

# AGRAR TECHNIK

BAU - FORST - GARTEN



Dieses Mal  
mit:





Während Schweißtechnik und Batteriestarter- sowie -ladegeräte des französischen Herstellers Gys als führend gelten, ist die Marke hierzulande noch „Newcomer“. Was hinter der Marke steckt, haben wir für Sie recherchiert.

## Kernmarkt Landtechnik

**Gys baut deutsches Vertriebsnetz in Richtung Landtechnik-Fachhandel aus**

Schweißen und das Laden von Batterien sind in Landmaschinen-Fachbetrieben Alltagsroutine und die dafür notwendige, professionelle Technik ist vorhanden. Aber auch jeder Landwirt „brutzelt“ auf seinem Betrieb regelmäßig Eisen zusammen oder lädt durchaus mal Fahrzeugbatterien auf. Somit bietet sich diesbezüglich ein interessantes Absatzpotenzial für Schweiß- und Ladetechnik – bisher nicht immer die Domäne des Landmaschinenhandels. Ein Grund dafür ist sicher, dass die hierzulande bekannten Anbieter diesen Absatzweg selten (er)kennen beziehungsweise nutzen und sich Landwirte daher anderweitig orientieren, vom Eisenwarenhandel über Kataloganbieter bis hin zu Baumärkten.

„Für den Landmaschinen-Fachhandel bietet sich hier jedoch eine aus meiner Sicht besonders in Zeiten schwieriger Märkte interessante Perspektive und eine gute Bereicherung seines Angebots im Verkaufsraum. Denn die Landwirte wissen gute Werkstatttechnik zu schätzen, vor allem, wenn das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt. Und sie werden kaum auf Katalog- oder Baumarktanbieter zurückgreifen, wenn sie beim Händler ihres Vertrauens ein passendes Angebot vorfinden“,

meint Bruno Bouygues, zusammen mit seinem Vater Nicolas geschäftsführender Gesellschafter der Gys im nordwestfranzösischen Saint-Berthevin, zwischen Laval und Rennes gelegen. Dieses Unternehmen ist seit 45 Jahren auf die Entwicklung und Produktion von Schweiß- und Batterieladetechnik spezialisiert und seit gut zehn Jahren im Besitz der Familie Bouygues. In dieser Dekade wuchs die Mitarbeiterzahl von 40 auf derzeit etwa 380. Der Umsatz

stieg allein zwischen 2000 und 2008 von zehn auf rund 46 Millionen Euro. Und aus elf Produkten im Sortiment im Jahr 1998 sind inzwischen fast 200 geworden, inklusive aller Verbrauchsprodukte sogar beinahe 700.

### Deutsche Niederlassung

Insgesamt hat die Gys-Gruppe 2008 rund 250 000 Geräte gefertigt, davon entfielen 160 000 auf die Schweißtechnik. Hinzu kamen ungefähr 90 000 Ladegeräte. Als drittes Standbein bietet Gys darüber hinaus Technik zur Karosseriereparatur an, dies aber primär für den Kfz-Fachhandel, einer der generell wichtigsten Zielgruppen des Unternehmens.

„Allerdings hat die Landwirtschaft für uns ebenfalls sehr hohe Priorität, denn immerhin 16 Prozent unserer Schweiß- und 23 Prozent unserer Ladegeräte werden weltweit in diesen Markt abgesetzt. Zum Beispiel der französische, landwirtschaftliche Markt für Elektroden-Schweißgeräte beläuft sich auf bis zu 5 000 Stück, bei Schutzgas sind es rund 2 000 Stück. In beiden liegen wir mit Marktanteilen von bis zu 50 Prozent eindeutig auf Platz 1 – und das in sehr hohem Maß über den Ver-



Gys-Firmeninhaber Bruno Bouygues (li.) und Lothar Dähn, Geschäftsführer der deutschen Niederlassung in Aachen, möchten in Deutschland – wie in Frankreich – intensiv mit dem Landmaschinen-Fachhandel zusammenarbeiten.



triebsweg Landmaschinen-Fachhandel", berichtet Bruno Bouygues.

