetzt, dessen Wärmeausdehnungsko-

effizient dem von Aluminium entspricht. 1974/1975 kamen mehrere Typen wärmedämmter Fenster heraus. In dieser Zeit waren 14 Architektenberater deutschlandweit für WICONA tätig. „Wir haben in der Zeit sehr viele Projekte gehabt, es war ein richtiger Hype“, so Hans-Jörg Frank, der seit 1966 bei WICONA tätig war. „Früher war es eine Tagesarbeit, ein Fenster zu verbauen. Nun ging das schneller.“

WICONA bringt eine neue Systemgenerations WICONA 2 auf den Markt, bei deren Entwicklung Wert auf Energiesparen gelegt wurde

WICONA wird in Österreich vertrieben (über „Danninger Metall & Technik“, die 1999 von Hydro übernommen wird)

WICONA wird erstmals in der Schweiz vertrieben (über die „Kisling AG“), Kunden werden direkt von den Wieland-Werken in Ulm betreut

WICONA wird erstmals in Spanien vertrieben (über „Coalsa“ in Sabadell)
Lizenzvertrag mit „Nippon Aluminum Mfg. Co. Ltd.“ in Osaka, Japan

1972

1974

1975

1977

1980

Erster Prototyp eines TGVs wird präsentiert

Watergate-Affäre: Rücktritt Richard Nixons

1. Wärmeschutzverordnung tritt in Kraft

Ölpreis-Schock: Erdöl wird 70 Prozent teurer, es folgt die Ölkrise



Das Presswerk in Bellenberg.

»1980 – 2000

Jahre des Umbruchs

Im Jahr 1988 wurde WICONA aus der Wieland-Werke AG ausgegliedert: aus der Marke WICONA wurde ein Unternehmen, die WICONA Bausysteme GmbH.

Wieland hielt 75 Prozent der Geschäftsanteile. Hydro Aluminium Extrusion, eine hundertprozentige Tochter der Norsk Hydro in Oslo, erwarb zunächst 25 Prozent. 1991 gehörte WICONA dann zu 100 Prozent zur Hydro Aluminium, die mit 27 Presswerken in Europa, Asien und den USA zu den weltweit größten Produzenten von Aluminium-Strangpressprofilen zählte. Das bedeutendste Anwendungsgebiet für Aluminium-Strangpressprofile sind schon immer Türen, Fenster und andere Anwendungen am Bau gewesen. 1984 vertrat Hydro diesen Markt mit einem eigenen Bausystem, allerdings war dieser Schritt nicht besonders erfolgreich. 1985 übernahm Hydro ein defizitäres Strangpresswerk in Châteauroux von Alcoa und führte es schnell in die Gewinnzone.

Dies galt als wichtiges Signal. Hydros Strangpressgruppe hatte zwar nicht den besten Start, aber nach mehr als 15 Jahren zeigte sich ein Silberstreif am Horizont.

Ungewöhnliche Anfrage

Die Beharrlichkeit des Topmanagements, an der Strategie festzuhalten, ein internationales Strangpressgeschäft aufzubauen, war entscheidend. Besonders zu einer Zeit als unter den Konkurrenten der Glaube an dieses Geschäft langsam schwand. 1988 wurde WICONA von den Wieland-Werken zum Kauf angeboten, am Firmensitz von Hydro Aluminium Extrusion in Lausanne wurde die Anfrage ohne Überraschung entgegengenommen. Angebote von Firmen, die verkauft werden sollten, waren nichts

Ungewöhnliches. „Allerdings war es etwas anders als sonst. Das Unternehmen war immer technologisch orientiert und rentabel, wir waren von der Kompetenz beeindruckt und waren der Auffassung, dass eine stärkere Marktorientierung das Unternehmen noch erfolgreicher machen könnte“, so Arve Sund, der damals im Management saß. Also kaufte Hydro WICONA von den Wieland-Werken. Dies war ein wichtiger Schritt für Hydro Aluminium Extrusion im Bausystem-Bereich. Sund sollte recht behalten mit seiner Prognose: Der neu erworbene Betrieb lancierte eine Fülle neuer Produkte auf dem heimischen Markt und verdiente Geld.

Quelle: Buch „Our Way“

WICONA wird erstmals in Italien vertrieben (über „Alumit“, Bozen)

1981

Ronald Reagan wird amerikanischer Präsident

WICONA wird erstmals in Großbritannien vertrieben (über „Brentford-Aluminium“ in Brentford)

1982

Falklandkrieg

1985

Michail Gorbatschow wird Generalsekretär der KPdSU

» Interview

mit Ivar Hafsett zum Kauf von WICONA

„Es war die Gelegenheit“

1988 kaufte Hydro WICONA. Eine gute Entscheidung, wie sich zeigen sollte.

Ivar Hafsett war von 1980 bis 2000 Leiter der Strangpress-tätigkeiten von Hydro Aluminium und ebenfalls maßgeblich an der Eingliederung von WICONA in den Hydro Konzern beteiligt. Hafsett war 38 Jahre alt, als er die Leitung übernahm. Er begann damit, grundlegende Richtlinien zu erlassen, die die Dinge systematischer und gleichzeitig sozialer gestalteten. Da sein Bereich ständig größer wurde, legte er viel Wert auf gute Mitarbeiter. „Unser Bereich war immer äußerst abhängig von Menschen, weil wir ihnen Gelegenheit gaben, selbstständig zu handeln“, gab Hafsett in einem Interview an. Er gab seinen Mitarbeitern immer den nötigen Freiraum, um Erfolge zu erfahren und auf die eigene Leistung stolz zu sein. Er hatte im Konzern außerdem immer den Ruf, hart aber fair zu sein.

Quelle: Buch „Our Way“

„Viele Unternehmen haben diesen Schritt nicht gewagt.“



Foto: Terje Knudsen

Ivar Hafsett im Jahre 1988 kurz vor der Eingliederung von WICONA in Hydro.

WICONA wird aus den Wieland-Werken ausgegliedert und als eigenständiges Unternehmen etabliert: WICONA Bausysteme GmbH

Hydro Aluminium Extrusion kauft 25% der Anteile, die restlichen 75% bleiben bei Wieland

1988

1986

Tschernobyl-Katastrophe

Hydro baut ein neues Strangpresswerk in Bellenberg

1990

1989

Fall der Berliner Mauer

Ein Interview mit dem heute 76-Jährigen:

Warum haben Sie sich damals für den Kauf von WICONA-Anteilen entschieden?

Hafsett: „Wir haben uns in erster Linie für WICONA entschieden, weil WICONA verfügbar war. Der Eigentümer wollte aus diesem Geschäftsbereich austreten. Und wir wollten einen wichtigen Schritt in diesem Bereich machen. Als die Besitzer aussteigen wollten, hatten wir die Gelegenheit, einen guten Deal einzugehen. WICONA war einer der Hauptakteure in Europa, ja auf der ganzen Welt. Das Unternehmen war stark in Bezug auf Qualität und Innovation, und das war uns wichtig, besonders die Innovation. Es war die Gelegenheit, die wir am Schopf gepackt haben.“

Hatten Sie auch andere Systemhäuser in Betracht gezogen?

Hafsett: „Ja, aber die Verfügbarkeit war damals ein wichtiger Faktor. Und wie gesagt, WICONA überzeugte durch herausragende Qualität und starken Innovationsgeist. Die Gelegenheit war bei diesem Unternehmen gut und das Timing stimmte.“

Warum haben Sie 1988 nur 25 Prozent von WICONA erworben?

Hafsett: „Für uns war das vor allem eine strategische Entscheidung, um neue Gebiete und Geschäftsfelder zu erschließen. Das war Neuland für uns und wir mussten erst sicherstellen, dass dies auch wirklich so erfolgreich werden würde, wie wir es uns vorgestellt hatten.“

Wie waren die Reaktionen der WICONA-Wettbewerber, die ja auch Kunden bei Hydro waren?

Hafsett: „Das gab natürlich große Diskussionen. Viele Industrieunternehmen haben sich damals entschieden, diesen Schritt nicht zu wagen. Also den Schritt seitwärts, bei dem sie auch mit Kunden konkurrieren. Einer der größten Hauptabnehmer damals stand im Wettbewerb zu WICONA. Daher stellte sich natürlich die Frage, ob wir das wirklich wagen würden. Am Nachmittag vor der Ankündigung (zur Akquisition von WICONA) habe ich mich mit dem Geschäftsführer unseres Hauptabnehmers getroffen, um ihm die Entscheidung mitzuteilen. Wir hatten eine gute, professionelle Diskussion. Dabei ging es vor allem um die Leistung unserer Presswerke, und somit unsere Zusage, weiterhin guten Service, Leistung und Qualität zu liefern und damit ein guter Lieferant für ihre Profile zu bleiben.“

Praktische Hilfe für Verarbeiter

Langwieriges Suchen nach Informationen in dicken Katalogen und technischen Dokumentationen gehört bei Wicona der Vergangenheit an. Der Anbieter von Aluminium-Profilsystemen präsentierte seine gesamte Dokumentation als komfortable CD-ROM-Serie. Damit wurde eine Lösung gefunden, die nicht nur technisch überzeugt, sondern auch zukunftsweisend ist und den Berufsalltag des Metallbauers erheblich erleichtert

Bereits 1996 hatten die Verantwortlichen bei Wicona eine Lösung gesucht, die Berge von Papier in den Griff zu bekommen. Gemeinsam mit dem Software-Unternehmen IMP (Interaktiv Multimedia Produktion) wurden die technischen Dokumentationen, Zeichnungen und Kataloge auf einer CD-ROM umgesetzt. Auf der BAU '99 hat Wicona dann die gesamte Produktpalette vorgestellt. Die aktuelle CD-ROM-Serie bietet zahlreiche Möglichkeiten und hoher Benutzerkomfort. Eine Kopierfunktion ermöglicht das Überspielen der CD-Inhalte auf die Festplatte. Damit entfällt das lästige Wechseln von CDs, der Zugriff wird beschleunigt und dem Anwender steht ein kontinuierliches Arbeitsmittel zur Verfügung.

Digitaler »Warenkorb«...

Ein weiteres Plus der digitalisierten Daten ist ihre Interaktivität. Über Hyperlink-Verknüpfungen lassen sich schnell und sicher alle Informationen, Artikel, Werkzeuge und Verarbeitungshinweise abfragen. Es bedarf keiner langwierigen Suche mehr, die Entscheidung der richtigen Artikelordnung wird dem Anwender kontrolliert abgenommen.



Früher und heute: Aus vielen Aktenordnern...

Die digital aufbereiteten Daten des Profil-Programms eignen sich nicht nur für die Tagesarbeit des Metallverarbeiters, sondern unterstützen und entlasten ihn schon in der Vorbereitungsphase. Mit einer integrierten Update-Funktion steht das gesamte Wicona-Programm immer auf dem aktuellen Stand zur Verfügung.

Das Hin- und Herblättern zwischen den einzelnen Serien, den dazugehörigen Zubehör und den Beschlägen fällt weg. Hinterlegte Querverweise führen den Benutzer zu Anwendungsbereichen, statischen Werten und Auswahltabellen. Die Kalkulation erfolgt über die ebenfalls hinterlegte Preisli-



... werden wenige CDs, wie Geschäftsführer Walter Lonsinger demonstriert

Auf ins neue Jahrtausend: Ende der 90er-Jahre wurden Ordner verbannt und die technische Dokumentation auf CD-ROM gespeichert.

WICONA wird zur 100%-Tochter von Hydro

1991

Zweiter Golfkrieg

Eröffnung des WICONA Technik- und Zertifizierungszentrums in Bellenberg

Gründung von „WICONA Scandinavia“, „WICONA Benelux N.V.“, „WICONA Bausysteme AG“ in der Schweiz (durch Übernahme der Kisling AG) und „WICONA Sp. Z.o.o.“ in Polen (Joint Venture zwischen Hydro und dem Bausystem-Distributor Comma-bbus Corporation Sp.Z.o.o.)

WICONA stellt zum ersten Mal auf der Messe „Polyclose“ in Belgien aus

1992

50

50 Jahre WICONA

1998 feierte das Unternehmen ein halbes Jahrhundert. Auch wenn die wirtschaftliche Lage damals nicht rosig war, wurden in dieser Zeit wichtige Weichen für die Zukunft gestellt.

Nach dem Sprung in den deutschen Bau-systeme-Markt baute Norsk Hydro in Bellenberg eines der modernsten Presswerke Europas. Die ersten Pressbolzen im neuen Strangpresswerk wurde im Juli 1990 gepresst. Hydro Aluminium Bellenberg GmbH war Hydros erstes Werk, das ausschließlich an einen Bausystemhersteller lieferte. Es war auf die Versorgung von WICONA ausgerichtet. Das Werk fertigte mit maßgeschneiderter Ausrüstung Speziallängen für WICONA. Die Jahreskapazität lag bei 10.000 Tonnen.

Dass der Erfolg von WICONA im Zusammenhang mit der technischen Kompetenz gesehen wurde, war bekannt. Deshalb entschloss sich Hydro, ein Technologiezentrum zu errichten. Das Zentrum sollte den Rahmen bilden für die Erprobung innovativer Ideen, das Testen von neuen Produkten sowie für die praktische und theoretische Ausbildung.

Voraussetzungen für einen einheitlichen Markt

Anfang der 90er-Jahre wurde auch der Vertrieb der WICONA Bausysteme GmbH neu organisiert. Die Duisburger Carl Spaeter GmbH gründete die Carl Spaeter Aluminium Bausysteme Vertriebs GmbH mit Sitz in Viernheim. Damit wurden die Voraussetzungen für einen einheitlichen Auftritt am Markt und eine leistungsstarke Vertriebsorganisation geschaffen.

Diese konzentrierte sich ausschließlich auf die Beratung und den Vertrieb der System-Produkte. Ab April 1992 führte WICONA den Vertrieb dann in eigener Regie. Im Jahr 1998 wurde das 50-jährige Jubiläum von WICONA im Ulmer Congress Centrum

gefeiert. Der damalige Geschäftsführer Walter Lonsinger sagte trotz damals vorherrschender Rezession und mäßiger Bauaktivitäten auf dem europäischen Markt: „Wir können dem nächsten Jahrhundert getrost entgegensehen, solange wir uns am Markt orientieren, gute Produkte anbieten und den Kontakt zu unseren Kunden pflegen.“ Ein Meilenstein war auch das im Oktober 1999 eröffnete Service-Center in Gerstungen. Mit einer Investition im zweistelligen Millionenbereich wurde es auf einem Gelände mit einer Fläche von 21.000 Quadratmetern in Betrieb genommen. Nun konnten hier pressblanke Aluminiumprofile gelagert werden und die Verteilung sowohl blanker als auch beschichteter Profile für die Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz vereinfacht werden. Zudem wurden von hier aus Lieferungen an WICONA-Unternehmen in Italien, Frankreich, auf der iberischen Halbinsel, in Skandinavien und Osteuropa vorgenommen. Mit seiner zentralen Lage entsprach das Service-Center den Anforderungen des Marktes nach kürzeren Lieferzeiten und einer noch höheren Termingenaugigkeit bei der Just-in-time-Belieferung. Trotz stagnierender Märkte wuchs WICONA weiter.

Internationale Ausrichtung

Ebenfalls ebnete WICONA weiterhin den Weg in die Märkte Europas und darüber hinaus. 1991 bekam die deutsche WICONA Bausysteme GmbH, inzwischen eine 100-prozentige Tochter der Hydro, die Verantwortung für den europäischen Markt (exkl. Italien, Spanien, Portugal, Griechenland) sowie für die bereits in Hydro etablierten

Gründung von WICONA France (durch Übernahme von DESCAL von Ets Descours et Cabaud)

Portugal: Hydro erwirbt einen Bausysteme-Lieferanten und verkauft über diesen u.a. WICONA

1995

1994

Nach dem Ende der Apartheid wird Nelson Mandela zum ersten schwarzen Präsidenten Südafrikas gewählt

Service-Center feierlich eröffnet



Schlüsselübergabe mit (v. l.) Ivar Hafsett, Staatssekretär Roland Röhwien und Walter Lonsinger.

Im Jahr 1999 wurde das Service-Center in Gerstungen eröffnet. Es sollte sich als großer Erfolg in Sachen Logistik erweisen.

Der Webauftritt von WICONA Anfang der 2000er-Jahre.

Bausysteme in Skandinavien (Hydro Integral Profilsystemer), das Unternehmen in Belgien (in Herentals) und das Lizenzabkommen mit dem französischen Unternehmen Ets Descours et Cabaud in Lyon. Ab 1992 führte WICONA die Vertriebsaktivitäten in eigener Regie. Das skandinavische Unternehmen Hydro Integral Profilsystemer wurde umbenannt und hieß nun „WICONA Scandinavia“. Nur ein Jahr später erwarb Hydro das norwegische Unternehmen Raufoss Aluminium SA, welches in WICONA Scandinavia eingegliedert wurde. Auch das belgische Bausysteme-Unternehmen in Herentals, das Hydro 1986 von Alcan erworben hatte, operierte nun unter der Firmenbezeichnung „WICONA Benelux N.V.“. Im selben Jahr übernahm Hydro die Kisling AG in der Schweiz, welche bis zu diesem Zeitpunkt WICONA in der Schweiz repräsentiert hatte. Das Unternehmen wurde in „WICONA Bausysteme AG“ umbenannt. Nach dem Vertriebsausbau in Skandinavien, Benelux und der Schweiz folgte 1992 der

Einstieg in den polnischen Markt über einen Bausystem-Distributor, einem Joint Venture zwischen dem Distributor Comabbus Corporation Sp.Z.o.o. und Hydro. Anfangs hielt Hydro nur 35 Prozent, erhöhte seine Anteile jedoch später auf 49 Prozent. Bis 2003 war WICONA in Polen über diesen Distributor aktiv. Seit Anfang 2005 wird der polnische Markt durch eine eigene Tochtergesellschaft repräsentiert.

Weitere Märkte erschlossen

1994 wurden Lizenzverträge für die Fertigung von WICONA Produkten in Israel, Saudi-Arabien und Japan abgeschlossen. 1995 erwarb Hydro das französische Unternehmen, das bis dato WICONA in Frankreich repräsentierte. Die strategische Ausrichtung der Hydro Gruppe ebnete WICONA den Weg auch nach Portugal, wo Hydro einen Bausysteme-Lieferanten erwarb, über welchen unter anderem die Bausysteme der Marke WICONA verkauft wurden. Auch das österreichische Unternehmen Danninger

Die neue Website kommt voll gut

Modern, rot, informativ, „Klasse“ (O-Ton eines Marktbeteiligten), so präsentieren wir uns seit Anfang April im World Wide Web. Schon im Jahre 1996, als wir als Erste unserer Branche mit einer Website erschienen, hörten wir ähnliche Komplimente. Das hatte sich dann aber doch relativ schnell überholt, und so wurde es dringend Zeit für ein generelles Facelifting.



Von der inhaltlichen Konzeption stellt es sich eher um eine PR-Seite dar, die über die WICONA-Geschäftstätigkeit von Interesse ist. Da z. B. wären unsere Mitarbeiter, Norsk Hydro, aktuelle Presseinformationen oder Referenzen von Interesse. Gerade Letztere werden bestens besucht, von Architekten, Planern und Bauherren. Deshalb bieten sie ein breites Spektrum, vom Privathaushalt bis zu den spektakulären High-Tech-Bauten. Insgesamt ist die Kompetenz für...

Der erste Webauftritt von WICONA ging live. Anfang der 2000er-Jahre gab es die Seite dann sogar auf Schwäbisch

1996

WICONA feiert sein 50. Jubiläum

1998

Die Raumstation ISS wird aufgebaut

Das Service-Center Gerstungen wird eröffnet

Gründung der Hydro Danninger GmbH (durch Übernahme von „Danninger Metall & Technik“)

1999

Jelzin tritt zurück und übergibt seine Geschäfte an Putin



Das Bürogebäude von WICONA in der Einsteinstraße in Ulm.

» 2001 – Heute

Das neue Jahrtausend

Die Zeiten ändern sich – die Marke WICONA bleibt weiterhin auf Erfolgskurs.

