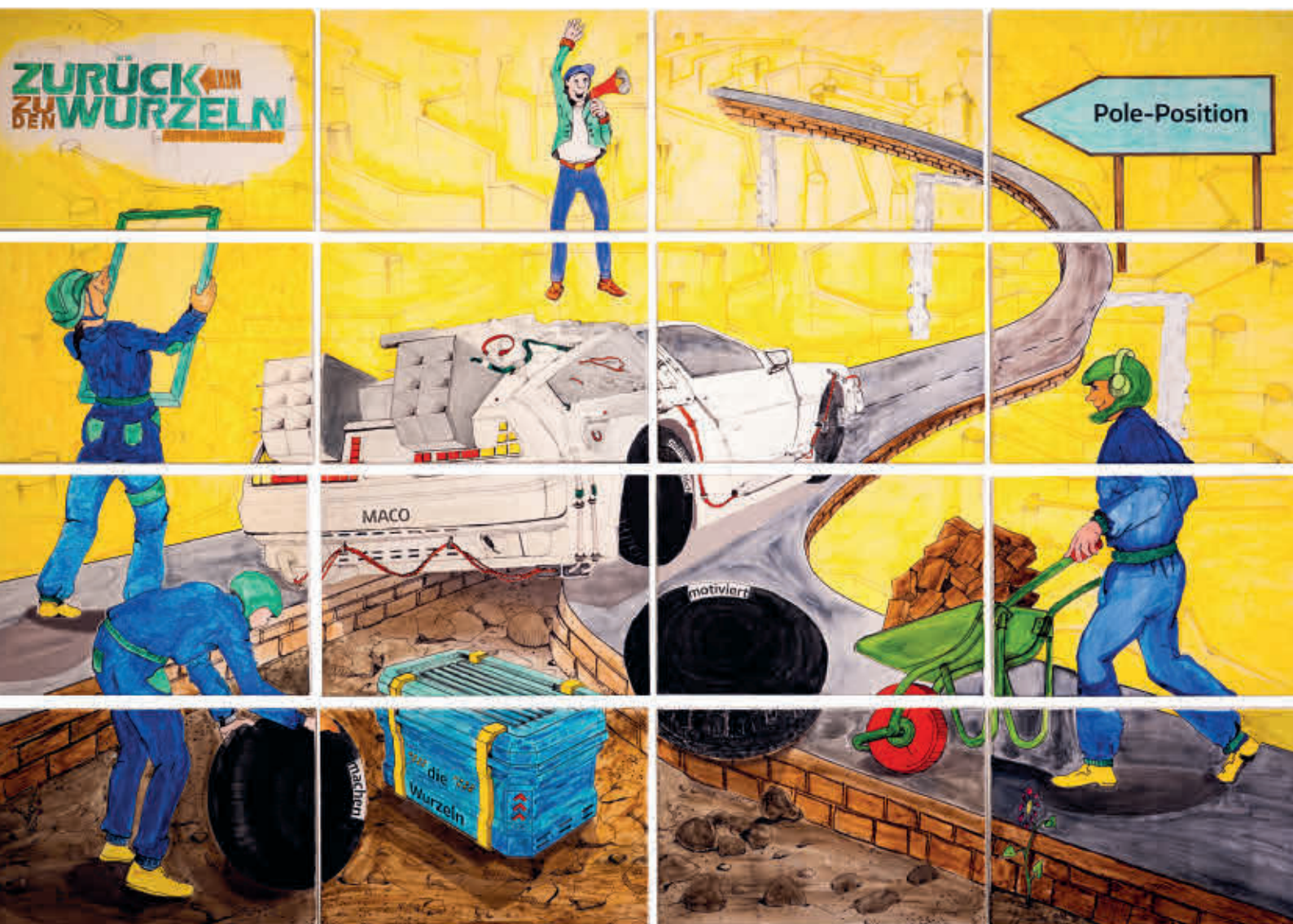


Maco Hautau Deutschland richtet sich neu aus

Transformation zur Steigerung von Effizienz und Wachstum



TECHNIK DIE BEWEGT



Maco Hautau Deutschland richtet sich neu aus

Transformation zur Steigerung von Effizienz und Wachstum

Das versammelte Vertriebsteam der neuen Maco GmbH auf der kürzlich abgehaltenen Vertriebstagung am Standort in Helpsen.



Fotos / Grafiken (sofern nicht anders angegeben): Maco

Die Maco-Gruppe hat sich in den letzten Jahren stetig vergrößert. Wie in der Branche bekannt, hat sich das Unternehmen mit Stammsitz in Salzburg im Jahr 2018 die Mehrheitsanteile der im niedersächsischen Helpsen ansässigen Hautau GmbH gesichert. Diese betrug damals 75 Prozent, die vollständige Übernahme folgte dann im September 2023. In dieser Zeitspanne wurden zum Jahreswechsel 2020/2021 die Vertriebsaktivitäten für den deutschen Markt, die bis dato von der

Hautau GmbH sowie der Maco Beschläge GmbH aus Schöllnach im Bayerischen Wald abgewickelt wurden, unter der Maco Hautau Deutschland GmbH zusammengelegt. Nun folgt ein weiteres Kapitel in der gemeinsamen Unternehmensgeschichte. Die Maco Hautau Deutschland GmbH wird fortan unter der Firmierung Maco GmbH agieren. Die Umfirmierung wird in den ersten Monaten des kommenden Jahres vollzogen. Doch das ist nicht die einzige Änderung: Bisher wurden die deutschen

und die österreichischen Kunden organisatorisch getrennt voneinander betreut, nun findet zum Jahreswechsel eine Fusion des Deutschland- und Österreich-Geschäfts unter der Maco GmbH statt. Mit dieser Transformation möchte das Unternehmen seine Synergien besser nutzen, durch schnellere interne Prozesse sowie einen auf die Kundenbedürfnisse hin ausgerichteten Vertrieb seine Effizienz steigern und schlussendlich mehr Wachstum generieren.



*Oliver Lehnert,
Geschäftsführer der Maco GmbH.*

Diese Transformation geht auch mit personellen Veränderungen an der Spitze einher. Frank Jedamski, Geschäftsführer der Maco Hautau Deutschland GmbH, wird der zukünftigen Geschäftsführung der Maco GmbH nicht mehr angehören und sich fortan – wie auch schon vor der Gründung der Maco Hautau Deutschland GmbH – als kaufmännischer Geschäftsführer um die Belange der Hautau GmbH kümmern. Bei Hautau ist Jedamski bereits über 40 Jahren tätig und hat das Unternehmen über diesen Zeitraum mit einer positiven Grundeinstellung, Offenheit für Neues und seiner stets ausgeglichenen Art begleitet. Die Geschicke der Hautau GmbH leitet er zusammen mit dem technischen Geschäftsführer Jörg Herrmann.

