

IM INTERVIEW MIT KLAUS GAYKO

„In Krisenzeiten zeigt sich der wahre Wert einer Partnerschaft!“

Klaus Gayko, der geschäftsführende Gesellschafter von Gayko Fenster-Türenwerk GmbH zeigt sich im Telefoninterview positiv, wenn man ihn auf eine vermeintlich heranziehende Absatzkrise anspricht: Seine Geschäfte laufen gut und auch für die Zukunft sieht er sein Unternehmen gut gerüstet.



Klaus Gayko, geschäftsführender Gesellschafter Gayko Fenster-Türenwerk GmbH

GLASWELT _ Herr Gayko, wie geht es Ihnen und Ihrem Unternehmen?
Klaus Gayko _ Uns geht es gut, wir sind alle gesund hier in Wilnsdorf. Ich bin jeden Tag in der Firma und wir haben einige Maßnahmen umgesetzt, um uns mit dieser Ausnahmesituation zu arrangieren.

GLASWELT _ Wie stellt sich für Sie die aktuelle Geschäftslage dar? Und wie beurteilen Sie die aktuelle Auftragslage?

Gayko _ Wir haben das letzte Jahr bereits erfolgreich abgeschlossen und sind mit einem guten Auftragspolster ins neue Jahr gestartet. Bis April konn-

ten wir gegenüber dem Vorjahr ein zweistelliges Wachstum halten. Aber das kommt auch oder vor allem durch die erfolgreiche Marktbearbeitung unserer Fachbetriebe vor Ort.

GLASWELT _ Das hört sich doch überraschend gut an – worauf führen Sie die erfreuliche Entwicklung zurück?

Gayko _ Die ersten Anzeichen einer nachlassenden Nachfrage sind im Nichtwohnungsbau – also weniger in den Bereichen, in denen wir uns engagieren. Der private Wohnungsbau läuft nach wie vor sehr gut. Außerdem ist es doch so: Die eigenen vier Wände werden deutlich wichtiger, die Menschen sind jetzt zu Hause, die Montagebetriebe können also Termine wahrnehmen, Projekte können abgeschlossen werden. Auch unsere Fachbetriebe geben uns das Feedback, dass der Auftragseingang immer noch sehr hoch ist.

GLASWELT _ Rechnen Sie für das laufende Geschäftsjahr mit einem sich abschwächenden Markt?

Gayko _ Wir stellen fest: Die Ausstellungen unserer Fachbetriebe werden jetzt weniger von denjenigen frequentiert, die keinen dringenden Sanierungswunsch hegen. Aber die, die zu uns kommen, die wollen auch wirklich etwas bestellen. Die qualitative Nachfrage ist also stabil oder sogar noch höher. Außerdem wird es in der Gesellschaft zu einem Umdenken kommen: Wie und wo wir leben, wird wieder wichtiger werden. Die Shoppingtour oder der Urlaubs-Kurztrip verlieren an Bedeutung. Ich glaube an den funktionierenden Wohnungsbau als wichtige Stütze für die Gesellschaft.

GLASWELT _ Glauben Sie, dass durch die zu erwartende Corona-Rezession der Fensterabsatz mittelfristig zurückgehen wird?

Gayko _ Wir haben in der Fensterbranche schon einige drastische Konjunkturunbrüche miterlebt und überlebt – beispielsweise der dramatische Nachfragerückgang nach dem Aufschwung Ost im Zuge der Wiedervereinigung. Natürlich müssen wir uns auf Rückschläge einstellen, aber es gibt auch Gegenargumente und Chancen – beispielsweise, dass die Menschen jetzt wieder verstärkt in ihre eigene Immobilie investieren werden. Auch an unseren Schulen und in den vielen anderen öffentlichen Gebäuden ist ein riesiges Modernisierungspotenzial vorhanden. Außerdem fehlen nach wie vor bezahlbare Mietwohnungen.

GLASWELT _ Glauben Sie an eine fortschreitende Marktkonzentration?

