

bauelemente bau im Gespräch mit Michael Hettich, Vorstand und Inhaber der Hecht AG, sowie Holger Weiß, Vertriebsleiter der Hecht Wegoma GmbH

„Die Kombination unserer Stärken eröffnet neue Möglichkeiten im Fensterbau“

Seit Mitte 2025 ist die organisatorische Integration von Wegoma und der Hecht AG in die Hecht Wegoma GmbH offiziell umgesetzt. Seitdem arbeiten beide Unternehmen am Standort Besigheim an integrierten Lösungen für die Fensterfertigung. Dabei ergänzen sich die Partner mit unterschiedlichen Schwerpunkten: Wegoma mit langjähriger Erfahrung in der Kunststoffbearbeitung und im Sondermaschinenbau, die Hecht AG mit Kompetenzen in Steuerungstechnik, Softwareentwicklung und Automatisierung. Über die Hintergründe der Zusammenarbeit, aktuelle Marktanforderungen und die nächsten Entwicklungsschritte sprachen Michael Hettich, Vorstand und Inhaber der Hecht AG, sowie Holger Weiß, Vertriebsleiter der Hecht Wegoma GmbH und zuvor langjähriger Geschäftsführer von Wegoma.

Können Sie unseren Lesern die historische Entwicklung der Marke Wegoma im deutschen Fensterbau kurz einordnen?

Holger Weiß: Wegoma wurde 1970 gegründet und war insbesondere in den 1980er- und 1990er-Jahren international sehr stark aufgestellt. Mein Vater war damals früh in Märkten aktiv, die für viele Unternehmen noch keine große Rolle gespielt haben. Dazu gehörten unter anderem die USA und China. Anfang der 90er-Jahre wurden Tochtergesellschaften in den USA und China gegründet. 1993 wurde in Bretten eine größere Unternehmenszentrale mit modernen Büros und erweiterten Fertigungsmöglichkeiten aufgebaut. 1997 kam es zu einem Brand im Werk, in dessen Folge ein langwieriger Versicherungs- und Rechtsprozess entstand, der sich über mehrere Jahre zog. Die verzögerte Regulierung der Versicherung führte letztlich zur Insolvenz. Dennoch wurden Kunden weiterhin beliefert und Aktivitäten in reduzierter Form fortgeführt. Die Tochtergesellschaft in den USA wurde als Folge der Insolvenz samt der US-Vertriebsrechte an Carlson verkauft. Seit 2023 liegen die Vertriebsrechte wieder bei Wegoma in Deutschland. Carlson hat die Produktion in den USA vor Jahren beendet und auch die Vertriebsaktivitäten stark zurückgefahren. Das Werk in China besteht noch und ist weiterhin Lieferant für kleine Maschinen.

Welche Bedeutung hatte die Marke in der Vergangenheit für den deutschen Fensterbau?

Weiß: Die Marke Wegoma genießt nach wie vor großes Vertrauen – sowohl in Deutschland als auch international. Auf der Fensterbau Frontale 2026 in Nürnberg haben wir sehr deutlich gespürt, welche emotionale Bindung viele Kunden seit Jahrzehnten mit Wego-



Michael Hettich (li.) und Holger Weiß im Gespräch über die neue gemeinsame Ausrichtung von Hecht Wegoma, wobei Hettich betont: „Wir entwickeln keine Lösungen, die losgelöst vom Markt gedacht sind.“
Fotos: Hecht Wegoma GmbH

ma verbinden. Im Rahmen unseres Gewinnspiels zur ältesten noch im Einsatz befindlichen Wegoma-Maschine berichteten zahlreiche Besucher von Anlagen, die seit Jahrzehnten zuverlässig in ihrer Fertigung laufen. Solche Gespräche zeigen uns, welches Vertrauen die Marke über Generationen hinweg aufgebaut hat.

Im Laufe der Jahre hat sich Wegoma zunehmend vom klassischen Anbieter kompletter Fertigungsstraßen hin zum Problemlöser und Spezialisten für Sonderlösungen entwickelt. Gerade im Bereich Sondermaschinenbau, bei kundenspezifischen Lösungen und in Nischenbereichen war die Marke immer stark positioniert. Unser Anspruch war dabei nie ausschließlich, Maschinen zu verkaufen, sondern Kunden langfristig zu begleiten und individuelle Lösungen für ihre Fertigung zu entwickeln. Dieses Verständnis prägt Wegoma bis heute – und bildet zugleich die Grundlage für die gemeinsame Weiterentwicklung mit Hecht.