Die zukünftige Maco GmbH wird fortan von Oliver Lehnert als Geschäftsführer geleitet. Seit Anfang September 2024 ist Lehnert an Bord der Geschäftsführung der Maco Hautau Deutschland GmbH und konnte sich seitdem ein Bild von der Branche und auch von den Kunden des Unternehmens machen. Ihm ist seit seinem Amtsantritt vor allem eine effiziente Weiterentwicklung wichtig, bei welcher der Kunde im Fokus steht.

Die Maco GmbH wird so ausgerichtet, dass sie zukünftig die Kunden und Partner in Deutschland und Österreich gleichermaßen optimal betreuen kann. „Die Transformation betrifft hauptsächlich den Bereich Vertrieb. Auch die Beratungs- und Servicequalität sollen und werden sich durch die Bündelung unserer Kompetenzen deutlich steigern“, so Lehnert. Speziell der Vertrieb soll im Zuge der Fusion weiterentwickelt werden mit dem Ziel, die von Lehnert bereits angesprochenen



*Frank Jedamski,
Geschäftsführer der Hautau GmbH.*

Kompetenzen zu bündeln, der Schaffung von klaren Kern- und Supportfunktionen sowie der gemeinsamen Kundenbetreuung über die Ländergrenzen hinaus. Als Ziele der neuen Maco GmbH soll zudem zum einen die Zufriedenheit der Bestandskunden gesteigert und mit neuen Produkten und Serviceangeboten deren Wachstum unterstützt werden. Zum anderen möchte das Unternehmen verstärkt Neukunden dazu gewinnen.

Zwei Blickwinkel als Startpunkt der Transformation

„Die Idee zur Transformation kam aus zwei Richtungen beziehungsweise Blickwinkeln. Einer davon war meine persönliche Sicht als Quereinsteiger in die Fenster- und Türenbranche. Ich durfte in den ersten Monaten diese spannende Branche kennenlernen und konnte gleichzeitig quasi noch als ‚Außenstehender‘ manche Prozesse und Gepflogenheiten bewerten“, sagt Lehnert zur Einleitung. Der Vertriebsexperte hat in seinen bisherigen Stationen in verschiedenen internationalen Vertriebsfunktionen und auch als Geschäftsführer im Industriefeld und Großhandel reichlich Erfahrungen mit Veränderung von Prozessen und Strukturen sowie der Erzielung von nachhaltigem Wachstum gesammelt.

Der andere Blickwinkel kam durch die Betrachtung der Branche und des Unternehmens selbst. „Wir sehen überall im Markt Transformationsprozesse. Dazu gehört beispielsweise, dass sich die Kundenanforderungen an uns als Lieferant in den vergangenen Jahren hinsichtlich unserer Prozesse, unserer Strukturen, unserer Arbeitsweisen oder unserer Daten geändert haben. Auf dieser Basis werden wir uns neu ausrichten. Aber auch

den Generationswechsel beziehe ich in den Transformationsprozess mit ein“, führt Lehnert weiter aus. Sein Kollege Jedamski ergänzt: „Bei Maco Hautau Deutschland haben wir eine sehr hohe Altersstruktur mit einem Durchschnitt von rund 55 Jahren. Das heißt aber auch, dass wir eine ganze Menge Expertise und auch gebündeltes Wissen in unseren Reihen haben, welches auf die nächste Generation übertragen werden muss.“

Ein weiteres Thema ist die Konsolidierung innerhalb der Branche. Die Maco Hautau Deutschland GmbH ist an zwei Standorten vertreten: in Helpsen und in Schöllnach. Dies soll sich auch zukünftig unter der Maco GmbH nicht ändern. „Jedoch sind immer noch viele Stellen aufgrund der beiden Standorte und der ehemals verschiedenen Unternehmen doppelt besetzt, auch manche Arbeitsweise und Systeme unterscheiden sich. Für eine Effizienzsteigerung ist notwendig, die verschiedenen Aufgaben dorthin zu verlagern, wo die besten Kompetenzen vorhanden sind“, beschreibt Lehnert.

Auch das Thema Digitalisierung spielte eine große Rolle, das in der Branche eine immer größere Bedeutung gewinnt und an verschiedenen Stellen im Unternehmen vorteilhaft eingesetzt werden kann. „Unsere physischen Produkte, also der Beschlag und seine Funktionalität, sind bereits sehr gut. Jedoch werden digitale Services für den Kunden sowie die Qualität der Daten immer wichtiger“, ist Lehnert überzeugt. Neben der klaren, vorhande-



Oliver Lehnert und Frank Jedamski während der Vertriebstagung zur Neuausrichtung.

nen Produktstrategie soll sich das Angebot der Maco GmbH zukünftig stärker auf Daten und die Services neben dem reinen Verkauf von Beschlägen und Automatisierungslösungen fokussieren.

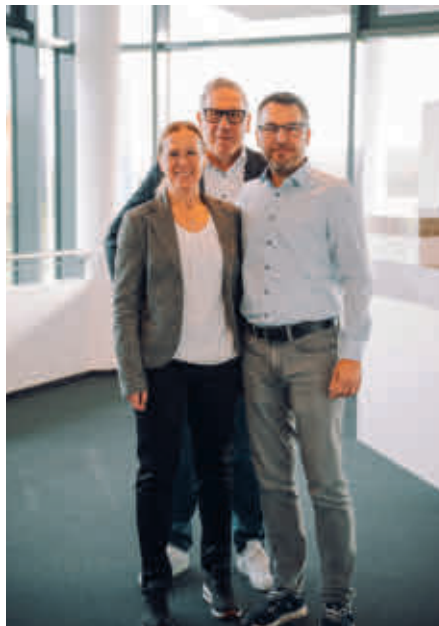
Trennung zwischen Verarbeiter und Händler

Aktuell ist der Außendienst bei Maco Hautau Deutschland sowohl für die Verarbeiter- als auch für die Handelskunden zuständig. „Die Anforderungen beider Kundengruppen sind aber unterschiedlich“, leitet Lehnert die zukünftigen Zuständigkeiten des Außendienstes ein. Der klassische Außendienst werde unter der Maco GmbH für die Kunden aus den verarbeitenden Unternehmen – unterteilt in Vertriebsregionen – verantwortlich sein, die Key-Account-Manager und -Managerinnen für den deutschland- und österreichweiten Handel über die Landesgrenzen hinaus. „Das Gesicht für den Handel ist der Key-Account“, bekräftigt Lehnert und fügt an: „Die Trennung zwischen dem klassischen Außendienst und dem Key-Account ist ein wesentlicher Bestandteil der Transformation.“

Wie viele Personen das komplette Key-Account-Team bei der Maco GmbH umfassen soll, steht aktuell noch nicht fest. Gestartet werden soll mit einem kleinen Team, welches die aktuelle Händlerstruktur des Unternehmens optimal betreuen kann. Dieses wird nach und nach weiter ausgebaut, wenn es entweder die Anforderungen verlangen oder in die einzelnen Phasen der Umstrukturierung eingestiegen wird. In der ersten Phase soll sich zunächst verstärkt auf den Beschlaghandel konzentriert werden, in weiteren Phasen folgen dann der Elektro-Großhandel sowie die großen Verarbeiter, die in Deutschland und Österreich über mehrere Standorte verfügen. Ein weiteres Ziel ist es, die Geschäftsverbindungen bei den großen in der Branche bekannten Beschlaghandelshäusern weiter zu verbessern.

