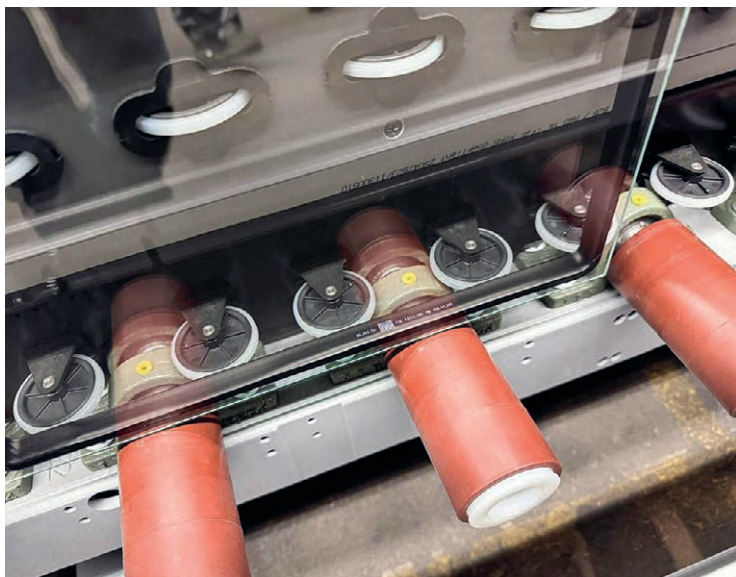


Biss.ID vernetzt die Fertigung bei Arnold Glas

Digitale Glasproduktion als erster Schritt zum DPP



So sieht die aufgebrachte Glas.ID, die jede Scheibe eindeutig identifiziert und worauf alle relevanten Daten abrufbar sind, aus.

Fotos: Arnold Glas

Die Bau- und Glasbranche steht am Beginn einer digitalen Transformation, die weit über klassische Produktionsprozesse hinausgeht. Mit der Einführung des Digitalen Produktpasses (DPP) für Bauprodukte entsteht die Herausforderung, sämtliche Produktdaten entlang der gesamten Wertschöpfungskette digital zu verknüpfen – von der Herstellung über Logistik und Montage bis hin zu Service, Wartung und Recycling. Arnold Glas in Kirchberg zeigt

bereits heute, wie dieser Wandel praktisch umgesetzt werden kann.

Bei Arnold Glas wurde in den letzten Wochen eine moderne, vollautomatisierte Isolierglasfertigung aufgebaut, in der jede Scheibe durch einen individuellen QR-Code eindeutig identifizierbar ist. Dieser Code enthält alle relevanten Daten – vom Aufbau und den Fertigungsparametern bis hin zu Qualitätssicherungsinformationen. Damit wird die Glasscheibe zum digitalen Datenträger, der sowohl Produktions- als auch produktbegleitende Informationen transportiert. Die

cloudbasierte Infrastruktur von Biss.ID sorgt dafür, dass diese Daten durchgängig entlang der Wertschöpfungskette verfügbar sind. Prüfzeugnisse, Umweltdeklarationen (EPDs) und weitere technische Dokumente lassen sich jederzeit hinterlegen und bei Bedarf aktualisieren.

Albert Schweitzer, Geschäftsführer von Arnold Glas, erklärt: „Das Glas trägt künftig alle Informationen bei sich. So können wir nicht nur unsere Produktionsprozesse effizienter steuern, sondern auch Kunden, Fensterbauer und Servicetechniker jederzeit mit aktuellen und verlässlichen Daten versorgen.“

Erste Serienproduktion der Glas.ID live präsentiert

Anfang Dezember wurde die erste Glas.ID in Serie live vor Ort in der neuen hochmodernen Isolierglasfertigung im Werk Kirchberg im Hunsrück vorgestellt. Interessierte Branchenvertreter konnten direkt erleben, wie jede Scheibe eindeutig identifiziert und mit allen relevanten Daten versehen wird. Die Präsentation markiert einen wichtigen Meilenstein auf dem Weg zur digitalen Wertschöpfung und zur späteren Integration des Digitalen Produktpasses.