Von 2004 an führte das Unternehmen mit „Hydro Building Systems GmbH“ eine neue Firmenbezeichnung. WICONA als Marke wurde parallel in weiteren Ländern erfolgreich etabliert. Am Standort Bellenberg entstand im Jahr 2009 ein eigenes Test Centre, das modernste in ganz Europa. Bis 2009 wurden die WICONA-Systeme im Rosenheimer Institut für Fenstertechnik geprüft, nun kamen die Experten nach Bellenberg. Auf 2 mal 100 Quadratmetern wird hier bis heute geprüft, ob Gebäude-

fassaden wasser- und winddicht sowie stabil genug sind. Bestehen die Fassaden alle Tests, bekommen sie ein CE-Zertifikat, welches bestätigt, dass die Fassade mit den europäischen Richtlinien übereinstimmt und europaweit vertrieben werden kann.

WICONA wurde zur Premiummarke

2013 führte ein Joint Venture zwischen den norwegischen Konzernen Hydro (bis dato der Mutterkonzern von WICONA) und Orkla

zur Gründung der norwegischen Sapa AS. Orkla und Hydro hatten vereinbart, ihre Aktivitäten in den Bereichen Profile, Bausysteme und Rohre zu einem Gemeinschaftsunternehmen (Sapa AS) zusammenzuschließen, das sich zu je 50 Prozent im Besitz beider Unternehmen befand. WICONA wurde zur Premiummarke der darin integrierten Bausystem-Gruppe „Sapa Building Systems“. Der Standort Ulm/Bellenberg wurde zum „Markenzentrum WICONA“ mit der zentralen Produkt- und Software-

In Tschechien wird die „Hydro Building Systems Cz spol.s.r.o.“ gegründet (Joint Venture zwischen WICONA Bausysteme und privaten Eigentümern), wird später komplett von Hydro übernommen

2000

Die „Dotcom“-Blase platzt

2001

Terroranschlag auf das World Trade Center in New York

2002

Einführung des Euro

2004

Verheerender Tsunami mit 300.000 Toten im Indischen Ozean

2005

Das Kyoto-Protokoll tritt in Kraft. Es legt Zielwerte für den Ausstoß von Treibhausgasen fest

Gründung einer WICONA Tochtergesellschaft in Polen

Gründung einer WICONA Gesellschaft in Spanien



Das Test Centre in Bellenberg.



2009: Regnen soll's! Mit einem Livetest haben Svein Richard Brandtzæg, President and Chief Executive Officer Norsk Hydro AS (rechts) und Jarand Felland, norwegischer Politiker und politischer Berater im Ministerium für Erdöl und Energie, das WICONA Test Centre in Bellenberg eingeweiht.

entwicklung, dem internationalen Projekt Service, der Markensteuerung, dem Test Centre sowie der Forschung. Metallbauer, Architekten und Investoren brauchten sich nicht auf neue Marken(namen) einzustellen, auch die Vertriebsstrukturen und Ansprechpartner blieben dieselben. 2017 gab es erneut einen Eigentümerwechsel: Der Norsk Hydro Konzern, der bis dato 50 Prozent am WICONA-Mutterunternehmen Sapa AS gehalten hatte, übernahm nun auch die andere Hälfte.

Gründung einer WICONA Gesellschaft in China

WICONA stellt zum ersten Mal auf der „Expo Build China 2006“ aus sowie auf der Messe „Veteco“ in Madrid

2006

Die Weltbevölkerung erreicht laut US-Zensus-Behörde die Marke von 6,5 Milliarden

WICONA stellt zum ersten Mal auf der Messe „Construmat“ in Barcelona aus

2007

Das iPhone von Apple kommt auf den Markt

Neuer Markenslogan „Technik für Ideen“

In Bellenberg entsteht ein eigenes Test Centre

In Frankreich fusioniert WICONA mit der franz. Marke „Architectural Systems“

2008

Barack Obama wird als erster afroamerikanischer Präsident der USA gewählt

WICONA Finder gewinnt den iF communication design award

Standkonzept für die BAU 2009 schafft den Eintrag ins „Messedesign Jahrbuch 2009-2010“

2009

Totale Sonnenfinsternis, sichtbar im südlichen Südamerika

In Courmelles (Frankreich) entsteht ein Service- und Logistik-Center

2010

Störfall im Kernkraftwerk Fukushima I in Japan



WICONA eröffnete in den vergangenen Jahren mehrere Showrooms, darunter in London und China. 2016 wurde der Showroom in Courmelles eröffnet.

Wichtige Standorte für das Geschäftsfeld

Das 2013 von Norsk Hydro und Orkla gegründete Unternehmen wurde als Geschäftsbereich „Extruded Solutions“ für Strangpress-Produkte in Hydro integriert. Sowohl das Presswerk in Bellenberg, das

Test Centre als auch der WICONA-Hauptsitz in Ulm blieben wichtige Standorte für das Geschäftsfeld Extruded Solutions. Hydro machte dadurch klar, dass es weiter auf Wachstum setzte. Deutschland wurde als Schlüsselmarkt angesehen. „Wir investieren viel in unsere Produktionsanlagen in Bellen-

berg und Gerstungen, um unser Wachstum zu stützen“, erklärte der damalige WICONA-Geschäftsführer Henri Gomez zum Wechsel. Eindrucksvolles Beispiel für die Verzahnung von Herstellern und Nutzern ist das NEXT Studio in Frankfurt, das im Juni 2017 eröffnet wurde.

2012	Standkonzept für die BAU 2011 schafft den Eintrag ins „Messedesign Jahrbuch 2011-2012“	2013	Umzug der WICONA-Zentrale in Ulm in die Einsteinstraße 61	2014	WICONA wird eine Marke der Sapa AS (Joint Venture zwischen Hydro und Orkla)	2015	Im „Building Centre“ in London wird ein Showroom eröffnet	2016	Neuer Showroom in Courmelles	2017	Erweiterung des Service- und Logistik-Centers in Courmelles	2018	WICONA erhält das C2C Zertifikat in Bronze
	Der Flug MH 370 von Kuala Lumpur nach Peking verschwindet spurlos				Der VW-Abgasskandal kommt ins Rollen				52% der Briten stimmen für einen EU-Austritt des Vereinigten Königreichs, der Brexit – Prozess beginnt		Eröffnung des NEXT Studios in Frankfurt		WICONA wird wieder zu 100% eine Marke von Hydro

...um Längen voraus



WICONA®, der Galopper
der Jahre '65 - '88 mit Profil.
Aus dem Qualitätsgestüt Wieland.
Seriensieger Großer Preise.
Dauerrenner mit System.
Setzen Sie beim nächsten Derby
gleich aufs richtige Pferd,
Herr Architekt!
Satteln Sie um, lieber Metallbauer.
Hufschlag frei für gemeinsame
Erfolge!

WICONA[®]
Aluminium am Bau

WICONA Bausysteme
GmbH & Co. KG
Graf-Arco-Straße
D 7900 Ulm
Telefon (0731) 497-0

Profile für Fassaden, Glasarchitektur, Wintergärten, Fenster, Eingangsanlagen, stilgerechte Renovierung.

Ausführliche Informationen Leserservice 1037 ankreuzen

Anzeige aus den 1980er-Jahren.



DAS WICONA-SYSTEM

WICONA-Bauelemente sind die seit vielen Jahren bewährten und für Architekt und Verarbeiter idealen Leichtmetall-Profile für den Ausbau in Metall. Mit wenigen Grundelementen können zahlreiche Kombinationen, von schlichten Einfassungen bis zu üppig profilierten und glanzvollen, ein- oder mehrfarbigen Rahmen zusammengebaut werden. — Neben kurzer Montagezeit sind gutes Aussehen bei geringer Pflege, Preiswürdigkeit und lange Lebensdauer hervorstechende Merkmale dieser Bauelemente.

Beim WICONA-System werden Deckprofile mit Haltewinkeln auf Grundrahmen montiert, und zwar ohne sichtbare Schrauben. Alle diese Teile sind mit größter Präzision hergestellt. Durch eine sinnreiche Anordnung von Nuten und dazu passenden Nasenleisten lassen sie sich leicht ineinanderfügen und befestigen. — WICONA-Bauelemente werden aber nicht nur in konstruktiver, sondern auch in ästhetischer Hinsicht hohen Anforderungen gerecht, wie die zahlreichen Bildbeispiele dieser Schrift zeigen.

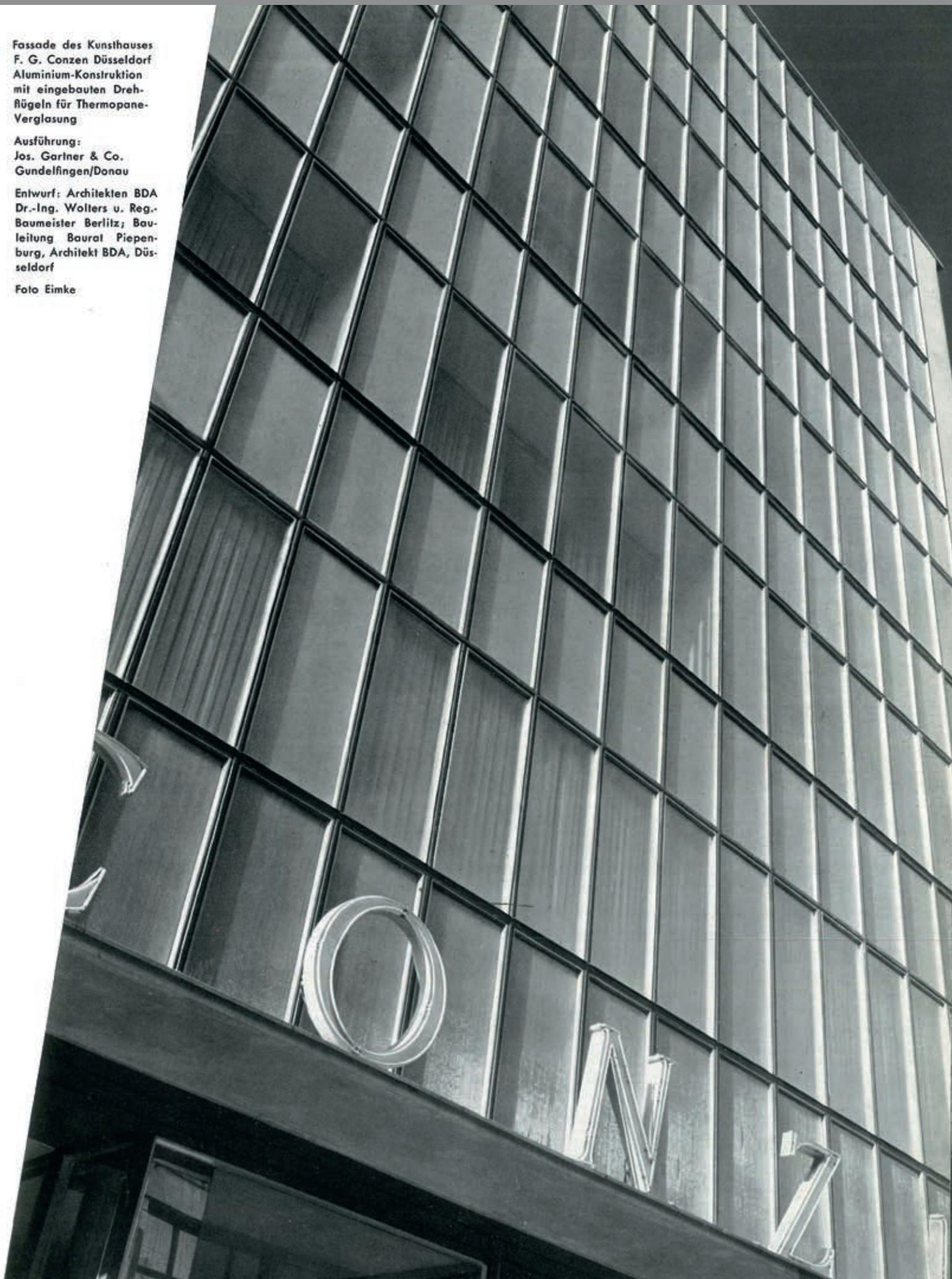
Anzeige aus dem Jahr 1956.

Fassade des Kunsthause
F. G. Conzen Düsseldorf
Aluminium-Konstruktion
mit eingebauten Dreh-
flügeln für Thermopane-
Verglasung

Ausführung:
Jos. Gariner & Co.
Gundelfingen/Donau

Entwurf: Architekten BDA
Dr.-Ing. Wolters u. Reg.-
Baumeister Berlitz; Bau-
leitung Baurat Piepen-
burg, Architekt BDA, Düs-
seldorf

Foto Eimke





» Wenn es bei
WICONA läutet...



Torsten Föllmer, Leiter der Abteilung Key Account Management, mit der Auftragsglocke.

Die Auftragsglocke verheißt Großes

Wer die Zentrale von WICONA in Ulm besucht, fragt sich wahrscheinlich, was es mit der Glocke auf sich hat.

Gut sichtbar im Foyer, direkt neben dem Haupteingang, hängt die große Messingglocke. Damit wird nicht etwa der Feierabend eingeläutet, sondern sie ertönt immer dann, wenn ein Großauftrag bei WICONA eingeht. Der Glockenschlag ist im ganzen Haus zu hören und signalisiert einen Auftragseingang der größeren Art. Der Klang symbolisiert also für alle hörbar den Erfolg des Unternehmens und trägt zur Motivation der Mitarbeiter bei. „Denn der Erfolg ist nie alleinige Sache der Vertriebsabteilungen, sondern immer des WICONA-Teams im Ganzen, von der Reinigungsfrau bis zum Chef“, sagt Torsten Föllmer, Leiter der Abteilung Key Account Management, der die Glocke auch ab und an läuten darf.

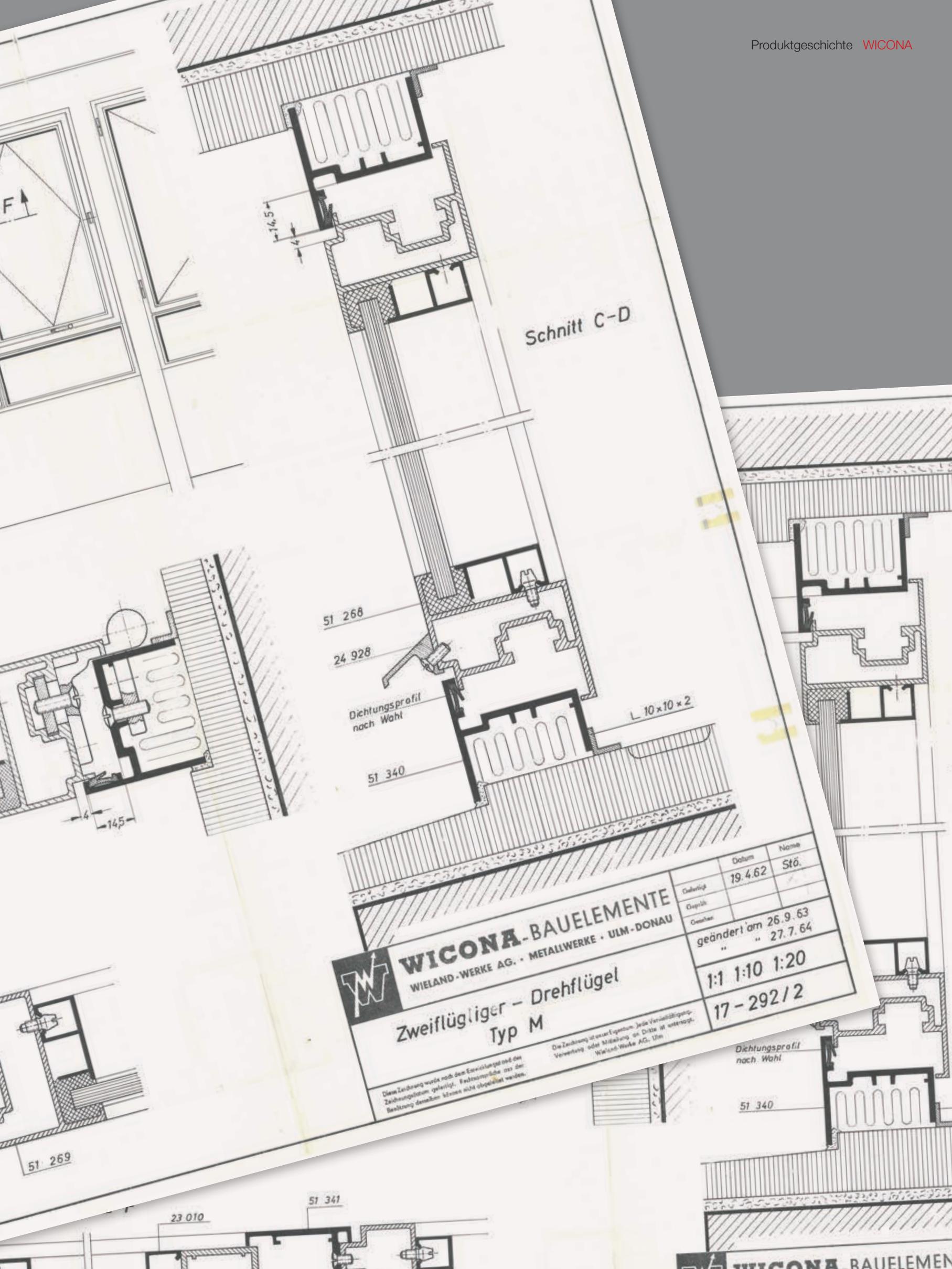
Regelmäßige Schläge

Wie oft sie zu hören ist, ließe sich nur grob abschätzen, aber eigentlich will man auch gar nicht zu viel verraten. Nur so viel: Regelmäßig ertönt sie im Haus. Ein Glockenschlag bedeutet ein Auftragsvolumen von mehr als 50 Tonnen Aluminium, zwei Glockenschläge 100 Tonnen und so weiter. Aufträge in der Größenordnung, dass die Glocke gar mehrfach geschlagen wird, kommen selten vor. Dahinter stecken dann meist Fassadenaufträge für extrem große Projekte, also sehr große Gebäude mit sehr großen Glas-Aluminium-Fassaden. Daher ist es auch immer etwas Besonderes, wenn es bei WICONA mal wieder läutet.

» Vom ersten Patent bis zum Global Player

In über 70 Jahren wurden bei WICONA unzählige Produkte und Patente entwickelt. Rund 11.000 Artikel umfasst das WICONA-Lieferprogramm heute.

Das gezeigte Anwendungsbeispiel
ist statisch nicht verbindlich





Von außen nicht zu erkennen, innen steckt aber ganz viel Know-how: Querschnitt durch ein Verbundprofil.

Bauteile mit Schlüsselfunktion

Was mit einem ersten Patent vor Jahrzehnten begann, ist heute eine Weltmarke. WICONA hat sich im Laufe der Zeit 180 technische Errungenschaften schützen lassen. Heute sind 46 Patente aktiv. Das WICONA Produktprogramm umfasst 11.000 Artikel.

Patente schützen neue Erfindungen und Ideen und sichern damit den Vorsprung vor der Konkurrenz. Fenster, Türen und Fassaden haben zwar viele Gemeinsamkeiten und ähnliche Problematiken, erfordern aber dennoch vollkommen verschiedene Denkweisen. Wegweisende, innovative Weiterentwicklungen sowohl der Profilformen selbst, deren Weiterverarbeitung durch den Metallbauer wie auch die Nutzerfreundlichkeit für den Endkunden galt und gilt es zu patentieren.

