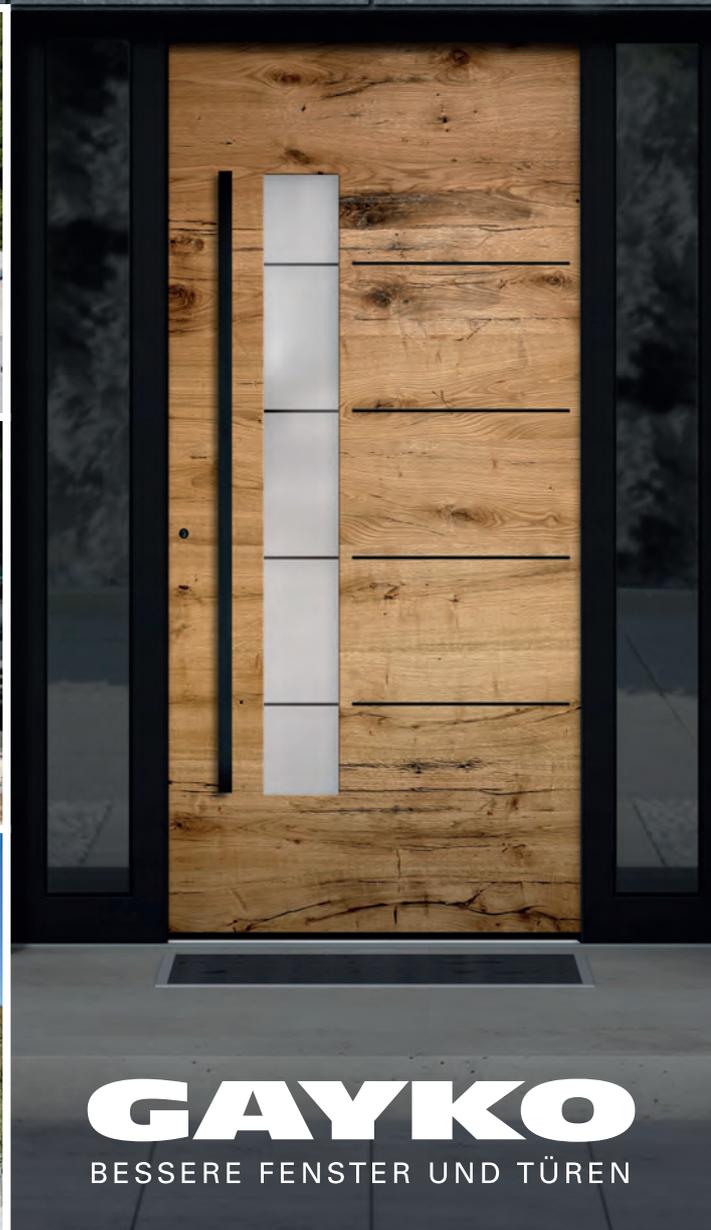


Ein neues Kapitel wird aufgeschlagen

Bereit für die Zukunft



GAYKO
BESSERE FENSTER UND TÜREN

bb-Marktübersicht:
Kunststoff-Profilsysteme

bb-Messe-Nachlese Teil II:
Fensterbau Frontale
Holz-Handwerk

bb-Messe-Wegweiser:
glasstec

GAYKO
BESSERE FENSTER UND TÜREN
40
JAHRE
seit 1981

Ein neues Kapitel wird aufgeschlagen

Bereit für die Zukunft



Mit dem Zukauf des benachbarten Grundstücks sowie zweier Hallen konnte das Gelände erweitert und die Produktion und Logistik neu strukturiert werden. Foto: Gayko

Das Siegerländer Fensterbau-Unternehmen Gayko mit Sitz in Wilnsdorf hat die beiden Corona-Jahre nicht nur gut überstanden, es konnten mit Hilfe einer engagierten Belegschaft die gesetzten Umsatzziele sogar noch früher als ursprünglich geplant erreicht werden. Um sich auf mögliche neue Herausforderungen in der Zukunft bestmöglich vorzubereiten, will das Unternehmen einen zweistelligen Millionenbetrag in zusätzliche Produktionshallen und neue Maschinen und Anlagen investieren. Investiert wurde und wird aber auch in Personal. Dabei wurden eine ganze Reihe leitender Positionen neu besetzt und nicht zuletzt auch der Generationswechsel im Hause Gayko vorbereitet. Optimierte Organisationsprozesse innerhalb des Unternehmens sind der Grundstein für den Ausbau des Managements und des Vertriebsnetzes national und international. Viel Neues also, über das wir auf den folgenden Seiten zu berichten haben.



