

80 Jahre Internorm

ERFOLGSGESCHICHTE

Im 80. Bestandsjahr setzt der Fensterriese weiter auf Innovation und Optimalservice – Internorm-Geschäftsführer Ing. Rudolf Temmel über Meilensteine, Zukunftsstrategien und Energiepolitik.

Weekend: 80 Jahre Internorm – welcher Punkt ist für Sie der markanteste in dieser Erfolgsgeschichte?

Ing. Rudolf Temmel: Für mich persönlich ist es die Einführung des Kunststoff-Fensters gewesen. Vor 45 Jahren hat

wohl Design, Material als auch den Beschlägesektor.

Weekend: Woran arbeitet Ihre Forschungsabteilung?

Ing. Rudolf Temmel: Unter anderem in Kooperation mit der Industrie an neuen Gläsern so-

Weekend: Die neue Bundesförderungsaktion wird vermutlich nicht ausgeschöpft werden, was sehen Sie als Ursache?

Ing. Rudolf Temmel: Der Austausch von Fenstern allein bringt den Konsumenten diesmal nicht auf den angestrebten

Weekend: Sind die Förderungsmechanismen zu kompliziert?

Ing. Rudolf Temmel: Eine Vereinfachung wäre wünschenswert. Wir schulen unsere Vertriebspartner intensiv, damit sie den Endkunden bei den Formalitäten umfassend un-



dieses Produkt den Markt buchstäblich revolutioniert und auch völlig verändert.

Weekend: Worin lag damals die besondere Herausforderung?

Ing. Rudolf Temmel: Vor allem in der Überzeugungsarbeit. Immerhin sind wir gegen die traditionellen Holzfenster angetreten, die unter anderem von einer Vielzahl lokaler Tischler gefertigt wurden. Heute erzeugen die zehn größten Fensterproduzenten 50 Prozent des Gesamtbedarfs.

Weekend: Sind bei einem so ausgereiften Produkt noch Innovationen möglich?

Ing. Rudolf Temmel: Selbstverständlich – das betrifft so-

wie an einer weiteren Perfektionierung von Haptik und Reinigungs- und Bedienungskomfort. Ein großes Thema ist auch die Beschattungstechnik, die ein zunehmender wirtschaftlicher Faktor wird. Leistungen rund ums Fenster erhöhen natürlich auch die Wertschöpfung.

energietechnischen Zielwert. Er muss noch eine zweite Maßnahme setzen, die den finanziellen Aufwand natürlich deutlich erhöht. Ich sehe das als Hauptgrund, warum die neue Bundesförderung nicht so euphorisch aufgenommen wird, wie die Förderungsaktion vor zwei Jahren.

terstützen können, dabei wird auch sehr viel mit Energiesparberatern zusammengearbeitet.

Weekend: Wie sieht Ihre Zukunftsstrategie aus?

Ing. Rudolf Temmel: Im Vordergrund stehen der Ausbau unseres Vertriebsnetzes und die Stärkung unserer Vertriebspartner. Unser Leistungsbereich vereinnahmt acht bis 15 Prozent der Rohbaukosten bei einer angestrebten Langlebigkeit von mindestens 30 Jahren – da sehen wir eine optimale Beratung als Verpflichtung an. Und wir werden Innovationen forcieren, weil wir dadurch unsere Marktführerschaft ausbauen können.

Gerhard Gall

Internorm auf einen Blick

Internorm ist die größte international tätige Fenstermarke in Europa und vertreibt seine Produkte über mehr als 1.250 Vertriebspartner in 20 Ländern. Konzernweit werden 900.000 Türen und Fenster jährlich erzeugt. 50 Prozent davon werden in Österreich abgesetzt, die Hauptexportmärkte sind Deutschland, Frankreich und die Schweiz. Internorm international erzielt einen Umsatz von 300 Millionen Euro.