Die Schutzdauer beträgt 20 Jahre

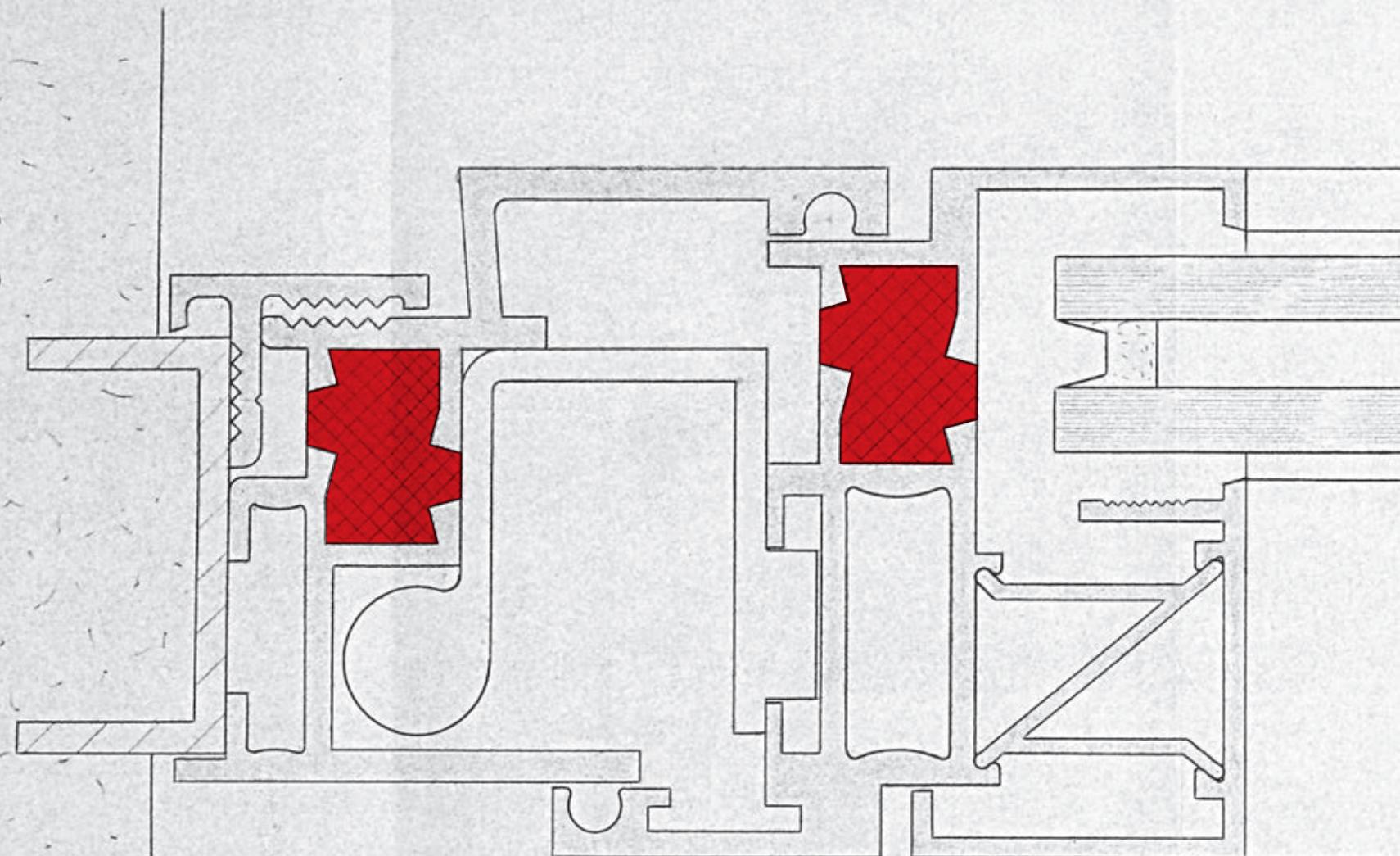
„Derzeit sind 46 Patente aktiv, die sich auf alle Bereiche verteilen, sich aber zu einem großen Teil mit der Wärmeisolierung der Systemprofile befassen“, sagt Josef Bertele, der bei WICONA für Patente zuständig ist. Bertele nennt sich selber IP-Manager,

wobei IP für „Intellectual Property“ steht, übersetzt also: der Herr über das geistige Eigentum. Unzählige Patente liegen und laufen über seinen Schreibtisch. Ältere Schriften wiederum sind im Laufe der Zeit erloschen und zwischenzeitlich technisch überholt. Deshalb schützen Patente insbesondere Bauteile mit Schlüsselfunktionen, wie etwa die Verbindungstechnik. Mit dem Tag der Anmeldung beim Deutschen Patent- und Markenamt in München beginnt die Schutzdauer (Laufzeit) eines Patents, die maximal 20 Jahre beträgt. Doch damit ist es nicht getan. Weitere Voraussetzung ist die jährliche Entrichtung von Aufrechterhaltungsgebühren. Dasselbe gilt für europäische Patente, wobei dann die Jahresgebühren an all diejenigen Länder zu entrichten sind, in welchen das Patent in Kraft gesetzt wurde. So ist es sinnvoll, die

Wirksamkeit auf die Länder auszudehnen, in denen zum einen große Aluminium-Systemhersteller sitzen, sowie zum anderen auf Länder, in denen in etwa dieselben klimatischen Verhältnisse herrschen wie in Deutschland.

Der erste Lösungsgedanke ist zu aufwendig

Ein Blick zurück: So sehr auch die Vorteile von Aluminium-Profilen schon immer wegen ihrer Robustheit, Langlebigkeit und Witterungsbeständigkeit gegenüber Holz und Kunststoff zu überzeugen wussten, blieb dennoch der Nachteil, dass sie als Wärmeleiter ungewollt Kälte und Hitze von draußen ins Gebäude übertrugen. Die ersten Überlegungen, diese Thematik in den Griff zu bekommen, stammten 1954 aus der Schweiz. Dort waren die Eidgenossen



Dreh-Kipp-Flügel mit Wärmedämmbrücke

Es war vorgesehen, die schmale Fuge zur Isolierung mit flüssigem Polyesterharz auszufüllen. Dieser Lösungsvorschlag erwies sich jedoch für die industrielle Produktion als ungeeignet.



Int. J. Environ. Res. Public Health 2020, 17, 3333

E 06 B 3/26
B 21 D 53/74

DE 2755669 C2

Patentschrift 27 55 669

四〇

④ Unionspriorität:

⑤ Bezeichnung: Verfahren zur Herstellung eines wärmegedämmten Verbundprofiles und Vorrichtung zur Durchführung des Verfahrens
⑦ Patentierte für: Wieland-Werke AG, 7900 Ulm
⑦ Erfinder: Egerer, Rudolf, 7917 Bellenberg

50 Für die Beurteilung der Patentfähigkeit in Betracht gezogene Druckschriften:
DE-OS 25 59 599

© 1.80 909 685/453

Ein wichtiges Patent aus dem Jahr 1977: Verfahren zur Herstellung eines wärmegedämmten Fenster-Verbundprofiles.

nach dem Krieg wirtschaftlich besser aufgestellt und hatten dadurch vermutlich auch den nötigen Freiraum, um sich mit dieser wichtigen Thematik zu befassen. Nur kurze Zeit später widmete sich auch WICONA der Frage, wie denn eine thermische Trennung zu bewerkstelligen sei. Der Grundgedanke: Das Profil darf nicht durchgehend aus massivem Aluminium bestehen, sondern aus zwei getrennten Rahmenteilen für außen und innen und einer isolierenden Brücke dazwischen. Als Resultat wurde im November 1957 der erste „Dreh-Kippflügel mit Wärmedämmbrücke“ vorgestellt. Die Originalzeichnung ist in Berteles Archiv erhalten geblieben. Sah die ursprüngliche Idee vor, die schmale Fuge zur Isolierung mit flüssigem Polyesterharz auszugießen, ließ sich dieses nur schwer einbringen. Damit erwies sich dieser Gedanke als fertigungstechnisch zu aufwändig, zeitintensiv und damit unproduktiv. „Das Verfahren konnte sich nicht am Markt durchsetzen und wurde auch nicht länger verfolgt“, so Bertele. In der Folge blieben Aluminium-Fenster- und Türrahmen weiterhin ungedämmt. Wer erinnert sich nicht an alte Aluminium-Fenster oder -Türen, die auf der Innenseite so stark schwitzten, dass das Wasser regelrecht herunter tropfte? Erst die Ölkrise im Herbst 1973 sorgte für einen Innovationsschub, denn plötzlich war Energiesparen angesagt. Bei WICONA nahmen die Ingenieure die Aufgabenstellung wieder auf. Da sich die Verklebung als zu aufwändig erwiesen hatte, konstruierte man Abstandshalter aus Kunststoff. Stege, wegen ihres markanten Querschnitts auch Knochen genannt, hielten die beiden Rahmenteile fortan auf Abstand.

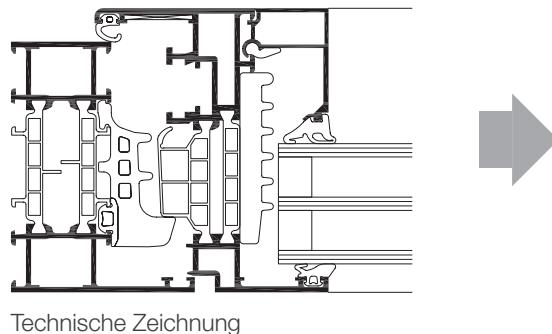
Die Geburtsstunde der Hohlkammerdämmstege

Das Patent mit der Nummer „27 55 669“ vom Dezember 1977 beschrieb das „Verfahren zur Herstellung eines wärmedämmten Fenster-Verbundprofiles und Vorrichtung zur Durchführung des Verfahrens“, wie es die mitunter schwer verständliche Juristen-sprache beschreibt. Die Dämmstege wurden der Länge nach eingeschoben und festgewalzt. Später erkannte man, dass vollflächige Stege noch immer zu viel Wärme durchleiteten, was vor 25 Jahren die Geburtsstunde der Hohlkammerdämmstege einlätete. Daraus ergab sich eine höhere mechanische Stabilität bei geringem Material-einsatz und geringem Querschnitt. Doch selbst in eine Hohlkammer eingeschlossene Luft erwärmt sich auf der einen Seite und kühlte sich auf der gegenüberliegenden Seite wieder ab. Beginnt also, wie eine Walze zu rotieren. Abhilfe schafften mehrere voneinander getrennte Hohlkammern mit zusätzlichen Trennstegen. Mit ihrem heu-tigen Perfektionsgrad stehen die WICLINE evo Fensterserien an der Spitze der Wärme-dämmungseigenschaften.

WICLINE 75 evo

**Dreh- / Dreh-Kipp- / Kipp- / Tilt-First- / Stulpfenster /
Oberlicht / Minergie-P-Modul**

Mit 75 Millimetern Bautiefe stellt sich das WICLINE 75 evo Fenstersystem an die Spitze der Wärmedämmeigenschaften und bauphysikalischen Merkmale. Mit höchsten Leistungseigenschaften ist dieses Aluminiumfenster auf alle zukünftigen Anforderungen der Architektur ideal abgestimmt.



Technische Zeichnung



Bauplaner finden das gesamte Lösungsspektrum

Heute steht WICONA für mehr als 70 Jahre Erfahrung, hohes fachliches Know-how und technische Kompetenz bei Aluminium-Systemlösungen für energieeffiziente Fassaden, Türen und Fenster.

Bauplaner finden bei WICONA das gesamte Lösungsspektrum, kombiniert mit umfassendem Service. Dabei überzeugt WICONA bei der Optimierung und Sicherung der Produktionsprozesse seiner Bausysteme nicht nur durch High-Tech-Produkte, sondern bringt parallel dazu mit Unisys ein für die Branche in dieser Form einzigartiges Entwicklungskonzept zum Einsatz. Unisys steht für ein Baukastenprinzip, bei dem sehr viele standardisierte Grundelemente in allen Produktreihen und

Systemen einsetzbar sind. Die Vorteile des Konzepts liegen insbesondere in reduzierten Herstellungskosten, höherer Flexibilität der Produkte, minimalen Lagerbeständen, vereinheitlichten Werkzeugen durch gleiche Verarbeitung, lückenlosem Informationsfluss und verbessertem Schulungsniveau der Mitarbeiter.

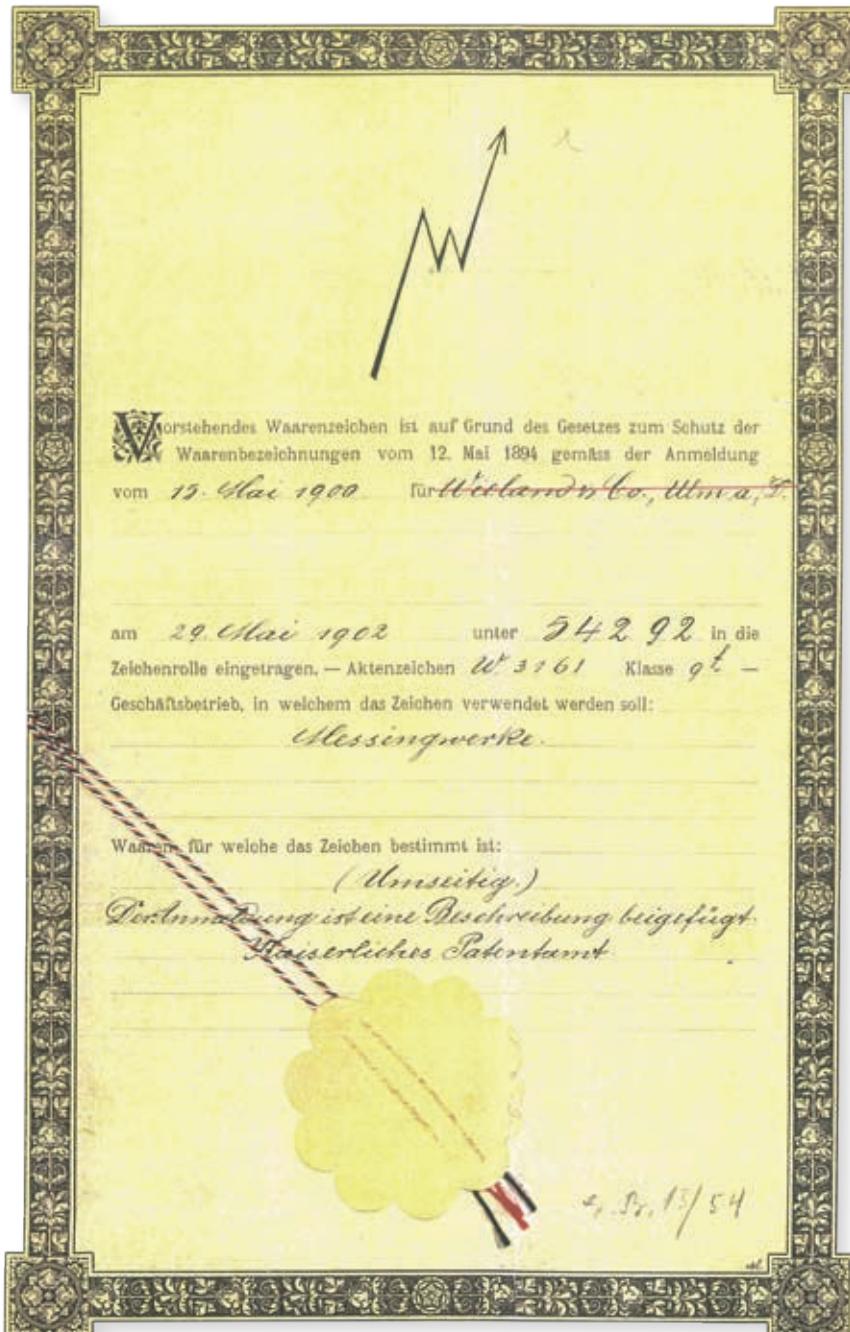
Maßgeschneiderte Lösungen

Ausgereifte und bewährte Standardlösungen sind Pflicht, maßgeschneiderte Sonder-

konstruktionen für individuelle Projekte die Kür. Um dieses Leistungsniveau kontinuierlich zu sichern, hat WICONA in Ulm eine eigene Abteilung für Sonderprojekte eingerichtet. Über 30 Ingenieure arbeiten hier zusammen und entwickeln maßgeschneiderte Lösungen für große, internationale Bauvorhaben. Mit dem Sitz in der Markenzentrale wird so die Qualität und Homogenität des WICONA Programms garantiert und auch für die notwendigen Prüfzertifikate und technischen Zulassungen gesorgt.



»Eine Marke entsteht...«



Kopie der Eintragungsurkunde mit der Schutzmarke „Wieland-Blitz“ vom 29. Mai 1902.

Der Blitz

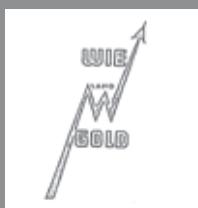
Nicht nur die Aluminum-Systemlösungen unterliegen ständiger Weiterentwicklung. Auch die Marke WICONA entwickelte sich in über 70 Jahren ständig weiter. Das Logo, der Blitz, war anfangs das Wiedererkennungsmerkmal.



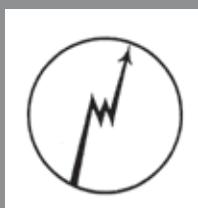
Blitz-Pfeil
(Wieland Blitz),
eingetragen 1900,
1920 umgeschrieben
auf Wieland-Werke AG



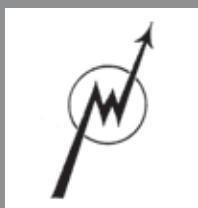
WIE SIEBER
1931 bis 1971



WIE GOLD
1950



Blitz-Pfeil im Kreis
1953 bis 1993



Blitz-Pfeil aus dem
Kreis herausragend,
auch als roter Pfeil im
gelben Kreis,
1953 bis 1993



Block-W mit Blitz-Pfeil
(W weiß oder schwarz),
auch roter Blitz,
gelbes W
1953



WIE SIEBER mit
Blitz-Pfeil
1954



Das Block-W mit Blitz-Pfeil in verschiedenen Farbvarianten.





Der Doppelpfeil als grafisches Element steht für die Ausrichtung des Unternehmens auf die Zukunft.

Eine starke Marke

WICONA wurde 1953 als Marke eingetragen. Das Markenerscheinungsbild hat sich seitdem ständig weiterentwickelt.

2009 wurde der Markenslogan „Technik für Ideen“ eingeführt und hat den bis dato geltenden Zusatz „Aluminium in der Architektur“ abgelöst. Die bisherige Namensergänzung prägte über Jahre das Image von WICONA am Markt. So wurde eine der bekanntesten Marken im Segment der Aluminium-Bausysteme geschaffen, die geradezu als Synonym für „Aluminium in der Architektur“ stand.

Technik für Ideen

„Technik für Ideen“ steht sowohl für Architekten mit ihrer kreativen Planungsleistung als auch für die Metallbaufachbetriebe mit der technischen Umsetzung. Planen und Bauen fordern ein hohes Maß an Kreativität und Gestaltungsfreiheit, damit Ideen gebaute Wirklichkeit werden. Diesen dynamischen Prozess begleitet WICONA als Aluminium-Systemhaus mit Know-how, mit leistungsfähigen Hightech-Produkten und perfektem Service. „Technik für Ideen“ rückte verstärkt den Kunden in den Mittelpunkt der Kommunikation, denn „Technik für Ideen“ heißt auch: Kundenwünsche realisieren. Anregungen und Wünsche werden analysiert und so weit wie möglich umgesetzt. So liefert WICONA in enger Partnerschaft mit allen Baubeteiligten maßgeschneiderte Technik für die bestmögliche Planung und Realisierung ihrer Ideen. „Technik für Ideen“ steht nicht umsonst für die Marke mit herausragenden Leistungseigenschaften und höchster Flexibilität bei Bauherren, Architekten und Metallbauern. Die Marke positioniert sich im weltweiten Wettbewerb in den technisch anspruchsvollsten Marktsegmenten. WICONA steht dabei für Leistungsfähigkeit, Effizienz, Technik, Lösungen, Innovation und Stärke.

Rot steht für Energie und Progressivität

Versinnbildlicht wird das in besonders prägnanter Form durch das im Jahre 2009 überarbeitete Markenerscheinungsbild. Die Produkteigenschaften „Stärke – Klarheit – Flexibilität“ sind auch hier wiederzufinden. Das kräftige Rot signalisiert Energie, Progressivität, Innovation und Klarheit. Der Doppelpfeil als grafisches Element steht für die Ausrichtung des Unternehmens auf die Zukunft.

Die Entwicklung des Logos



Der Schriftzug, wie er heute ist. Das Rot steht für Energie, Progressivität, Innovation und Klarheit. 2009 löste der Markenzusatz „Technik für Ideen“ den bisherigen Zusatz „Aluminium in der Architektur“ erfolgreich ab.

kie's keurig

Kies voor Wicona als u op zoek bent naar de optimale systeemleverancier voor uw raamproject en u denkt aan glasvezel.

WICONA

ALUMINIUM

LOEPZUIVERE Kwaliteit voor Tijdloze Duurzaamheid

Contacteer ons en ontdek hoe Wicona loopkwaliteit en doorgroeivormbaarheid resulteert in tijdloze duurzaamheid. Ramen, deuren, veranda's en schuifelementen: onze creatieve oplossingen zullen u verrassen.

100% Wicona is een merk van Hydrex Building Systems, het nummer 1 in Europa.

WICONA

Hydrex Building Systems

kies keurig

Kies voor WICONA keurig! Bovendien bieden weer duurzame technische ondersteuning, volkendrijke advies en oplossingen op maat, alsof we erbij zijn om alle projecten los in de punten te verwijzenkijken. Zet met WICONA de kers op uw taart!