Zuerst zu den Investitionen im Unternehmen. „Damit beheben wir keinen Investitionsstau, sondern nehmen Erweiterungen der Produktion und Lagerhaltungen sowie Optimierungen der Logistik und des Produktionsflusses vor“, macht Klaus Gayko deutlich. Am Standort Wilnsdorf sei somit ein Mengenwachstum von weiteren 40 Prozent in den nächsten Jahren möglich. „Um im Wettbewerb zu bestehen und die vielfältigen Herausforderungen zu meistern, braucht es eine gewisse Größe“, so Gayko. Weiteres Wachstum will Gayko allerdings nicht durch Übernahmen, sondern durch Allianzen möglich machen. Dabei hat er insbesondere Fensterbauer im Blick, die sich entschieden haben, ihre Schwerpunkte auf die Montageleistung und das Projektgeschäft zu verlagern und ihre eigene Produktion von Bauelementen einstellen wollen. „Diese machen wir zu unseren Partnern. Damit verfolgen wir ein Konzept, das wir schon in der Vergangenheit erfolgreich praktiziert haben.“

Neuer Freiraum für die Produktion

Mit der Möglichkeit, ein unmittelbar an das Firmengelände angrenzendes Grundstück mit einer Fläche von 6.500 Quadratmetern zu erwerben, hat sich eine willkommene Gelegenheit geboten, nicht nur die Produktionskapazitäten auszubauen und modernste Fertigungstechnologien zu installieren, sondern auch Engpässe zu beheben und damit den Fertigungsfluss zu optimieren. „Wir geben damit aber auch ein klares Signal, dass wir dem Standort Wilnsdorf treu bleiben und weiter konsequent auf „Made in Germany“ setzen“, betont Gayko.



Foto: Gayko

Die eigene Logistik wird im Zuge der Erweiterung weiter ausgebaut. Auch sie ist ein wichtiger Baustein für die gute Liefertreue bei Gayko.



Gayko hat ebenfalls ein großes Produktsortiment aus Aluminium, insbesondere Haustüren, Hebeschiebetüren und Fenster für den gehobenen Wohnungsbau. Foto: Gayko

Bebaut ist das neue Gelände mit zwei Produktionshallen mit einer Gesamtfläche von 3.500 Quadratmetern. Damit gewinnt das Unternehmen rund 20 Prozent zusätzliche Fläche. In der größeren der beiden Hallen soll das neue Logistikzentrum für die Kommissionierung der Profile eingerichtet werden. Hierzu wurde die Hallendecke isoliert und eine neue Heizung installiert. „Damit haben wir die Option, die Halle falls nötig auch als Produktionshalle nutzen zu können“, erläutert Gayko. In die Halle wird das Profillager einziehen, das bis jetzt in der Produktionshalle untergebracht ist. „Mit der Einlagerung von mehr Rohmaterial und Fertigwaren stellen wir sicher, dass wir weiterhin unseren Fachbetrieben und Endkunden eine hohe Lieferbereitschaft gewährleisten können“, erklärt Gayko.

In der zweiten Halle wird künftig der Zuschnitt des Profilzubehörs erfolgen. Darüber hinaus stehen dort dann neue Schulungs- und Tagungsräumlichkeiten sowie ein Lager für den Messebau zur Verfügung.

Umstrukturierung und Modernisierung der Produktion

Mit dem Auszug des Lagers wird eine Fläche von 1.200 Quadratmetern frei. Diese wird künftig genutzt, um alle Glasleisten zentral zuzuschneiden. Hierfür wird ein neues Glasleisten-Sägezentrum für den vollautomatischen Zuschnitt von Glasleisten installiert. Hier sollen vor allem Profile für Fenster mit dem Gayko-EDS-Design, also mit stumpfgeboenen Profilen, zugeschnitten und bearbeitet werden. Auch andere Sonderbearbeitungen, wie beispielsweise für das Hollandsystem, werden zukünftig hier ausgeführt.

Damit wird das bestehende Zuschnitt- und Bearbeitungszentrum entlastet. Zusätzlich wird eine weitere Schweiß-/Putz-Linie für Blendrahmen installiert, mit der Elemente in Gayko-EDS-Design produziert werden können und womit eine Verarbeitung des schweißbaren Aluminium-Fensters „Alu Connect“ von Veka eine Option ist. Im Außenbereich wird für den Versand- und Logistikbereich mehr Platz für die Lagerung der Fertigelemente geschaffen.

Familienwerte intelligent mit Vertrieb und Technik vereinen

Gayko zeigt in der Neuausrichtung des Führungsteams, dass man verstanden hat, die Werte eines Familienunternehmens und die Erfahrung im Bereich Vertrieb und Technik intelligent miteinander zu verbinden. Mit seiner Frau Kathrin (Geschäftsführerin) und seinen Töchtern Carmen (Marketing) sowie Carla und Christine (Personalmanagement) sind gleich vier weitere Familienmitglieder im Unternehmen aktiv. Das operative Management wird durch langjährige Mitarbeiter unterstützt, darunter Ralf Körner (Vertriebsleiter) und Dominik Büdenbender (Technischer Leiter). Weitere Führungsmitarbeiter sind Jörg Nicodemus (Leiter der Anwendungstechnik) und Horst Peter (Leiter Einkauf und Logistik). Neu an Bord ist Marcel Fuchs (Betriebsleiter Aluminiumbereich).