Gayko _ Gerade in der Krise werden es die Unternehmen schwer haben, die auf die untere Preisschiene setzen oder nur über eine dünne Kapitaldecke verfügen.

GLASWELT _ Gayko hat sich in der Vergangenheit einen Namen gemacht mit innovativen und besonders sicheren Produkten. Jetzt zeigt sich, dass die Einbruchszahlen stark rückläufig sind und auch in Corona-Zeiten die Langfinger die Lust am Einbruch verlieren. Ist Ihnen ein Verkaufsargument abhandengekommen?

Foto: Gayko



Das Gayko Hybrid-Fenster mit der Aluminium-Vorsatzschale besticht durch das exklusive Eckdesign, das an die handwerkliche Verzapfungstechnik von Holzfenstern oder -türen erinnert.

Gayko _ Das sehe ich komplett anders, denn in der Statistik sind zwar die vollzogenen Einbrüche rückläufig, aber die Einbruchversuche sind nach wie vor auf sehr hohem Niveau. Es ist also ganz wichtig, den Endkunden die Möglichkeiten der Sicherheitsaspekte zu vermitteln.

GLASWELT _ Funktioniert der Mehrwertverkauf in der Branche? Welche weiteren Mehrwert-Themen werden bei Ihnen besonders erfolgreich vermarktet?

Gayko _ Die Weiterentwicklungen und die Innovationen am Fenster werden von uns als Branche und auch über den Verband immer noch nicht hinreichend kommuniziert. Viele Endkunden wissen gar nicht, wie gravierend sich die Elemente verbessert haben und was alles mit Fenstern und Türen möglich ist. Wer kauft heute noch ein nacktes Auto ohne auf den Zubehörkatalog zuzugreifen? Beim Fenster ist es genauso: Die Möglichkeiten der Aufwertung eines nackten Fensters sind schier grenzenlos. Das ist übrigens auch unser Erfolgsrezept und wir leben nicht nur von der Sicherheitsthematik – auch das Design wird für die Endkunden immer wichtiger. So verkaufen wir sehr erfolgreich unsere EDS-Optik mit einem Anteil von über 25 Prozent. (Anm. d. Red.: EDS = Eckdesign beim Kunststofffenster, das an die handwerkliche Verzapfungstechnik von Holzfenstern erinnert, siehe Bild). Wir können auch einen immer höheren Anteil an Hebe-Schiebe-Türen verzeichnen.

GLASWELT _ Woher kommt Ihrer Meinung nach die unzureichende Vorteilskommunikation für das Produkt Fenster im Markt?

Gayko _ In Deutschland fehlen die großen Leader. Der Fenstermarkt ist auf eine Vielzahl von Herstellern zersplittert. Viele sehen nicht die Chancen und Möglichkeiten für eine werthaltige Vermarktung oder sind dazu nicht in der Lage. Das führt dazu, dass überwiegend über den Preis argumentiert wird. Ein unausweichlicher Konzentrationsprozess kann dazu führen, dass sich diese bestehende Situation aber in den nächsten Jahren ändern wird.

GLASWELT _ Schlägt jetzt in Corona-Zeiten die Stunde des Online-Vertriebs von Bauelementen? Geben Sie Ihren Fachhändlern Unterstützung in Sachen lokales Online-Marketing?

Gayko _ Der Fachbetrieb muss sich digitaler aufstellen und natürlich auch in seinem regionalen Umfeld über eine entsprechende Online-Reichweite verfügen. Wir werden unseren Fachbetrieben kreative Lösungsansätze zum Thema Fenster und Haustüren vorschlagen. Es gilt aber: Für ein gutes und erfolgreiches Verkaufs- und Beratungsgespräch brauche ich den persönlichen Kontakt zum Kunden. »

Roto NX
 Immer die richtige Entscheidung



Roto NX
 Das erneut prägende Drehkipp-Beschlagsystem jetzt auch für Holzfenster.