Michael Hettich: Die Marke stand schon immer für technische Lösungen im Kunststoffbereich und für zahlreiche Entwicklungen im Fensterbau. Beispiele dafür waren frühe Automatisierungslösungen, kombinierte Schweiß- und Putzanlagen oder der automatische Stahleinschub. Technologisch war Wegoma in vielen Bereichen seiner Zeit voraus und hat zahlreiche Entwicklungen im Kunststoff-Fensterbau mitgeprägt. Genau diese Erfahrung und dieses Know-how wollen wir heute mit moderner Steuerungstechnik, Softwareentwicklung und aktuellen Marktanforderungen verbinden.

Welche strukturellen Veränderungen im Marktumfeld haben die Position der Marke in den vergangenen Jahren maßgeblich beeinflusst?

Hettich: Der Markt ist deutlich schneller geworden. Anforderungen an Flexibilität, Automatisierung und Prozesssicherheit steigen kontinuierlich. Gleichzeitig stehen viele Fensterbauer unter wirtschaftlichem Druck, wodurch Investitionsentscheidungen heute wesentlich sorgfältiger getroffen werden als noch vor einigen Jahren.

Hinzu kommt die stark gestiegene Variantenvielfalt bei Profilen und Materialien. Fensterbauer erwarten Anlagenkonzepte, die unterschiedliche Systeme möglichst ohne große Umrüstzeiten abbilden können.

Weiß: Parallel dazu verkürzen sich die Entwicklungszyklen der Profilsysteme. Besonders bei PVC-, Hybrid- und Aluminiumlösungen steigt der Anpassungsdruck auf Maschinenhersteller. Unsere Anlagen müssen deshalb flexibel ausgelegt sein und unterschiedliche Anforderungen wirtschaftlich abbilden können.

Welche strategischen Überlegungen haben zur Integration von Wegoma in die Hecht-Struktur geführt?

Hettich: Die Hecht AG war bereits seit Jahren in Teilbereichen des Fensterbaus aktiv und hat verschiedene Lösungen innerhalb der Branche entwickelt. Allerdings waren wir bisher eher im Hintergrund tätig und haben keine kompletten Fertigungslösungen angeboten, sondern Einzelmaschinen wie ein Zuschnittszentrum für Armierungsstahl, Längenanschlüge etc.

Die Zusammenarbeit mit Wegoma war deshalb eine ideale Ergänzung. Während Wegoma die klassische Maschinenbaukompetenz einbringt, ergänzt die Hecht AG insbesondere die Bereiche Datenanbindung, Steuerungstechnik und digitale Prozessintegration. Durch die Verbindung dieser Kompetenzen sollen künftig stärker integrierte Fertigungslösungen entstehen.

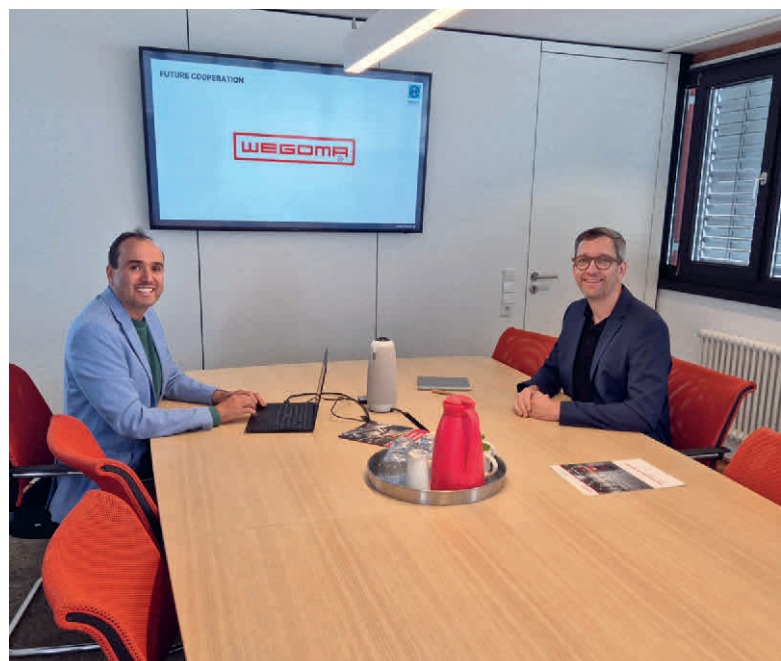
Der erste Kontakt entstand im März 2025. Wir hatten von Anfang an das Gefühl, dass sich hier nicht nur Kompetenzen ergänzen, sondern auch die Denkweise. Bereits zur Fensterbau Frontale 2026 konnten wir mit der neuen Glasleistensäge ein erstes gemeinsames Produkt präsentieren. Die Entwicklung startete im November 2025 und wurde innerhalb weniger Monate zur marktreifen Lösung gebracht.