WICONA
ALUMINIUM

LOEPZUIVERE KVALITEIT VOOR TIJDLOZE DUURZAAMHEID

Contacteren ons nu en ondervind hoe WICONA topkwaliteit en doorgedreven vlamvastheid laat resulteren in tijdloze duurzaamheid. Ramen, deuren, venster'da's en schuilelementen: van classic tot modern. WICONA is een merk van Hydrex Building Systems, het nummer 1 in Europa.



Anzeigen aus dem Jahr 2005.



photo : Konzernamt/Großbrem

Siège Social OPEL à Russelsheim. Architecte : Building Design Partnership, Londres.
Pour assister les architectes et les bureaux d'études, WICONA a développé un nouveau logiciel de CAO, WICTEC sur Windows.

Aluminium et Imagination.

WICONA, les nouvelles solutions
les nouvelles solutions aluminium qui
laissez libre cours à votre imagination.
WICONA est votre partenaire en innovation.
La preuve : WICONA a adapté l'ensemble
de sa gamme aux tendances esthétiques
actuelles. Nouveau design pour les rehaussements
de chéneaux des vérandas, façades aluminium
avec capotage inox pour des réalisations
de prestige, fenêtres alu avec store incorporé.
WICONA associe imagination architecturale
et maîtrise de la réalisation.



WICTEC 50

50 mm de large.
Prise de vitrage
de 4 à 50 mm.
Epines de 66 mm
à 206 mm pouvant
être renforcées
(inertie max supérieure
à 1200 cm³).
Angles verrières
de 0 à 60°.

WICONA®

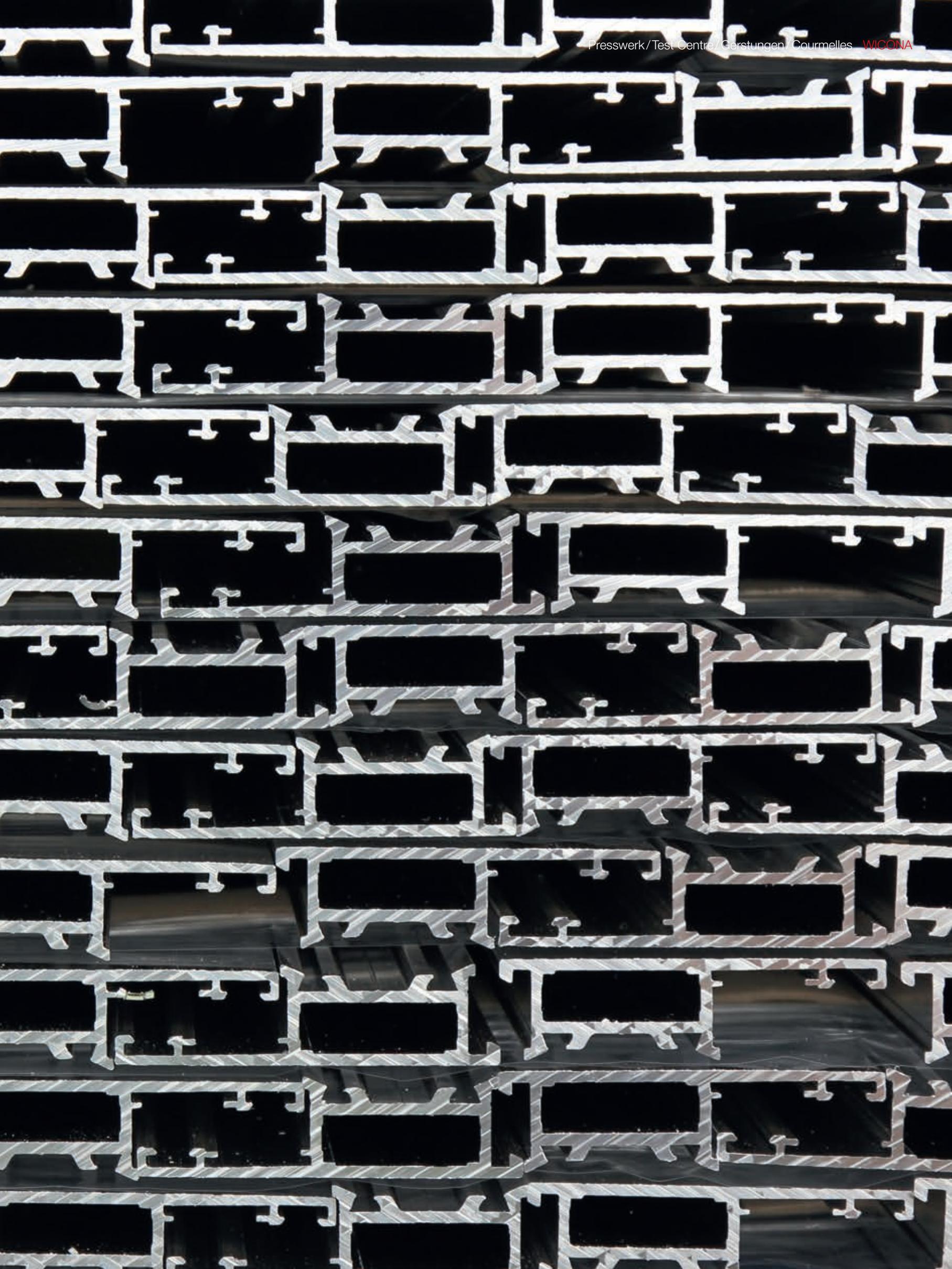
WICONA S.A. Lyon - 12 rue du 35- Régiment d'Aviation
69500 BRON
Tél. : 04 72 81 51 00 - Fax : 04 72 81 51 01
WICONA S.A. Paris - 149 quai du Rancy
94388 BONNEUIL sur MARNE Cedex
Tél. : 01 45 13 80 00 - Fax : 01 45 13 80 20
e-mail : WICONA@wanadoo.fr

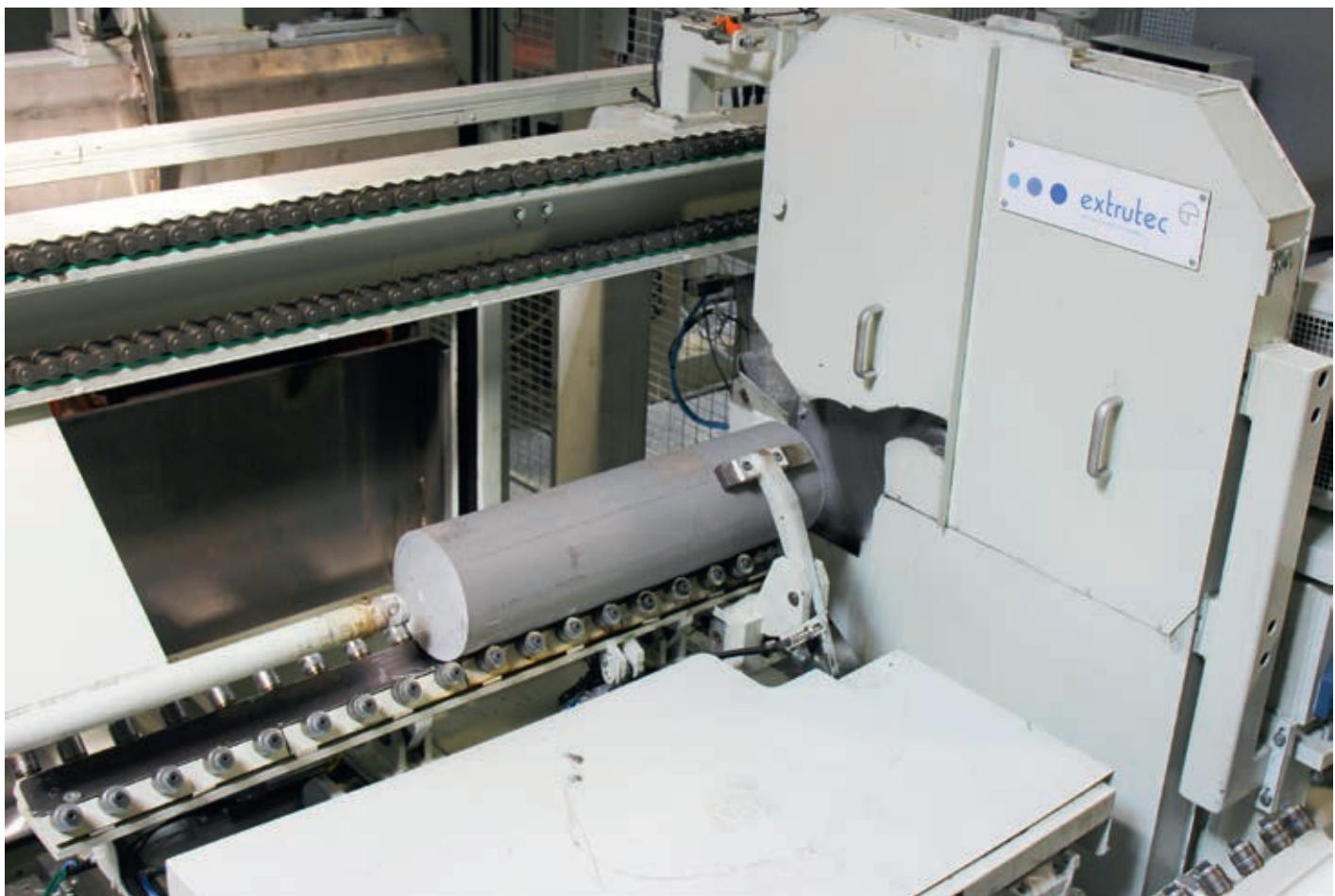
Présent à BATIMAT
Hall 3, Allée F, Stand 31

Merci de m'adresser une documentation sur les solutions aluminium WICONA.
Nom : _____
Société : _____
Adresse : _____
Tél./Fax : _____

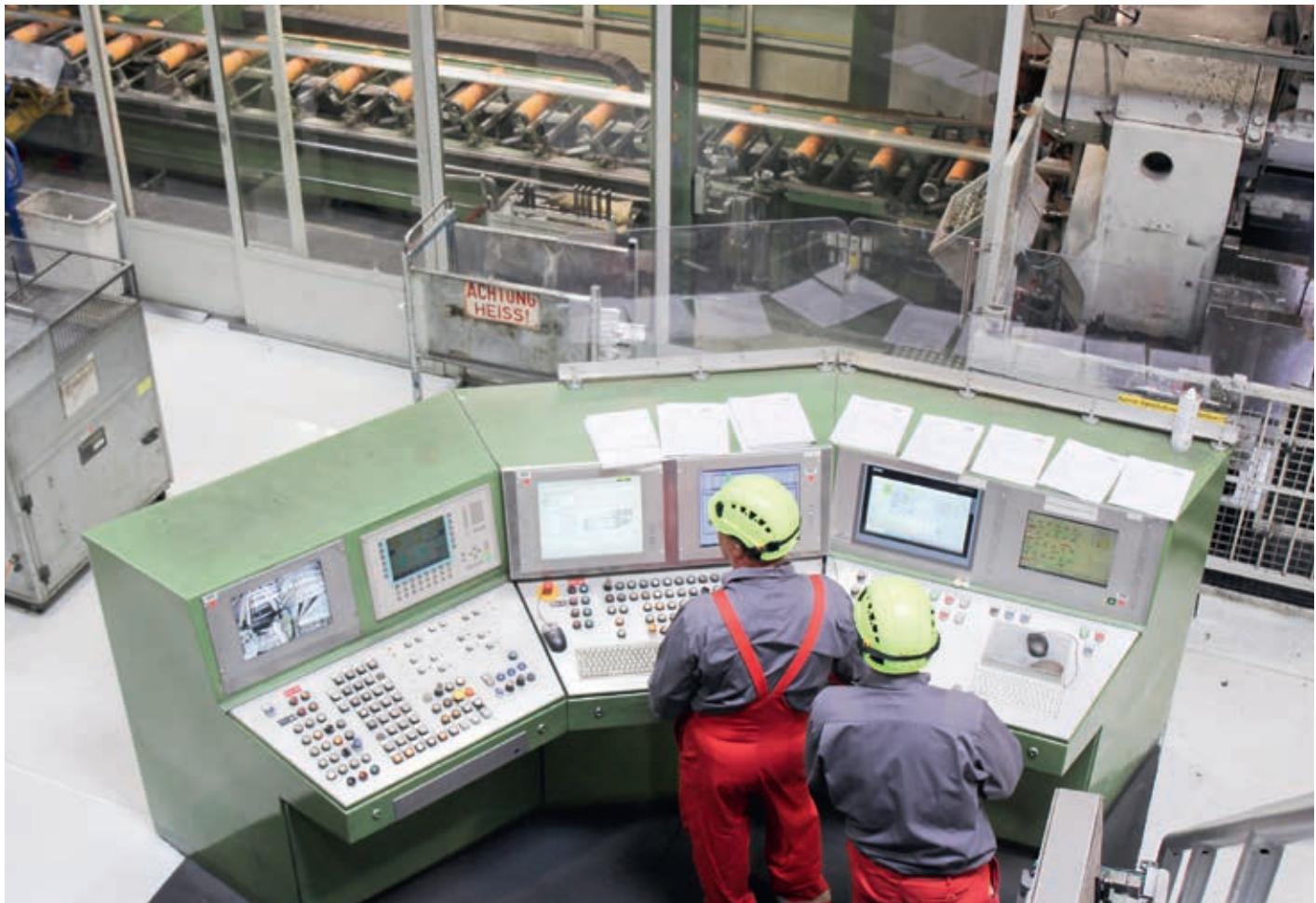
» Wie aus Aluminiumbolzen geprüfte Profilsysteme entstehen

Im Presswerk Bellenberg werden Strangpressprofile für Aluminium-Bausysteme produziert. Das Test Centre bietet Prüf- und Zertifizierungsmöglichkeiten für Fassaden, Fenster, Türen und Beschläge. Der Versand erfolgt über den Service- und Logistikstandort Gerstungen oder Courmelles.





Optimale Lagerversorgung und Vorbereitung sind das A und O für einen reibungslosen Produktionsprozess. Im Werk Bellenberg ist dank Hochregal für die Aluminiumbolzen und modernen Sägen, die die Bolzen auf 700 bis 800 Millimeter kürzen, beides gegeben.



Das Herzstück der rund 7.500 Quadratmeter Produktionsfläche ist der Leitstand der Presse, an der mit 12,5 Tonnen Druck aus großen Aluminiumbolzen hochpräzise Profile gefertigt werden.

14.500 Tonnen Vielfalt pro Jahr

In Bellenberg entstehen rund um die Uhr hochfunktionale Präzisionsprofile für WICONA Fenster, Türen und Fassaden, welche im benachbarten Test Centre auf Herz und Nieren geprüft werden können.

Vereinfacht gesagt ist es fast, als würde man Zahnpasta aus einer Tube drücken – tatsächlich steckt aber natürlich viel mehr Know-how und Aufwand hinter dem ausgeklügelten Produktionsprozess der WICONA-Präzisionsprofile, die Tag für Tag im 1990 errichteten Bellenberger Presswerk vom Band laufen. „Als Ausgangsmaterial dienen uns sieben bis acht Meter lange, legierte Aluminiumbolzen mit einem Einzelpreis von rund 600 Kilogramm, die mehrmals täglich angeliefert werden“, so Werkleiter Edgar Loibl, pro Tag würden bis zu 60 Tonnen verarbeitet. „Das optimal in den Materialfluss integrierte Hochregal bietet uns dabei perfekte Bedingungen, immer genügend Bolzen vorhalten zu können“, so Loibl weiter. Im Jahr 2017 seien von den rund 100 Mitarbeitern im Vierschicht-Betrieb 14.500 Tonnen Aluminium verarbeitet worden. Von einer Spezialsäge auf 700 bis 800 Millimeter Länge zugeschnitten, werden die sogenannten Blöcke zunächst in einem Induktionsofen auf die optimale Presstemperatur gebracht, bevor die eigentliche Extrusion erfolgt. Letztere leitet sich vom lateinischen Verb „extrudere“ ab (= hinausstoßen, -treiben) und steht für die Verfahrenstechnik, feste Massen unter großem Druck kontinuierlich aus einer formgebenden Öffnung herauszudrücken – umgangssprachlich auch Strangpressen genannt.

In einem Schritt zur gewünschten Form

In Bellenberg geschieht dies mit einer 12,5-Tonnen-Presse, in der das 470 Grad Celsius heiße Aluminium wie durch ein Nadelöhr durch die vorgewärmte, gleich temperierte Matrize gepresst wird. Dadurch kann der Werkstoff in einem Verfahrensschritt fast in jede gewünschte Form gebracht werden, was eine Vielzahl an Konstruktionsmöglichkeiten schafft und auch komplizierte Formen in geringen Losgrößen erlaubt. Die äußere Form des Pressstrangs wird dabei durch die Matrize bestimmt, Hohlräume können durch verschiedene geformte Dorne erzeugt werden. „Insgesamt haben wir derzeit um die 3.000 aktive Werkzeuge in unseren Paternosterregalen gelagert, mit denen wir regelmäßig arbeiten“, verrät Edgar Loibl, alles in allem gebe es rund 8.500 verschiedene Vorrichtungen, auf die man zurückgreifen könne. Die hohe Anzahl an Werkzeugen lasse sich vor allem darauf zurückführen, dass für jedes Profil eine



Mithilfe unterschiedlichster Matrizen werden die auf 470 Grad Celsius aufgeheizten, im Durchmesser 21 Zentimeter messenden Aluminiumbolzen in bis zu 50 Meter lange Profile gepresst. Jede Form hat dabei ihr eigenes Werkzeug.



Für eine effiziente Produktion gilt es, auch die Matrizen auf 470 Grad Celsius Temperatur zu bringen, damit es zwischen Material und Werkzeug keinen Wärmeunterschied gibt. Das Bild zeigt, wie ein Mitarbeiter mittels Kran ein Werkzeug aus dem Induktionsofen hebt.



Mithilfe von Polyamiddämmstegen werden aus den reinen Aluminiumprofilen hocheffiziente Verbundprofile – je nach Einsatz und Anforderung unterscheiden sich die Polyamiddämmstege und deren Aufbau.



Nach dem Pressvorgang mit 12,5 Tonnen werden die bis zu 50 Meter langen Profile mittels Luft heruntergekühlt, gereckt und im Anschluss auf die gewünschte Endlänge gesägt. Zur finalen Aushärtung geht es anschließend noch in den Ofen.

andere Form benötigt werde, erklärt der Werkleiter weiter, und jährlich kämen zirka 600 neue Profiltypen hinzu. Aus der Presse heraus kommen dann bis zu 50 Meter lange Strangpressprofile in den verschiedensten Ausführungen, die mithilfe von Luft unmittelbar nach Austritt heruntergekühlt werden.

Dann geht es zur Weiterverarbeitung

Nach dem Abkühlen werden die Profile dann gereckt, um etwaige Spannungen freizusetzen und die erforderliche Geradheit sicherzustellen, sowie alle funktionswichtigen Maße und die Oberflächenqualität kontrolliert. „Bevor es dann zur endgültigen Aushärtung in den Ofen geht, werden die Profile noch auf die erforderliche Länge gesägt“, lässt Loibl wissen, standardmäßig seien es sechs Meter. Während es für einen Teil der Ware danach direkt in die Versandvorbereitung geht, werden die restlichen Teile der hauseigenen Weiterverarbeitung zugeführt. Denn um später als Fenster-, Tür- oder Fassadenbestandteil den höchsten Ansprüchen an Wärmedämmung genügen zu können, bedarf es des Verbunds mit Polyamiddämmstegen, um Kältebrücken zwischen den Aluminiumstegen aufzulösen. „Durch den Materialmix und die Hohlräume in den Stegen wird die bestmögliche Isolierung erreicht“, sagt Profilexperte Loibl, die Ulmer WICONA-Konstrukteure würden dabei immer wieder mit Neuerungen überraschen, um noch bessere Werte liefern zu können.

Drei installierte Maschinenlinien

Stolze 80 unterschiedliche Typen an Polyamiddämmstegen hat das Werk in Bellenberg in der Regel am Lager, was die steigende Komplexität der Verbundprofile unterstreicht. Kumuliert kommt das Werk pro Jahr auf rund 3.800 Kilometer produzierte Verbundprofile, die an den drei installierten Maschinenlinien gefertigt werden. Wie bei den reinen Aluminiumteilen gibt es auch hier sowohl ein Standardsortiment für den Fenster- und Fassadenbau als auch Spezialprofile nach Kundenvorgaben für das Projektgeschäft – Letztere würden laut Loibl rund ein Drittel der Gesamtproduktion ausmachen.



