

Der Kundenwunsch ist seit Beginn die Inspiration

Vor 45 Jahren hat Dipl.-Ing. Friedrich Brück die B.E.G. Brück Electronic GmbH gegründet. Das erfolgreiche Mittelstandsunternehmen hat heute weltweit über 250 eigene Mitarbeiter sowie Handelsvertretungen in diversen Ländern. Von seinem Weg vom Garagenunternehmen zum internationalen Konzern berichtet der Gründer selbst:

LuxoNews: Ihr Familienunternehmen B.E.G. feiert 45-jähriges Bestehen. Wie kam es zu der Gründung im Jahr 1975?

Dipl.-Ing. Friedrich Brück: Anfang der 70er Jahre habe ich für einen französischen Akku-Hersteller die deutsche Niederlassung aufgebaut. Eines Tages kam ein Kunde mit einer Notleuchte zu mir, für die er eine Sonderlösung benötigte. Aus Sicht meines Arbeitgebers war das Volumen zu klein, mich ließ der Kundenwunsch jedoch nicht mehr los. Also bot ich ihm an, die Notleuchten selbst umzurüsten. Zu Beginn fertigte ich am Feierabend kleine Stückzahlen im Wohnzimmer. Als die Nachfrage größer wurde, kündigte ich meinen Job, gründete meine Firma und mietete in meiner Heimatstadt Lindlar ein Haus mit Garage an. Ich habe dann erste eigene Notleuchten entwickelt, die damals eine echte Innovation waren. Als die Garage zu klein wurde, bezog ich unser erstes Firmengebäude im Industriegebiet Klause. In diesem Gebiet befindet sich auch die heutige Firmenzentrale, natürlich wesentlich größer als damals.

LN: Heute hat B.E.G. über 250 Mitarbeiter weltweit und verkauft über 2 Millionen Produkte im Jahr. Hatten Sie damals schon vor Augen, was aus Ihrem Betrieb werden könnte?

FB: Ich hatte keinen 20-Jahre-Businessplan. Mein Ausgangspunkt ist seit Beginn der Kundenwunsch „Gibt es nicht“ und „Geht nicht“ gehören nicht zu meinem Wortschatz. Für jedes Problem gibt es eine Lösung und für jede Raumsituation die passende Sensortechnik. Wenn ein Kunde in unserem Portfolio nicht die perfekte Lösung findet, können wir dank unserer Produktion in Lindlar Sonderlösungen anbieten. Solche Aufträge haben für mich jedes Mal ein „back-to-the-roots“-Gefühl, auch wenn sich heute natürlich eine Entwicklungsabteilung um die Umsetzung kümmert.

Es kommt allerdings auch selten vor. Die allermeisten Anforderungen werden von bestehenden Produkten bereits erfüllt.

LN: Das Kernsortiment von B.E.G. sind heute Präsenz- und Bewegungsmelder. Als Sie begannen, Bewegungsmelder zu verkaufen, war das ein nahezu unbekanntes Produkt am deutschen Markt.

FB: Das stimmt. Wir haben als erstes einen Bewegungsmelder zur Auslösung von Alarmanlagen entwickelt. Daraus entstand die Idee, auch im Außenbereich Licht zu schalten. Es hieß vorher immer, dies sei wegen der vielen Störquellen nicht möglich. Ich war der Überzeugung, dass es nur eine Frage der richtigen Technik ist. Mein Sohn Dietmar und ich haben lange getüftelt und konnten dann im Jahr 1986 den allerersten LUXOMAT® auf den Markt bringen. Er konnte das Licht bewegungsabhängig schalten, heute ist das eine Selbstverständlichkeit, aber damals war es eine Revolution.



Der allererste B.E.G. LUXOMAT®

LN: Ihr Sohn kümmert sich heute um die Entwicklung und Produktion der Produkte. Wie prägt Ihre Familie das Unternehmen?

FB: Von Beginn an war meine Familie Teil des Unternehmens. Mein Sohn entwickelte be-



Dipl.-Ing. Friedrich Brück
Gründer und Geschäftsführer der B.E.G.

reits mit 16 Jahren sein erstes Produkt, das wir dann fertigten und verkauften. Bis heute arbeiten meine beiden Kinder im Unternehmen und auch einer meiner Enkel und seine Frau sind Teil unseres Erfolgs. Aber auch die Mitarbeiter sind wie eine Familie für mich. Es gibt Mitarbeiter, die bereits seit 30 Jahren zum Firmenwohl beitragen. Ich halte es für wichtig, jeden meiner Mitarbeiter mit Namen zu kennen, das ist für mich gelebte Wertschätzung. Das wird dann auch an den Kunden weitergetragen.