Es motiviert uns enorm, gemeinsam Lösungen zu entwickeln, die beim Kunden sofort echten Mehrwert schaffen. Genau diese Anpassungsfähigkeit ist heute entscheidend.

Weiß: Für uns war außerdem wichtig, dass Wegoma weiterhin familiengeführt bleibt. Wir wollten bewusst keinen externen Investor, sondern eine langfristige Lösung mit ausreichend Gestaltungsspielraum. Gleichzeitig war wichtig, dass die Marke und die bestehenden Produkte nicht im Markt untergehen.

Welche Ziele verfolgen Sie mit diesem Zusammenschluss?

Weiß: Wir möchten unseren Kunden künftig umfassendere Lösungen anbieten – von einzelnen Maschinen bis hin zu vernetzten Fertigungslösungen. Gleichzeitig wollen wir Maschinenbau, Steu-



Holger Weiß (li.) und Michael Hettich über steigende Anforderungen im Fensterbau, wie Weiß hervorhebt: „Die Anforderungen im Markt steigen kontinuierlich – insbesondere bei Bedienbarkeit und Automatisierung.“

erungstechnik und Softwareentwicklung noch enger miteinander verbinden.

Darüber hinaus geht es darum, Entwicklungszeiten zu verkürzen, flexibler auf Kundenanforderungen zu reagieren und den Service weiter auszubauen. Unser Ziel ist, Fensterbauern Lösungen zu bieten, die ihren Alltag einfacher, wirtschaftlicher und zukunftssicher machen.

Hettich: Entscheidend ist für uns außerdem, die Marke Wegoma nachhaltig weiterzuentwickeln und gleichzeitig die Stärken beider Unternehmen sinnvoll zusammenzuführen. Hinzu kommt die internationale Vernetzung von Wegoma, die künftig ebenfalls stärker genutzt werden soll. Unser Ziel ist nachhaltiges Wachstum auf einer wirtschaftlich stabilen Basis. Darauf aufbauend wollen wir die Internationalisierung weiter vorantreiben.

Welche Synergien ergeben sich daraus konkret im Bereich Entwicklung, Produktion und Vertrieb?

Hettich: Ein gutes Beispiel dafür ist die neue Glasleistensäge, die wir auf der Fensterbau Frontale live präsentiert haben. Die Entwicklung begann erst wenige Monate vor der Messe. Trotzdem konnten wir dort bereits ein vollständig funktionierendes Produkt präsentieren. Das zeigt sehr gut, wie eng die Zusammenarbeit inzwischen funktioniert. Intern gibt es dabei keinerlei Barrieren zwischen den Teams. Wir sprechen ganz bewusst von „wir“, obwohl beide Unternehmen weiterhin eigenständig bestehen.

Weiß: Die Produktion von Wegoma wurde am Standort von Hecht integriert. Gleichzeitig arbeiten Vertrieb, Innendienst und Entwicklung sehr eng zusammen. Dadurch haben wir kurze Wege und schnelle Abstimmungen. Alle Wegoma-Mitarbeiter wurden sehr offen aufgenommen. Diese enge Zusammenarbeit spürt man inzwischen im gesamten Unternehmen.

Wie wird sich das Zusammenspiel der Marken innerhalb der Unternehmensstruktur künftig gestalten?

Hettich: Beide Marken bleiben weiterhin eigenständig am Markt bestehen. Auch die Außendarstellung erfolgt getrennt. Gleichzeitig gibt es intern eine sehr enge Zusammenarbeit – insbesondere in den Bereichen Entwicklung, Produktion und Technik. Nach außen bleiben es zwei eigenständige Marken, intern arbeiten wir jedoch mit einem gemeinsamen technischen Unterbau und einer gemeinsamen strategischen Ausrichtung.

Welche Produktbereiche stehen künftig im Fokus der Weiterentwicklung?

Hettich: Aktuell konzentrieren wir uns vor allem auf die Weiterentwicklung bestehender Maschinen und Lösungen. Im Mittelpunkt stehen dabei Automatisierung, Steuerungstechnik und Erweiterungen des bestehenden Portfolios.

Nach der Glasleistensäge arbeiten wir derzeit intensiv an einem Flügel-Anschlag-Zentrum. Grundsätzlich entwickeln wir jedoch keine Produkte „ins Blaue hinein“, sondern orientieren uns konsequent an konkreten Anforderungen aus dem Markt. Jede Weiterentwicklung basiert auf bestehenden Plattformen und Standardmaschinen.