Genau dieses Ziel verfolgt er unter anderem auch in Deutschland, dem in Europa neben Frankreich wichtigsten Absatzmarkt für Gys. Hier ist das Unternehmen seit Mai 2006 in Aachen mit einer eigenen Tochtergesellschaft unter Führung von Lothar Dähn aktiv. Zum deutschen Team gehören derzeit 21 Mitarbeiter. Eine weitere Niederlassung agiert in China, und vor wenigen Monaten entstand eine dritte in Großbritannien, ebenfalls ein Kernmarkt für das französische Unternehmen. Sie ist ein weiterer wichtiger Schritt auf dem Weg zur Internationalisierung. Derzeit liegt der Exportanteil bei knapp 45 Prozent, allerdings mit rasch steigender Tendenz. „In unserem Heimatmarkt sind wir bereits so gut vertre-

ten, dass maßgebliches Wachstum in unserem Stammsegment, der Schweiß- und Ladetechnik für mittelständische Handwerksunternehmen, nur in begrenztem

Maß möglich scheint. Aus diesem

Grund geht unsere Produktentwicklung speziell für Frankreich zunehmend in Richtung Industrieschweißtechnik. Doch der Hauptfo-



Das Kernsortiment bei Gys erstreckt sich auf die Schweißtechnik (Inverter-, WIG, MIG/MAG- und Plasma-Technik) inklusive Zubehör. Zweite Sparte ist der Batterie-ladesevice mit Lad- und Startertechnik.

kus bleibt für uns unverändert im Mittelstand, dies allerdings europa- und letztlich weltweit", erläutert Bruno Bouygues.

## Nachhaltig wachsen

Dass Gys hierbei unter anderem in Deutschland von den etablierten Anbietern anfangs eher als Exot belächelt wurde, sehen sowohl er als auch Lothar Dähn mit großer Gelassenheit. „Die Absatzmöglichkeiten hierzulande sind für uns enorm. Wir können in Bezug auf Qualität und Leistung jedem Wettbewerb bestens Paroli bieten und offerieren noch dazu die Produkte zu einem mehr als ungewöhnlichen Preis-Leistungs-Verhältnis“, meint Lothar Dähn. Und Bruno Bouygues fügt hinzu:

„Dies im Bewusstsein der Kunden zu verankern und ein gutes Vertriebsnetz aufzubauen, braucht Zeit. Deshalb ist unsere Strategie der Markterschließung langfristig und auf Nachhaltigkeit angelegt, im ersten Schritt fixiert in einem auf acht Jahre angelegten Investitions- und Businessplan. Die Absatzzahlen haben sich nach 2,5 Jahren Aktivität hier in Deutschland mehr als hervorragend entwickelt, sodass wir in vie-







In Frankreich hat Gys bei Schweißtechnik nach eigener Darstellung mit Marktanteilen von bis zu 70 Prozent die führende Position in der Landwirtschaft.



Zuverlässiger Kundendienst ist Teil der Gys-Strategie und wird für Deutschland von der Aachener Niederlassung gewährleistet.

len Punkten unsere eigene Einschätzung schon übertroffen haben. Doch speziell in der Landtechnik möchten wir massiv vorkommen – denn in Frankreich sind wir dort quasi zu Hause. Warum also nicht auch in Deutschland?"

Sich dabei bestmöglich auf die Anforderungen des jeweiligen Marktes einzustellen, ist Firmeninhaber und Niederlassungsleiter gleichermaßen wichtig – speziell mit Blick auf den deutschen Markt. „Aus diesem Grund war die Gründung einer eigenen Niederlassung so bedeutend für unsere Arbeit, denn der Anlaufpunkt mit deutschsprachigen Mitarbeitern und hiesigen Telefonnummern sorgt von Anfang an für Vertrauen und Sicherheit“, meint Lothar Dähn.