Organisation der Märkte

„Die Märkte in Deutschland und auch in Österreich sind sehr ähnlich organisiert. Die Bündelung der Kompetenzen und auch die Nutzung der durch die Zusammenlegung entstehenden Synergien ergeben für uns definitiv Sinn“, beschreibt Lehnert. Schlussendlich dienen die Transformation und die Zusammenlegung der Märkte der Steigerung des Kundennutzens.



Zum neuen Führungsteam der Maco GmbH gehören (v. l.): Jessica Dröscher, Frank Bresche und Frank Schnorrenberger.

In der Organisation der Maco-Gruppe ist Österreich in drei Vertriebsgebiete aufgeteilt, die auch nicht verändert werden sollen. Die Kunden aus den verarbeitenden Unternehmen behalten alle ihre Ansprechpartner, die aber zukünftig unter der Maco GmbH tätig sind.

Verbesserter Kundenservice

Bei der Neuausrichtung der Organisation liegt der Fokus auf einer klaren Trennung von Kern- und Supportfunktionen. Ziel ist es, Abläufe zu verschlanken und die Expertise für Kunden optimal verfügbar zu machen. Die Kernfunktionen bilden die Vertriebsteams: Außendienstmitarbeiter wie Area-Sales-Manager und Key-Account-Manager sind das direkte Gesicht zum Kunden. Sie bündeln alle vertrieblichen Kompetenzen und agieren als zentraler Ansprechpartner. Für spezifische technische oder strategische Fragestellungen greifen sie auf die Supportfunktionen zurück – wie beispielsweise auf einen Fachexperten in der technischen Beratung oder das Portfoliomanagement. So entsteht ein „Tandem“, das im Hintergrund zusammenarbeitet, während der Kunde weiterhin nur einen Ansprechpartner hat.

Darüber hinaus wird ein noch weiter verbesserter Kundenservice geboten: verlässliche und aktuelle Daten, gemeinsame Marketingkampagnen sowie ein umfassendes Schulungsangebot. Das Ziel ist es, die Zusammenarbeit effizienter zu gestalten, Wissen zu teilen und den Kundennutzen spürbar zu erhöhen.

„Konsolidierung“ der Standorte Helpsen und Schöllnach

Eine vollständige Zusammenführung der beiden Deutschland-Standorte in Helpsen und Schöllnach ist nicht vorgesehen. Trotzdem sollen so viele Bereiche wie möglich zusammengeführt werden, da oftmals noch in einer „Doppelrolle“ agiert wird, die eine weitere Steigerung der Effizienz nicht möglich macht. Daher sollen die beiden Standorte örtlich zwar bestehen bleiben, jedoch manche Bereiche „konsolidiert“ werden.

Dies betrifft vor allem die Bereiche Vertriebsinnendienst, Marketing und Personal. Aber auch die gebündelte Betreuung der Vertriebssysteme steht auf dem Programm. „Hierbei geht es darum, dass wir eine Kompetenz aufgebaut haben, welche als First-Level-Support für unsere verschiedenen Systeme (Kundenportal, Konfiguratoren, CRM) den Kollegen, aber auch den externen Kunden zur Verfügung steht“, verdeutlicht Lehnert. Die Bündelung von Kompetenzen ist eine grundsätzliche Vorgehensweise in der gesamten Maco-Gruppe. Eine zentrale Leistung kann beispielsweise auch in einem anderen Land für die gesamte Gruppe erbracht werden. Es wird dort zentralisiert, wo die besten Kompetenzen vorhanden sind und die Rahmenbedingungen passen.

Weitere Bereiche sollen nach und nach folgen. Aber nur dort, wo eine Zusammenlegung auch wirklich Sinn ergibt. „Klar ist aber, dass jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter zukünftig unter der ‚Maco GmbH Flagge‘ arbeiten und auftreten wird und nicht mehr nur für Hautau oder Maco. Dadurch wollen wir auch den Zusammenhalt und den Teamgeist beider Standorte verstärken“, erklärt Lehnert. Die Konsolidierung des Inside Sales und deren spätere Leitung wird von Jessica Dröscher übernommen, die bereits schon vor der Gründung der Maco Hautau Deutschland GmbH langjährig bei der Hautau GmbH im Innendienst tätig war und mit den Prozessen in Helpsen und Schöllnach bestens vertraut ist. Den Bereich Sales inklusive der Area-Sales-Manager und der Key-Account-Manager wird Frank Bresche übernehmen. Frank Schnorrenberger wird den Bereich Sales Support (Product & Sales Manager, Application Consultants und Productdata Manager) führen. Beide Herren sind ebenfalls bereits langjährige Mitarbeiter in führenden Positionen und kennen das Unternehmen bestens.



Ganz neu ist das Maco eCat, ein cloud-basiertes Produktnachschlagewerk.

Dennoch gibt es eine klare Trennung, die aber auch schon vor der Transformation bestand, deren Weiterführung auch zukünftig Sinn machen wird und nicht verändert werden soll: Helpsen bleibt weiterhin der Kompetenzstandort für Schiebebeschläge und Fensterautomation, zudem ist er der einzige Produktionsstandort der Maco-Gruppe in Deutschland; Schöllnach ist ein Vertriebsstandort, wo auch das Lager für Fertigwaren beheimatet ist. „Wir sind hier in Helpsen aber keine Insel, sondern zentral gesteuert“, stellt Jedamski dar.

Maco-Produkte ins Systemgeschäft überführen – nur noch eine Marke

Das Systemgeschäft mit Schiebelösungen ist das Steckenpferd bei Hautau. Im Rahmen der Transformation sollen nun auch die Maco-Produkte in das Systemgeschäft überführt und mit eingebunden werden. „Hierfür wollen wir auch eine neue Position für den Key Account einrichten. Dadurch soll die Verbindung und die Kundenbeziehung speziell zu den Aluminium- und PVC-Systemgebern intensiviert werden“, merkt Jedamski an.