- fertigungsoptimiertes System für besonders montagefreundliche Verarbeitung.
- gesichertes Lüften in Kipp-Stellung mit dem TiltSafe-Fenster.
- mehr Wohnkomfort durch integrierte Spaltlüftung.
- auf Wunsch Smart Home ready mit Roto Com-Tec Funksensoren.

www.rotto-nx.com



GLASWELT – Die Fenstermontage ist – zwar eingeschränkt aber dennoch – durchführbar. Was hören Sie von Ihren Abnehmern, wie diese die Montage in den heutigen schwierigen Zeiten organisiert haben?

Gayko – Die Fachbetriebe haben sich mittlerweile auf die veränderten Umstände eingestellt. Beispielsweise starten die Monteure jetzt in kleineren Einheiten, Montagekolonnen organisieren sich zu unterschiedlichen Zeiten, sodass sich diese intern nicht mehr begegnen. Erstaunlicherweise haben wir fast keine Projekt-Verschiebungen durch diese Maßnahmen bei unseren Fachbetrieben zu verzeichnen.

GLASWELT – Ist die Corona-Krise auch eine Chance, dass der Personalaufwand in der Montage jetzt noch stärker in den Fokus gerückt wird?

Gayko – Nicht nur die Montagearbeiten sind wichtig, sondern die komplette Serviceleistung, die die Hälfte der Gesamtleistung ausmacht. Leider ist festzustellen, dass dieses Gesamtpaket häufig unter Wert verkauft wird. Als Beispielmöchte ich Ihnen hier die Beratung, das Angebot, die Projektierung, das Aufmaß, die Logistik und die Gewährleistungsthematik benennen. Es ist unsere Aufgabe, als Hersteller und auch als Fachbetrieb diesen Service deutlich zu machen und auch zu beziffern – sonst werden Fenster in Zukunft über Amazon und Co verkauft und wir sind nur noch produzierende Zulieferer. Wir dürfen uns diesen Leistungsvorsprung nicht nehmen lassen.

GLASWELT – Sie richten sich rund um Wilnsdorf auch direkt an Endkunden. Welche aktuellen Erfahrungen konnten Sie hier sammeln?

Gayko – Wir haben auch hier eine gute Resonanz, unsere Erfahrungen sind durchweg positiv. Die Endkunden, die uns besuchen, haben konkrete Kaufabsichten. Sie sind am Produkt, an der Herstellung und seinen Leistungen sehr interessiert. Unsere Mitarbeiter erkennen diese Chance und nehmen sich die Zeit, Produkte und Dienstleistung zu erläutern – mit Erfolg.

GLASWELT – Ihre Produktion in Wilnsdorf wurde jetzt auf einen 2-Schicht-Betrieb umgestellt?

Gayko – Wir haben schon vor der Krise in der Fertigung und Logistik aufgrund der guten wirtschaftlichen Situation Personal aufgestockt. Als der Lockdown begann, konnten wir schnell auf den 2-Schicht-Betrieb umstellen. Der Aufbau der Personaldecke kommt uns also bei der Umstellung zugute: Unsere Produktionszahlen haben sich entsprechend erhöht. Dennoch sind wir auch in der Lage, gegebenenfalls flexibel auf eine neue Marktsituation zu reagieren.

GLASWELT – Gibt es Präferenzen innerhalb der Belegschaft bei den Schichtmodellen?

Gayko – Die Frühschicht wird eigentlich bevorzugt. Aber dadurch, dass jetzt auch viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Hause die Kinder-Betreuung organisieren müssen, gibt es ebenso viele Mitarbeiter oder Mitarbeiterinnen, die die Spätschicht bevorzugen. Wir sehen also ein Umdenken, das sich vielleicht auch über die Krisenzeiten hinweg auswirken kann.

GLASWELT – Sie hatten demnach auch keine Produktionsausfälle zu verzeichnen und waren immer voll lieferfähig?



Foto: Daniel Mund / GLASWELT

Hochmoderne Fensterproduktion auf 22 000 m² in Wilnsdorf. In den letzten Jahren wurde viel in die Fensterproduktionstechnik investiert. Aktuell wurde auf einen 2-Schicht-Betrieb umgestellt.

