

Die derzeitige Inflation machte Dirk Rohde als größte wirtschaftliche Herausforderung aus. Das Unternehmen, das ausschließlich in Aue produziert, setzte auf nachhaltige Konzepte bei der Energieversorgung: „Wir werden demnächst unsere Solaranlage mit einem Spitzenwert von 100 kWh in Betrieb nehmen. Dadurch wollen wir unsere Klimaziele erreichen und Stromkosten einsparen.“ Zudem habe Auer Metallprofile rund 1 Mio. EUR in neue Produktionsmaschinen investiert. Das Jahr 2023 sei für die Sachsen positiv gestartet: „Wir erwarten insgesamt ein Plus.“

Kügele Webshop und Profi-Koffer kommen gut an

Am Stand des österreichischen Leisten- und Profileherstellers Kügele begrüßten der Geschäftsführende Gesellschafter Claudius Proll und seine Ehefrau Kerstin die Interessierten. Präsentiert wurde dort die ganze Bandbreite des Sortiments des Familienunternehmens mit rund 30 Mitarbeitern. Kügele verfügt vor allem über eine große Kompetenz bei Aluminiumprofilen. Als Neuheit war ein Unisex-Clip für die Sockelleistenmontage zu sehen, der sowohl Aufputz als auch Unterputzmontage mit einem einzigen Clip möglich macht.

Erfolgreich sei der neue Kügele B2B-Webshop angelaufen: „30 % aller Aufträge wickeln wir mittlerweile über



Geschäftsführer Claudius Proll und seine Ehefrau Kerstin betonten die Qualitäten des Kügele Profi-Koffers. 2025 steht das 60-jährige Jubiläum des österreichischen Unternehmens an.

unseren Webshop ab. Er hat unsere Erwartungen deutlich übertroffen“, berichtete Claudius Proll. Auch vom neuen Kügele Profi-Koffer zur Bemusterung des Sortiments seien bereits mehr als 200 Stück verkauft worden: „Jeder Artikel im Koffer ist bei Kügele ein Lagerartikel. Wir bieten eine hohe Warenverfügbarkeit“, betonte Proll.

Zur aktuellen Baukonjunktur sagte der Geschäftsführer, dass Kügele vor allem von einem starken Renovierungsmarkt profitiere: „Bei der Sanierung werden immer mehr Profile benötigt und verlegt als im Neubau.“ Kügele setze auf eine Nähe zum Handwerk und sei seit einem Jahr Industriepartner der Objektorsvereinigung Netzwerk Boden, führte Proll weiter aus. Zur BAU-Teilnahme sagte er: „Es geht uns dabei vor allem ums Netzwerken – die Frequenz am Stand muss passen. Messen verlieren allerdings tendenziell an Bedeutung, da sich die Kunden heute sehr gut übers Internet informieren können. Wir haben daher sechsstellig in unser digitales Geschäft investiert.“

Einen besonderen Termin kündigte Claudius Proll bereits an: 2025 soll das 60-jährige Unternehmensjubiläum gebührend in Wien gefeiert werden.

Schlüter-Systems Individuelle Profile sorgen für homogene Flächen

Mit einem großen Stand in leuchtendem Orange machte Schlüter-Systems auf sich aufmerksam – denn Farbe spielte eine wichtige Rolle bei dem Hersteller von Zubehör für keramische Fliesen: „Wir haben uns die Individualisierbarkeit unserer Profile auf die Fahnen geschrieben“, berichtete Marketingleiter Christian Brunsmann. Zukünftig stehen neben Profilen in 190 RAL-Farben auch Profile mit digital bedruckten Oberflächen zur Verfügung: „Der Kunde kann seine keramische Fliese einscannen und uns die Bild-Datei zuschicken. Wir fertigen ihm Profile im optischen Design seiner Fliesen an. So entsteht eine homogene Fläche“, führte Brunsmann aus.

Zudem zeigten die Iserlohner einen neuen Stellantrieb für ihre Fußbodenheizung Schlüter-Bekotec-Therm, der einen automatischen, adaptiven hydraulischen Abgleich ermöglicht. „So wird die ideale Zuflussmenge an Warmwasser erreicht, damit der Heizkreis gleichmäßig funktioniert.“

„Die BAU ist für uns die absolute Leitmesse. Wir erreichen hier alle unsere Zielgruppen – darunter Planer