Digitaler Vorreiter

Dieser weitere Meilenstein im Bereich der Digitalisierung reiht sich bei Arnold Glas in einer Vielzahl von Entwicklungsschritten der letzten Monate ein und ist ein konkreter Schritt in Richtung Digitaler Produktpass. Die Schwerpunkte der letzten Monate waren:



In der Produktion bei Arnold Glas wird zunächst der thermoplastische Abstandhalter (TPA) aufgebracht.

DPP für Bauprodukte: Inhalte und Ziele

Der Digitale Produktpass (DPP) wird in naher Zukunft zu einer verbindlichen Vorschrift innerhalb der Bauproduktenverordnung (BauPVO). Geplant ist die Umsetzung in den Jahren 2027 bis 2028, nachdem die entsprechenden EU-rechtlichen Grundlagen finalisiert sind.

Der DPP enthält strukturierte, maschinenlesbare Informationen über jedes Bauteil, darunter:

- Produktidentifikation (Modell, Typ, Seriennummer, eindeutige Produkt-ID)
- Technische Leistungsdaten und Konformitätsnachweise

- Montage-, Wartungs- und Gebrauchsinformationen
- Umwelt- und Nachhaltigkeitsdaten (Materialherkunft, Ökobilanz, Recyclingfähigkeit)
- Lebenszyklus- und Zertifikatsinformationen

Damit wird der DPP zu einem zentralen Werkzeug, das Transparenz, Rückverfolgbarkeit und Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette ermöglicht. Hersteller, Planer, Bauunternehmen und Endkunden erhalten Zugriff auf konsistente und verlässliche Daten – von der Produktion bis zur Nutzung oder Rückführung von Bauteilen.



Danach folgt der Eindruck der Glas.ID auf den TPA.

- **Schritt 1:** Einführung der digitalen Bestellverwaltung mit aktivem GPS-Tracking.
- **Schritt 2:** Verknüpfung der Produktionsdaten mit den Gestellen für eine vollumfängliche Datentransparenz mit Packlisten und Lieferdaten für Fahrer und Kunden mit dem Ziel, dass eine Buchung für Gestell- und Lieferbuchungen ausreicht.
- **Schritt 3:** Statusmeldungen der Aufträge und Produktionsdaten in Echtzeit als Auftragscockpit für Kunden.
- **Schritt 4:** Eindeutige Kennzeichnung jeder Scheibe über Unique Identifier und Verknüpfung ins Datenportal.

Als Teil der Kooperation ID4Win stellt Arnold Glas in Verbindung mit Biss.ID sein Know-how der Gruppe an Zulieferbetrieben und Fensterhersteller zur Verfügung. Das erklärte Ziel ist, eine branchenübergreifende Lösung

für den digitalen Produktpass für Bauelemente zu realisieren.

Heute digital erfassen, morgen profitieren

Jürgen Huber von Biss.ID betont: „Wer heute beginnt, seine Produkte digital zu erfassen, profitiert morgen vom Digitalen Produktpass. Frühzeitig aufgebaute Datenstrukturen ermöglichen neue Geschäftsmodelle und schaffen Transparenz in der gesamten Wertschöpfungskette.“

Für die Branche bedeutet dies: mehr Effizienz, höhere Transparenz, einfachere Rückverfolgbarkeit und nachhaltige Kreislaufwirtschaft. Wer frühzeitig auf digitale Datenprozesse setzt, verschafft sich einen klaren Vorteil in der kommenden Ära des Digitalen Produktpasses für Bauprodukte. ■