Gayko – Das ist ein weiterer wichtiger Aspekt, den Sie ansprechen. Es kommen zu uns Neu- und Bestandskunden, denen die Lieferanten anderer Produktsegmente aus dem Ausland ausgefallen sind. Wir konnten einspringen und diese Kunden noch enger an uns binden. In Krisenzeiten zeigt sich schließlich der wahre Wert einer Partnerschaft. Übrigens gilt das auch für unsere Zulieferer: Diese haben uns in keiner Phase enttäuscht und sind immer voll lieferfähig.

GLASWELT – Apropos Zulieferer: Wie zufrieden sind Sie mit der Performance Ihrer produktbestimmenden Systemlieferanten?

Gayko – Wir sind froh, dass wir mit den bedeutendsten Systemlieferanten der Branche zusammenarbeiten und sind im engen Austausch mit den Entwicklungsabteilungen der angesprochenen Häuser. Auch wir als Hersteller machen uns Gedanken um Alleinstellungsmerkmale. Das war uns in der Vergangenheit immer wichtig und da werden Sie in nächster Zeit sicher noch mehr von uns hören. Schließlich haben wir bei Gayko das Kunststofffenster nicht erfunden, aber wir haben das Beste daraus gemacht.

Und diesem Motto wollen wir auch in Zukunft gerecht werden. Wir müssen dem Fenster eine Wertigkeit geben und diese auch kommunizieren. Das gilt übrigens nicht nur für uns, sondern für viele andere Fensterbauer in Deutschland auch. Wichtig ist doch, dass wir nicht über den Preis argumentieren, sondern über tolle, sehr schöne und anspruchsvolle Fenster und Türen. Wie wollen wir denn sonst weiter ausbilden und gute Leute für unsere Branche gewinnen?

Ich kann doch nur Qualität erzeugen, wenn ich auch Qualität bezahle.

GLASWELT – Ein schönes Schlusswort, Herr Gayko. Vielen Dank für das Gespräch!

Das Interview führte Chefredakteur Daniel Mund per Telefon am 6. Mai.

Wir sind stolz auf unsere engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erfolgreichen Kunden.

KREMER GMBH

EPDM-Profile filigran und passgenau

Oft unsichtbar und nicht selten nur wenige Millimeter groß oder robust und mit aufwändigen Querschnitten – sie erfüllen im täglichen Leben meist unscheinbar ihre Aufgaben: EPDM-Profile. Egal, ob in meterhohen Fassaden, an Glaswänden oder in der Tür- und Tortechnik – die Anforderungen an die Dichtungstechnik steigen einerseits in Punkto Passgenauigkeit und Lebensdauer. Andererseits soll der Werkstoffeinsatz geringer, die Weiterverarbeitung effizienter und die Lieferzeit kürzer werden. Aufgabenstellungen mit denen sich Kremer Tag für Tag befasst und auf die sich das Profil-Expertenteam eingestellt hat.

Die Fertigungsspezialisten haben in den letzten Jahren mehr als 3000 verschiedene Profilquerschnitte konzipiert und gefertigt. Auf der Website des Unternehmens gibt es eine optimierte Profil-Datenbank. Darin finden sich die gängigsten rund dreihundert Querschnitte: Bebildert, mit Abmessungen versehen und nach Dichtungsart sortiert. So können sich Einkäufer schnell einen Überblick verschaffen und bei Bedarf zielgerichtet über die spezifische fünfstellige Produktnummer anfragen. Von Glasauflageprofilen über Keildichtungen bis hin zu U-Profilen ist hier alles vorhanden (kremer-tec.de/profil.html#profilquerschnitte).

So vielfältig wie der Werkstoff – von EPDM, Silikon, über Moosgummi bis hin zu Profilen aus TPE ist nahezu alles möglich – sind auch die Funktionsweisen: Profile dienen beispielsweise als temperaturbeständige Dichtungen für Glasfassaden. Auch bei Gewächshäusern und Wintergärten kommen Profile zum Einsatz, die eine hohe Witterungsbeständigkeit aufweisen müssen.