Entscheidender Faktor für den Erfolg

Den weiteren Ausbau des Führungsmanagements sieht die Familie als besonders wichtig an, um die Mitarbeiterqualität zu halten und die Attraktivität für neue Mitarbeiter zu wecken, eine Grundvoraussetzung für das geplante Wachstum. Als entscheidenden Er-

folgsfaktor sieht der Unternehmer, dass man nach wie vor auf das Know-how langjähriger Mitarbeiter und Fachbetriebe zurückgreifen kann. „Die größte Innovationskraft steckt in den Mitarbeitern eines Unternehmens“, bekräftigt Klaus Gayko. Schon früh wurde daher viel Energie in die Qualifizierung der Mitarbeiter verwendet und damit auch der Leitsatz beherzigt: „Binden ist leichter als finden“. Trotz einer Verknappung an qualifizierten Fachkräften ist es dem Unternehmen bislang immer gelungen, die richtigen Mitarbeiter zu halten oder auch neu an Bord zu holen.

Produktsegment mit wachsender Bedeutung

Bereits in 2011 hat das Unternehmen mit der Errichtung einer separaten Produktionshalle seine Aluminiumabteilung deutlich ausgebaut und in 2016 mit einem Erweiterungsbau noch einmal aufgestockt, sodass jetzt eine Produktionsfläche von über 2.000 Quadratmetern zur Verfügung steht. Gefertigt werden überwiegend Haustüren, seit einiger Zeit in steigenden Stückzahlen auch Hebeschiebe-, PSK- und Falt-Schiebe-Konstruktionen sowie Fenster in sämtlichen Öffnungsarten. „Unsere Kunden haben die Erwartung, alles aus einer Hand beziehen zu können. Diesem Wunsch haben wir mit der Erweiterung der Aluminium-Fertigung entsprochen. Da wir neben Haustüren ein vielfältiges Programm an Fenstervarianten und Sonderelementen bieten, versprechen wir uns in diesem Bereich auch für die nächsten Jahre ein überproportionales Wachstum“, berichtet



Die große Nachfrage nach Fenstern mit dem Eck-Design-System EDS veranlasst den Hersteller, ein neues Zuschnitt- und Bearbeitungszentrum aufzubauen. Foto: Gayko



Führungspositionen neu besetzt und den Generationswechsel eingeleitet: Gemeinsames Gruppenbild mit der Familie Gayko sowie den leitenden Mitarbeitern. V. l.: Kathrin Gayko, Klaus Gayko, Carla Gayko, Christine Gayko, Carmen Gayko, Ralf Körner, Jörg Nicodemus, Horst Peter, Dominik Büdenbender, Marcel Fuchs.

Foto: Gayko

Klaus Gayko. Wie nicht anders zu erwarten, werden auch bei den Aluminium-Elementen Konstruktionen in RC2- und RC3-Ausführung angeboten. Die positive Entwicklung des Produktsegmentes schlägt sich auch in einem wachsenden Umsatzanteil nieder. Dieser liegt aktuell bei zwölf Prozent, könnte aber in den nächsten Jahren deutlich steigen, denn in 2022 kann der Bereich mit 25 Prozent ein überproportionales Wachstum verzeichnen. „Der Wunsch nach möglichst großen Fensteröffnungen lässt erwarten, dass die Nachfrage nach Aluminium-Elementen weiter steigt. Zudem kommen auch im gehobenen Wohnungsbau immer mehr Alu-Konstruktionen zum Einsatz. Wir haben damit schon anspruchsvolle Objekte ausgeführt. Hierzu haben wir zusätzliche Aufmaßtechniker eingestellt, die in der Lage sind, diese Projekte zu steuern“, so Klaus Gayko. Neben dem Bereich der Haustüren werden auch Fensterelemente, Hebeschiebe-Türen und Systemlösungen (Heroal) im gehobenen Bereich seit gut zwei Jahren stärker nachgefragt und sollen stärker ausgebaut werden.

Im Bereich der Haustürserie „Gayko Aluline“ wurden mit den brandaktuellen Designs „pure Elements“ bereits neue Ideen umgesetzt. Deren Oberflächen sind mit hochwertigen Werkstoffen wie Holz und Keramik versehen und machen jedes Modell zu einem einzigartigen Designerstück. Für „pure Elements“ wurde aktuell ein neues Vermark-

tungskonzept entwickelt und für die Handelspartner umgesetzt, sodass diese gut vorbereitet sind für den Verkaufsstart im Herbst. Man erwartet durch die neuen Designs zusätzliche Endkunden in den einzelnen Regionen zu erreichen.