Der Schwerpunkt der jeweiligen Produktentwicklung bleibt wie gehabt an den verschiedenen Standorten. „Auf der Entwicklungsebene funktioniert die Zusammenarbeit schon sehr gut. Diese Zusammenarbeit muss nun zu intelligenten Produkten führen, so-

dass der Kunde den größtmöglichen Nutzen davon hat“, sagt Jedamski.

Übergangsphase mit eingeplant

Die komplette Umstellung beziehungsweise Transformation soll Anfang 2026 vollzogen sein. Dennoch geben Lehnert und Jedamski dem neuen Team der Vertriebsorganisation Zeit: „Auch wenn wir zu Beginn des neuen Jahres so aufgestellt sein werden, dass wir voll durchstarten können, wird es noch eine Zeit brauchen, bis sich alles eingespielt hat. Diese Zeit wollen wir der Organisation auch geben“, so Lehnert.

Jedamski fügt hinzu: „Gerade bei großen Kunden werden wir eine gewisse Übergangsphase brauchen, damit sich beide Seiten an die neue Situation gewöhnen können; und sich zudem von den Vorteilen der Transformation überzeugen können.“

Transformation geht weiter

Im Laufe des kommenden Geschäftsjahres wird ein neues CRM-System innerhalb der Maco GmbH installiert. Das System soll neben der Automatisierung von Aufgaben und der Analyse von Kundendaten den Vertrieb, das Marketing und auch den Kundenservice unterstützen, um Prozesse zu optimieren, die Kundenbindung zu stärken und das Unternehmenswachstum zu fördern.

„Im Laufe des Jahres 2026 werden wir auch ein neues überarbeitetes Führungsleitbild bekommen. Den Führungskräften im Unternehmen soll wieder mehr Raum für die Führungsarbeit gegeben werden. So entsteht ein einheitliches Führungsbild, welches uns schlussendlich auch in der Führungsriege zu mehr Effektivität verhelfen wird. Zudem geht es auch darum, unsere Talente zünftig noch besser zu fördern und bei ihrer Karriereplanung bestmöglich zu unterstützen“, ist Lehnert überzeugt.

Darüber hinaus soll ein neues SAP-System in der Maco-Gruppe und somit auch in der Maco GmbH eingeführt werden. „Damit wollen wir unsere internen Prozesse weiter automatisieren und verschlanken. Wir müssen standardisieren, wo es möglich ist. Zudem müssen wir auch unser Wissen und Know-how in unserem System vorhalten und für jeden Mitarbeitenden innerhalb der Gruppe leicht abrufbar bereithalten. Dieser Schritt ist für das zweite Quartal 2027 angedacht“, so Jedamski.

Zuspruch von allen Seiten

Die geplanten und sich derzeit in der Umsetzung befindlichen Änderungen der Struktur finden auch in der Unternehmensführung der Maco-Gruppe positiven Anklang. „Wir bekommen aus Salzburg viel Vertrauen zugesichert und auch positives Feedback für die Transformation der Vertriebsorganisation widergespiegelt. Das zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, bekräftigt Lehnert.

„Es braucht für uns jetzt diese Transformation. Wir wollen zeigen, dass sich tatsächlich etwas Großes bei uns bewegt, dass etwas getan wird und nicht nur partiell Bereiche verändert werden. Denn nur so pflegt es sich auch in das Bewusstsein unserer Mitarbeitenden und auch unserer Kunden ein“, ist Jedamski überzeugt.

Lehnert führt einen weiteren Punkt an: „Schlussendlich ist die Initiative zur Transformation von unserem Vertriebsteam selbst gekommen. Vieles von dem, was in der neuen Strategie enthalten ist, wurde auf den letzten Vertriebstagungen mit dem Anliegen ‚Hört uns bitte zu!‘ angesprochen. Auch deswegen sind wir davon überzeugt, dass uns die Umsetzung der Transformation von der Maco Hautau Deutschland GmbH zur Maco GmbH und der dahinter stehenden Philosophie gelingen wird“, schließt Lehnert. ■

www.maco.eu



Auszüge aus den Produkthighlights der neuen Maco GmbH: Der Maco Move HS Laufwagen ...



... der neue motorische Oberlichtöffner Hautau Primat kompakt 300 Comfort Drive ...



... sowie der Maco Multi Matic i. S. Zapfen IQ.

Maco vernetzt die Gebäudehülle mit smattex und Warema:

Produktlinie Sense by Maco startet mit neuen Partnern durch



Im Showroom am Standort in Helsen spielt Sense by Maco eine große Rolle.

Foto: Maco

Sense by Maco ist eine Produktlinie von intelligenten, funkbasierten Sensoren für Fenster und Türen, die in Smarthome-Systeme integriert werden können. Diese Sensoren werden von der Mayer & Co Beschläge GmbH (Maco) entwickelt und vertrieben. Durch das kleine Bauteil werden klassische Bauelemente zu vernetzten Komponenten einer intelligenten Gebäudehülle. Die Lösung verbindet diskrete Integration, hohe Kompatibilität und praktische Mehrwerte und schafft somit einen wichtigen Schritt in Richtung effizienterer, sicherer und komfortabler Wohn- und Arbeitsumgebungen. Maco ist basierend auf diesem Produkt jüngst eine Kooperationen mit der smattex GmbH, welche einen Online-Shop für DIY-Smarthome-Lösungen anbietet, eingegangen.

Mit Sense by Maco hat der Salzburger Beschlaghersteller sein Portfolio um eine Sensoriklösung erweitert, welche die Digitalisierung der Gebäudehülle konsequent vorantreibt. Die unauffällig integrierbaren Sensoren erfassen den präzisen Öffnungszustand von Fenstern, Schiebeelementen und Türen – von vollständig geöffnet bis zu sicher verriegelt – und stellen diese Informationen Smarthome-Systemen in Echtzeit zur Verfügung.

Ein wesentlicher technologischer Baustein ist die Unterstützung des herstellerübergreifenden Matter-Standards. Der neue Kommunikationsstandard schafft ein interoperables Fundament für smart vernetzte Gebäude und gewährleistet damit eine zuverlässige Einbindung in gängige Ökosysteme wie Apple Home oder Google Home. Für herstellende wie auch verarbeitende Unternehmen bedeutet dies eine zukunftsfähige Lösung, die

hohe Systemoffenheit mit einfacher Integrationsfähigkeit verbindet.