## Dicht am Kunden

Darüber hinaus ist hier das deutsche Auslieferungs- und Ersatzteillager angesiedelt, sodass Aufträge der Händler binnen kurzer Zeit erledigt werden können. Ein sprachlich angepasstes ERP-IT-System sorgt für eine ständige Online-Anbindung mit dem Mutterhaus. Auch die technische

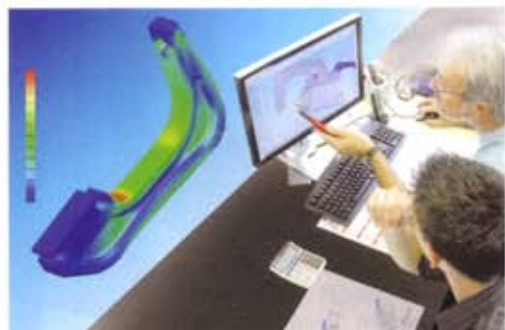
Dokumentation wurde komplett übersetzt. In Sachen Kundendienst ist Aachen ebenfalls gut gerüstet. Sollten tatsächlich mal Probleme mit Geräten auftreten, können diese zur Niederlassung geschickt, dort umgehend geprüft und dann repariert werden. „Im Normalfall hat der Kunde das Gerät dann nach drei Tagen wieder zurück oder bekommt zumindest zügig eine qualifizierte Aussage, was wann passiert. Schnelligkeit und Verlässlichkeit der Zusagen haben für den Fachhandel hohen Stellenwert – daran lassen wir uns gern messen – die Voraussetzungen sind jedenfalls in Aachen wie in Saint-Bertevin gegeben“, hebt Lothar Dähn hervor.

Als einen sehr bedeutenden Wettbewerbsvorteil wertet er die nach seiner Einschätzung vergleichsweise günstigen Produktpreise bei gleichzeitig hoher Qualität. Möglich ist dies durch den hohen Automatisierungsgrad, die mittlerweile großen Stückzahlen und einen großen Eigenfertigungsanteil. Alles zusammen führt zu niedrigen Stückkosten und damit hoher Wettbewerbsfähigkeit, so der Niederlassungsleiter.

„Nicht zu vergessen ist natürlich die ausgeprägte Innovationskraft des Unternehmens, realisiert durch 27 Entwicklungsingenieure und einem F&E-Budget von rund sechs Prozent des Umsatzes. So ist es möglich, in schneller Folge neue Produkte auf den Markt zu bringen und so technischer Trendsetter zu sein“, wie Bruno Bouygues betont. 2009 möchte er eine zusätzliche Fertigungshalle einweihen, außerdem ein neues Forschungs- und Schulungszentrum. Dann wird

die Werkfläche etwa 16 500 Quadratmeter betragen.

Mit Blick auf das Wettbewerberumfeld und eine konsequente Markterschließung misst Lothar Dähn der Händlerbetreuung vor Ort große Bedeutung bei. Hier wurde von Beginn an nicht gekleckert, sondern gleich mit sechs Außendienstmitarbeitern begonnen. Inzwischen sind es acht, und zwei weitere sollen folgen. Darüber hinaus wird künftig auch der österreichische Markt von Aachen aus versorgt und regional vor Ort mit eigenen Mitarbeitern betreut. Und obwohl der Außendienst für Kunden aus mehreren Branchen zuständig ist – neben Landtechnik sind dies gegenwärtig unter



Die Produktentwicklung und Qualitätssicherung hat einen hohen Stellenwert bei Gys, sichergestellt durch 27 Ingenieure und einem F&E-Budget von rund sechs Prozent des Umsatzes.

anderem der Werkzeug- und Kfz-Werkstattsausrüstungs-Fachhandel – findet jeder Landmaschinen-Fachhändler einen kompetenten Ansprechpartner in seiner Region.

In der ersten Phase haben sich Bruno Bouygues und Lothar Dähn das Ziel von rund 80 Vertriebspartnern in Deutschland gesetzt. Mit der ILaFa Radolfzell konnte vor einiger Zeit ein Rahmenvertrag geschlossen werden, der dieses Ziel schon in greifbare Nähe rückt. Aber landesweit sind nach wie vor neue Vertriebspartner sehr willkommen, wie Lothar Dähn betont. (jn)



Durch umfangreiche Investitionen wurde in den letzten Jahren das Werk komplett modernisiert. Der Automatisierungsgrad ist hoch, ebenso der Eigenfertigungsanteil. Auch Platinen und Trafos werden selbst gefertigt.