Um die Abteilung autark zu machen, soll die Logistik angepasst werden. Die Entkopplung vom Kunststoffbereich führt zu einem konzentrierteren Produktions-Timing für Aluminiumprodukte. Hinsichtlich der produzierten Mengen sei noch Luft nach oben, berichtet

Gayko. Für einen optimierten Fertigungsfluss werden neue Fertigungslinien statt einzelner Montagetische aufgebaut und die industriellen Fertigungsprozesse weiter forciert. Damit wird eine Verdopplung der Kapazitäten möglich sein.

Konzentration macht intensive Betreuung möglich

Auch wenn das Unternehmen über die Jahre stetig gewachsen ist, so ist dies nicht auf eine wachsende Zahl von Handelspartnern zurückzuführen. Denn Gayko verfolgt das Ziel,



Für die Haustür-Serie „pure Elements“ wurde aktuell ein neues Vermarktungskonzept entwickelt und für die Handelspartner umgesetzt.

Foto: Gayko

Unternehmen für sich zu gewinnen, die sich mit dem Konzept der Mehrwert-Strategie identifizieren und sich durch eine aktive Marktbearbeitung und eine adäquate Kundenansprache auszeichnen. Zählte das Unternehmen früher noch circa 600 Kunden, so sind es heute 150 etablierte Fachpartner in Deutschland, die regionale Präsenz zeigen. „In den ausländischen Märkten kommen noch einmal 50 starke Partner hinzu. Das klingt im ersten Moment recht überschaubar, aber viel mehr wäre angesichts der Intensität der Betreuung und Unterstützung auch gar nicht möglich. „Die im Vergleich recht überschaubare Zahl an Gayko-Fachpartnern hat den Vorteil, dass wir unsere Kunden und ihr Geschäft genau kennen und einen persönlichen Zugang zu ihnen haben“, so Gayko zu den Vorteilen der Konzentration. Mit dem Konzept sind Gayko und seine Handelspartner erfolgreich, ist doch der Umsatz pro Partner über die Jahre deutlich angestiegen. Es gibt auch neue Fachbetriebe und Entwicklungskunden, die sich sukzessive entwickelt und innerhalb von nur zwei Jahren ihren Umsatz signifikant gesteigert und teilweise sogar verdoppelt haben.

Er verweist in diesem Zusammenhang auf die Mehrwertstrategie von Gayko, die ein wichtiger Pfeiler für ein weiteres qualitatives Wachstum ist.

„Wir werden gebraucht“

Hinsichtlich der weiteren Geschäftsentwicklung gibt sich Gayko zuversichtlich. Allerdings erschweren die aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen die Planungssicherheit für jedes Unternehmen und machen das Arbeiten anspruchsvoll und herausfordernd. Die Situation der hohen Rohstoffpreise wird im Neubaugeschäft zu Problemen führen und in diesem Bereich wird es einen Auftragsrückgang geben. Als Unternehmen mit Schwerpunkt im Bereich der energetischen Sanierung und der Renovierung von Fenstern und Haustüren ist man unabhängiger aufgestellt und argumentiert beim Endkunden über die Nutzenargumente. Der von vielen Experten prognostizierte Rückgang des Neubaus lässt Gayko allerdings befürchten, dass viele Anbieter wieder einmal versuchen werden, über den Preis ins Geschäft zu kommen, womit erneut eine abwärts gerichtete Preispirale in Gang gesetzt würde. „Davor kann ich nur warnen. Wir verkaufen über den Mehrwert und die Technologievorteile der



Fenster und Türen von Gayko verkaufen sich über ihre Mehrwertstrategie, die mit den Fachbetrieben wirkungsvoll in den Ausstellungen erklärt und in Szene gesetzt wird.

Foto: Gayko

Gayko-Fenster. Man ist niemals erfolgreich, wenn man über den Preis argumentiert“ unterstreicht er die Mehrwertstrategie seines Unternehmens. Es gilt zudem neue Zielgruppen aufzubauen und die vorhandenen Zielmärkte genau zu prüfen und Produkttechniken greifbar und in den Ausstellungen auch erlebbar zu machen.