Gefertigt werden die Verbundprofile in Bellenberg an insgesamt drei Maschinenlinien, an denen die Einzelteile mittels maschineller und manueller Hilfe zusammengesetzt werden.



Immer alles im Blick: Der kaufmännische Leiter Manfred Füssl (links) und Werkleiter Edgar Loibl sind für die Produktion und Sicherheit im Werk Bellenberg verantwortlich.



Fertig zur Auslieferung: Von Bellenberg aus gehen die fertigen Aluminium- und Verbundprofile über das Service-Center Gerstungen an WICONA-Kunden in aller Welt.



Das WICONA Test Centre in Bellenberg entstand im Jahr 2009. Die Ausstattung und Testabläufe wurden in Zusammenarbeit mit dem renommierten Institut für Fenstertechnik (ift) in Rosenheim entwickelt.

Foto: Conné van d'Grachten

Alles an einem Ort

Test Centre und Presswerk liegen in Bellenberg in direkter Nachbarschaft und halten so die Wege für WICONA-Kunden kurz - dies stellt einen klaren Wettbewerbsvorteil dar.

Während die WICONA-Standardprofile von Haus aus alle nötigen Zertifizierungen mit sich bringen, sind bei Sonderkonstruktionen, Projektlösungen und von der Norm abweichenden Anforderungen zusätzliche Prüfungen erforderlich. Denn ohne die entsprechenden Prüfzeugnisse und Zulassungen sind komplexe Produkte wie Fassaden, Fenster oder Türen heute nicht mehr am Markt absetzbar. Ein modernes Test Centre in direkter Nachbarschaft zum Presswerk stellt den WICONA-Kunden für all diese Fälle die notwendigen Einrichtungen zur Verfügung und bietet ihnen somit einen klaren Wettbewerbsvorteil. Denn mussten die Bauteile früher zur Prüfung an zertifizierte Institute transportiert werden, können die Tests heute zeitnah selbst durchgeführt werden. Die Ausstattung und Testabläufe wurden dabei in Zusammenarbeit mit dem renommierten Institut für Fenstertechnik (ift) in Rosenheim entwickelt und abgestimmt. Deshalb entsprechen die in Bellenberg durchgeführten Prüfungen den Ablaufkriterien akkreditierter Prüfinstitute und basieren auf den anerkannten Regeln der Technik. Werden ergänzend Prüfzeugnisse durch ein notifiziertes Prüfinstitut gefordert, kann dies in Kooperation mit dem ift im WICONA Test Centre abgewickelt werden.

Hier gibt es eine sogenannte Hot Box

Ein weiterer Vorteil: In der direkt ans Test Centre angegliederten WICONA Musterwerkstatt lassen sich die zu prüfenden Systeme vor dem Einbau in den Prüfstand kontrollieren. Eventuell noch erforderliche Korrekturmaßnahmen können direkt vor Ort flexibel und mit geringem Zeit- und Kostenaufwand durchgeführt werden. Neben zwei Groß-Fassadenprüfständen bietet das Test Centre je einen Prüfstand für Fenster und Beschläge, eine Zug-Druck-Prüfmaschine und eine sogenannte Hot Box für Wärmedurchgangsmessungen. Die Fassadenprüfstände ermöglichen Prüfungen mit maximalen Abmessungen der Prüfkörper von 10 m x 10 m, wobei die Maße innerhalb dieser Grenzen frei gewählt werden können. Möglich sind folgende Prüfungen: Luftdurchlässigkeit nach EN 12153, statische Schlagregendichtheit nach EN 12155, dynamische Schlagregendichtheit nach EN 13050, Widerstandsfähigkeit bei Windlast nach EN 12179, Stoßfestigkeit nach EN 14019 sowie Tragfähigkeit absturzsichernder Verglasungen nach TRAV. Der Fensterprüfstand ist ausgelegt für Fenster, Türen, Festfelder und Kombinationen. Die maximale Elementgröße einschließlich Prüfrahmen liegt bei 3,6 m x 2,9 m. Möglich sind folgende Prüfungen: Luftdurchlässigkeit nach EN 1026, Schlagregendichtheit



Fassadenprüfstand, Prüfung Schlagregendichtheit

Foto: Conné van d'Grachten

nach EN 1027, Widerstandsfähigkeit bei Windlast nach EN 12211, Belastung mit weichem und schwerem Stoßkörper nach EN 13049. Am Beschlagprüfstand werden dynamische Beschlag- bzw. Elementprüfungen an Türen und Fenstern bis zu einer Höhe von 4 m durchgeführt. Möglich sind z.B. die Dauerfunktionsprüfung nach EN 1191 und Beschläge für Fenster und Fenstertüren, Anforderung und Prüfverfahren von Dreh-Kipp-, Dreh- und Kippbeschlägen nach EN 13126-8. Getestet werden können Flügelbreiten bis zu 1550 mm.

Auf der Zug-Druck-Prüfmaschine laufen statische Versuche mit Zug- und Druckbelastungen, auch wechselweise. Geprüft werden unter anderem die Bauteilfestigkeit von Konstruktionsdetails (nach EN 14024), Materialfestigkeiten oder Schrauben- auszugswerte. Die Hot Box ermöglicht die Bestimmung von Wärmedurchgangskoeffizienten für Rahmenprofile (Uf) nach EN 12412-2, außerdem können neue Dämm-Materialien vermessen, Materialkennwerte verifiziert und Rechenprogramme auf Gültigkeit geprüft werden.



Fassadenprüfstand

Foto: Conné van d'Grachten



Beschlagprüfstand

Nachhaltigkeit konsequent umgesetzt

Wie effektiv und effizient sich das Thema Nachhaltigkeit bei Fassaden- und Gebäudegestaltungen umsetzen lässt, beweist das 2009 eingeweihte Test Centre mit seiner spektakulären Architektur selbst. Mit der Zielsetzung, ein energieautarkes Betriebsgebäude zu errichten, wurde damals über einen ganzheitlichen Planungsansatz die ideale Kombination von Fassade, Gebäude-technik und Nutzung natürlicher Ressourcen ermittelt und anschließend umgesetzt. Großzügige Fensterflächen in der Fassade und im Dach erlauben ein Arbeiten weitestgehend ohne Kunstlicht. Gleichzeitig kann auf Kühlung ganz verzichtet werden. Der für Fassadentests nicht unerhebliche Wasserbedarf wird durch einen geschlossenen Wasserkreislauf mit Zisterne und mehrstufigen Filtern auf ein ökologisch verträgliches Minimum reduziert. Für Heizen und Kunstlicht ergibt sich ein Nutzenergiebedarf nahe am Passivhausstandard von lediglich 23 kWh/m²a, der über eine Photovoltaikanlage auf dem Dach gedeckt wird. Mit dem Überschuss von 30.000 kWh/a kann der sonstige Betriebsenergiebedarf des Test Centres bestrikt werden, weshalb das WICONA Test Centre als eines der ersten Null-Emissions-Produktionsgebäude gilt.



Foto: WICONA



Für Heizen und Kunstlicht ergibt sich ein Nutzenergiebedarf nahe am Passivhausstandard von lediglich 23 kWh/m²a, der über eine Photovoltaikanlage auf dem Dach gedeckt wird.

Foto: Conné van d'Grachten



Fensterprüfstand

Foto: Conné van d'Grachten

»Hard Facts



Foto: WICONA

Presswerk Bellenberg

Fertigstellung	1990
Fläche	12.000 m ² , davon 7.500 m ² überbaut
Mitarbeiter	100
Material	14.500 Tonnen Aluminium/Jahr
Angegliedert	Test Centre



Foto: WICONA

Service-Center Gerstungen

Fertigstellung	1999
Fläche	33.000 m ² , davon 8.300 m ² überbaut
Mitarbeiter	60
Lagerplätze	3.400 für 6-m-Profile, 1.200 Europaletten
Angegliedert	Pulverbeschichtung

Von Deutschland in die ganze Welt

Das Service-Center in Gerstungen setzt ganz neue Maßstäbe in Sachen Logistik.

Der größte Teil der im Presswerk Bellenberg produzierten Profile geht per Spedition direkt an den Service- und Logistik-Standort Gerstungen in Thüringen, der verkehrsgünstig an der Grenze zu Hessen liegt. „Von dort aus gehen die Lieferungen dann in den deutschen und europäischen Markt“, erklärt Edgar Loibl, der als Direktor Produktion und Logistik auch für Gerstungen verantwortlich ist. Dazu würden hier die Warentransporte in Containern für den Mittleren Osten und Asien starten. Für die rund 950 verschiedenen Aluminiumprofile, 2.500 Zubehörteile und zirka 800 unterschiedlichen Artikel aus dem Beschlagsortiment stehen Loibl und seinen rund 60 Mitarbeitern 3.400 Hochregalplätze für 6-Meter-Profile und 1.200 Europaletten-Plätze zur Verfügung. Damit die Abläufe schnell und effizient gestaltet werden können, sind die Regalbediengeräte mit Doppeltritten ausgerüstet, um mit einmaligem Anfahren sowohl ein- als auch auslagern zu können – innovative Steuerungs- und Softwareelemente beschleunigen den Prozess.

Direkte Wege

Neben den Wareneingangs- und Kommissionierarbeiten, dem Versand und der Beladung der Lkws werden wie in Bellenberg auch in Gerstungen Verbundprofile mit Polyamiddämmstegen gefertigt. Mit dem Partnerunternehmen „MBG Metallbeschichtung Gerstungen GmbH“ ist daneben eine Pulverbeschichtung angegliedert, was weitere logistische Vorteile bringt: Zu beschichtende Profile werden im Lager kommissioniert, veredelt und anschließend von der Mitte Deutschlands aus in die ganze Welt ausgeliefert. Denn wie in Bellenberg setzt man auch hier auf kurze und direkte Wege, um die WICONA-Kunden schnellstmöglich mit Profilen beliefern zu können.

Lieferungen in kürzester Zeit

WICONA investiert kontinuierlich in seinen Service und seine Logistik. Ein gutes Beispiel dafür liefert auch der Service- und Logistikstandort Courmelles in Frankreich.

Mit einer Investition in zweistelliger Millionenhöhe entstand 2011 auf 7,3 ha Grundstücksfläche und einer Gebäudefläche von 18.000 m² der Service- und Logistikstandort Courmelles. Der Standort wurde so konzipiert, dass ein optimaler Service für die Kunden sichergestellt ist, von der Lagerung der rohen Profile über deren Lackierung und Falzmontage bis hin zum Versand. Ziel war es, die Dauer zwischen Bestellung und Lieferung zu verkürzen, unabhängig von der Art der Bestellung und der gewünschten Profilfarbe.

Die sechs Hallen, in denen die industriellen und logistischen Aktivitäten stattfinden, sind in einer logischen Reihenfolge angeordnet, damit aufeinanderfolgende Arbeitsschritte just in time ausgeführt werden können. Die verschiedenen Tätigkeitsfelder werden an einem zentralen Standort zusammengeführt:

- Wareneingangshalle für rohe Profile
- Automatisiertes Lager mit hoher Kapazität (4.400 Lagerplätze verteilt auf zwei Seitenflügel mit Wabenlager mit einer Höhe von 25 m)
- Kommissionierung
- Lackierkette (2 Kabinen für Pulverbeschichtung)
- Crimpfen, Verpackung und Versand
- Showroom

Der Standort ist nach ISO 14001, Qualicoat und Qualimarine zertifiziert.

Ein weiterer Logistikstandort befindet sich in Bonneuil-sur-Marne, einem kleinen Ort in der Nähe von Paris. Auf einer Fläche von 4.000 Quadratmetern stehen hier 3.400 Lagerplätze für Dichtungen, Beschläge und Zubehör zur Verfügung.

»Hard Facts



Service- und Logistikcenter Courmelles

Fertigstellung	2011
Fläche	73.000 m ² , davon 18.000 m ² überbaut
Mitarbeiter	200
Lagerplätze	4.400



Logistikcenter Bonneuil-sur-Marne

Fertigstellung	1998
Mitarbeiter	30
Lagerplätze	3.400

» Das multifunktionale Studio für Fassade und Design



WICONA möchte gemeinsam mit Partnern internationale Architekten, Planer, Projektentwickler und Metallbauunternehmen zusammenbringen, um neue Ideen vorzustellen, Fachdialoge zu initiieren und zukunftsweisende Trends zu generieren.



NEXT: das multifunktionale Studio

NEXT ist das einzigartige Branchenprojekt von WICONA und derzeit acht Partnern.

Es ist der zentrale Treffpunkt für anspruchsvolle Architekten, Planer, Projektentwickler und Metallbauunternehmen, die hier ein breites Neuheitenspektrum zwischen Technik und Design erleben: herausragende Innovationen rund um die Gebäudehülle und die Fassade sowie aus angrenzenden Produktbereichen – präsentiert von den führenden Sparten-Experten. NEXT bietet

nicht nur Raum für Innovation, sondern auch einen attraktiven Rahmen für Event, Schulung, Workshop und Kommunikation. Die NEXT-Exponate spiegeln den neuesten Stand der Technik sowie aktuelle Ansprüche an Design und Ästhetik wider. Partner von WICONA sind aktuell air-lux, esco, Geiger, Wahl, Stebler, Warema, DETAIL und Flachglas MarkenKreis.



1:1-Mock-ups sowie Cityscope- und Virtual-Reality-Formate stehen den Experten hier zur Verfügung.

Fotos: Mediashots

Wo sich die Branchenexperten treffen

NEXT, das Studio von WICONA, ist der Treffpunkt der Branche.

„Im Fassaden- und Design-Studio präsentieren unsere Partner und WICONA die neuesten Innovationen. Für Architekten, Planer, Projektentwickler und Metallbauunternehmen bietet das NEXT Studio in Frankfurt die perfekte Plattform für den direkten Dialog mit den Herstellern. Gleichzeitig lassen sich aktuelle Entwicklungen und neu-este Trends diskutieren, aber auch viele neue kreative Ideen in den Bauprozess und damit die Gebäudehülle bringen“, so

bringt Oliver Haberkorn, Head of Prescription Sales, die Idee von NEXT auf den Punkt. Das Spektrum umfasst wegweisende Lösungen für die Fassade, den Tür- und Fensterebereich sowie für die Innenraumgestaltung. Produkte und Systeme, die sich perfekt ergänzen und urbanes Leben noch komfortabler und nachhaltiger machen. Ergänzend zu den ausgestellten Produkten gibt es neue beeindruckende Präsentations-formen wie 1:1-Mock-ups sowie

Cityscope- und Virtual-Reality-Formate. Ein einzigartiger Mix aus Inspiration und Information – der die Innovationskraft der NEXT-Partner erlebbar macht!

Smarte Lösungen

Business Unit President Building Systems Henri Gomez: „NEXT ist die Spiegelung jener intelligenten und einander ergänzenden Bauteile, aus denen moderne und technisch anspruchsvolle Fenster- und Fassadenlösungen geplant und

„Wir wollen frühzeitig zu Diskussionen anregen, um neue Ideen umzusetzen.

Oliver Haberkorn
Head of Prescription Sales



WICONA startet im NEXT-Studio unter dem Thema „Herausforderungen für die Stadt der Zukunft und Lösungen von WICONA“.



WICONA sucht im NEXT-Studio aktiv den Dialog.



Hier lässt es sich gut über Projekte diskutieren.

konstruiert werden. Wir wollen hier gemeinsam mit unseren Partnern internationale Architekten, Planer, Projektentwickler und Metallbauunternehmen zusammenbringen, um neue Ideen vorzustellen, Fachdialoge zu initiieren und daraus zukunftsweisende Trends für unsere Branche zu generieren.“ Auf über 750 Quadratmetern Präsentationsfläche zeigen neben WICONA aktuell acht weitere Partner innovative Produkte und Systeme. WICONA startet im NEXT-Studio unter dem Thema „Herausforderungen für die Stadt der Zukunft und Lösungen von WICONA“. Dazu zählen im

Fensterbereich WICLINE 115 AFS, die aktuelle Benchmark für Verbundfenster aus Aluminium, und WICLINE 75 MAX, eine architektonisch herausragende Lösung für maximales Design, maximale Transparenz und maximale Nachhaltigkeit. Bei den Fassaden stehen mit WICTEC 50 evo COLLECTION das illuminierbare Fassaden-System und mit der WICTEC Modul air das Highlight bei den Multifunktionsfassaden im Mittelpunkt.

Project World

Das NEXT Konzept ist auf Modularität und Modifikation

ausgelegt. Die Exponate und Themen werden daher immer wieder aktualisiert und erweitert. In der neu geschaffenen Project World präsentiert WICONA außergewöhnliche Projektlösungen und zukunftsweisende Elementfassaden von Projekten aus aller Welt. Highlight ist das 1:1-Mock-up des Wardian Tower (London). Ergänzt wird die Project World mit weiteren temporär wechselnden, innovativen Projektlösungen. Architekten, Planer, Projektentwickler und Metallbauunternehmen erleben somit WICONA Fassaden hautnah. Oliver Haberkorn erläutert das Konzept der WICONA

Project World: „Kern dieser Exponate ist unsere Elementfassade mit ihrem patentierten Dichtungskonzept. Einfach und sicher in Fertigung und Montage, erlaubt es die Aufnahme dreidimensionaler Baubewegungen. Unsere Lösungen vereinen innovative Technik mit einem Maximum kreativer Gestaltungsfreiheit. Das zeigen wir eindrucksvoll – anhand von Projekten, die international für Aufsehen sorgen.“

» www.next-studio.de

»Aluminium in der Architektur

In den vergangenen Jahrzehnten haben viele namhafte Architekten beeindruckende Bauwerke geschaffen, bei denen Aluminium eine zentrale Rolle spielt.



Foto: Agustín Sagasti



35 West 15th Street: Das einzigartige Gebäude 35XV, entworfen von FXCollaborative Architects, befindet sich mitten in Manhattan und ist perfekt an die rauen Bedingungen der Stadt angepasst, wo die Möglichkeiten, neue Gebäude zu bauen, so knapp sind, dass sie sogar mitten in der Luft gesucht werden müssen.

Foto: Imagen Subliminal (Miguel de Guzmán + Rocío Romero)

Wolkenkratzer und Wahrzeichen

Aluminium als Baustoff der Moderne hat sich im Laufe des 20. Jahrhunderts zu einer festen Größe im Bauwesen entwickelt. Mit Aluminium lässt sich jedes architektonische Konzept realisieren – unabhängig davon, ob es sich um einen Neubau oder eine Modernisierung handelt.

Begonnen hat das Bauen mit Aluminium bereits Ende des 19. Jahrhunderts, im Jahr 1897. Damals ließ der am Bau der Kirche San Gioacchino in Rom beteiligte Architekt Lorenzo de Rossi die Kirchenkuppel mit Alublechen eindecken. De Rossi war überzeugt, dass das neue Material unbegrenzt hält und er hatte Recht. An der Kuppel sind nach wie vor weder undichte Stellen noch irgendwelche Materialermüdungen erkennbar. In den USA kam das Leichtmetall in den 1930er-Jahren vermehrt zum Einsatz, um die tragenden Konstruktionen der Wolkenkratzer zu entlasten. So wurde das Rockefeller Center mit 22.000 Aluminium-Tafeln verkleidet, die das Gebäude um 3.000 Tonnen leichter machen. Das Empire State Building wurde 1935 erstmals mit anodisierten Aluminium-Gussplatten versehen, weil die Anodisierung die Oberfläche des Metalls mineralisch härtet und

so noch besser gegen äußere Umwelteinflüsse schützt. Anders als in Amerika war die Architektur in Deutschland nicht vom „Höhenrausch“ gekennzeichnet. Hier setzten die Vertreter des Bauhaus-Stils mit ihrer Formensprache Akzente. Walter Gropius (Architekt und Bauhaus-Mitbegründer) favorisierte zunächst Eisen, Glas und Beton. Später sprach er sich für den breiten Einsatz von Aluminium im Bauwesen aus.