www.arnold-glas.de · www.biss.id

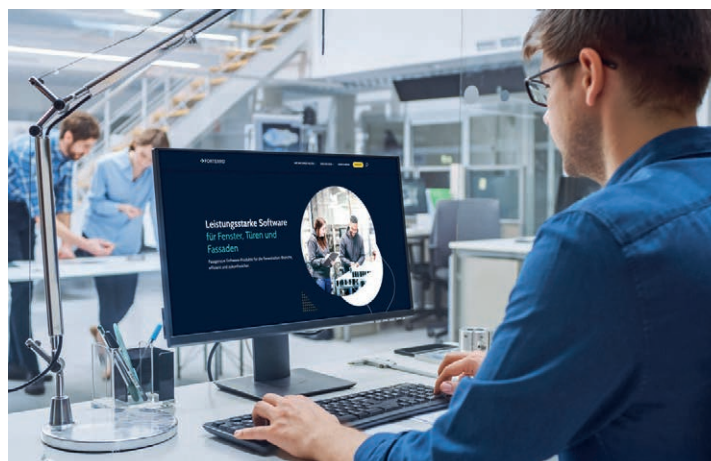
Neuer Markenauftritt für Logikal und digitale Lösungen:

Aus Orgadata wird Forterro

Orgadata, Anbieter der Software Logikal für die Produktion von Fenstern, Türen und Fassaden, tritt künftig unter dem Namen Forterro auf und präsentiert seine digitalen Lösungen unter einem einheitlichen Markenauftritt. Damit macht das Unternehmen seine Zugehörigkeit zu Forterro sichtbar und unterstreicht zugleich die gemeinsame strategische Ausrichtung.

Die Zusammenführung der Produkte unter Forterro soll Klarheit schaffen und die Stärken des Unternehmens zum Nutzen der Kunden bündeln. Mit Lösungen wie Logikal, Logikal MES, Unilink und SimplyTag entsteht zusammen mit weiteren Forterro-Angeboten ein integriertes Produktportfolio, das Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette digital begleitet – von Planung und Kalkulation bis zu Fertigung und Prozessintegration.

„Die neue Markenidentität ist ein klares Signal: Wir sind nicht mehr nur ein einzelnes Unternehmen, sondern Teil einer einheitlichen Organisation mit gemeinsamen Ressourcen und einer klaren Vision“, sagt Bernd



Orgadata im neuen Erscheinungsbild: Der Webauftritt unter der Marke Forterro und die neue visuelle Markenstruktur.

Foto: Forterro

Hillbrands, Gründer von Orgadata und Leiter des Geschäftsbereichs innerhalb von Forterro. „Für unsere Kunden bedeutet das: Wir verbinden unsere Branchenerfahrung mit der internationalen Stärke von Forterro. So können wir Investitionen in Cloud-Technologien beschleunigen, Supportstrukturen ausbauen und Lösungen entwickeln, die Abläufe vereinfachen, mit den Unternehmen wachsen und nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit sichern.“

Kunden gezielter unterstützen

Die strategische Ausrichtung von Orgadata steht im Kontext von Forterras Ziel, kleine und mittelständische Unternehmen im Produktions- und Handwerksumfeld umfassend mit Softwarelösungen zu unterstützen. Nach der Akquisition der Orgadata AG und der zuvor übernommenen BM Group, Software-Anbieter für die Produktion von Fenstern,

Türen und Fassaden in Großbritannien und Irland, hat Forterro seine Marktposition in diesem Segment deutlich gestärkt. Unter dem Dach von Forterro sollen Innovationen schneller umgesetzt, Synergien genutzt und Kunden in verschiedenen Märkten gezielt unterstützt werden.

Die Umstellung auf das neue Branding betrifft das gesamte Produktportfolio von Orgadata. Alle bestehenden Kundenbeziehungen und Supportstrukturen bleiben unverändert bestehen. „Die Marke Forterro steht in diesem Zusammenhang für Beständigkeit und Verlässlichkeit und für den Anspruch, Unternehmen bei der erfolgreichen und eigenständigen Weiterentwicklung ihrer digitalen Prozesse zu unterstützen“, schließt Hillbrands. ■

www.forterro.com/de/fenster-tueren-fassaden