



Die Bachl Firmengruppe aus dem niederbayerischen Röhrenbach hat zum 1. Mai 2020 den insolventen Fensterhersteller Bayerwald® aus Neukirchen vorm Wald übernommen. Mit Michael Küblbeck, Geschäftsführer der Karl Bachl GmbH & Co. KG, sprachen wir über die Beweggründe für die Übernahme. Zudem konnten wir erfahren, welche Ziele sich damit verknüpfen und in welcher Form die beiden Unternehmen künftig im Markt agieren werden.

**Herr Küblbeck, könnten Sie unseren Lesern einen kurzen Überblick über die Bachl-Unternehmensgruppe geben?**

Das Unternehmen Bachl wurde im Jahr 1926 in Deching bei Röhrenbach gegründet und fand seine Anfänge in einer Ziegelei, die es heute allerdings nicht mehr gibt. Durch stetiges Wachstum und unternehmerisches Engagement der Unternehmerfamilie Bachl umfasst das Leistungsspektrum der Firmengruppe mittlerweile die Bereiche Baustoffherzeugung, Dämmstoffe, Kunststoffe, Bauelemente und zahlreiche Baudienstleistungen im Hoch- und Tiefbau. Vor der Übernahme von Bayerwald® beschäftigten wir bereits gut 2.300 Mitarbeiter im In- und Ausland, denn neben zahlreichen deutschen Standorten haben wir auch Werke und Handelsniederlassungen in Tschechien, Ungarn, Österreich, Italien, Polen, Rumänien und Kroatien.

**Was hat den Ausschlag für die Entscheidung gegeben, das Unternehmen Bayerwald® zu übernehmen?**

Hier gab es mehrere Gründe. Zum einen gibt es in der Unternehmensgruppe bereits ein Fenster- und Türenwerk, welches Bauelemente aus Kunststoff und Aluminium herstellt. Für einen Branchenkenner wie uns war die Übernahme von Bayerwald® eine Chance, unsere Marktposition in diesem Bereich signifikant auszubauen und zugleich unser Produktportfolio um Fenster und Haustüren als Holz und Holz-Alu zu erweitern. Zum anderen war natürlich auch die Marke Bayerwald® für uns äußerst attraktiv, zumal sie für Zuverlässigkeit, Qualität und Tradition steht und überregionale Bekanntheit genießt.

**Haben dabei auch Aspekte wie soziale Verantwortung und regionale Verbundenheit eine Rolle gespielt? Schließlich ging es ja um 380 Arbeitsplätze.**

Bachl und Bayerwald® sind beides Traditionsunternehmen aus dem Bayerischen Wald und befinden sich in unmittelbarer Nachbarschaft. Neben allen wirtschaftlichen und strategisch-unternehmerischen Entscheidungen spielte auch die sozial-regionale Komponente eine große Rolle bei der Übernahme. Eine gesunde Heimatwirtschaft

bb im Gespräch mit Michael Küblbeck,  
Geschäftsführer der Karl Bachl GmbH & Co. KG

## „Mit Bayerwald® bauen wir unsere Marktposition aus“

Michael Küblbeck,  
Geschäftsführer der Karl Bachl GmbH & Co. KG.  
Foto: Bachl

bedeutet für uns auch, dass langfristig Arbeitsplätze in der Region gesichert werden.

**Wie ist denn der aktuelle Stand des Insolvenzverfahrens?**

Hierzu können wir selbst keine Aussage treffen. Bitte wenden Sie sich bei Fragen an den zuständigen Insolvenzverwalter Dr. Hubert Ampferl von der Kanzlei Dr. Beck & Partner.

**Ist der Zukauf von weiteren Fensterbau-Unternehmen für die Bachl-Gruppe eine Option, um das Fenster- und Türenssegment weiter auszubauen?**

Die Bachl-Gruppe ist im Laufe der vergangenen Jahre sowohl organisch als auch anorganisch stark gewachsen. Grundsätzlich sind wir offen für weiteres Wachstum, allerdings ist es schwer, eine Aussage zu treffen, in welchem Bereich das aufgrund unserer Vielschichtigkeit sein könnte. Für den Moment gilt es, das neue Mitglied Bayerwald® vollständig und nachhaltig in die Firmengruppe zu integrieren. Erst dann können wir uns wieder neuen Aufgaben widmen.

**Bayerwald® vertreibt seine Produkte über den Handel, zudem ist die BayWa ein wichtiger Großkunde. Welches Vertriebskonzept verfolgt die Karl Bachl Fenster- und Türenwerk GmbH & Co. KG?**

Für das Karl Bachl Fenster- und Türenwerk ist der Fachhandel ebenfalls ein sehr wichtiger Kunde. Allerdings sind wir dort im Gegensatz zu Bayerwald® auch sehr stark im Objektgeschäft tätig.

