

*Gestern Insidertipp, heute solides Wachstum:*

## Wer ist GYS?

**Bruno Bouygues, geschäftsführender Gesellschafter der GYS Gruppe, erwartet für 2009 in West Europa besondere unternehmerische Herausforderungen, gleichzeitig sieht er große Chancen: „Bei nachlassender Konjunktur und knappem Geld werden unsere Händler die Marke GYS noch mehr zu schätzen wissen. Unsere Niedrigpreis-Positionierung wird dem Handel nicht nur helfen Umsätze mit ihren Abnehmern stabil zu halten, sie wird darüber hinaus jene neue Kunden überzeugen, die drei Mal überlegen bevor sie ein teures Premiumpreisprodukt kaufen.“ F+K sprach mit dem dynamischen jungen Manager.**

**FK** Könnten Sie GYS bitte kurz vorstellen?

**Bouygues:** 1964 wurde GYS als Produzent von Transformatoren gegründet. Auf die Veränderungen in einem dynamischen Markt reagierte GYS Anfang der 70er Jahre mit Diversifikation in Kfz-Batterieladegeräte. Später gegen Ende der 80er entstanden die ersten konventionellen GYS Schweißgeräte. In der ersten Hälfte der 90er wechselten mehrfach die Besitzverhältnisse, was zu einer Verlangsamung des Firmenwachstums führte. Inzwischen besaßen die robusten Marken-Produkte jedoch eine treue Anhängerschaft ganz besonders in landwirtschaftlichen Betrieben und in zahlreichen Kfz-Werkstätten.

GYs wurde 1997 von meinem Vater erworben. Als Ingenieur begeisterte er sich für diesen kleinen Hersteller. Die damals 40 Mitarbeiter konzentrierten sich hauptsächlich auf Konstruktion und Fertigmontage. In den vorausgegangenen 10 Jahren wurde seitens der Vorbesitzer kaum noch investiert. Mit unserem Neustart begann eine vier bis fünf Jahre anhaltende Reorganisation, wobei insbesondere die Produktneuentwicklung stark vorangetrieben wurde. GYS begann wieder zu wachsen. In dieser Phase trat ich nach Abschluss meines Studiums und einem Auslandsaufenthalt dem Unternehmen bei. Seit diesem Neubeginn fokussieren wir uns darauf technisch anspruchsvolle Pro-

dukte herzustellen. Gleichzeitig haben wir die Fertigungsstätte in Laval ständig modernisiert und auf heute 16.500 Quadratmeter erweitert. Inzwischen werden frühere Fremdbezüge nahezu ausnahmslos im eigenen Hause produziert. Dank der deutlich gestiegenen Stückzahlen konnten wir die betrieblichen Abläufe intensiv automatisieren. Das sowie die beträchtlichen Investitionen der letzten elf Jahre führen heute zu erheblich niedrigeren Fertigungskosten. Diesen Vorteil geben wir an unsere Kunden weiter.

Heute ist GYS eine europäische Gruppe, die über 350 Mitarbeiter in Frankreich, Deutschland, Großbritannien und China beschäftigt. Wir verkaufen mehr als 700 Artikel in drei Produktbereichen – Lichtbogenschweißgeräte, Kfz-Batterieservicegeräte und Karosserie-Reparatursysteme. In den letzten zwölf Monaten haben wir ca. 250.000 Einheiten hergestellt.

**FK** Wodurch unterscheiden Sie sich? Worin liegt Ihr Wettbewerbsvorteil?

**Bouygues:** GYS ist bestrebt, Produkte von höchster Qualität und höchstem technischen Niveau äußerst preiswert anzubieten. Wir kultivieren diesen Anspruch auf jeder Organisationsebene und sehen in der gelungenen Umsetzung unseren Wettbewerbsvorteil. Dabei achten wir auf jedes Detail und alle Betriebskosten.



Weil der Produktpreis im Mittelpunkt unserer Geschäftsidee steht, recherchieren wir bei GYS sehr sorgfältig, bevor wir mit der Herstellung beginnen. Nachdem alle gewünschten Gerätefunktionen und konstruktiven Merkmale in einem Lastenheft festgehalten worden sind, übernimmt ein Produktentwickler-Team das Projekt. Bei optimaler Nutzung der modernen GYS Fertigungsverfahren entstehen preisgünstige Produkte unter Hightech-Aspekten. Zugute kommen dem Produktpreis wiederum die Möglichkeiten unserer Einkäufer, die angesichts einer viertel Million Einheiten jährlich auf die leistungsfähigsten und preiswertesten Lieferanten zugreifen können.

Forschung und Entwicklung hat bei uns zentrale Bedeutung. Das Know-how der 27 angestellten Produktentwickler wird ständig durch externes Beraterwissen ergänzt. Um die Prozesse zu beschleunigen und diesen Fachleuten beste Arbeitsverhältnisse zu bieten, werden wir in 2009 ein neues F+E Center einweihen. Darin können mehr als 40 Experten unter modernsten Bedingungen forschen.

**FK** Wodurch unterscheidet sich GYS in Frankreich und Deutschland?

**Bouygues:** GYS konnte sich in über 40 Jahren in Frankreich einen Namen machen. Die Niederlassung in Deutschland besteht Ende 2008 erst seit zwei vollen Geschäftsjahren. Der Bekanntheitsgrad ist also völlig unterschiedlich. In Frankreich sind wir Marktführer in verschiedenen Produktsegmenten. In Deutschland und Österreich sind wir ein noch kleiner, aber schnell wachsender neuer Wettbewerber.