Die starke Nachfrage nach Fenstern und Türen in den letzten Jahren hat deutlich gemacht, dass die Montage der begrenzende Faktor ist. Es fehlt an Monteuren, die nötig sind, um die Erhöhung der Sanierungsrate, wie von der Politik gewünscht, umzusetzen. „Es braucht aber auch neue Konzepte, um qualifizierte Fachkräfte zu entlasten, sodass diese sich auf die anspruchsvollen Tätigkeiten konzentrieren können. Dafür müssen Arbeitsprozesse neu strukturiert und der Einsatz von Personal anders organisiert werden, schlägt Gayko vor. Positiv sieht er abschließend, dass sich die Wertschätzung gegenüber Fenstern und Türen im Bereich der energeti-

schen Modernisierung verbessert hat und ihre Vorteile beim Klimaschutz und der Einsparung von Energiekosten im Markt angekommen sind. Als Fazit der aktuellen Aktivitäten zieht er eine einfache klare Analyse und strahlt viel Optimismus aus: „Wir sind bereit für die Zukunft.“ ■

Interessiert?

Gayko setzt auf Wachstum. Der Leiter für den Gesamtvertrieb Ralf Körner und sein Team stehen interessierten Bauelementefachbetrieben, die mit dem Gayko-Konzept ihre erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensentwicklung sicherstellen wollen, zur Verfügung. Direkte Anfragen werden im Vertriebs-Team von Yvonne Wicker unter 02739 873-112 persönlich beantwortet.

E-Mail: wicker.yvonne@gayko.de

Auch das ist typisch für Gayko:
Der direkte Kontakt zählt.



Gayko steht für Innovationen im Bereich Fenstertechnologie und sorgt mit seinen Neuerungen stets für ein starkes Brancheninteresse auf den nationalen und internationalen Fachmessen.

Foto: Gayko



bb im Gespräch mit Klaus Gayko, Inhaber und Geschäftsführer der Gayko Fenster-Türenwerk GmbH

„Das Jahr wird gut“

Klaus Gayko: „Wir konzentrieren uns auf Fachbetriebe, die unseren Qualitätsanspruch und die Gayko-Philosophie regional leben.“

Foto: bauelemente bau

Die aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wie Zinserhöhung, Inflation, hohe Preise und Unsicherheit bei der Energie-Versorgung sorgen zur Zeit für viel Unsicherheit auch in der Fensterbranche. Klaus Gayko, dem Geschäftsführer der Gayko Fenster-Türenwerk GmbH, wird beim Blick in die Zukunft dennoch nicht bang. Mit einem Produktprogramm mit vielen Alleinstellungsmerkmalen, kombiniert mit einem Marketing-Konzept, das auf Mehrwerte setzt und nicht zuletzt dank der engen Zusammenarbeit mit einer engagierten Händlerschaft, sieht sich Gayko gut gewappnet für neue Herausforderungen.

Herr Gayko, das letzte Interview haben wir zu Anfang der Corona-Pandemie geführt. Wie ist es Ihnen denn seither ergangen?

Natürlich war die Pandemiezeit eine Zäsur, die wir als Unternehmen allerdings sehr gut zusammen mit unseren Fachbetrieben gemeistert haben. Der Wunsch der Menschen war da, in ihr Haus zu investieren. Wenn man schon nicht in den Urlaub fahren kann, dann investiert man in sein eigenes Heim. Das haben wir deutlich an den Anfragen und Umsätzen gemerkt. Im Fokus stand für uns in dieser Zeit der Ausbau unserer Produktionskapazitäten und das Update in modernste Fertigungstechnologien. Zudem haben wir die Strukturen im gesamten Unternehmen überprüft, Prozesse angepasst und Neuorganisationen im Management vorgenommen. Zusätzlich haben wir unser Vertriebsnetz in Deutschland und auf den internationalen Absatzmärkten ausgebaut. Nach wie vor setzen wir auf eine intensive Fachpartner-Unterstützung vor Ort. Wir konzentrieren uns auf ausgesuchte Fachbetriebe und setzen weiterhin mehr auf die Qualität der Partner, die unseren Qualitätsanspruch und die Gayko-Philosophie regional leben und weiter mit uns wachsen wollen.

Wie haben sich die Umsätze in den letzten Jahren entwickelt?

Wir hatten 2021 den besten Umsatz in unserer Firmengeschichte. Und wenn wir uns den Forecast für 2022 ansehen, dann erwarten wir noch einmal eine signifikante Umsatzsteigerung. Einen wesentlichen Anteil daran hat auch die positive Entwicklung im niederländischen Markt. Zu verdanken haben wir dieses Wachstum vor allem unseren engagierten Mitarbeitern und den Fachhandelspartnern, die unsere Mehrwertstrategie erfolgreich umsetzen.

Welcher Anteil der Umsätze entfällt mittlerweile auf Aluminium-Elemente?

Der Aluminiumbereich entwickelt sich ebenfalls sehr positiv. Wir gehen in der Prognose 2022 von einem Zuwachs des Gesamtumsatzes von über 25 Prozent im Kunststoff- und im Aluminiumbereich aus. Zwölf Prozent davon werden im Bereich Aluminium erzielt. Wir haben zudem die Weichen gestellt, dass der Bereich Aluminium autark wird und die Logistikprozesse effizient ausgebaut werden. Somit können wir in Zukunft ein überproportionales Wachstum im Aluminiumbereich erreichen.

