Presse-Info

08.03.2024

50 Jahre FAWO: Interview mit Geschäftsführer Peter A. Hohage

Die am 1. Juli 1974 in Walldorf gegründete „FAWO Vertriebs-GmbH für Fahrzeug-und Wohnwagenausrüstungsteile“ feiert 2024 ihr 50-jähriges Jubiläum. Peter A. Hohage, seit 1984 geschäftsführender Gesellschafter, hat das seit 2001 in Nieder-Olm ansässige Unternehmen zu einem der in Europa führenden Systemanbieter für den mobilen Fahrzeugbau entwickelt.

1. Herr Hohage, FAWO feiert im Sommer 2024 seinen 50. Wenn man auf die letzte Dekade zurückschaut: Was war der größte Erfolg? Was war der größte Einschnitt oder Wandel?

Peter A. Hohage: Der größte Erfolg der letzten Dekade war die Verdopplung des Umsatzes ohne Personalaufbau. Wir haben das über die Digitalisierung geschafft, indem wir Abläufe kontinuierlich transparenter, einfacher und moderner gemacht haben.

2. Stichwort Digitalisierung: Welche Rolle spielt sie bei FAWO?

Peter A. Hohage: Das hängt natürlich davon ab, was man unter Digitalisierung versteht. Für unseren Bereich sind wir sehr weit vorne, was die digitale Abwicklung unserer Abläufe angeht. Es gibt kaum noch Bereiche, wo wir hier mit Hand oder Papier arbeiten. Unser ganzes Lager läuft vollautomatisch mit Barcode-Steuerung.

3. Welchen Impact hat(te) die pandemie-bedingte Rohstoff- und Lieferkettenkrise auf FAWO?

Peter A. Hohage: Einen großen, auf allen Gebieten. Speziell was Importprodukte aus Fernost anging, hatten wir enorme Schwierigkeiten und mussten sehr viel Zeit damit verbringen, dass wir lieferfähig waren. Demzufolge haben wir auch unsere Lagerbestände entsprechend hochgefahren. Und denken mehr denn je darüber nach, ob und welche Produkte man zukünftig dort oder in Europa macht.

4. Sehen Sie die mit der Corona-Pandemie verbundene Markt-Euphorie als Strohfeuer oder Langzeit-Trend?

Peter A. Hohage: Das war gewiss ein Riesenschub für die Branche, wobei das Wachstum auch in den Jahren vor der Pandemie über die ganzen Jahre stetig war. Wir merken jetzt allerdings schon, dass dieser "Corona-Effekt" abflacht und man wieder auf das gesunde Vor-Pandemie-Niveau zurückkommt. Aber die Zahlen sehen weiterhin sehr gut aus.

Ansprechpartnerin für die Presse

Carola Sailer
DRWA Media
Erbprinzenstraße 11
79098 Freiburg
Telefon 0761 156207-10
presse@drwa.de
drwa-media.de/fawo

Ansprechpartner im Unternehmen

Peter A. Hohage
FAWO GmbH Fahrzeugtechnik
Am Neuberg 10
55268 Nieder-Olm
Deutschland
+49 6136 7617-1
info@fawo.de
www.fawo.de

5. Wo sehen Sie für FAWO das größere Zukunftspotential: Im exklusiven Luxusbereich oder im Nachrüsten/Ausbauen von Bestandsfahrzeugen?

Peter A. Hohage: Es gibt zwei Tendenzen. Einerseits der Weg in Richtung Luxus, immer aufwändiger, immer teurer. Und andererseits die Einsteigerklasse, spartanisch ausgerüstet für ein junges Klientel, das diesen Luxus gar nicht will. Die Nachrüstung von Bestandsfahrzeugen war jahrelang ein großes Thema. Das geht im Moment aber stark zurück.

6. Was ist Ihre Meinung zur Elektrifizierung der Individualmobilität? Wird E-Mobility für den Reise- und Wohnmobilbereich relevant?

Peter A. Hohage: Im Moment noch nicht. Dazu ist die Branche viel zu klassisch ausgelegt. Beim Reisemobil besteht auch das Problem, dass die Fahrzeuge schon so schwer sind und mit zusätzlichen Batterien Probleme mit der Zulassung bekommen würden. Solaranlagen gibt es, aber das ist nur was für Autark-Camping, und das ist prozentual sehr gering.

7. Was ist bei FAWO der wichtigste Impulsgeber für Neuentwicklung? Die eigene Erfahrung, Feedback aus dem Handel, Anfragen der Hersteller?

Peter A. Hohage: Eigentlich sind das Impulse, die von den Fahrzeugherstellern ausgehen, indem sie uns Aufgaben stellen. Die enge Zusammenarbeit mit den Fahrzeugherstellern ist der eigentliche Innovationstreiber. Es sind weniger die Wünsche von Endkunden.

8. Wie kann man sich die Rollen und Aufgabenverteilung vorstellen?

Peter A. Hohage: Normalerweise fangen wir beim Fahrzeughersteller eine Idee auf oder eine Idee wird an uns herangetragen. Dann überlegen wir, welcher Produktionspartner für uns in Frage kommen könnte. Da gibt es prinzipiell zwei Wege: Entweder Komplett-Entwicklung mit einem Partner. Oder Entwicklung der Technik und Vergabe der Designaufgabe an spezielle Designer, die dem Produkt den Caravan- oder Reisemobil-Touch verpassen.