Die Vorliebe für das Bauen mit Metall und Glas ist ungebrochen

In wirklich großem Stil wird Aluminium ab den 1950er-Jahren in Bauwerken verwendet. Mit ein Grund ist, dass die Produktion immer kostengünstiger wird und sich Aluminium damit auch im Preiswettbewerb mit anderen Materialien besser behaupten kann. Das erste große Vorzeigeprojekt im Nachkriegsdeutschland ist die Dortmunder

Westfalenhalle 1951/52 – damals die größte Sportarena der Welt. Ihr Dach ist über eine Fläche von rund 9.000 Quadratmetern mit Alublechen eingedeckt. Die Vorliebe von Architekten für das Bauen mit Metall und Glas hat sich bis heute erhalten. Sie zeigt sich auch am neuen Henninger Turm in Frankfurt, der auf Meixner Schlüter Wendt Architekten zurückgeht. Der Henninger Turm bildete mehr als 50 Jahre eines der Wahrzeichen der Stadt Frankfurt am Main. Mit seinen knapp 120 Metern über lange Zeit das höchste Gebäude der Stadt, war der Henninger Turm für mindestens zwei Generationen beliebtes Ausflugsziel der Bevölkerung im Rhein-Main-Gebiet, die sich mit diesem Bauwerk eng verbunden fühlte. Seit dem Frühsommer 2017 ist dieses Wahrzeichen als topmodernes Wohnhochhaus mit Aluminium-Fassade in die Skyline der Main-Metropole zurückgekehrt.



WICONA erfüllt mit Fassaden- und Fenstersystemen höchste Leistungsanforderungen am neuen Henninger Turm, der das prägende Bild des innovativen Vorgänger-Industriebaus im Gedächtnis der Stadt Frankfurt am Main eindrucksvoll wiederaufleben lässt.

Foto: Conné van d' Grachten

Unbegrenzte Möglichkeiten

Ob öffentliche Gebäude, Bürogebäude, Hotels, Krankenhäuser, Pflegeeinrichtungen, Schulen oder exklusive Wohnhäuser – Fassadendesign mit Aluminiumprofilen bietet Architekten unbegrenzte Möglichkeiten kreativen Gestaltens. Viele moderne Bauten entfalten ihre „Persönlichkeit“ erst durch den Werkstoff Aluminium.

Aluminium ist ein Hightech-Werkstoff für zukunftsorientiertes Bauen. Wer sich für Fenster, Türen oder Glasfassaden aus Aluminium entscheidet, beweist Sinn für anspruchsvolle Ästhetik. Das Material überzeugt aber auch durch seine grundlegenden Eigenschaften:

Stabilität:

Die bemerkenswerte Festigkeit von Aluminium im Verhältnis zu seinem geringen Gewicht ermöglicht außergewöhnlich stabile Konstruktionen. So können Fenster- und Pfosten-Riegel-Konstruktionen mit sehr schmalen Profilen gefertigt werden, die viel Licht und Energie in Gebäude liefern.

Langlebigkeit:

Das Material ist absolut witterungsbeständig, Farbe und Oberfläche bleiben jahrzehntelang unverändert erhalten.

Pflegeleichtigkeit:

Bau- und Fassadenelemente aus Aluminium brauchen nur wenig Wartung, lassen sich problemlos und schnell reinigen.

Leistungsstärke:

Aluminiumprofile mit thermischer Trennung bilden eine echte Wärmeschutzbarriere und erfüllen höchste internationale Normen. In Kombination mit technischer Verglasung ist für optimalen Wärmekomfort, perfekte Schalldämmung und Sicherheit gesorgt.

Moderner Baustoff

Mit Aluminium-Profilsystemen lassen sich klassische Pfosten-Riegel-Fassaden, Element- und Ganzglasfassaden, Doppel- oder Multifunktionsfassaden realisieren. Aluminium eignet sich selbst im großflächigen Einsatz und bei extremen Belastungen, wie sie an Hochhäusern und Fernsehtürmen auftreten.

Beim 508 Meter hohen Wolkenkratzer Taipei 101 in der Hauptstadt Taiwans, das bis 2007 zum höchsten Gebäude der Welt zählte, halten die in einem Alurahmen eingefassten Fassadenelemente Windgeschwindigkeiten von mehr als 200 Stundenkilometer sowie Erdstöße der Stufe 5 auf der Richterskala stand. Aber auch an weniger spektakulären Bauten hat sich Aluminium in der Gebäudehülle bewährt. Beste Voraussetzungen also, dass Aluminium auch in Zukunft seine Qualitäten als moderner, leistungsstarker Baustoff umfassend ausspielen kann.

Quelle: Aluminium, Baustoff der Moderne /GDA



520 WEST 28TH STREET, New York, United States
Architekt: Zaha Hadid Architects
Metallbauer: Stahlbau Pichler

PUSHING THE LIMITS OF ALUMINIUM FAÇADES

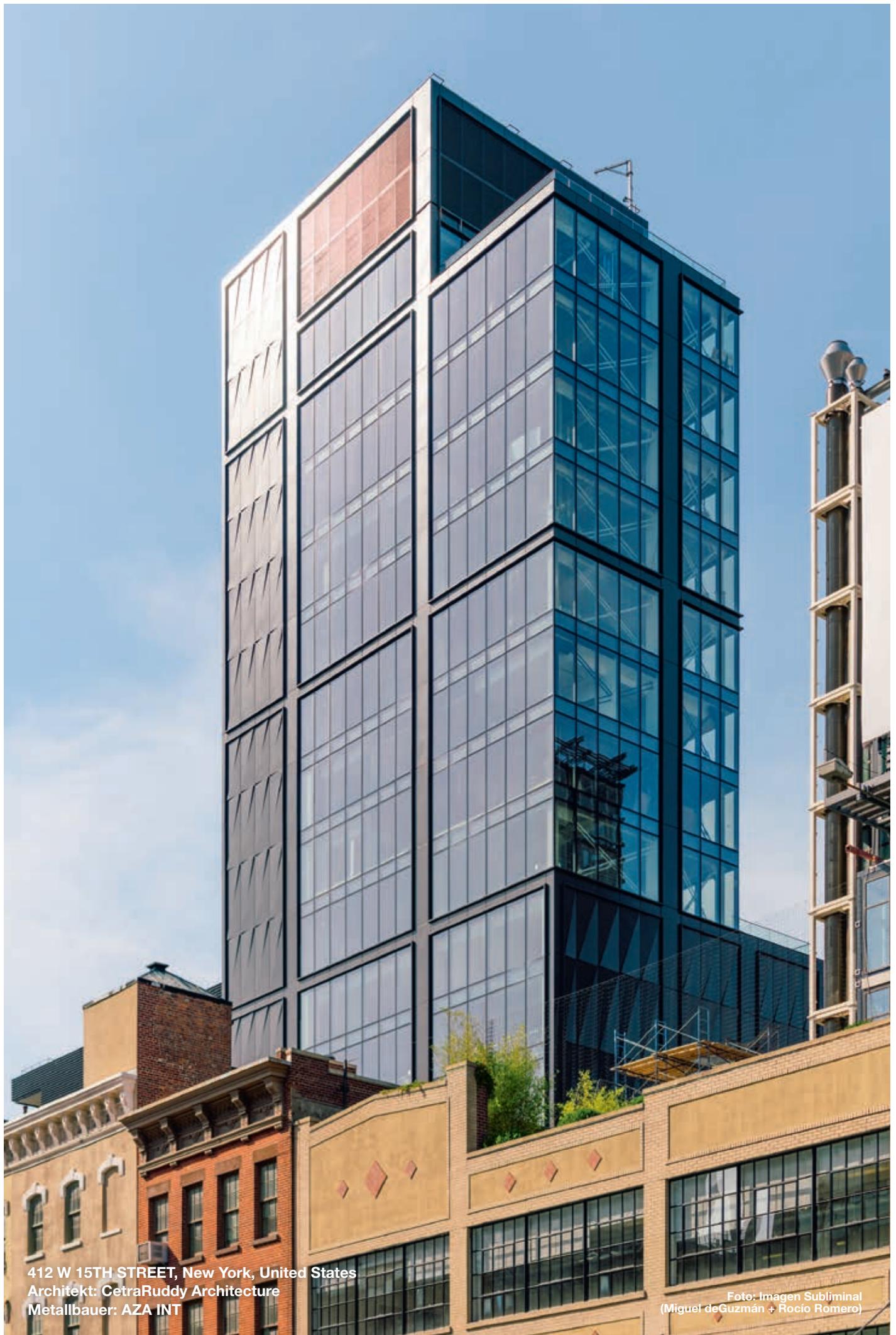
Ingenieurskunst und handwerkliche Perfektion scheinen Grenzen aufzulösen, wenn es darum geht, die technischen Herausforderungen komplexer Gebäudehüllen nachhaltig und zukunftsorientiert mit Hilfe individueller projektspezifischer Lösungen zu meistern.

Innovation, Präzision und Individualität kennzeichnen die Marke WICONA seit jeher und finden weltweit ihren Ausdruck in intelligenten Fassadenkonstruktionen, deren Qualität nachhaltige, zukunftsgestaltende Gebäudearchitektur repräsentiert. Das kann man sehen und erleben: Bauwerke wie die Monte Rosa Hütte in Zermatt (CH); die Forschungsstation Bharati in der Antarktis; das Apartmentgebäude Newfoundland Tower in London (UK), das Apartmentgebäude 520 West 28th Street in New York (USA), das Universitätsgebäude Ecole Normale Supérieure in Paris (FR) oder das Wohnhochhaus Henninger Turm in Frankfurt am Main (DE) sind nur einige Beispiele herausragender Projektlösungen im In- und Ausland.

WICONA überzeugt seit über 70 Jahren mit innovativen, anspruchsvollen Fassadenlösungen, die technisch und gestalterisch Maßstäbe setzen. Die Kompetenz und Erfahrung, mit kundenspezifischen Sonderkonstruktionen die jeweils beste Lösung auf höchstem Leistungsniveau anzubieten, ist Grundlage für weltweite Erfolge. Dafür arbeitet WICONA mit Profi-Partnern auf lokaler Ebene ebenso wie auf internationalem Parkett. Diese Partner aus Planung, Projektierung, Fassaden- und Metallbau ebnen die Leidenschaft für kreatives Design, der Qualitätsanspruch bis in kleinste Details und der Ehrgeiz, komplexe technische Herausforderungen zu meistern und somit die Grenzen moderner Gebäudearchitektur zu erweitern.

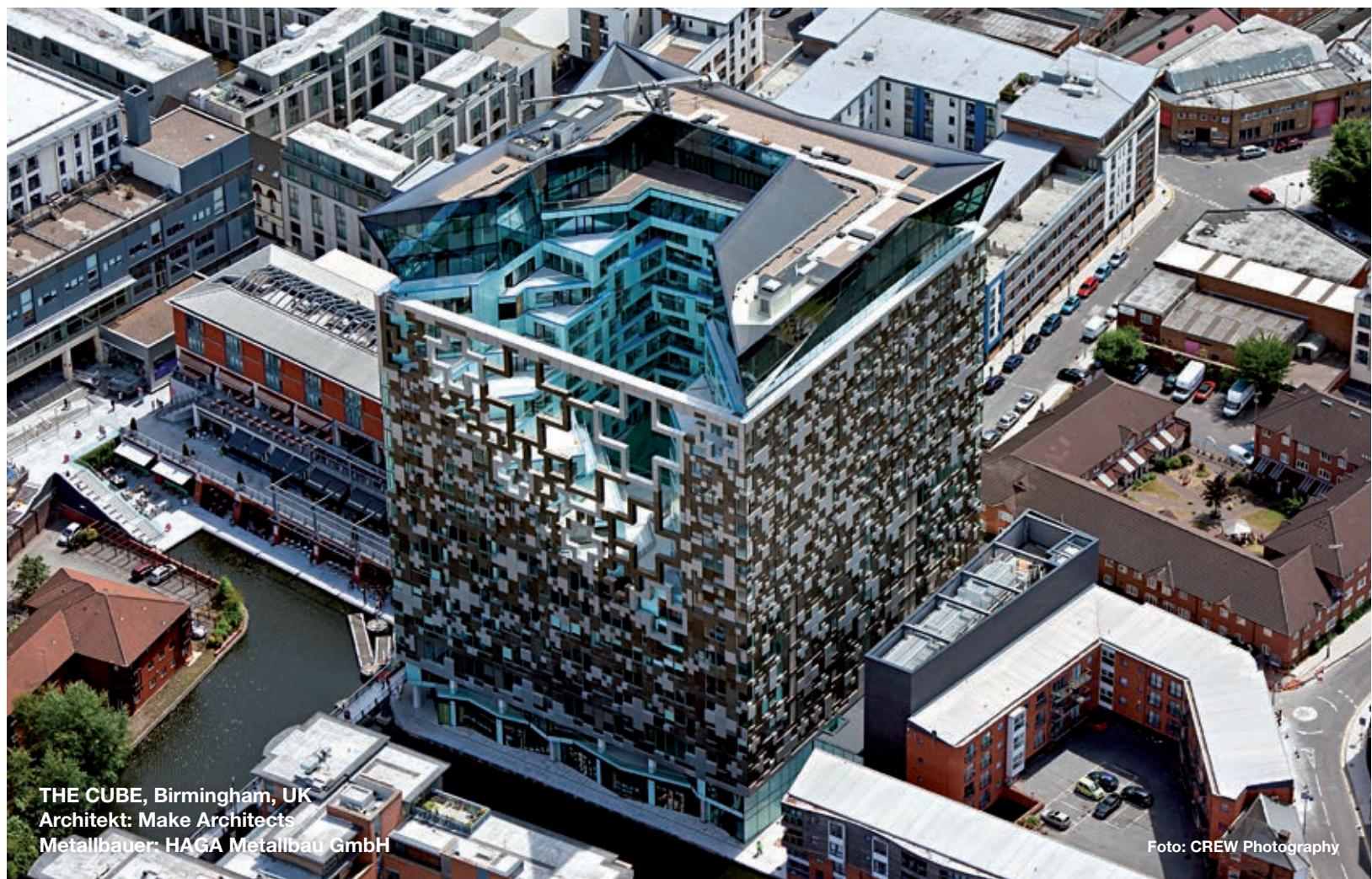
PUSHING THE LIMITS OF ALUMINIUM FAÇADES beschreibt die historische Entwicklung und zugleich den Zukunftskurs der Marke. „Pushing the Limits“ soll bei der Gestaltung der Stadt der Zukunft für die Kreativität von Architekten und die Wünsche der Bauherren gelten. „Pushing the Limits“ ist der Maßstab für Nachhaltigkeit und Verantwortung beim Bauen. Dafür gilt es, die Grenzen von Aluminiumfassaden wieder und wieder zu überwinden, sie zu verschieben, zu dehnen, den Raum zu erweitern.





412 W 15TH STREET, New York, United States
Architekt: CetraRuddy Architecture
Metallbauer: AZA INT

Foto: Imagen Subliminal
(Miguel deGuzmán + Rocío Romero)





BHARATI FORSCHUNGSSTATION, Larsemann Hills, Antarktis

Architekt: BOF Architekten

Metallbauer: Christophe Lenderoth GmbH

Foto: BOF Architekten



POLYgone RIVIERA, Cagnes-sur-Mer, Frankreich

Architekt: L35 avec Philippe Caron

Metallbauer: Grégoire

Foto: Kamel Khalfi



ERICUSSPITZE, Hamburg, Deutschland
Architekt: Henning Larsen Architects
Metallbauer: Schindler Fenster+Fassadenbau GmbH





ADIDAS LACES, Herzogenaurach, Deutschland

Architekt: kadawittfeldarchitektur GmbH

Metallbauer: Rupert App GmbH & Co.

Foto: Werner Huthmacher, Berlin



LE CUBE ORANGE, Lyon, Frankreich

Architekt: JAKOB + MACFARLANE

Metallbauer: Entraxe - SARL

Foto: Roland Halbe



ROYAL JORDANIAN HQ, Amman, Jordanien

Architekt: Niels Torp AP

Metallbauer: Glassline Industries

Foto: Babel Studio- Ahmad Awad



HUS KUGGEN, Göteborg, Schweden
Architekt: Wingårdh Arkitektkontor AB
Metallbauer: Staticus UAB

Foto: Copyright 200



PIZ BOÈ ALPINE LOUNGE, Val Badia, Italien
Architekt: William Mair und Albert Dorfman
Metallbauer: Vitralux S.r.l.

Foto: Roberto Grigis



DE ROTTERDAM, Rotterdam, Niederlande

Architekt: OMA (Office for Metropolitan Architecture)

Metallbauer: TGM (Technisch Gevelbouw Management)

Foto: Ossip van Duivenbode





ALLIANZ ARENA, München, Deutschland
Architekt: Jacques Herzog und Pierre de Meuron
Metallbauer: Haga Metallbau GmbH

Foto: Thomas Uebe - fujipics.de



PANGU PLAZA, Peking, China
Architekt: Lizuyuan Architect Office
Metallbauer: Beijing Bluesky / New Construction Material Co

Foto: WICONA

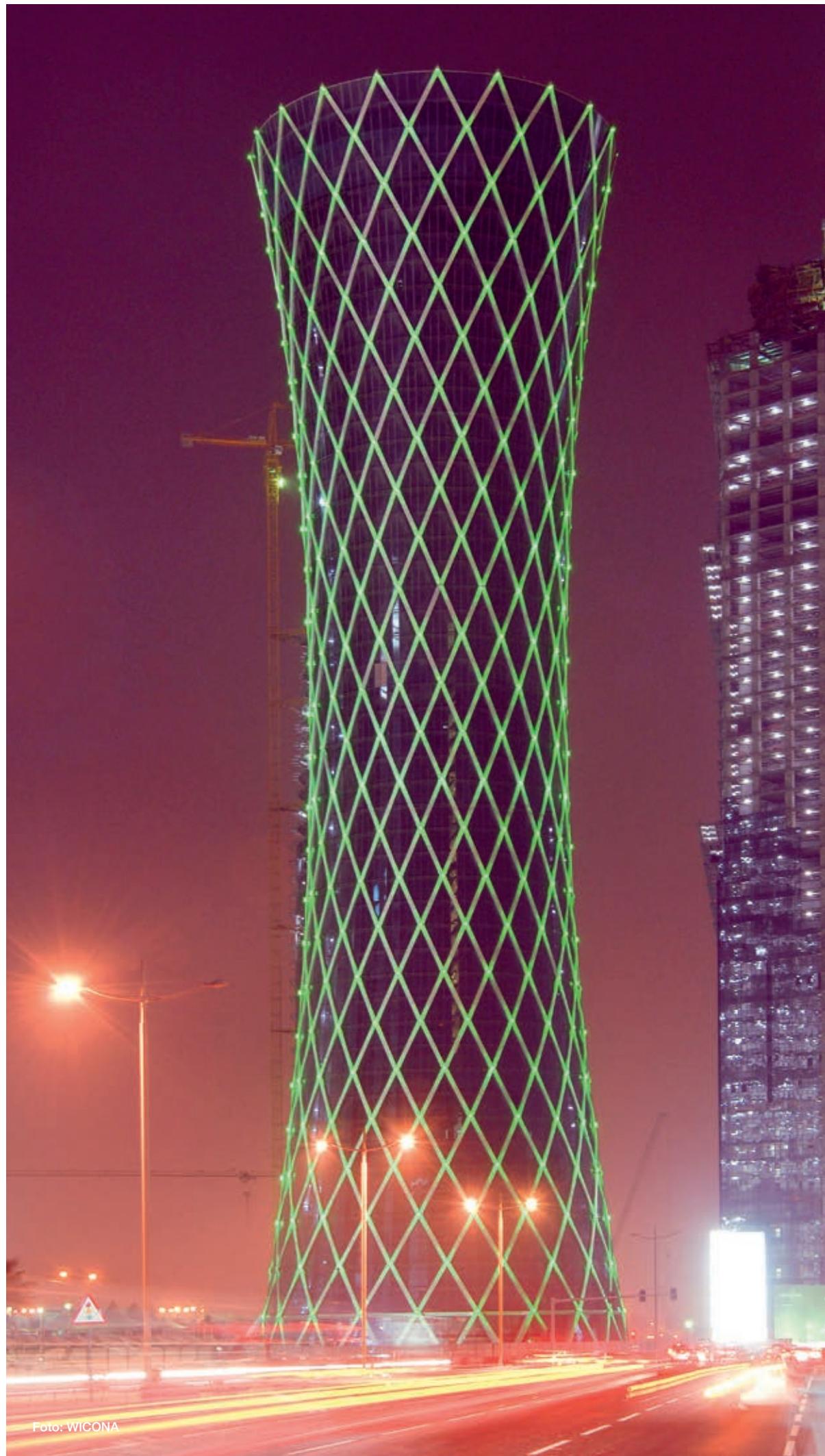


Foto: WICONA

TORNADO TOWER, Doha, Katar
Architekt: QIPCO
Metallbauer: Grégoire





NEWFOUNDLAND TOWER, London, UK

Architekt: HCL Architects

Metallbauer: Schneider Fassaden GmbH

Foto: HCL Architects



WARDIAN TOWER, London, UK
Architekt: Glenn Howells Architects
Metallbauer: Sipral A.S.