Die Hardware selbst ist für den verdeckten Einbau im Falzbereich konzipiert. Dadurch bleibt das ästhetische Erscheinungsbild der Elemente vollständig erhalten. Sense by Maco lässt sich sowohl werkseitig in neue Fenster- und Türsysteme integrieren als auch bei vorhandenen Maco-Beschlägen nachrüsten.

Im Zusammenspiel mit Smarthome-Plattformen erhöhen die Sensoren die Sicherheit, unterstützen Energiesparfunktionen und ermöglichen vielfältige Automatisierungsszenarien. So kann beispielsweise die Heizungssteuerung automatisch reagieren, sobald ein Fenster zum Lüften geöffnet wird. Ebenso sind Benachrichtigungen über ungewollte Zustandsänderungen oder die Einbindung in komplexe Sicherheitsroutinen möglich.

DIY-Kompetenz mit Maco-Qualität verknüpft

Die Maco Hautau Deutschland GmbH ist bereits im September 2025 eine Kooperation mit der smattex GmbH eingegangen. smattex ist ein Onlineshop für DIY-Smarthome-Lösungen. Ziel der Partnerschaft ist eine enge Zusammenarbeit bei der Bereitstellung praxisnaher, kompatibler Smarthome-Komponenten und -Lösungen, die das Know-how von Maco Hautau Deutschland mit der Expertise von smattex verbindet. Oliver Lehnert, Geschäftsführer von Maco Hautau Deutschland erklärt: „Mit smattex bündeln wir eine klar verständliche, nahbare DIY-Kompetenz mit der bewährten Maco-Qualität. Unsere Partnerschaft richtet sich an Kunden, die einfache, zuverlässige Smarthome-Lösungen suchen.“

Das süddeutsche Unternehmen smattex setzt zu 100 Prozent auf den Matter-Standard. Damit sprechen alle Smarthome-Geräte eine gemeinsame Sprache. Das bedeutet maximale Herstellerunabhängigkeit und noch mehr Komfort. So ist jedes Smarthome-System bestens für die Zukunft aufgestellt. „Und wir sind es auch, denn ab sofort ist Sense by Maco, unsere smarte Fenstersensorik – die Elemente wie Fenster, Türen und Schiebetüren abdeckt – für ein intelligentes Zuhause, über smattex erhältlich“, so berichtet Lehnert.

Die Funksensoren von Sense by Maco machen Fenster und Türen im Handumdrehen intelligent und erfassen unmittelbar den aktuellen Offen- oder Geschlossen-Status. Durch Inter-



Mit Sense by Maco reagiert das Unternehmen auf die steigende Nachfrage nach intelligenten Wohnlösungen. Grafik: AdobeStock / Maco



Besiegelten die Kooperation mit smattex (v.l.): Christian Schuhbaum (Produktmanagement Maco Hautau Deutschland), Manuel Biechl (Chief Sales Officer Maco), Thomas Singer (Geschäftsführer smattex) und Oliver Lehnert (Geschäftsführer Maco Hautau Deutschland).

aktion mit anderen Smarthome-Produkten wird die Sicherheit erhöht, der Energieverbrauch optimiert sowie das Raumklima automatisch gesteuert und damit bares Geld gespart.

Nähe zum Kunden

Aber warum smattex und Maco Hautau Deutschland? Beide Seiten legen Wert auf eine klare, ehrliche Kommunikation, echte menschliche Unterstützung statt Warteschleifen oder KI-Chatbots und Lösungen, die Nähe zum Kunden sowie ein feines Gespür für deren Anliegen bieten. Thomas Singer, Geschäftsführer von smattex, bringt es auf den Punkt: „Echte Lösungen brauchen vor allem eines: Nähe zum Kunden und darüber hinaus noch ein besonderes Ohr für ihre Bedürfnisse.“

www.smattex.de

Fensterbeschlag trifft auf Sonnenschutz

Maco und Warema bündeln ihre technologischen Kompetenzen in den Bereichen Fensterbeschlag und Sonnenschutz. Die beiden traditionsreichen, familiengeführten Unternehmen sind Pioniere beim Thema Matter in der Bauzulieferbranche und treiben gemeinsam die Vernetzung von Gebäudekomponenten voran. Im Austausch ihrer Produktexperten entstehen neue Use Cases, die echten Mehrwert für Nutzer schaffen.

Warema gilt als einer der führenden Anbieter hochwertiger Sonnenschutzsysteme und steht seit Jahren für Innovationskraft, Systemdenken und partnerschaftliche Zusammenarbeit.

Das als „Sonnenlicht-Manager“ bekannte Unternehmen entwickelt produktübergreifende Lösungen für Komfort, Energieeffizienz und Wohlbefinden im Gebäude.

Fensterbeschlag und Sonnenschutz im Verbund

Im Fokus steht die technische Verzahnung des Fenstersensors Sense by Maco mit den intelligenten Sonnenschutzlösungen von Warema. Durch die gemeinsame Nutzung des Matter-Standards lassen sich beide Systeme erstmals ohne proprietäre Schnittstellen zu einem durchgängigen, smarten Gebäudemanagement verbinden.

Ein Beispiel aus der Praxis: Die Matter-Funkensensoren der Produktlinie „Sense by Maco“ erkennen, ob Fenster oder Türen geöffnet oder geschlossen sind, und senden diese Information an die Matter-fähige Warema-Sonnenschutzsteuerung Xeenos. Dadurch weiß das System, ob eine Terrassen- oder Balkontür noch offen steht – und verhindert, dass sich Rollläden oder Außenjalousien bei Einbruch der Dämmerung durch die Automatikfunktion schließen und die Bewohner ungewollt aussperren. Die Zusammenarbeit von Maco und Warema zeigt, wie durch herstellerübergreifende Standards mehr Komfort, Sicherheit und Energieeffizienz im smarten Zuhause entstehen.

„Mit dieser Zusammenarbeit führen wir Fensterbeschlag- und Beschattungsexpertise zu einer Lösung zusammen“, erklärt Lehnert. „Unsere intelligenten Fenstersensoren treffen auf die smarten Sonnenschutzsysteme von Warema – und dank Matter sprechen sie dieselbe Sprache.“ Das Ergebnis sei ein auto-

matisiertes Wohnumfeld, das „denkt, fühlt und reagiert“.