Spezielle, auf den Einsatzfall zugeschnittene, EPDM-Profile werden bei Kremer individuell nach Zeichnung und Kundendatei gefertigt. Das Material eignet sich aufgrund seiner Eigenschaften hervorragend für den Einsatz im Außenbereich, da es unempfindlich gegenüber Wärme, UV-Strahlung und Regenwasser ist. Durch seine hohe Elastizität und gute elektrische Isolier Eigenschaften schlägt der Werkstoff mehrere Fliegen mit einer Klappe.

Kremer bietet Profile als endlose Meterware, geschlossene Ringe, Abschnitte oder eckenvulkanisierte Rahmendichtungen – als auch der Ausführung nach als Hohlkammer-, Massiv- oder Moosgummiprofil. Je nach Anforderung sind auch Mischformen mit mehrkomponentigen Werkstoffen möglich. Die Proflexperten schöpfen aus einem hohen Erfahrungswissen und beraten umfassend und projektbezogen. Dabei gibt es nur ein Ziel: Das Profil muss die Anforderungen in jeder Hinsicht perfekt erfüllen.

Bevor es nach der Festlegung des passenden Profils in die Serienfertigung geht, kann die Funktionalität via Rapid Prototyping co-entwickelt werden. Anhand eines gedruckten oder wasserstrahlgeschnittenen Profilschnitts werden Geometrien detailgenau abgestimmt und so im Vorhinein ohne hohe Kosten oder viel Zeitaufwand optimiert dargestellt.

Im Bereich der Serienfertigung – speziell bei großen Glasflächen und Fensterfronten – können bei Kremer zudem komplette Elastomer-Profilrahmen mit Rahmeneckvulkanisation hergestellt werden.

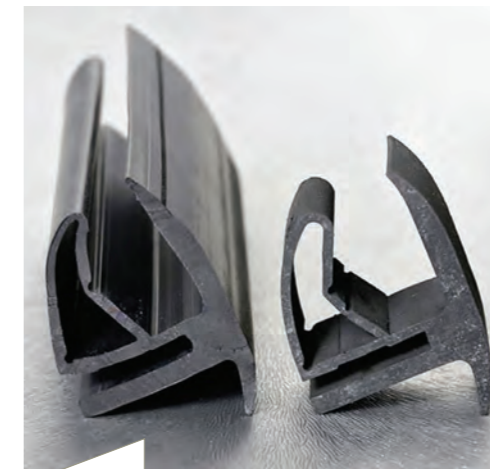


Foto: Kremer GmbH

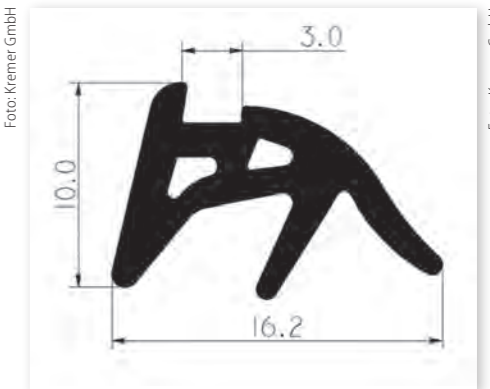


Foto: Kremer GmbH

Bevor es in die Serienfertigung geht, kann die Funktionalität am Prototyp untersucht werden.

Die Fertigungsspezialisten haben in den letzten Jahren mehr als 3000 verschiedene Profilquerschnitte konzipiert und gefertigt.

Anzeige



Barrierefreie Eleganz

Die Magnet-Nullschwelle von ALUMAT: So elegant kann Barrierefreiheit bei Haus-, Balkon- und Terrassentüren aussehen.

- ✓ Schwellenlos nach DIN 18040
- ✓ Passivhauszertifiziert
- ✓ Integrierte Entwässerung ohne vorgesezte Rinne
- ✓ Inkl. Einbruchschutz, Schallschutz bis 46 dB und Schlagregensicherheit bis Orkanstärke
- ✓ 20 Jahre Garantie auf Magnetzugkraft

www.kremer-tec.de