Foto: Ballymore



» WICONA Referenzen
aus den vergangenen
Jahrzehnten



Seminarhotel Seefeld/Schweiz



"Prince de Bretagne Biotechnologie" in Saint-Pol-de-Léon/Frankreich

RAISER slimlite plano

11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30



8 7 6 5 4 3 2 1



» Aluminium – ein nachhaltiger Baustoff

Aluminium ist unendlich oft recycelbar und kann wieder und wieder ohne Verlust der Qualität oder Eigenschaften verwendet werden. Beste Voraussetzungen für ressourcenschonende Produktion, die immer wichtiger wird.



Mit der hohen Prozentzahl an recyceltem Material, das wiederverwendet wird, wird der CO2-Fußabdruck immer kleiner. Foto: Øyvind Breivik

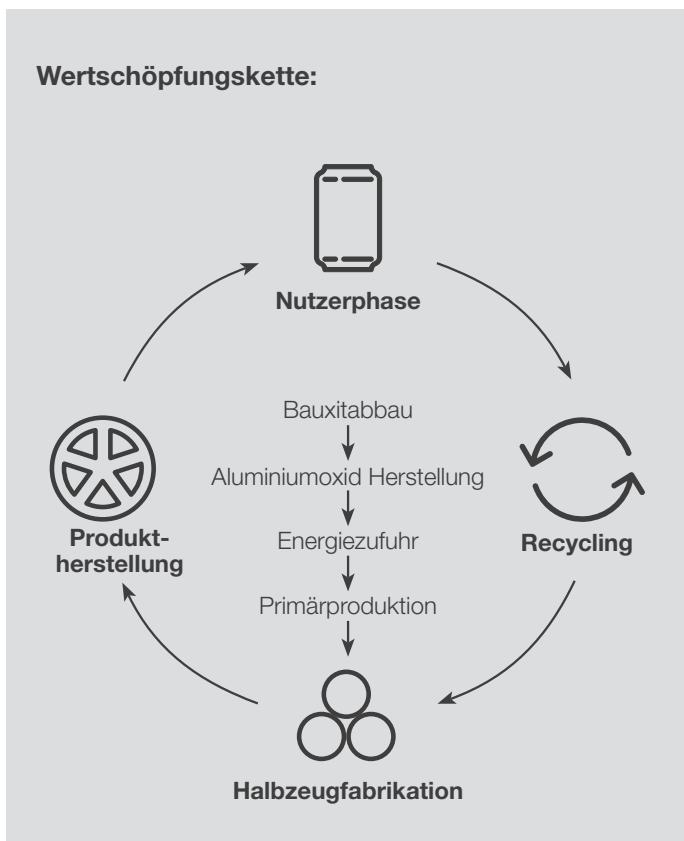


Geschichtsträchtiges Beispiel: Beim Abriss des ehemaligen DDR-Außenministeriums wurden alle Aluminiumelemente recycelt. Foto: VfA

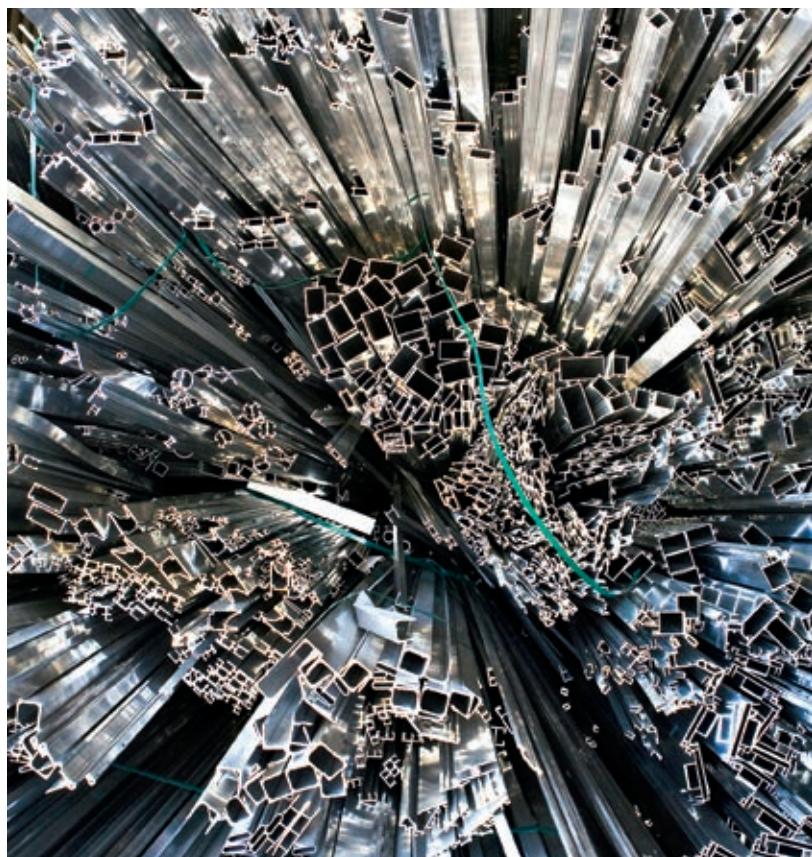
Aus Alt mach Neu

Beim nachhaltigen Bauen geht es nicht allein um Energieeffizienz. Bauherren setzen verstkt auf Nachhaltigkeitszertifikate und achten auf die Wiederverwendbarkeit einzelner Gebudeelemente. Hier punktet der Werkstoff Aluminium.

Die herkömmliche Herstellung von Aluminium beginnt mit dem Rohstoff Bauxit, einer lehmartigen Erde, die vor allem am Äquator vorkommt. Bauxit enthält viel Aluminiumoxid, auch Tonerde genannt, den Ausgangsstoff für die Aluminiumherstellung. Das im Tageabbau gewonnene Bauxit wird in der Weiterverarbeitung zunächst vom Lehm befreit und gemahlen. Anschließend erfolgt im Raffinationsverfahren die Gewinnung der Tonerde. In einer Metallhütte wird die raffinierte Tonerde schließlich mittels Schmelzflusselektrolyse zu Aluminium verarbeitet. Das Ergebnis ist fliges Aluminium, das abhig davon, wozu es verwendet werden soll, in Pressbolzen, Walzbarren oder Gusslegierungen gegossen wird. Aluminium wird anschließend zu verschiedenen Produkten weiterverarbeitet. Rohstoffe sind rar. Deswegen wird im Bereich Aluminium viel



Wert auf Recycling gelegt, denn Aluminium hat ein besonders gutes Wiederverwertungspotential. So erfordert das Recyceln von Aluminiumschrotten nur fünf Prozent der Energie, die für die Herstellung von neuem Aluminium notwendig ist. Aluminium kann ohne nennenswerte Qualitseinbuen immer wieder recycelt werden. Mit anderen Worten, es geht keine der Eigenschaften von Aluminium wärend des Recyclings verloren. Bei ausgebauten Aluminiumfenstern oder Fassadenelementen wird das Alt-Aluminium geschreddert und von Fremdmaterialien und nichtmetallischen Werkstoffen getrennt. In Schmelzwerken wird das Material eingeschmolzen und zu Pressbolzen gegossen. Aus diesen werden wieder Bau- und Fensterprofile geformt, die eine ebenso hohe Qualit aufweisen wie das Ausgangsmaterial. Seit in den 1980er-Jahren mit der getrennten Sammlung



Keine der besonderen Eigenschaften des Werkstoffes Aluminium geht beim Recycling verloren.
Foto: Dag Janssen/Hydro

auch das Aluminium aus Haushaltsabfällen besser in den Wiederverwertungskreislauf einbezogen wurde, sind Länder wie Deutschland oder Österreich weltweit führend beim umweltschonenden Recyceln von Aluminium.

Wertstoffkreis für Wiederverwertung

Ein wichtiger Partner in Deutschland ist der „AlUf“, der Verein wurde 1994 gegründet und 2010 als e.V. neu aktiviert. Der Name des Vereins bedeutet: A für Aluminium, U für umweltgerechte Wiederverwertung, F für Fenster- und Fassadenbau. Die Initiative AlUf ist ein Zusammenschluss führender Systemanbieter von Aluminiumprofilen und Strangpresswerken, der sich zum Ziel gesetzt hat, alte Aluminiumfenster, -türen und -fassadenprofile wirtschaftlich zu recyceln und den Anteil von umweltfreundlichem Sekundäraluminium im

Baubereich deutlich zu erhöhen. AlUf und seine Mitglieder haben gemeinsam einen geschlossenen Wertstoffkreislauf für die Wiederverwertung und -verwendung von Aluminiumfenstern, -türen und -fassaden etabliert, der sämtliche Anforderungen des deutschen Kreislaufwirtschaftsgesetzes erfüllt. Der Vorsitzende ist Walter Lonsinger, der lange Jahre die Geschäftsführung von WICONA in Deutschland innehatte. Jedes Jahr werden etwa 13 Millionen Tonnen Aluminium für den Bau von Gebäuden verwendet. Bis heute sind 220 Millionen Tonnen Aluminium in Gebäuden weltweit in Gebrauch. Nach dem Rückbau eines Gebäudes kann Aluminium zu 92 bis 98 Prozent recycelt werden.

WICONA setzt Nachhaltigkeit in der Praxis um

Dass WICONA besonderen Wert auf ökologische Aspekte legt, hat das Unternehmen

Zahlen und Fakten

5%

der Energie, die benötigt wird, um Primäraluminium zu erzeugen, ist erforderlich, um Aluminium für eine erneute Verwendung umzuschmelzen



68%

der erforderlichen Energie zur Aluminiumproduktion werden bei WICONA durch Wasserkraft erzeugt

Recycling von

1 Tonne

Aluminium bedeutet:

4t
weniger Bauxite



9t
weniger CO2-Emissionen



74.000

Menschen beschäftigte die Aluminiumindustrie im Jahr 2015

Die Lebensdauer von Aluminiumprodukten ist extrem hoch



ca. 75%

der jemals produzierten Bauprodukte aus Aluminium sind heute noch im Einsatz



Nach dem Rückbau eines Gebäudes können bis zu 89 Prozent davon recycelt werden.

Foto: Halvor Molland/Hydro

Zahlen und Fakten



40%

der gesamten deutschen Aluminium-Produktion geht in den Export



150 kg

Aluminium stecken durchschnittlich in jedem Pkw, ein Audi A8 bringt es sogar auf 600 Kilogramm



660°C

Schmelzpunkt

bereits mehrfach bewiesen. Jüngstes Beispiel, das dem seit jeher verankerten Nachhaltigkeitsgedanken in besonderer Weise gerecht wird, ist der Einsatz von recyceltem Aluminium in den WICLINE Fenstersystemen und WICTEC Fassadensystemen. Für den Herstellprozess dieser Profile wird hauptsächlich recyceltes Aluminium eingesetzt. Der hohe Anteil des recycelten Aluminiums wird garantiert, er bezieht sich ausschließlich auf Aluminium, welches als Produkt sein End-of-Life erreicht hat und zurück in den Kreislauf gebracht wurde. Der Produktionsprozess ist komplett nachvollziehbar, die Produkte sind durch ein unabhängiges Drittunternehmen zertifiziert. Das ist echtes Recycling und macht die WICONA Fenster- und Fassadensysteme zu einem Gütesiegel für Low-Carbon Aluminium. Darüber hinaus ist WICONA bis heute die erste und einzige Marke, die Recycling-Polyamid für Wärmedämmstege in Profilkonstruktionen einsetzt. Das optimiert die Ökobilanz der Dämmstege entscheidend – der Verbrauch an fossilen Ressourcen im Produktionsprozess lässt sich um 89%, der CO2-Ausstoß um 84% und der Wasserbedarf um 32% senken. Und das ohne

Abstriche bei der Qualität, da das Recyclingmaterial laut Eignungsprüfung die gleichen Eigenschaften besitzt wie konventionelles Polyamid 6.6.

C2C-Zertifikat für WICONA

Anfang 2017 wurden WICONA Systeme sogar mit dem Cradle to Cradle (C2C) Zertifikat in Bronze ausgezeichnet. Nur zwei Jahre später folgte die C2C-Zertifizierung in Silber. Das war ein weiterer wichtiger Schritt für WICONA, das Leitbild „Nachhaltigkeit“ noch aktiver zu praktizieren. Der C2C-Produktstandard ist ein Designkonzept und zugleich Bezugssystem, das sich gerade in europäischen Märkten zu verbreiten beginnt. Es geht weit über eine reine Zertifizierung von Produkten und ein herkömmliches Labeling hinaus. Das C2C-Zertifikat stellt eine Ergänzung und auch Alternative zu den bekannten Gebäudezertifikaten (DGNB, LEED, BREEAM etc.) dar. Die Kriterien sind direkt auf das Produkt bezogen, nicht auf das gesamte Gebäude. Die Verantwortung des Produktherstellers inklusive seiner kompletten Vorfertigungs- und Lieferantenkette tritt in den Fokus. Um eine der fünf Zertifizierungsstufen (von



Jedes Jahr werden etwa 13 Millionen Tonnen Aluminium für den Bau von Gebäuden verwendet.

Foto: Simon McComb/Hydro

Basic bis zu Platin) zu erlangen, muss ein Produkt die Mindestanforderungen der entsprechenden Stufe in allen fünf Kategorien erfüllen: Materialien, Materialkreislauf, Erneuerbare Energien und Klima, Wasser sowie soziale Verantwortung.

Wird WICONA ausgeschrieben, erfüllen die Fenster-, Tür- und Fassadensysteme automatisch die C2C-Produktqualität. Man muss nicht mehr besonders darauf achten, ob das richtige Produkt bestellt und geliefert wurde.

Die Kategorien der C2C-Produktzertifizierung

Materialien:

Unter Einbeziehung der Lieferkette wird eine Bestandsaufnahme aller Inhaltsstoffe erstellt, damit diese auf ihre toxikologischen und ökotoxikologischen Eigenschaften hin bewertet werden können. Ziel ist es, schädliche durch unbedenkliche Stoffe zu ersetzen.

Materialkreislauf:

Produkte werden so entworfen, dass ihre Bestandteile als Teil des technischen Kreislaufs recycelt werden können. Bei jeder Zertifizierungsstufe müssen Fortschritte erzielt werden, um die Kreisläufe der Materialien zu verbessern.

Erneuerbare Energien

und Klima:

Dieses Kriterium hat zum Ziel, dass letztendlich 100 Prozent der Produktionsenergie aus erneuer-

baren Energiequellen stammen und somit die Produktion klimaneutral gestaltet wird.

Wasser:

Die Herstellungsprozesse sind so gestaltet, dass Wasser als kostbare Ressource für alle Lebewesen erhalten wird. Bei jeder Zertifizierungsstufe müssen Fortschritte erzielt werden, so dass letztendlich das gesamte Abwasser Trinkwasserqualität erreicht.

Soziale Verantwortung:

Das Unternehmen wird so geführt, dass alle Menschen und Ökosysteme mit Respekt behandelt werden und ein ständiger Fortschritt in Richtung einer insgesamt positiven Wirkung auf Menschheit und den Planeten erzielt wird.

Zahlen und Fakten



93 Tonnen

Aluminium-Altmaterial fallen jährlich in Deutschland im Hochbaubereich an

ca. 25%

davon werden im Rahmen eines geschlossenen und überwachten Recyclingprozesses wieder zu Fenstern, Fassaden oder anderen Aluminium-Bauteilen für den Hochbaubereich verarbeitet

16 Mrd.



Euro Umsatz wurde im Jahr 2015 in der Aluminiumindustrie erwirtschaftet (2005 = 14 Mrd. Euro)

Quelle: Hydro

»WICONA ist eine Marke von Hydro

Hydro ist heute eines der renommiertesten Unternehmen Norwegens. Es betreibt in über 40 Ländern Niederlassungen oder Tochterunternehmen und beschäftigt weltweit rund 35.000 Mitarbeiter.



Aluminium kam erst spät zur Produktpalette von Hydro - wurde dafür um so erfolgreicher.

Foto: Hydro

Vom Dünger zum Aluminium

Die Geschichte von Norsk Hydro begann vor mehr als 100 Jahren mit einer zufälligen Entdeckung. Der Physiker Kristian Birkeland und der Ingenieur und Geschäftsmann Sam Eyde entwickelten ein Verfahren zur Herstellung von Mineraldünger.

Um diesen in großen Mengen produzieren zu können und somit die wachsende Bevölkerung jener Zeit mit genügend Nahrungsmitteln zu versorgen, gründeten sie 1905 Norsk Hydro. Es war die Geburtsstunde einer neuen, weltweiten Industrie. Eyde sicherte die finanzielle Grundlage für Hydro, indem er mit den wohlhabenden schwedischen Brüdern Wallenberg kooperierte. Aber die Frage ist berechtigt, ob sein tüchtiger Assistent Sigurd Kloumann nicht viel wichtiger für die Entwicklung von Hydro

war. Kloumann war erst Anfang 20, als er die Verantwortung für all das bekam, was Eyde für Hydro baute: die erste erfolgreiche Produktionsanlage für Mineraldünger in der Welt, das zur damaligen Zeit größte Wasserkraftwerk in Europa (beide in Notodden) und im Anschluss daran das größte Wasserkraftwerk der Welt (in Rjukan).

Geburtsstunde des ersten integrierten Unternehmens

1911 trennten sich die Wege des Gründers

und seines Assistenten. Kloumann ging nach Høyanger in Westnorwegen, wo er 1915 das erste Aluminiumunternehmen des Landes gründete und aufbaute. Zum Team gehörten enge Mitarbeiter aus der Zeit bei Hydro. Zwei Jahre später weitete er die Tätigkeit aus und errichtete die Weiterverarbeitungsanlage für Aluminium in Holmestrand. Das war die Geburtsstunde des ersten integrierten Aluminiumunternehmens. Der Kreis schloss sich, als beide Standorte 1986 Teil von Hydro wurden.

Das ist Hydro



1905

in Norwegen gegründet



in 40

Ländern
vertreten



150

Standorte
weltweit



35.000

Menschen sind bei Hydro
beschäftigt

Quelle: Hydro



Der Hydro Way

Unser Unternehmenszweck ist, zu einer nachhaltigen und zukunftsfähigen Gesellschaft beizutragen, indem wir natürliche Ressourcen auf innovative und effiziente Weise zu Produkten und Lösungen entwickeln.



Verantwortliches
Handeln.
Mut.
Zusammenarbeit.

Das sind die Werte, die uns leiten
und auf die wir bauen.

www.hydro.com



Hydro ist mit Vertrieb und Handelsaktivitäten in der gesamten Wertschöpfungskette von Aluminium präsent.

Foto: Hydro

Einstieg in den Markt der Bausysteme

Hydros Aluminiumbereich wuchs schnell. Im Jahr 1975 produzierten neun Strangpresswerke in sieben Ländern einen Gesamtoutput von 29.000 Tonnen Profilen gegenüber 17.000 Tonnen im Vorjahr. Nachdem die Werke von Hydro Ende der 70er-Jahre eine von schwierigen Marktverhältnissen geprägte Periode überstanden hatten, war die Lage Anfang der 80er-Jahre konstant. Das bedeutendste Anwendungsgebiet für Aluminium-Strangpressprofile sind schon immer Türen, Fenster und andere Anwendungen am Bau gewesen. 1984 stieg Hydro mit einem eigenen Bausystem (Hydro Aluminium A.B.) in den Markt der Bausysteme ein, was allerdings nicht besonders erfolgreich war. Noch im selben Jahr fusionierte das Hydro-Bausystem mit dem schwedischen Bausystem „Integral Systemer A.B.“. 1986 erwarb Hydro 5 Strangpresswerke von Alcan, 2 von ihnen waren bereits im Baugeschäft tätig: das Werk in Ornago (Italien) mit dem Bausystem DOMAL und ein Werk in Raeren (Belgien). Nicht lange nach der Übernahme wurde die Herstellung des belgischen Bausystems aus dem Strangpresswerk in Raeren ausgegliedert und nach Herentals verlegt. Zur Koordination der inzwischen herangewachsenen

Strangpressgruppe der Norsk Hydro wurde die „Hydro Aluminium Extrusion Group“ gegründet, deren Sitz schließlich 1986 von Oslo nach Lausanne (Schweiz) verlegt wurde. 1988 machte Hydro dann den Sprung in den deutschen Bausystem-Markt mit dem Kauf von WICONA. Es folgte im Jahr 1990 eine Umstrukturierung der Bausystem-Tätigkeiten. Hydro Aluminium Systems South mit Sitz in Ornago wurde zu Hydro Aluminium Systems S.p.a. umfirmiert und erhielt die Verantwortung für den italienischen, den spanischen, portugiesischen, griechischen und nordafrikanischen Markt. Die WICONA Bausysteme GmbH bediente die übrigen europäischen Märkte, das Unternehmen erhielt somit auch die Verantwortung für die Unternehmen in Schweden, Belgien sowie für das Lizenzabkommen in Frankreich. WICONA wurde damit zur Dachorganisation für Hydros Systemhersteller mit Ausnahme der italienischen Gesellschaft.