Was hat sich in der Zwischenzeit im Unternehmen getan?

Über die technischen Neuerungen und Produktionserweiterungen haben Sie ja bereits berichtet. Wir haben die Zeit genutzt, um auch das Führungsteam neu auszurichten. Ich bin stolz darauf, dass es gelungen ist, die Werte unseres Familienunternehmens und unsere Erfahrungen im Bereich Vertrieb und Technik intelligent miteinander erfolgreich zu verbinden. Was mich besonders freut ist, dass sich neben meiner Frau auch meine drei Töchter im Unternehmen engagieren und Impulse setzen. Wir sind damit ein echtes Familienunternehmen, mit allen Stärken und großer Verantwortung, die damit verbunden sind.

Corona hat mit dazu beigetragen, dass die Zahl der Einbrüche zurückgegangen ist. Dies hat sich auf die Nachfrage nach einbruchhemmenden Elementen ausgewirkt. Hat darunter auch der Absatz der SafeGA Fenster- und Türelemente gelitten?

Da muss ich widersprechen. Fakt ist, dass wir in diesem Bereich sogar eine weitere Steigerung verzeichnen konnten. Hier sind vor allem die Fachbetriebe zu nennen, die in der Beratung bei den Endkunden einen exzellenten Job gemacht haben. Dafür meinen ausdrücklichen Dank! Sie haben den Primär- und Komfortnutzen moderner Fenster und Türen klar kommuniziert. Und somit haben sie auch maßgeblich Einfluss, dass auch unsere Endkunden sich von den Qualitätsmerkmalen und Mehrwerten überzeugen lassen. Man verkauft preis-wert! Übrigens zu den Einbruchstatistiken: Aktuell nehmen die gemeldeten Einbruchversuche wieder deutlich zu.

Der Verkauf von Mehrwerten – dazu zählen Aspekte wie Design und Ästhetik der Fenster und natürlich unsere Lösungen im Bereich Sicherheit und Energieeinsparung – hat auch dazu geführt, dass sich unsere Fachbetriebe trotz Pandemie weiterhin überproportional gut entwickelt haben. Es gibt weitere Gründe für die guten Absatzzahlen: Unsere Fachbetriebe werden sehr gut geschult und überzeugen beim Endkunden durch perfekte Dienstleistungen, sei es bei der Projektierung, dem Aufmaß oder im Support. Gayko verfügt über ein starkes Expertenteam im Innen- und Außendienst. Und letztlich hilft unsere Mannschaft im Marketing den Fachpartnern durch zielgenaue Unterstützung und verkaufsfördernde Maßnahmen bei der Arbeit.

Gerade für anspruchsvolle Projekte haben wir in den vergangenen Monaten viele tolle Referenzen neu hinzugewinnen können. Eine wichtige Aufgabe ist es gut ausgebildetes Fachpersonal zu finden. Insbesondere für unsere anspruchsvollen Projekte benötigen wir geschulte Experten. Hier entscheidet sich die Wettbewerbsfähigkeit und auch die nachhaltige Zukunft eines Unternehmens. Erfolg ist meiner Meinung nach davon abhängig, dass Produkte und Dienstleistungen marktgerecht, marktgerichtet und kundenspezifisch angeboten werden.

Wollen Sie sich auch im Produktbereich Aluminium mit Sonderlösungen vom Wettbewerb absetzen?

Klares ja. Genau wie bei den Kunststoff-Elementen sind auch Gayko-Alu-Elemente mit hochwertigen Ausstattungen und Sonderlösungen versehen. Das ist ja eine Differenzierung von Gayko auf dem Markt. Warum sollte das im Aluminiumsegment anders gemacht werden? Wir haben hier eine einheitliche Philosophie. Mit dem Werkstoff Aluminium sprechen wir wachsende Zielgruppen an, die in Fragen von Design und schmalen Rahmen klare Vorstellungen haben, die wir mit Sonderlösungen umsetzen können. Natürlich spielt auch hier unsere Sicherheitstechnologie SafeGA eine wichtige Rolle bei der Kundengewinnung und -bindung. Neben dem Haustürbereich werden auch Fensterelemente, Hebeschiebe-Türen (View) und Systemlösungen (Heroal) im gehobenen Segment seit gut zwei Jahren stärker nachgefragt.

Wir werden diesen Bereich weiter stärken, entwickeln und ausbauen. Gerade in den letzten Jahren sind hier sehr viele erstklassige Referenzprojekte entstanden. Aktuell haben wir für unsere Haustürserie Aluline eine neue Produktreihe, die „pure Elements“, ins Programm genommen. Deren Oberflächen sind mit hochwertigen Werkstoffen wie Holz und Keramik versehen und machen jedes Modell zu einem echten Designerstück.