9. Welchen Anteil haben die Eigenentwicklungen im Gesamtportfolio?

Peter A. Hohage: Rund 40 Prozent. Das liegt daran, dass die Hersteller, die für uns produzieren, in der Regel keinen eigenen Marktzugang haben. Dadurch sind wir bei einem neuen Produkt immer von Anfang an irgendwo mit dabei. Und natürlich arbeiten wir i.d.R. möglichst mit den gleichen Lieferanten, weil wir wissen, dass das die Spezialisten für diese Fahrzeuge sind.

10. FAWO beliefert Hersteller und den Fachgroßhandel. Wie wichtig ist für FAWO die Markenbekanntheit beim privaten Endkunden, der beim Händler Ergänzungs- oder Ersatzteile kauft?

Peter A. Hohage: Die Markenbekanntheit beim Endkunden ist für uns ehrlich gesagt unwichtig, es ist uns sogar lieber, wenn wir dort nicht als Marke erkannt werden. Ganz anders bei unseren Industriekunden. Die sollen natürlich wissen, dass sie bei FAWO diese, diese und diese Produktgruppe bekommen; dass dieses oder jenes Produkt ein Produkt von FAWO ist. Aber Einzelteillieferung können und wollen wir nicht leisten.

11. Stichwort Händlernetz: Sucht sich FAWO seine Handelspartner oder bewerben sich die Händler bei FAWO?

Peter A. Hohage: Wir beliefern die Großhändler, die wir beliefern wollen. Oder andersherum: Es kommen in der Regel keine neuen dazu, weil die sonst zu kleinteilig wären. Es gibt zwar immer mehr, die sich als Großhändler bezeichnen, aber eigentlich Einzelhändler sind. Der eine holt sich den Umsatz vom anderen. Es macht also aus unserer Sicht eigentlich keinen Sinn, das Händler-Netz oder das Großhandels-Netz auszuweiten.

12. FAWO beliefert auch Hersteller von Booten, Bahnen, Omnibussen und Verkaufsfahrzeugen. Sind diese Bereiche eher Image- oder Umsatzrelevant oder beides?

Peter A. Hohage: Diese Fahrzeuggruppen stehen bei uns nicht im direkten Fokus. Das liegt darin begründet, dass im Bereich Boot, Schiffe generell, die Stückzahlen für eine Serienfertigung nicht groß genug sind.

13. Ausblick auf die nächsten Jahre: was soll passieren, was ist geplant?

Peter A. Hohage: Unser Plan ist, nicht einfach nur zu sagen, wir haben ein Standardprogramm, sondern wir wollen uns immer an neuen Entwicklungen beteiligen. Das ist unser Faible, unsere Kompetenz. Ohne dabei abzudriften in den Bereich Zubehör im weitesten Sinne. Das, was nicht fest am Fahrzeug ist, sondern quasi eingepackt werden kann, da wollen wir nicht hin. Wir wollen von unserem Kunden weiterhin als technischer Entwicklungspartner wahrgenommen werden.

Weiterführende Informationen erhalten Sie gerne bei

FAWO GmbH Fahrzeugtechnik
Am Neuberg 10
55268 Nieder-Olm
Deutschland
+49 6136 7617-1
info@fawo.de
www.fawo.de

– Ende – 6.393 Zeichen (Text mit Überschrift, inkl. Leerzeichen)

Zum Posten auf Ihren Online- und Social-Media-Kanälen:
Text:
Interview mit FAWO Geschäftsführer Peter A. Hohage anlässlich des 50-jährigen Jubiläums der am 1. Juli 1974 in Walldorf gegründete „FAWO Vertriebs-GmbH für Fahrzeug-und Wohnwagenausrüstungsteile".

Tags:
FAWO Vertriebs-GmbH, Fahrzeug-und Wohnwagenausrüstungsteile, 2024, 50-jähriges Jubiläum, Interview, Peter A. Hohage

ZIP downloaden (.pdf, .txt, .jpg)

FAWO liefert weltweit technische Ein- und Anbauteile für Caravans, Reisemobile, Omnibusse, Verkaufsfahrzeuge, Bahnen sowie Boote und Yachten. Zum FAWO Portfolio von mehr als 6.000 Lagerartikeln gehören sowohl innovative Eigenentwicklungen als auch das Sortiment von über 250 internationalen Zulieferern, für die FAWO als Systemlieferant und Vertriebspartner agiert. Für Endkunden sind FAWO Caravan-Komponenten ausschließlich über den Fachhandel erhältlich.

FAWO_GF_Hohage.jpg
Peter A. Hohage, seit 1984 geschäftsführender Gesellschafter von FAWO.

Bildquelle: FAWO Fahrzeugtechnik



Der vollständige, offene Text sowie Druckdaten der Bilder stehen online zur Verfügung:

drwa-media.de/fawo/text/4/interview-gf-hohage-fawo-50-jahre