Der größte Aluminiumkonzern

Im Jahr 2002 übernahm Hydro die deutsche Vereinigte Aluminium-Werke AG. Dadurch entstand eine starke Aluminium-Sparte unter dem Namen „Hydro Aluminium“ – der größte europäische Aluminiumkonzern. Ein weiterer großer Meilenstein war die vollstän-

dige Übernahme des Extrusionsgiganten Sapa, der von 2013 bis 2017 schon zur Hälfte Eigentum von Hydro war. Damit nahm das Unternehmen einen weiteren Schritt auf dem Weg an die Spitze der globalen Aluminiumindustrie.

Das Unternehmen heute

Hydro ist ein vollintegriertes Aluminiumunternehmen mit 35.000 Mitarbeitern in 40 Ländern auf allen Kontinenten, das lokale Erfahrung, weltweite Präsenz und einmalige F&E-Ressourcen vereint. Neben der Produktion von Primäraluminium, gewalzten und extrudierten Erzeugnissen sowie dem Recycling gewinnt Hydro Bauxit, erzeugt Tonerde und Energie. Damit ist es das einzige 360°-Unternehmen in der globalen Aluminiumindustrie. Hydro ist mit Vertrieb und Handelsaktivitäten in der gesamten Wertschöpfungskette von Aluminium in allen Marktsegmenten für Aluminium präsent und beliefert mehr als 30.000 Kunden. Das Unternehmen kann heute mehr als ein Jahrhundert an Erfahrungen in erneuerbarer Energie, Technologie und Innovation aufweisen. Hydro engagiert sich, Kunden und Gesellschaft zu stärken und eine nachhaltige Zukunft durch innovative Lösungen mit dem Werkstoff Aluminium zu gestalten.

Quelle: Buch „Our Way“

„Wir sind immer noch hier, weil wir unseren Job richtig machen.



» Ein Blick in die Zukunft

Henri Gomez ist bereits seit über 20 Jahren für WICONA tätig. In Ulm lag der Schwerpunkt seines Tätigkeitsfeldes als Geschäftsführer in den Kernregionen Deutschland, Österreich, Schweiz und der CSEE-Region (Central South East Europe). Nun wird Gomez seinen Weg in Norwegen fortsetzen. Ein Interview.

WICONA startete 1948 als kleines Büro in Ulm und entwickelte sich in den vergangenen 70 Jahren zu einem Global Player. Was waren die größten Herausforderungen auf dem Weg zu einem führenden Anbieter von Aluminium-Bausystemen?

Henri Gomez: Die größten Herausforderungen waren sicherlich, ständig innovative Systemlösungen zu entwickeln, die uns und unseren Partnern einen technologischen Vorsprung sicherten. Es gab und gibt kontinuierlich neue technische Entwicklungen in der Gebäudehülle und natürlich auch in der gesamten Bauindustrie. Das heißt, wir müssen uns ständig an diese Entwicklungen anpassen und die benötigten Technologien bereitstellen. Das war sicherlich auch die größte Herausforderung der vergangenen 70 Jahre. Gebäude haben sich in dieser Zeit dramatisch verändert, heute sehen wir uns mit anderen Problemstellungen konfrontiert als früher. Heute wird zum Beispiel auf eine herausragende Energiebilanz oder eine gute Akustik im Gebäudebau Wert gelegt. Alles Herausforderungen, bei denen wir bisher aber auch sehr erfolgreich waren, sind und auch zukünftig bleiben werden.

Welche Entscheidungen waren wichtig für WICONA, um das Unternehmen zu werden, das es heute ist?

Henri Gomez: Ich denke, einer der Meilensteine war die Übernahme von WICONA durch die Hydro-Gruppe. Das war damals ein großer Schritt für das Unternehmen. Es gab uns eine neue, internationale Perspektive. Wir sind dadurch zu einer Firma geworden, zu einer Organisation. Mit dieser Übernahme in den 80er-Jahren und Anfang der 90er-Jahre ging eine sehr große Veränderung einher. Das Unternehmen wurde stärker, größer und bekam mehr Marktmacht mit internationaler Ausrichtung.

Bei vielen Veränderungen in der Baubranche hat WICONA die Vorreiter-Rolle gespielt. Was war Ihrer Meinung nach der größte Erfolg von WICONA in den letzten 70 Jahren?

Henri Gomez: Innovation bleibt der zentrale Punkt unserer Firma und ich denke, wir waren immer sehr innovativ. Wenn man heute über

thermisch getrennte Aluminium-Profilsysteme für Fenster oder Fassaden spricht, ist 90 Prozent Standard. Diesen Standard, der weltweit auf dem Markt gilt, hat WICONA entwickelt und als Erster auf den Markt gebracht.

Heute ist WICONA ein Global Player mit Niederlassungen auf der ganzen Welt. Gibt es zusätzliche Märkte für die Marke oder ist bereits geplant, neue Standorte zu eröffnen?

Henri Gomez: Wir sind ziemlich stark in Europa und haben auch in Asien, Indien und dem Mittleren Osten Fuß gefasst. Es gibt aber natürlich noch einige Orte, an denen wir uns weiterentwickeln können und möchten. Zum Beispiel Nordamerika. Wir haben inzwischen ein kleines Team in der Gegend um New York und wollen uns nun in ganz Nordamerika etablieren. Dasselbe gilt für Südamerika. Wir haben dort zwar schon Hydro-Werke, sind auch der größte Aluminium-Produzent, dennoch streben wir in unserem Segment einen noch größeren Marktanteil an. Die Herausforderung dabei ist, dass diese Märkte anders sind. Sie unterscheiden sich nicht nur durch ihre Kultur, sondern haben auch einen anderen Technologie-Standard für Gebäudehüllen. Wir müssen unsere Lösungen an ihre Bedürfnisse anpassen, egal ob es darum geht, die Energieeffizienz der Gebäudehülle zu verbessern oder mehr Licht ins Gebäude zu lenken. In diesen Bereichen haben diese Märkte einen großen Nachholbedarf. Europa hat sich schneller entwickelt und hat nun einen Vorsprung von 20 Jahren. Wir müssen es schaffen, diese Märkte mit den richtigen Lösungen zu bedienen.

Kundennähe ist WICONA besonders wichtig. Dies ist auch einer der Gründe, warum WICONA das NEXT-Studio eröffnet hat. Wo sehen Sie den Vorteil, mit verschiedenen Partnern aufzutreten?

Henri Gomez: Wir sind vor allem Anbieter von Systemlösungen für Architekten, Planer und Metallbauunternehmen, damit diese leistungsstarke Gebäude bauen können. Es nutzt nichts, wenn man ein großartiges Unternehmen ist, aber nicht auf den Markt hört, sich nicht anpasst oder nicht die Sprache derjenigen spricht, die die



„Wir sind eher einfach und bescheiden - und so läuft auch die Zusammenarbeit mit den Kunden.

Zukunft der Gebäudehülle entscheidend prägen – dann läuft etwas falsch. WICONA pflegt seit jeher gute Beziehungen zu seinen Kunden, das ist unsere Unternehmenskultur (auf die ich übrigens sehr stolz bin). Wir arbeiten miteinander, kämpfen miteinander, diskutieren miteinander. So wurde in den letzten Jahren Schritt für Schritt der Weg geebnet, einen Ort zu bieten, an dem sich die Experten treffen können, eine Plattform, bei der alle zusammenfinden – das ist NEXT. Investoren und Spezialisten treffen sich hier, um sich über die Entwicklungen in der Gebäudehülle, die Fassaden der Zukunft auszutauschen. 2017 haben wir das Studio in Frankfurt eröffnet, mein Ziel war es, 500 Besucher pro Jahr zu haben, nun waren es schon 800 Besucher bis Ende Juli 2018 – das ist fantastisch. Jetzt müssen wir schauen, wo wir als Nächstes ähnliche Plattformen installieren, Shanghai und London sollen folgen, nächstes Jahr auch Zürich. Es ist für alle ein Schritt nach vorne - die gemeinsamen Aktivitäten mit Partnern, die die gleiche Sprache sprechen, bringen uns voran. Die Zusammenarbeit ist dadurch viel produktiver, viel schneller und einfacher geworden.

Was ist das Faszinierendste an WICONA und seiner Kultur? Was unterscheidet WICONA von den Wettbewerbern?

Henri Gomez: Wir sind eher einfach und bescheiden – und so läuft auch die Zusammenarbeit mit den Kunden. Das unterscheidet uns vom Wettbewerb und das finde ich sehr wichtig. Trotzdem haben wir eine starke und gut aufgestellte Firma. Man kann uns wohl vorwerfen, etwas zurückhaltend zu sein, wenn es darum geht,

unsere Errungenschaften auch zu zeigen. Zu meinem Job hat deshalb auch gehört, WICONA auf dem Markt sichtbarer zu machen. Und das ist WICONA heute! Ein Beispiel dafür ist unser Studio NEXT, bei dem wir uns ständig und direkt mit allen Beteiligten am Bau austauschen. Dadurch ist viel mehr Kommunikation entstanden. Wir sind nun nicht mehr „nur“ im Büro, wir machen mehr Marketing, organisieren Konferenzen und fördern mehr Kommunikation – denn das ist ein Schlüsselement unserer Branche: mit den Bau-beteiligten zu sprechen. Auch in den sozialen Medien haben wir unsere Präsenz in den letzten Jahren stetig ausgebaut.

WICONA entwickelt „deutsche Technologie“ für energieeffiziente Fenster-, Türen- und Fassadenlösungen. Was ist der Hauptvorteil für WICONA-Partner? Und warum ist es so wichtig, diese Kompetenz zu stärken?

Henri Gomez: Der Gebäudebau hat sich wie schon erwähnt in den letzten Jahren und Jahrzehnten stark verändert. Es ist nicht immer einfach, damit Schritt zu halten. Unsere Partner sind oftmals nicht so groß wie wir – das sind meist kleinere Unternehmen mit 20 bis 50 Mitarbeitern, die nicht immer jede Vorschrift oder jede einzelne Vorgabe kennen. Deshalb unterstützen wir unsere Partner, indem wir Schulungen anbieten. Im letzten Jahr haben wir immerhin 1.000 Menschen in Sachen Regulierung, Verarbeitung und Montage unserer Systemlösungen geschult. Das Jahr davor waren es noch 400, eine große Steigerung also. In der Vergangenheit hat man darauf weniger Wert gelegt, aber der Trend ist klar: Wir investieren in



Henri Gomez mit zwei Auszubildenden aus dem Marketing, Simon Lohmiller und Alexander Maurer, und Carla Ebert, die Ihre Ausbildung in diesem Jahr abgeschlossen hat.

Fotos: Schuon

Wissen, denn wir brauchen kompetente Leute, die dann allen neuen Herausforderungen unserer Branche gewachsen sind.

Heute liefert WICONA hochentwickelte Technologie für Gebäudehüllen auf der ganzen Welt. WICONA ist bekannt für seinen Pioniergeist. Welche WICONA-Innovationen werden die Bauindustrie in Zukunft beeinflussen?

Henri Gomez: Aktuell dreht sich sehr viel um den Gebäudekomfort. Das beinhaltet zum Beispiel Wärme- und Schallschutz sowie gute Akustik. Auf der BAU 2017 haben wir ein Fenstersystem gezeigt, das neues Potential eröffnet. Normalerweise ist die Akustik in einem Raum ja nur so lange gut, wie die Fenster geschlossen sind. Das neue Konzept unseres Fenstersystems erlaubt es dem Nutzer zu lüften, ohne auf eine gute Akustik im Gebäudeinneren verzichten zu müssen. Auch ein wichtiges Thema ist natürlich das Recycling unseres Aluminiums, um einen kleineren CO2-Fußabdruck zu haben. Über recyceltes Aluminium spricht die Branche schon seit Jahren. Was uns jedoch stark unterscheidet und einzigartig macht, ist, dass der Großteil unseres recycelten Aluminiums sich ausschließlich auf Aluminium bezieht, welches als Produkt sein End-of-Life erreicht hat und wieder zurück in den Kreislauf gebracht wurde. Hierfür hat Hydro sogar ein eigenes Werk, die Hydro Aluminium Recycling Deutschland GmbH in Dormagen. Dieses Recyclingwerk shreddert und sortiert gebrauchte Aluminiumprodukte mit international führender Technologie. In den Hydro-Umschmelzwerken wird das Aluminium

geschmolzen und danach für den jeweils nächsten Nutzungszzyklus gegossen. Das ist der erste, aber sehr sehr wichtige Schritt, der uns am Markt ganz klar unterscheidet und das ist wichtig für unser Unternehmen und unsere Zukunft.

Apropos - Gebäudehüllen haben ja einen großen Einfluss auf die Umwelt. Der Bau-sektor macht bereits über 40 Prozent der weltweiten CO2-Emissionen aus.

Wie sieht es mit WICONA aus?

Henri Gomez: Die Problematik mit der Energie haben wir in der Gebäudetechnologie immer. Auf null Emissionen zu kommen, geht natürlich nicht nur über Fenster und Fassaden. Es geht viel mehr darum, das gesamte Gebäude „clever“ zu gestalten. Eine Hilfe ist BIM (Building Information Modeling). Es ist eine interaktive Plattform, die es allen Baubeteiligten ermöglicht, gleichzeitig auf dieselben Informationen zu einem Projekt und auf die Spezifikationen verschiedener WICONA-Systeme zuzugreifen. Ziel ist es dabei, eine Verbesserung in Bezug auf Baukosten, Wertentwicklung und CO2-Effizienz zu erreichen, über die Dauer eines Projektes und die Lebensdauer eines Gebäudes hinweg – von anfänglichen Planungs- und Entwurfsarbeiten bis hin zu Betrieb, Wartung, Abbau und Recycling.

Die digitale Evolution findet ihren Weg in alle Lebensbereiche. Wie sehen Sie die Bedeutung der digitalen Lösungen für die Bauindustrie? Ist WICONA dafür bereit?

Henri Gomez: Wir bieten unseren Kunden in unserem Bereich vernetzte Software-Lösungen an.

„Wir bieten unseren Kunden in unserem Bereich vernetzte Software-Lösungen.

„Ich bin mir sicher, wir werden uns noch stärker zu einem global agierenden Unternehmen entwickeln.“

Das aktuelle Baugeschäft ist wie schon erwähnt schnelllebig und stellt hohe Anforderungen. Mit unseren IT-Tools sind alle Projektbeteiligten in der Lage, wichtige Informationen wie 3D-Modelle, BIM-Vorgaben, technische Zeichnungen, Werte und Daten schnell zu erarbeiten und effektiv untereinander auszutauschen. Aktuell arbeitet ein 20-köpfiges Team an diesem Themenfeld. Digitalisierung bedeutet für mich aber auch, Daten in Papierform immer weiter zu reduzieren. Wir stellen unseren Partnern die gesamte WICONA-Produktdokumentation heute schon im WICTIP online zur Verfügung. Ein weiteres Beispiel ist unsere Bestellsoftware Com@lu, über die unsere Partner bei uns online bestellen können und sogar die Lagerverfügbarkeit abrufen können. In Frankreich wird diese Bestellsoftware sehr stark genutzt – in Deutschland ist der Markt noch nicht so weit. Leider sind wir in Deutschland insgesamt etwas hintendran, was die Digitalisierung angeht. In anderen Ländern, wie zum Beispiel Spanien, haben die Mitarbeiter ständig ein Tablet dabei – das ist hier bei uns noch Zukunftsmusik. Aber wir machen Fortschritte. Müssen wir auch. Deutschland ist immerhin größter Exporteur der Welt, da sollte also noch einiges passieren.

Wo sehen Sie WICONA in den nächsten 70 Jahren?

Henri Gomez: Ich bin mir sicher, wir werden uns noch stärker zu einem global agierenden Unternehmen entwickeln. Wir werden ausschließlich Produkte aus 100 Prozent Recycling-Material herstellen und auch die Zusammenarbeit mit Architekten wird sich verändern – ich denke, dass sie früher oder später mit uns in unseren Büros sitzen und wir gemeinsam Lösungen entwickeln werden. Des Weiteren glaube ich, dass wir irgendwann nicht mehr „nur“ Aluminium-Systeme anbieten werden, sondern auch Komplettlösungen mit z.B. dem dazugehörigen Glas. Natürlich ist das noch ein langer Weg, aber es wird kommen und das Unternehmen damit grundlegend ändern.

Wie viele Jahre sind Sie jetzt Teil des Unternehmens? Was waren Ihre wichtigsten Karriereschritte?

Henri Gomez: Ich bin seit über 20 Jahren bei WICONA. Angefangen habe ich 1996 in Frankreich, damals war ich jung – später wurde mir die

Leitung für Frankreich und für die Benelux-Länder übertragen. In dieser Zeit haben wir unseren damaligen Hauptwettbewerber „Technal“ akquiriert. Im Jahr 2002 übernahm ich dann für die Marken Technal und WICONA die Leitung Vertrieb und Marketing in Frankreich, von 2006 bis 2012 war ich als Geschäftsführer für beide Marken sowie in einer leitenden Funktion im Mittleren Osten tätig. Anschließend war ich als Vice President für das internationale Marketing und die internationale Produktentwicklung (R&D) verantwortlich. Nach zwei Jahren in der Position wurde ich 2014 Geschäftsführer für Italien und Südosteuropa, hatte von 2016 bis 2018 meinen Geschäftsführerposten in Ulm und bin nun seit September 2018 Business Unit President für den Geschäftsbereich Building Systems in Oslo.

Welches sind Ihrer Meinung nach Eigenschaften, die man braucht, um erfolgreich zu sein?

Henri Gomez: Leidenschaft, Anpassungsfähigkeit und Offenheit. Wenn man immer mit Leidenschaft bei der Sache ist, dann ist man glücklich bei dem, was man tut und kann andere begeistern und mitziehen. Anpassungsfähigkeit ist ebenso wichtig, weil man immer neue Menschen kennenlernen, mit denen man zusammenarbeitet. Jeder Tag ist anders, die Welt dreht sich und verändert sich. Um erfolgreich zu sein und zu bleiben, muss man sich an Veränderungen anpassen können. Und nicht zuletzt Offenheit. Man muss von anderen lernen können und wollen!

Sie haben gerade eine neue Position in der Hydro-Gruppe eingenommen. Was bedeutet das für WICONA und wie fühlen Sie sich bei dieser Entscheidung?

Henri Gomez: Ich sehe die Entscheidung sehr positiv. Ich war nun zweieinhalb Jahre in Ulm, mein Job war es, alles für die nächste Generation vorzubereiten – jetzt ist es so weit. Ich bin ja Franzose und ich denke, WICONA sollte jetzt in Deutschland einen deutschen Chef bekommen.

Was wünschen Sie WICONA für die Zukunft?

Henri Gomez: Dass WICONA den nächsten Schritt macht und in Deutschland Nummer 1 wird. Das ist aber durchaus eine große Herausforderung.

Zur Person

Henri Gomez wurde im September 2018 Business Unit President für den Geschäftsbereich Building Systems. Der gebürtige Franzose arbeitet bereits seit drei Jahrzehnten im Bereich Aluminium-Bausysteme. Seit über 20 Jahren ist er für WICONA tätig, zuletzt als Geschäftsführer in Deutschland. Der Schwerpunkt seines Tätigkeitsfeldes als Geschäftsführer in Deutschland lag in den Kernregionen Deutschland, Österreich, Schweiz und der CSEE-Region. Zugleich setzte Gomez seinen bereits begonnenen Weg in den USA fort und forcierte dort den Aufbau der Marke WICONA.



Impressum

Verlag/Herausgeber

Neue Pressegesellschaft text-service

Redaktion

Stefanie Müller,
Martin Dambacher,
Thomas Löffler,
WICONA

Bilder und Grafiken

mediaservice ulm,
Südwest Presse-Archiv,
Archiv der Wieland Werke/Ulm,
WICONA

Layout und Gestaltung

Eva Maria Bittner/mediaservice ulm,
WICONA