Im letzten Jahr hätte eigentlich eine Feier zum 40-jährigen Jubiläum von Gayko auf dem Plan gestanden. Ist es geplant, sie in diesem Jahr nachzuholen?

Nein, das wird dieses Jahr zeitlich und auch aus präventiven Gründen noch nicht möglich sein. Wir haben aktuell viele zeitliche Ressourcen in großen Projekten. Wir wollen das Jubiläum aber im großen Rahmen 2023 nachholen. Zuerst werden in diesem Jahr die Mitarbeiter bedacht. Wir wollen das Jubiläum mit ihnen auf einem großen Sommerfest begehen. Das Firmenjubiläum wird nach Fertigstellung der neuen Logistikzentren dann gebührend als großes Jubiläum gefeiert.



„Auch Fensterelemente, Hebeschiebetüren und Systemlösungen sind im gehobenen Bereich seit gut zwei Jahren stark gefragt.“ Foto: Gayko

Übrigens haben wir auch 20-jähriges Bestehen unseres Ideencenter-Dachmarkenkonzeptes. Auch hier planen wir für das kommende Jahr Veranstaltungen und Events, um das Netzwerk zu feiern und die erfolgreiche Arbeit der vergangenen Jahre zu würdigen.

Wie hat sich die Gayko-Gruppe in den letzten Jahren entwickelt?

Qualitativ und im Umsatz sehr gut. Wir haben uns strategisch verändert und die Anzahl der Handelskunden in den vergangenen Jahren deutlich reduziert. Der Erfolg gibt uns recht. Alle Gayko-Partner entwickeln sich sehr gut. Grund für den Erfolg ist, dass wir mit unseren Partnern wirklich Hand in Hand arbeiten und gemeinsam Marktpotentiale und daraus Vermarktungsideen entwickeln. Mit unserer Wachstumsstrategie wollen wir in Zukunft weitere Fachpartner im In- und Ausland gewinnen.

Die Pandemie ist noch immer nicht überwunden. Wie sind Ihre Erwartungen für den Rest des Jahres und das Jahr 2023?

Das Jahr 2022 wird für Gayko gut. Wir haben nach wie vor einen guten Auftragsvorlauf. In den letzten Jahren wurden viele Investitionen der Verbraucher im Bereich Neubau und Renovierung getätigt. Allerdings muss sich die Bauwirtschaft nun auf Veränderungen einstellen: EZB Zinserhöhung, Inflation, hohe Preise, Unsicherheit bei der Material-Versorgung, Energie-Ausfälle bei Gas/Strom etc. Wir können noch nicht sagen, wie sich das auf den Endkunden auswirkt. Zudem könnte all das Ende des Jahres und Anfang 2023 vor allem auch die Unternehmen direkt belasten.

Gehen auch Sie davon aus, dass die Nachfrage im Neubau zurückgehen wird?

Schaut man genau, dann stellt man fest, dass sie bereits zurückgegangen ist. Ein statistisches Indiz sind die gesunkenen Baugenehmigungen. Auch Aufträge und Bauvorhaben werden bereits aufgrund der Zinserhöhung und der hohen Preisentwicklung storniert oder verschoben. Laut neuer Ifo-Zahlen liegen seit einigen Monaten die Stornierungen von Bauprojekten im zweistelligen Bereich. Bereits seit April ist diese Stornierungswelle zu beobachten. Hier müssen die Verantwortlichen in der Branche reagieren und die Politik weiter Anreize bieten, damit das politische Ziel, pro Jahr 400.000 neue

Wohnungen zu schaffen und die energetische Modernisierung für den Klimaschutz, nicht im Sande verläuft. Der Kunden muss sich das Bauen noch leisten können beziehungsweise wollen.

Würde Sie das bei Ihrer vertrieblichen Ausrichtung und der Ihrer Partner hart treffen?

Diese Entwicklung beobachten wir ja schon seit einiger Zeit und sind da auch eng im Austausch mit unseren Fachbetrieben, gerade im Hinblick auf die Anfrage- und Auftragssituation. Ich kann heute schon sagen, dass derzeit keiner unserer Fachbetriebe davon betroffen ist. Hierfür gibt es zwei Gründe. Erstens: Unsere Fachbetriebe sind vorwiegend im Renovierungsbereich und im gehobenen Neubau tätig. Und Zweitens: Unsere Fachbetriebe haben in ihren Regionen einen hohen Bekanntheitsgrad und eine hohe Empfehlungsquote.

Obwohl die Förderprogramme für den Klimaschutz reduziert wurden, sind wir als Fenster- und Haustürenhersteller vergleichsweise gut weggekommen. Die Politik erkennt den besonderen Nutzen von Fenstern und Türen für den Klimaschutz, da hier ein wertvoller Beitrag für die Energieeinsparung geleistet wird.

