

Erfolg durch Stärkung von Produktion und Vertrieb

EUROSUN – die Sonnenschutzqualitätsmarke – ist seit 2017 Teil der oberösterreichischen Scheuringer-Gruppe und damit Schwesterunternehmen von Josko Fenster und Türen. Ein Schachzug, der sich nicht nur für EUROSUN selbst, sondern auch für die Firmengruppe bereits gelohnt hat. 2018 verzeichnete EUROSUN mit 25 Millionen Euro den höchsten Umsatz der Firmengeschichte. Kontinuierliche und überlegte Investitionen in Produkte, Personal und Prozesse sollen den Erfolgsweg langfristig sichern.

Als sich CEO und Firmeninhaber Johann Scheuringer im September 2017 entschied, EUROSUN vollständig in die Scheuringer Firmengruppe, die familiengeführt in der zweiten Generation existiert, zu übernehmen, hatte er eine klare Vision vor Augen: Die Weiterentwicklung von EUROSUN und die Stärkung der Gruppe als Komplettanbieter für Fenster und Sonnenschutz. Ein Schritt in die richtige Richtung: Das Sonnenschutz-Unternehmen wuchs im letzten Jahr 2018 um knapp 10 % gegenüber 2017 auf 25 Millionen Euro. Neben Geschäftsführer Thomas Litzlbauer, der auch beim Schwesterunternehmen Josko als CFO tätig ist, zeichnet vor allem Vertriebsleiter Patrick Schiller, seit 2013 bei EUROSUN, für die erfolgreiche Wachstumsstrategie verantwortlich.

Der Erfolg liegt, so Schiller, vor allem auch daran, dass Produkte und Prozesse kontinuierlich überprüft und angepasst werden. So wurde beispielsweise das Produktprogramm um Vorbau-Rollläden und Zip-Screens erweitert. „Das sehr umfangreiche Produktsortiment unserer Raffstore bietet unseren Kunden bereits jetzt schon viele Lösungen, wie zum Beispiel die einfache und schnelle Montage unseres Easy-Systems, welches um den Modul-Raffstore erfolgreich erweitert wurde“, sagt Schiller. Und Litzlbauer ergänzt: „Wir wollen die gute Marktposition im deutschen Fachhandel weiter stärken. Dies bedeutet, dass wir in Personal und Prozesse investieren, zusätzlich unsere Produkte weiterentwickeln und auch das Dienstleistungsangebot für unsere Kunden ausweiten werden.“

Dazu gehört auch, dass die Produktionskapazitäten durch eine neue, 1.500 m² große Produktionshalle erweitert wurden und die Vertriebs- und Servicezentrale am Standort Deggendorf in Bayern weiter ausgebaut wird. Ein entscheidendes Kriterium, um die positive Entwicklung auch 2019 fortsetzen zu können, sagt Patrick Schiller: „Unser starkes Wachstum in 2018 hatte Auswirkungen auf unsere Kunden in Bezug auf die Lieferzeit. Durch Optimierungen in den Abläufen können wir 2019 unsere Kunden nun wieder reaktionsschnell und marktkonform bedienen.“ Beweis dafür sei der sehr gute Start in das neue Geschäftsjahr mit einer tollen Auftragslage.



Thomas Litzlbauer (l.) und Johann Scheuringer jun.