In Frankreich kennt die Branche GYS als jungen, dynamischen und sehr innova-



**Gyspot Evolution**  
**PTI: Wassergekühlte Inverter**  
**Punktschweißanlage**  
**mit Transformatorzangen-Technologie**  
**400 V, 3-ph**



**Batium 25-24 Automatisches**  
**Batterieladegerät für 35-350 Ah Kfz-Batterien**  
**und 35-180 Ah Traktionsbatterien**

KAROSSERIE- UND FAHRZEUGBAU

**Duogys: MIG/MAG Universal-**  
**Schweißmaschine 400 V, 3-ph**



tiven Gerätehersteller. Die Schlüsselkunden, die unseren Betrieb im Laufe der letzten Jahre besuchten und sich davon überzeugen konnten, wie wir äußerst wirtschaftliche und moderne Fertigungsmethoden einsetzen, wurden unsere besten Botschafter. Aufgrund der großen räumlichen Entfernung können wir diesen Vorteil in Deutschland leider nicht nutzen. Um das Vertrauen in den deutschsprachigen Märkten zu stärken, ließen wir unseren Betrieb inzwischen auch vom TÜV zertifizieren. Vor zwei Jahren haben wir außerdem mit der Einführung eines „Total Quality Managements“ begonnen. Ich bin zuversichtlich, dass diese Bemühungen von unseren Händlern wahrgenommen werden. In Deutschland beschäftigen wir kurz vor Ablauf des zweiten Geschäftsjahres 21 Mitarbeiter. Ein sprachlich angepasstes ERP IT-System für die ständige online-Verbindung mit den Abteilungen im französischen Mutterhaus wurde installiert. Den GYS-Händlern stehen Kundendienstmitarbeiter, die bei uns Frankreich ausgebildet wurden, zur Seite. Die technischen Dokumentation wurden fast vollständig übersetzt, und wir sind heute in den meisten Punkten unserem langfristigen Geschäftsplan sogar etwas voraus. Vor Gründung der Niederlassung haben wir nämlich einen detaillierten Acht-Jahres-Strategie- und Investitionsplan festgelegt. Ich glaube, dass nach mehr als zweijähriger Zusammenarbeit und Präsenz

unsere Händler bemerkt haben, dass GYS in Deutschland erheblich investiert und aktiv ist. Vertrauen ist auch in unserem Geschäft die wichtigste Voraussetzung. Mit Freude stellen wir heute fest, dass die deutschen und österreichischen Kunden unserer Marke immer mehr Vertrauen schenken. Damit wird unsere wichtige Wachstumsplattform in Deutschland ganz bestimmt in 2009 einmal mehr gestärkt.

**EK** Am Konjunkturhimmel tauchen dunkle Wolken auf. Wie schätzen Sie die Auswirkungen ein? Welcher Effekt wird sich für GYS Deutschland ergeben?

**Bouygues:** Als Familienunternehmen sind wir immer sehr um die Schaffung von Wachstumsvoraussetzungen und damit Arbeitsplatzstabilität für das Folgejahr bemüht. In 2008 haben wir viele neue Produkte auf den Markt gebracht und mit neuen Importeuren in verschiedenen Exportmärkten Verträge abgeschlossen. Wir hoffen, dass diese Strategie sich in 2009 auszahlt, aber unter den gegenwärtigen Voraussetzungen lassen sich Prognosen nur schwer abgeben. Fest steht aber: Wir können und werden auf Marktveränderungen schnell reagieren.

Auch wenn wir jetzt vor großen Herausforderungen stehen, bleibe ich optimistisch. Alle exportorientierten Hersteller werden auch zukünftig angesichts eines enormen Bedarfs in den „Emerging Markets“ ihre Chancen wahrnehmen. In Westeuropa beginnen einige Märkte abzuflauen, wir aber konnten bis heute dennoch weiterwachsen. Den Grund sehe ich in unserer sehr günstigen Preisstellung für eine solide Qualität. Wichtig ist, dass unsere Händler besonders in schwierigen Zeiten in 2009 mit GYS „bezahlbare“ Markenprodukte an sehr preisbewusste Käufer anbieten können.

Ich bin kein großer Kenner der Verhältnisse in Deutschland und Österreich, aber es bedarf nicht viel, um voraussagen, dass es nach einer Phase guten Wachstums jetzt auch hier in 2009 viel



härter wird. Unter diesen Umständen wird der günstige Preis eine besondere Rolle spielen. So gesehen, werden wir uns also noch stärker von so manchen Mitbewerbern unterscheiden.

**EK** Was sind Ihre nächsten Ziele?

**Bouygues:** In wichtigen Bereichen der Schweißtechnik sehen wir auch zukünftig unsere Kernkompetenz. In den kommenden Monaten werden wir einige laufende Projekte abschließen und unsere regionale Marktpräsenz in Europa verbessern.

In Deutschland wollen wir unseren Händlern eine noch intensivere Unterstützung anbieten. Das heißt, unsere Marketinghilfen werden ausgebaut und wir werden kontinuierlich unser Verkauferteam verstärken.

GYS ist ein gesundes Unternehmen. Unter den aktuellen und kommenden Marktverhältnissen ist vieles denkbar. Vielleicht ergeben sich für GYS ganz neue, überraschende Wachstumschancen. Dabei will ich den Erwerb eines Unternehmens innerhalb unserer Branche nicht ausschließen – ganz besonders, wenn sich dieses in Deutschland befindet. ■

Vielen Dank.