Es müssen auch weitere Anreize geschaffen werden. Wissen Sie, in Großstädten können sich Familien das Bauen wegen der hohen Grundstückspreise nicht mehr leisten, das führt zu weniger Neubauten. Familien ziehen immer mehr in ländliche Gegenden und nehmen Mobilität in Kauf. Sie bauen im Umland. Dort werden auch immer mehr Bestands-Immobilien gekauft und modernisiert. Auch hier werden wir mit den Fachbetrieben gezielte Absatzförderungsmaßnahmen auflegen, um die Verbraucher darüber zu informieren, dass die Gebäudehülle ein wesentliches Energie-Einsparpotential hat.

Welche Rolle spielt bei Ihren Marketing-Aktivitäten das Gayko Zentrum?

Auf der einen Seite unseres Firmengeländes steht die Produktion. Hier wird die Gayko-Qualität gefertigt und verantwortet. Und alles was darüber hinaus an Support passiert, an Markenerleben, an Produktverständnis und Vertriebsunterstützung findet im Gayko Zentrum statt. Das Gayko Zentrum ist für die Unterstützung und Schulung der Fachbetriebe und für die Sicherung unserer eigenen Qualitätsstrategie sehr wichtig. Wir legen großen Wert darauf, dass wir uns mit unseren Kunden vor Ort im direkten Kontakt austauschen. Das Gayko Zentrum ist aber nicht nur Schulungs- und Tagungsraum, es ist auch ein wichtiger Showroom, um hier Neukunden, Fachbetriebe und Endkunden unsere Produkte zu präsentieren. Fenster sind erklärungsbedürftige Produkte. Deswegen verkaufen wir auch nicht über Online-Plattformen, unsere technischen Merkmale müssen erklärt, gezeigt und verstanden werden. Von Mensch zu Mensch. Der persönliche Austausch hier ist elementar. Im Gayko Zentrum können die Produkttechniken greifbarer und vor allem anschaulich gemacht werden. Kunden erfahren den Unterschied zu herkömmlichen Techniken. Viele entscheiden sich dann automatisch, in diesen Mehrwert zu investieren. Hier werden die vielfältigen und technischen Eigenschaften unserer Fenster und Türen erlebbar, unsere Fachbetriebe sind von dem Support, den sie hier erfahren, begeistert. Im Gayko Zentrum lernen unsere Kunden, was es heißt unser Leistungsversprechen von Qualität, Dienstleistung und Beratung erfolgreich für ihre Kunden umzusetzen.



„Unser Erfolg steht und fällt mit guten Mitarbeitern. Wir werden deshalb offensiv in die Qualifizierung der Mitarbeiter investieren.“

Foto: baelemente bau

Wo wollen Sie mit Ihrem Unternehmen in der nächsten Zeit Schwerpunkte setzen?

Unser Erfolg steht und fällt mit guten Mitarbeitern. Wir werden hier offensiv in die Qualifizierung der Mitarbeiter investieren. Das ist genauso wichtig, wie die zuvor erwähnten Investitionen am Standort Wilnsdorf. Innerbetrieblich werden weitere Strukturanpassungen durchgeführt, das heißt wir werden das Prozessmanagement weiter optimieren, stärken und ausbauen.

Ich möchte die Chance nutzen, mich zu bedanken. Bedanken bei meiner Familie. Bei meinen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, einige sind schon über viele Jahre oder gar Jahrzehnte mit dabei. Und natürlich bei den Fachbetrieben, die uns und unseren Produkten seit vierzig Jahren vertrauen.

Zuerst zu meiner Familie: Es ist nicht immer selbstverständlich, dass die Begeisterung für ein Familienunternehmen von der nächsten Generation so mitgetragen wird. Meine Familie hat mich bei den Planungen und Optimierungen mit eigenen Ideen stark unterstützt. Sie sind Teil dieser neuen Strukturen und Prozesse. Meinen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen gilt der Dank der intensiven und erfolgreichen Zusammenarbeit. Die Ideen und Innovationen unserer Fenstertechnologien wurden gemeinsam erdacht und realisiert. Darauf bin ich sehr stolz. Dankbar bin ich schließlich für die Treue unserer Fachbetriebe. Ihrem starken Engagement verdanken wir, dass die Marke Gayko einen so guten Ruf im Markt hat. Sie sind Botschafter für unsere Fenster und Türen. Einige sind von Anfang an mit unserer Unternehmensgeschichte eng verbunden. Ich bin mir sicher, dass wir als gesamtes Team die Voraussetzungen geschaffen haben, um optimal im Wettbewerb zu bestehen und weiter erfolgreich zu sein.

Man sieht, wir sind bereit für die Zukunft.

Herr Gayko, wir danken Ihnen für das Gespräch! ■

www.gayko.de