LN: Die Kunden von B.E.G. sind heute ausschließlich Großhändler. Warum verkaufen Sie nicht zusätzlich direkt an Endkunden?

FB: Diesen Weg sind wir nicht immer gegangen. Zu Beginn habe ich die Notleuchten an Wiederverkäufer geliefert, die dann Projekte bestückt haben. Anfang der 80er Jahre habe ich angefangen, Kontakte zum Großhandel aufzubauen. Nach und nach sind vertrauliche Geschäftsbeziehungen entstanden, aufgrund derer wir uns, mittlerweile seit über 25 Jahren, dem 3-stufigen Vertriebsweg verschrieben haben. Wir schulen die Mitarbeiter der Großhandlungen durch unseren Außenstend. Unsere heutigen High-Tech-Produkte benötigen einen geschulten Fachpartner, der den Kunden kompetent beraten kann.

LN: Wenn Sie auf die Firmengeschichte zurückblicken, was waren die größten Hindernisse auf dem Weg zum heutigen Erfolg?

FB: Der größte Tiefschlag der Firmengeschichte war im Jahr 1979, als eines Nachts unser Firmengebäude samt Fertigung und

Wohnhaus abbrannte. Meine Familie und ich konnten im letzten Moment das Haus verlassen und hatten nur noch, was wir am Leib trugen. Nach so einer Katastrophe einen Neustart zu wagen ist ungemein schwer. Ich hatte das Glück, dass uns Menschen unterstützt haben, die an unsere Idee glaubten und den Wiederaufbau ermöglichten.



Das ehemalige Firmengebäude nach dem Brand 1979.

LN: Gerade in den letzten 10 Jahren hat das Unternehmen ein beachtliches Wachstum erreicht. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

FB: Ein wegweisender Schritt zum heutigen Erfolg war, dass wir vor 20 Jahren begonnen haben, den Vertrieb in die eigene Hand zu nehmen. Bis dahin habe ich mit Handelsvertretungen zusammengearbeitet, die wir dann nach und nach durch eigene Teams ersetzt haben. Als erstes in Frankreich, wo die damalige Handelsvertretung aufgekauft wurde

und wir so aus dem Sortiment fielen. Deshalb gründeten wir unsere erste ausländische Niederlassung, die noch heute von meinem ersten französischen Mitarbeiter geleitet wird. Frankreich ist heute unser umsatzstärkster Markt, dicht gefolgt von Deutschland. In den letzten 10 Jahren hat uns der wachsende Trend zu Energieersparnis und Gebäudeau-

forderungen abdecken, sondern suchen für jeden Anwendungsfall die perfekte Lösung, die dann in einem Produkt umgesetzt wird. So sind wir über die Jahre zu Experten geworden, was sich auch in unseren großen Vertriebsteams widerspiegelt. Alle Außen-dienstmitarbeiter sind vom Elektrofach und unterstützen die Kunden von der ersten Idee bis zur Umsetzung vor Ort. Das macht uns am Markt besonders und begeistert unsere Kunden.

LN: Mit Erfindergeist und Qualität ist B.E.G. groß geworden. Was ist der Ausblick für die Zukunft?

FB: Für die Zukunft haben wir uns gerüstet: Seit 2014 haben wir die vernetzten Systeme im Fokus. Der Kunde möchte heute nicht mehr nur das Licht regeln, er möchte seine gesamte Hausautomation über ein System realisieren und per Handy steuern. Deswegen setzen wir verstärkt auf die Standards KNX und DALI, zusätzlich haben wir eigene Systeme wie B.E.G. DALISYS und B.E.G. DALI LINK im Portfolio. Mit dieser Ausrichtung haben wir auch neue Dienstleistungen ins Angebot aufgenommen. Der Kunde kann bei uns nicht mehr nur die Produkte, sondern auch die Systemplanung, die Inbetriebnahme und die Wartung kaufen. Somit bieten wir ein Rundum-Sorglos-Paket, das am Markt gut ankommt.

tomation zu gehörigem Wachstum verholfen. Heute gibt es ja kaum noch einen gewerblichen Neubau ohne Automation.

LN: Mit dem Siegeszug der Gebäudeautomati-on drängen auch immer mehr Wettbewerber in den Markt. Wie behauptet sich B.E.G. gegenüber den großen Playern?

FB: Im Gegensatz zu den großen Konzernen haben wir uns auf die Präsenz- und Bewegungsmelder spezialisiert. Wir haben nicht nur ein paar Standardmelder, die die Standardan-

Die heutige B.E.G. Verwaltungszentrale mit angeschlossenem Zentrallager in Lindlar.