Mehrwert durch Interaktion: Sicherheit, Klima, Energie

Aus der Kombination von Fensterzustandsdaten, Beschattungssteuerung und Lichtmanagement ergeben sich neue Funktionsprofile für den Wohn- und Objektbau. Anwender profitieren unter anderem – kurz gefasst – von folgenden Kriterien:

- **Transparenz:** Der Fensterstatus (offen/geschlossen) ist jederzeit im System abrufbar.
- **Komfort:** Beschattung, Licht und Lüftung werden bedarfsorientiert aufeinander abgestimmt – automatisch und jahreszeitenunabhängig.
- **Energieeffizienz:** Die optimierte Steuerung reduziert Heiz- und Kühlaufwand und schützt Innenräume vor Überhitzung oder Auskühlung.
- **Sicherheit:** Automatisierte Abläufe sorgen für Schutz von Kindern, Haustieren und Einrichtung – auch bei Abwesenheit.

Beide Unternehmen positionieren sich mit dieser Vernetzung als Anbieter eines ganzheitlichen Ansatzes, der sowohl im Neubau als auch in der Modernisierung eingesetzt werden kann.

Live-Präsentationen auf Branchentagen

Die gemeinsame Lösung kann 2026 auf zwei zentralen Branchenevents erlebt werden:

- **Light + Building, Frankfurt** (8. bis 13. März 2026): Warema präsentiert die Integration im Detail und zeigt, wie die Systeme in ein zukunftsfähiges Smarthome-Ökosystem eingebettet werden.
- **Fensterbau Frontale, Nürnberg** (24. bis 27. März 2026): Maco und Warema demonstrieren live das Zusammenspiel der Fenstersensorik mit den smarten Sonnenschutzsystemen.

Ausblick von Maco und Warema

Durch die Zusammenarbeit der beiden europaweit tätigen Unternehmen bündeln sie ihre Kompetenzen. Für Fachbetriebe, Planer und Endanwender ergeben sich dadurch neue Optionen für intelligente, vernetzte Gebäudehüllen. Die Unternehmen sind überzeugt, dass diese Vernetzung einen wichtigen Impuls für die Weiterentwicklung interoperabler Smart-Building-Technologien setzt. ■

www.warema.de

www.maco.eu

bauelemente bau im Gespräch mit Oliver Lehnert und Frank Jedamski, Geschäftsführer Maco Hautau Deutschland



Oliver Lehnert: „Durch die Bündelung der Kompetenzen beider Unternehmen ergeben sich viele Vorteile.“



Frank Jedamski: „Daten werden künftig oft wichtiger sein als der eigentliche Beschlag.“

„Unser Ziel ist es, als Komplettanbieter aufzutreten“

Fotos: Maco

Das Jahr 2025 stand für viele Unternehmen der Fenster- und Türenbranche im Zeichen anspruchsvoller Marktbedingungen. Auch bei Maco Hautau Deutschland war früh klar, dass kein klassisches Wachstumsjahr zu erwarten sein würde. Umso stärker lag der Fokus auf Stabilität, Effizienz und der konsequenten Umsetzung der gemeinsamen Integrationsstrategie von Maco und Hautau. Im Gespräch erläutern die Geschäftsführer Oliver Lehnert und Frank Jedamski, wie das Unternehmen seine Ziele dennoch erreicht, welche Synergien durch die enge Zusammenarbeit entstehen und welche strategischen Schwerpunkte künftig auf Themen wie Automatisierung, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Smarthome-Lösungen gelegt werden.

Blicken wir zunächst auf das noch aktuelle Jahr 2025: Wie fällt Ihr Fazit für das laufende Jahr aus?

Jedamski: Dass es kein Wachstumsjahr wird, hatten wir bereits frühzeitig erwartet und unsere Planung darauf abgestimmt. Natürlich hätten wir uns mehr Impulse gewünscht, insbesondere eine gewisse Erholung des Marktes, doch wir haben unsere Strategie entsprechend angepasst und können unsere Ziele dennoch erreichen.

Lehnert: Aufgrund der aktuellen Rahmenbedingungen war unsere Jahresplanung von Anfang an eher konservativ ausgelegt. Wir werden in diesem Jahr leicht hinter den Ergebnissen des Vorjahres bleiben, können aber dennoch die gesetzten Ziele erreichen. Unser Fokus liegt weiterhin darauf, Neukunden zu gewinnen und das Wachstum schrittweise voranzutreiben.

Können Sie uns dabei auch etwas zur Umsatzentwicklung und zur Verteilung auf Ihre wichtigsten Produktsegmente sagen? Wo sehen Sie die stärksten Impulse?

Jedamski: Nach wie vor sind unsere Dreh-Kipp-Lösungen das wichtigste Segment und machen rund 70 Prozent unseres Umsatzes aus. Danach folgen Produkte für Schiebesysteme, Türen und Oberlichter.

Lehnert: Im Bereich Dreh-Kipp setzen wir gezielt auf Impulse durch die Transformation Maco GmbH. Für das kommende Jahr ist geplant, unser Türsortiment um eine Paniklösung zu erweitern. Außerdem möchten wir Türen stärker in den Fokus rücken, um unseren Kunden ein noch breiteres und attraktiveres Portfolio anbieten zu können.

Wie stark ist der Anteil des Exportgeschäfts – und welche Rolle spielen hier internationale Kunden für Sie?

Jedamski: Auf die gesamte Gruppe bezogen hat der Export einen hohen Stellenwert, der Anteil liegt bei rund 95 Prozent. Die wichtigsten Märkte sind Italien, Nordosteuropa und die Benelux-Staaten.

Lehnert: Zukünftig wollen wir unsere Aktivitäten in der Maco-Gruppe in Nordamerika deutlich ausbauen. Auch in Asien sollen über Joint Ventures zusätzliche Marktanteile erschlossen werden. Allerdings haben die EU-Sanktionen zu erheblichen Einbrüchen in Russland geführt.

Welche Herausforderungen sehen Sie aktuell im deutschen Fenster- und Türenmarkt?

Lehnert: Für viele Unternehmen und auch unsere Kunden wird der Generationswechsel und die parallel schnell voranschreitende Digitalisierung die größten Herausforderungen darstellen. Gleichzeitig ist der Anteil polnischer Hersteller spürbar, die zunehmend auch in die Sanierung einsteigen.

Jedamski: Besonders im Sanierungsbereich ist der Fachkräftemangel ein kritisches Thema. Hohe fachliche Kompetenz ist gerade bei der Montage gefragt, und es wird zunehmend schwieriger, qualifiziertes Personal zu finden. Hinzu kommen unkalkulierbare Kosten aufgrund unbekannter Bestände. Seit Corona sind auch Unsicherheiten bei Rohstoffverfügbarkeit und Preisen immer wieder ein Thema. Zudem belasten die umfangreichen Dokumentationspflichten im Zusammenhang mit EU-Vorgaben viele Unternehmen.

Maco und Hautau treten als gemeinsame Marke auf. Wie hat sich die Integration in den letzten Jahren im Hinblick auf die Produkte entwickelt?

