

## „Wir haben keine Angst vor den Chinesen“

Die Festool GmbH in Wendlingen wächst gegen den Trend

*Der Druck von Billigangeboten aus China macht den Herstellern von Elektrowerkzeugen zu schaffen. Auf dem vorwiegend von Großkonzernen beherrschten Weltmarkt behauptet sich aber ein schwäbischer Zwerg: Festool.*

Von Ulrich Schreyer

Bosch verlangt von seinen Mitarbeitern in Leinfelden-Echterdingen finanzielle Zugeständnisse, ebenso Metabo in Nürtingen. Runter mit den Kosten, lautet die Devise bei den Herstellern von Elektrowerkzeugen. Nur durch kräftige Kostensenkungen, so die geläufige Meinung in der Branche, könne dem Billigwettbewerb aus China Paroli geboten werden. Doch ein kleiner Mitspieler auf dem hart umkämpften Markt geht andere Wege.

„Wir haben keine Angst vor den Chinesen“, sagt Michael Bayer, Mitglied der Geschäftsleitung bei der Festool GmbH in Wendlingen. Das erst vor wenigen Jahren aus der Esslinger Festo-Gruppe herausgelöste Unternehmen hat sich auf einem schrumpfenden Markt nicht nur behauptet, sondern Umsatz und Mitarbeiterzahl sogar gesteigert. Als die Erben Festo in den in Esslingen tätigen Pneumatikhersteller Festo AG und die Festool GmbH aufteilten, beschäftigte Festool 500 Mitarbeiter und setzte 130 Millionen Euro um. Inzwischen werden in der Wendlinger Zentrale und dem Werk im nahen Neidlingen 580 Mitarbeiter beschäftigt, der Umsatz lag 2003 bei 173 Millionen Euro. 2004 soll der Aufwärtstrend mit einer Umsatzsteigerung um 15 Prozent fortgesetzt werden.

„Mit der Trennung von Festo wurde die Internationalisierung konsequent vorangetrieben“, sagt Bayer. Inzwischen liegt der Exportanteil bei 75 Prozent. Frankreich, Spanien und Italien sind wichtige Exportmärkte. Exportiert wird auch nach China, wo Elektrowerkzeuge an Autohersteller verkauft werden. Wachstum gibt es aber auch in Deutschland – obwohl der Markt dort in den letzten Jahren zweistellig schrumpfte. „Man kann

versuchen, wie Aldi Billigangebote zu machen, dann muss man im Fernen Osten produzieren“, meint Bayer. „aber wir sind mit die teuersten am Markt.“ Festool sei technisch führend und könne deshalb auch in Deutschland produzieren. Neidlingen ist der einzige Produktionsstandort, sieht man von einem kleineren Werk in Tschechien ab, wo eine Schwestergesellschaft besonders schwere Elektrowerkzeuge herstellt. Auch künftig will Festool nur in Deutschland produzieren.

Doch gerade weil man nur an Handwerker wie Schreiner, Innenausbauer, Maler und Autowerkstätten liefert, kann man sich solches offenbar auch leisten – und braucht keine Angst vor den Angeboten aus dem Reich der Mitte zu haben. Für Handwerker, so Bayer, ist der Preis eines Elektrowerkzeuges weit weniger entscheidend als für private Hobbybastler. „Die Schrauben, das Holz und was sie sonst noch regelmäßig brauchen, vor allem aber die Arbeitszeit, das ist alles weit teurer. Und ganz besonders teuer wird es, wenn ein Gerät auf der Baustelle ausfällt“, sagt Bayer. Dort, wo die Angebote billig sein müssen, etwa in Baumärkten, will Festool nichts verkaufen. „Wir verkaufen nicht über den Preis“, sagt Bayer. Der Stuttgarter Werkzeughändler Hahn & Kolb hat versucht, auch Festool-Werkzeuge über den Preis zu verkaufen. Konsequenz: die Zusammenarbeit wurde beendet. Die Wendlinger bieten ihre Geräte nur über den Fachhandel an.

Und noch eines unterscheidet das Unternehmen von so manchem Mitbewerber: Was Festool produziert, erhält auch ein Festool-Etikett. Einen Bohrer aus Neidlingen unter fremdem Namen verkaufen zu müssen, das scheut der Marketingleiter Ulrich Weidle wie der Teufel das Weihwasser. Da man glaubt, besonders gute Geräte herzustellen, gibt man auch eine relativ lange Garantie – nicht nur um den Handwerkern zu helfen. Wer seinen Garantieschein einschickt, liefert gleich auch die eigene Adresse mit und kommt in die Kundenkartei. Dies hilft Festool, Handwerker nach Wendlingen einladen zu können, wo sie an neuen Geräten geschult werden. Diese



Schreinereien gehören zu den wichtigsten Kunden für die Elektrowerkzeuge von Festool.

Foto Festool

dien dem Unternehmen auch als Versuchskaninchen: Jedes neue Elektrowerkzeug wird etlichen Handwerkern zur Erprobung überlassen. „Es gibt fast kein Gerät, das nach der Erprobung bei den Handwerkern nicht noch verbessert wird, bevor es in Serie geht“, sagt der Marketingchef.

An ihren Maschinen zur Herstellung von Elektrogeräten arbeiten die Mitarbeiter des Unternehmens 35 Stunden in der Woche. Dies ist die Regelarbeitszeit. Wer mehr tut, bekommt auch mehr und wird am Erfolg des Unternehmens beteiligt, ähnlich wie wenn er etwa entsprechende Anteilscheine hätte. Der Betriebsrat, so berichtet Bayer, spiele mit bei dieser Investition von Zeit in das Unternehmen. Zudem wurde die Arbeit, etwa

durch eine Reduzierung der Durchlaufzeiten und eine schnellere Umrüstung der Maschinen effektiver gemacht. „Wir haben das Werk in Neidlingen in den letzten Jahren auf den Kopf gestellt“, berichtet Bayer.

„Es ist doch kein Naturgesetz, dass Arbeitsplätze in Deutschland geopfert werden müssen“, meint das Geschäftsführungsmitglied zu Diskussionen, wie es sie etwa bei Bosch oder Metabo gab. Die Wettbewerber des schwäbischen Zwergs sind oftmals weit größer: Mit einem Umsatz von sieben Milliarden Euro ist der US-Konzern unangefochtener Weltmarktführer, auch Bosch und der chinesische Techntronic-Konzern machen Milliardenengeschäfte mit ihren Elektrowerkzeugen, selbst Metabo liegt mit 380 Millionen

Euro Umsatz noch weit vor Festool. Dass die gesamte Branche unter Druck steht, zeigen nicht nur die Billigangebote: Erst Ende August übernahm Techntronic AEG-Elektrowerkzeuge in Winnenden von der schwedischen Atlas-Copco-Gruppe.

Natürlich ist das in Wendlingen so oft gehörte Bekenntnis zur Eigenständigkeit und zum Standort Deutschland nicht nur Ausfluss reiner Heimatliebe: „Der Ertrag muss natürlich auch bei uns stimmen“, sagt Bayer. Ziel ist eine Umsatzrendite von 5,5 Prozent vor Steuern – ein durchaus realistisches Ziel. „Wir bleiben in Deutschland“, heißt es immer wieder. „Das Wissen der Mitarbeiter ist unser wichtigstes Kapital“, sagt Bayer. „Das finden wir anderswo so nicht.“