Mit welchen Problemstellungen, Wünschen Ihrer Kunden und welchen Markttrends sehen Sie sich aktuell konfrontiert?

Weiß: Das dominierende Thema ist ganz klar der Fachkräftemangel. Viele Unternehmen suchen nach Lösungen, um Prozesse stärker zu automatisieren und Maschinen mit möglichst geringem Personaleinsatz bedienen zu können.

Gleichzeitig nimmt die Vielfalt an Profilen und Materialien weiter zu. Besonders PVC-Aluminium-Kombinationen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Unsere Maschinen müssen deshalb flexibel ausgelegt sein und unterschiedliche Anforderungen wirtschaftlich abbilden können.

Auch die Entwicklungszyklen bei den Profilsystemen werden immer kürzer. Dadurch steigt natürlich auch der Druck auf uns als Maschinenhersteller. Gleichzeitig erwarten die Kunden heute Lösungen, die möglichst viele Varianten und Materialien abdecken können, ohne dass dafür jedes Mal eine komplett neue Maschine angeschafft werden muss.

Welche Kundensegmente stehen im Mittelpunkt Ihrer Marktstrategie?

Hettich: Im Mittelpunkt steht weiterhin der klassische Fensterbauer – vom mittelständischen Betrieb bis hin zu größeren Fertigungen. Grundsätzlich können wir heute für sehr unterschiedliche Betriebsgrößen passende Lösungen anbieten. Unser Fokus liegt auf den Betrieben mit Produktionskapazitäten von bis zu 120 Fenstereinheiten pro Tag.

Welche Rolle spielt der deutschsprachige Markt im Vergleich zur internationalen Ausrichtung?

Weiß: Deutschland bleibt unser wichtigster Markt. Gleichzeitig ist die internationale Ausrichtung traditionell ein wichtiger Bestand-

teil unserer Unternehmensstrategie. Besonders die USA haben sich in den vergangenen Jahren wieder sehr positiv entwickelt.

Der Exportanteil ist kontinuierlich gestiegen. Während 2023 noch rund 70 Prozent des Umsatzes in Deutschland erzielt wurden, lag die Verteilung 2025 bereits etwa bei 50 zu 50 zwischen Inlands- und Auslandsgeschäft. Bis 2018 wurden Wegoma-Maschinen in den USA über die Firma Carlsen vertrieben. Heute tritt Wegoma dort wieder unter eigenem Namen auf.

Hettich: Neben der DACH-Region und den USA sehen wir auch Märkte wie Australien, Südkorea oder Indien langfristig als sehr interessant an.

Wo sehen Sie derzeit die größten Anforderungen aus dem Fensterbau?

Hettich: Neben dem Fachkräftemangel sehen wir vor allem die hohe Bürokratie, fehlende Planungssicherheit und rückläufige Baugenehmigungen als große Herausforderungen. Viele Unternehmen würden investieren, haben aktuell aber zu wenig Sicherheit für langfristige Entscheidungen.

Mehr Planungssicherheit und schnellere Genehmigungsverfahren würden der gesamten Bauwirtschaft helfen und damit auch Investitionen in moderne Fertigungstechnologien fördern.

Wo liegen die zentralen Wachstumsfelder für die kommenden Jahre?

Hettich: Wachstum sehen wir insbesondere in den Bereichen Automatisierung, intelligente Steuerungstechnik und flexible Fertigungslösungen. Auch Sonderlösungen und individuell anpassbare Maschinenkonzepte werden künftig weiter an Bedeutung gewinnen.

Darüber hinaus sehen wir im internationalen Geschäft weiterhin großes Potenzial – insbesondere in den USA sowie perspektivisch in Märkten wie Indien, Südkorea oder Australien. Auch Themen wie Türen, Hebeschiebeanlagen und neue Materialkombinationen bieten interessante Entwicklungsmöglichkeiten.

In welchen Bereichen werden Sie in den kommenden Jahren verstärkte Investitionen tätigen?

Hettich: Wir werden den Standort in Besigheim weiter ausbauen. Der Neubau einer zusätzlichen Produktionshalle befindet sich bereits in der Vorplanung. Gleichzeitig investieren wir gezielt in Engineering, Softwareentwicklung und den weiteren Ausbau der Teams.

Am Ende bauen wir keine Maschinen für Maschinenhallen. Wir entwickeln Lösungen für Menschen, die jeden Tag Fenster produzieren. Wenn wir deren Arbeit einfacher, sicherer und wirtschaftlicher machen, dann haben wir unser Ziel erreicht.

Herr Hettich, Herr Weiß, wir danken Ihnen recht herzlich für das Gespräch! ■

www.wegoma.de
www.hecht.ag