Lehnert: Generell werden die Produktportfolios von Maco und Hautau über Maco vertrieben. Parallel arbeiten wir an einer sukzessiven Vereinheitlichung der Produkte, sodass unsere Kunden künftig ein konsistentes und einfach handhabbares Portfolio erhalten.

Welchen Stellenwert hat der deutsche Markt für die Maco-Gruppe – und wie stark wird dieser künftig aus Salzburg gesteuert?

Lehnert: Deutschland zählt zu den größten Märkten der Gruppe. Hier befinden sich die meisten Zentralen unserer Kunden und hier werden viele globale Entscheidungen getroffen. Zudem sitzen die größten Wettbewerber und führenden Systemhäuser in Deutschland, was den Markt strategisch besonders relevant macht.

Gibt es Bestrebungen, einzelne Funktionen (zum Beispiel Entwicklung, Einkauf, Logistik) weiter zu bündeln oder zu zentralisieren?

Lehnert: Ja, wir verfolgen derzeit eine umfassende Konsolidierung – sowohl zwischen Maco und Hautau als auch zwischen Deutschland und Österreich und innerhalb der gesamten Unternehmensgruppe. Dabei setzen wir auf zentralisierte Shared Services und einen globalen Footprint-Ansatz. Ab Anfang nächsten Jahres wird es nur noch eine Maco GmbH geben, in die die Maco Hautau Deutschland GmbH integriert wird. Die beiden Marken und Produktserien von Maco und Hautau bleiben unverändert. Unsere Mitarbeiter und Kunden wurden bereits ausführlich informiert. Frank Jedamski wird sich auf die Geschäftsführung der Hautau GmbH konzentrieren, während ich die Maco GmbH leiten werde.

Welche Vorteile und Synergien ergeben sich aus der Verbindung der beiden Unternehmen konkret für den Kunden – sei es in Produktlösungen, im Service oder in der Logistik?

Lehnert: Für uns ist die konkrete Zielsetzung, als Komplettanbieter aufzutreten. Durch die Bündelung der Kompetenzen beider Unternehmen ergeben sich Vorteile bei Produktmodifikationen, Services und Prozessen. Hautau profitiert von den Synergien innerhalb der Gruppe, und auch die Personalentwicklung wird gestärkt. So können wir unseren Kunden effizientere und umfassendere Lösungen bieten.

Wie gestalten Sie das Zusammenspiel der Produktportfolios von Maco und Hautau, um ganzheitliche Systemlösungen zu bieten?

Jedamski: Die Entwicklungsschwerpunkte liegen an den jeweiligen Standorten, aber alle Entwicklungen erfolgen stets im gemeinsamen Austausch. Schnittmengen der Portfolios sind dabei besonders wichtig.

Lehnert: Alle Entwicklungen werden gemeinschaftlich abgestimmt. Wir verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz, der Service, Ersatzteile und Produkte gleichermaßen berücksichtigt, um unseren Kunden umfassende Systemlösungen zu ermöglichen. Besonders im Bereich Service und Ersatzteile sehen wir großes Zukunftspotenzial, da der Trend zunehmend auf Nachrüstungen setzt.

Inwieweit spielen Automatisierung und Smarthome-Kompatibilität eine Rolle bei Ihrer Produktentwicklung?

Lehnert: Smarthome ist für uns ein wichtiges Produktfeld, in welchem wir derzeit mit unseren Lösungen am Markt führend sind. Wir werden dieses zukünftig noch stärker fokussieren und unseren Kunden nicht nur Produkte, sondern auch einen umfassenden Service anbieten. Mit dem Portfolio Fensterautomation stehen unseren Kunden sowohl Lösungen für die Steuerung und motorische Öffnung von Fenstern für Lüftungsanwendungen als auch für Rauch- und Wärmeabzugsanlagen zur Verfügung. Auch im Bereich der Mehrfachverriegelungen bieten wir mit der Mehrfachverriegelung M-TS und dem einzigartigen Verschlusssystem instinct by Maco motorische Lösungen und Zutrittssysteme an.

Jedamski: Smarthome-Produkte erhöhen die Sicherheit und müssen einen konkreten Nutzen für den Kunden bieten. Der Trend wird durch den Generationswechsel in der Branche weiter vorangetrieben. Lösungen werden zunehmend auch in privaten Gebäuden eingesetzt. Mit Standards wie Matter gibt es offene, intuitive Systeme, die einfach zu konfigurieren sind. Dennoch dauert es noch, bis diese Lösungen flächendeckend umgesetzt werden. Große Unternehmen wie Ikea zeigen hier bereits, wie erste Schritte aussehen können.

Welche Neuheiten – beispielsweise bei Beschlägen oder Schiebeseystemen – haben Sie kürzlich eingeführt, und wie reagieren Kunden darauf?

Lehnert: Für unseren Sense by Maco haben wir bisher sehr gutes Feedback bekommen, auch wenn sich viele Kunden derzeit noch an die neue Technologie gewöhnen müssen. Beim Move Laufwagen erkennen die Kunden bereits die Vorteile, warten aber auf das neue Getriebe, das im nächsten Jahr eingeführt wird. Auch der iS-Zapfen kommt bei den Kunden sehr gut an. Besonders gelobt wird die Elektrobeschlagschere SBS, da sie die einfache Kopplung von zwei Scheren ohne zusätzliche Steuerung ermöglicht und sich problemlos an den Zentralverschluss anschließen lässt. Beim Primat kompakt Comfort Drive schätzen die Kunden vor allem die Kopplung von zwei Antrieben, den Anschluss an den Zentralverschluss sowie die zahlreichen elektronischen Einstellmöglichkeiten, etwa für Öffnungsweite und Geschwindigkeit.

Wo sehen Sie die größten Potenziale in Ihrem Portfolio – zum Beispiel bei Werkstoffen, Automatisierung, Bedienkomfort oder Energieeffizienz?

Jedamski: Grundsätzlich ist ein großer Mehrwert unseres Portfolios, dass unsere Kunden alles bei uns beziehen können – wir sehen uns als Komplettanbieter, welcher großen Wert auf die in der Frage genannten Attribute legt. Zukünftig werden wir zudem beispielsweise einen noch stärkeren Fokus auf unsere Verpackungen legen sowie die Oberflächentechnologie. Wir wollen bei der Verpackung drei Themen angehen: ökologischer werden, Qualitätssicherung unserer Produkte beim Versand sowie auch das Handling der Produkte, um eine noch bessere Automatisierung der Prozesse zu erreichen.