**Was ändert sich für die Bayerwald®-Händler mit der Übernahme durch Bachl? Bleibt es bei getrennten Vertriebsorganisationen?**

Im Grunde ändert sich durch die Übernahme für die Händler nichts. Es bleibt bei den getrennten Vertriebsorganisationen, was wiederum heißt, dass die Ansprechpartner von unseren Vertriebsmannschaften dieselben bleiben und damit für eine aus Kundensicht wichtige Kontinuität sorgen.

**Die beiden Unternehmen liegen keine 40 Kilometer voneinander entfernt und bieten eine vergleichbare Produktpalette. Wie soll ein gruppeninterner Wettbewerb verhindert werden?**

Durch eine unterschiedliche Positionierung der Produkte. Bayerwald® vertreibt Kunststoff-, Holz- und Holz-Alu-Fenster sowie Haustüren an den Baustoff-Fachhandel im Premiumbereich. Bachl deckt zwar auch den Kunststoffbereich ab, produziert aber darüber hinaus auch Bauelemente aus Kunststoff-Aluminium sowie

rein aus Aluminium. Ebenso werden über Bachl Großprojekte in den Segmenten Kunststoff und Aluminium abgewickelt.

### **Welche Pläne haben Sie, um eine gegenseitige Ergänzung der beiden Werke möglich zu machen?**

Auch wenn es Unterschiede im Produktportfolio gibt, so können wir dennoch sowohl in der Produktion als auch in der Organisationsstruktur Synergien nutzen und Erfahrungen sowie Know-how zwischen den beiden Werken austauschen. Dadurch können Produktionsabläufe optimiert werden.

### **Synergien. Ein Wort, das bei Übernahmen in der Regel fällt. Planen Sie hierzu die Vereinheitlichung des Profil- und Beschlagsortimentes?**

Gerade durch die genannte Differenzierung bei den Profilen und Beschlägen grenzen sich die beiden Firmen voneinander ab und ermöglichen es so, unterschiedliche Segmente zu bedienen.

### **Ist geplant, bestimmte Abteilungen wie zum Beispiel Marketing und Kommunikation zusammenzulegen?**

Die Abteilung Marketing und Kommunikation wird bei Bachl grundsätzlich zentral von der Holding aus gesteuert und es erfolgt eine sektorale Aufgabenverteilung. Mit den Marketing-Mitarbeitern von Bayerwald® haben wir wertvolle Kompetenzen im Bereich Bauelemente dazugewonnen, die wir auch für das Bachl-Fensterwerk nutzen wollen.

### **Welche anderen Möglichkeiten der Kosteneinsparung wollen Sie ausschöpfen?**

Durch die Größe und Vielschichtigkeit der Firmengruppe Bachl ergeben sich auch in den Bereichen Einkauf und Logistik Ansatzpunkte der Zusammenarbeit, aus denen sich strategische Kostenvorteile ziehen lassen.

### **Bayerwald® ist es gelungen, sich im süddeutschen Raum als Marke zu etablieren. Kann daher davon ausgegangen werden, dass die Marke erhalten bleibt?**

Wie bereits zuvor erwähnt, ist für uns die Marke Bayerwald® äußerst wertvoll und steht seit mittlerweile genau 100 Jahren für Tradition und Qualität aus dem Bayerischen Wald. Diese Marke gilt es deshalb in jedem Falle zu erhalten und die positiven Assoziationen, die damit verbunden sind, wieder in das Bewusstsein der Kunden zu rücken. Die Marke wurde von der Gründerfamilie Altenbuchinger aufgebaut und etabliert und viele Menschen haben noch heute die Melodie der einstigen Radiowerbung im Kopf.

### **Soll das Vertriebsgebiet weiter ausgebaut werden?**

Nein, für beide Unternehmen bleiben die jeweiligen Vertriebsgebiete bestehen.

### **Bei Bayerwald® waren umfangreiche Investitionen geplant, um die Kunststoff- als auch die Holzfenster-Fertigung zu modernisieren. Wie ist da der Stand der Dinge? Welche Maßnahmen sollen in der nächsten Zeit noch umgesetzt werden?**

Grundsätzlich ist es für jede Produktion wichtig, dass sie sich auf dem aktuellen Stand befindet. In der Holzfensterproduktion wurden beispielsweise bereits Investitionen ausgelöst.

Herr Küblbeck, wir danken Ihnen herzlich für das Gespräch! ■

[www.bachl.de](http://www.bachl.de)

[www.bayerwald-fenster-tueren.de](http://www.bayerwald-fenster-tueren.de)

Anzeige