Lehnert: Im Bereich der Oberfläche wollen wir die Qualität und Dauerhaftigkeit noch weiter verbessern und werden die vorhandenen Technologien noch weiter optimieren. Heutzutage werden Gebäude viel schneller „dicht“ gemacht als noch vor einigen Jahren. Somit ist

viel Feuchtigkeit im Gebäude was wiederum auf die Dauerhaftigkeit unserer Produkte einwirkt. Die Neuentwicklungen haben stets eine Optimierung des Bedienkomforts und der Energieeffizienz im Fokus. Dort wo es sinnvoll ist, zum Beispiel bei schweren Elementen, unterstützen wir den Nutzer durch motorische Lösungen.

Welche digitalen Tools oder Services bieten Sie für Ihre Produkte – etwa für Planung, Konfiguration oder Wartung?

Lehnert: Wir bieten unseren Kunden verschiedene digitale Werkzeuge, um Planung, Konfiguration und Wartung unserer Produkte zu erleichtern. Dazu gehören Konfiguratoren für die Hauptprodukte unseres Portfolios, elektronische Datenpakete zur Maschinensteuerung, Zertifikate wie RC2/RC3-Zertifikate und Schulungen – diese bauen wir kontinuierlich aus, um als Servicepartner noch stärker unterstützen zu können. Außerdem stellen wir einen Ausschreibungstext-Generator sowie elektronische Zeichnungsdaten bereit.

Wie unterstützen Sie Verarbeiter und Planer bei der Auswahl und Integration Ihrer Systeme?

Jedamski: Unsere Beschlagkonfiguratoren ermöglichen es, über geführte Eingaben die passenden Systeme auszuwählen und automatisch Stücklisten zu erstellen. Gleichzeitig werden zusätzliche Optionen angezeigt, um die Planung zu optimieren. Bei komplexen Anforderungen stehen unsere Ansprechpartner im Innen- und Außendienst beratend zur Verfügung.

Wie haben sich die Investitionen am Anfang des Jahres am Standort Helpsen auf Produktionskapazitäten, Automatisierungsgrad und Lieferperformance ausgewirkt?

Jedamski: Die beiden Standorte in Helpsen wurden in den letzten Jahren grundlegend umstrukturiert. Gewachsene Strukturen in Produktion und Logistik wurden neu geordnet. Dadurch konnte der Warenfluss verbessert, Durchlaufzeiten reduziert und Produktionskapazitäten erweitert werden. Unsere Kunden spüren dies vor allem durch eine verbesserte Lieferzuverlässigkeit.

Welche Nachhaltigkeitsziele verfolgt Maco Hautau Deutschland und wie setzen Sie diese praktisch um?

Lehnert: Ein Hauptziel ist die Materialgesundheit und kreislauffähige Gestaltung unserer Produkte. Praktisch setzen wir dies mit dem Ansatz von Cradle-to-Cradle in der Produktentstehung um. Ein weiteres Ziel ist die CO₂-Reduzierung in der Wertschöpfungskette und dem Betrieb unserer Produkte. Im Bereich der Verpackungen verfolgen wir den Ansatz einer sinnvollen Verpackungsreduzierung, der Vermeidung von Kunststoffverpackungen und den Einsatz von Mehrwegverpackungen. Eine verbesserte Energieeffizienz erreichen wir beispielsweise durch den Einsatz von LED-Beleuchtung und die Installation von Photovoltaikanlagen. Über alle Nachhaltigkeitsziele und Maßnahmen informiert unser Zukunftsbericht 2024/2025. (Anm. d. Redaktion: Den Zukunftsbericht können Sie über den QR-Code am Ende des Interviews aufrufen).

Wie wirken sich aktuelle politische Rahmenbedingungen und gesetzliche Vorgaben – etwa die EU-Gebäuderichtlinie, Energieeffizienzstandards oder das Lieferkettengesetz – auf Ihre Produktentwicklung und Unternehmensstrategie aus?

Jedamski: Grundsätzlich verfolgen diese gesetzlichen Vorgaben ein positives Ziel und bieten große Chancen für unser Unternehmen. Viele dieser Maßgaben sind jedoch in der Praxis nicht oder nur schwer umzusetzen und verfehlen die eigentliche Zielsetzung. Die Anforderungen werden bereits in der Lastenheftphase berücksichtigt.

Wie wird sich Ihr Messeauftritt künftig verändern – sowohl inhaltlich als auch strategisch?

Lehnert: Grundsätzlich validieren wir sehr genau, an welchen Messen wir zukünftig noch ausstellen werden. Uns ist es wichtig, bei den „richtigen“ Messen vertreten zu sein, bei denen auch unsere Kundenklientel vertreten ist. Unsere Messeauftritte werden künftig einen klareren Fokus auf Neuheiten und Services haben, statt das gesamte Produktsortiment zu präsentieren.

Jedamski: Darüber hinaus werden eigene Veranstaltungen bei uns im Haus, wie etwa unsere Expertentage, einen hohen Stellenwert einnehmen. Auch die Teilnahme an Hausmessen unserer Kunden spielt für uns eine wichtige Rolle, um direkt im Dialog mit dem Markt zu stehen.

Welche Trends und strategischen Herausforderungen sehen Sie für Ihr Unternehmen in den nächsten Jahren?

Jedamski: Wie bereits gesagt, sind die Herausforderungen vor allem die Nachfolgefindung innerhalb der Unternehmen sowie die Digitalisierung. Auch die länderübergreifende Zusammenarbeit, insbesondere mit unseren internationalen Großkunden, wird weiter an Relevanz gewinnen.

Lehnert: Ein zentrales Thema für uns ist die strategische Weiterentwicklung unserer Standorte – also die Frage, in welchen Ländern wir künftig bestimmte Kompetenzen gezielt aufbauen und stärken, vor allem in den Bereichen Produktion und Logistik. Darüber hinaus beschäftigen uns zahlreiche geopolitische Entwicklungen, die unsere Entscheidungen und die Ausrichtung des Unternehmens in den nächsten Jahren stark beeinflussen werden.

Welche Erwartungen haben Sie an die aktuelle Regierung?

Lehnert: Wir erwarten von der Politik vor allem Maßnahmen, die die Wettbewerbsfähigkeit unserer Branche langfristig sichern. Dazu gehören Planungssicherheit und Kontinuität bei Bauprogrammen sowie Initiativen wie ein „Bauboom“, um Investitionen anzukurbeln. Außerdem ist es wichtig, dass Bürokratie und Genehmigungsverfahren verschlankt werden, damit Projekte schneller umgesetzt werden können.

*Herr Lehnert, Herr Jedamski,
wir danken Ihnen beiden herzlich
für das Gespräch!*

www.hautau.de
www.maco.eu



*Hier geht's zum Zukunftsbericht
2024/2025 von Maco.*