

Hausgerätehersteller Amica fühlt sich in der EU schon zuhause

Das polnische Vorzeigeunternehmen exportiert in 40 Länder



Foto: dpa

Wie sein Sponsor ist der Fußballclub Amica international gut im Geschäft.

REINHOLD VETTER

HANDELSBLATT, 12.11.2003

WRONKI. Seit Wochen steht die Mannschaft vom Amica Wronki an der Spitze der ersten polnischen Fußball-Liga. Das erfolgreiche Team ist wichtigster Werbeträger des gleichnamigen Unternehmens fünfzig Kilometer nordwestlich von Posen. Überhaupt war Amica Wronki eine der ersten polnischen Mannschaften, die systematisch durch einen privaten Sponsor gefördert wurden. Neben drei nationalen Meisterschaften kann der Spitzenreiter auch internationale Erfahrungen im UEFA-Cup nachweisen.

Auch das Unternehmen Amica ist als Produzent von modernen Küchenherden, Kühlschränken und Waschmaschinen national wie international gut aufgestellt. Auf dem polnischen Markt für Hausgeräte kommen Amica und Whirlpool als Spitzenreiter auf einen Anteil von jeweils 21 %. Unlängst ergab eine Konsumentenbefragung, dass Amica auch weiterhin zu den polnischen Firmen gehört, denen die Bürger des Landes am meisten vertrauen. „Wir

bemühen uns um umweltschonende Technologie, kundenfreundliche Gestaltung unserer Geräte und erschwingliche Preise“, sagt Vorstandsmitglied Andrzej Kadzinski.

Aber auch mit seinem Auftritt in Deutschland kann sich das Unternehmen sehen lassen. Über die Versandkanäle von Quelle, Otto und Neckermann wurden schon 1992 insgesamt 220 000 Geräte in der Bundesrepublik verkauft.

Eigene Vertriebsnetze in Deutschland

Trat Amica zunächst nur unter den Markennamen „Premiere“ und „Hansa“ in Deutschland auf, so werden die Haushaltsgeräte seit zweieinhalb Jahren auch mit dem eigenen Logo verkauft. Inzwischen verfügt das Unternehmen auch über zwei eigene Distributionsfirmen in Deutschland. Gerade dort, so Kadzinski, habe man gelernt, was modernes Marketing und zeitgemäßer Vertrieb bedeuteten.

Zweites internationales Standbein von Amica ist Skandinavien. Dort

wurde im Dezember 2001 die dänische Traditionsmarke Gram übernommen. Der Kauf dieses Unternehmens, das seit Jahrzehnten einen Namen als Maschinenbauer und Hersteller elektrotechnischer Geräte hat, eröffnete Amica den Zugang zum Markt in ganz Nordeuropa. Angesichts des Engagements von Amica in Deutschland, Skandinavien und anderen westlichen Ländern ist es nicht weiter verwunderlich, wenn Kadzinski betont, der Beitritt Polens zur EU im kommenden Mai werde für sein Unternehmen kaum etwas ändern. „Wir sind schon in der EU“, sagt erforsch. Ohnehin wird inzwischen der ganze Export von Amica nach Westeuropa in Euro abgerechnet.

Insgesamt gehen die Haushaltsgeräte des polnischen Vorzeigeunternehmens in 40 Staaten. Im vergangenen Jahr entfielen 37 % der Produktion auf den Export, für 2003 hat man sich 42 % vorgenommen. Zur Zeit arbeiten auf dem 336 Hektar großen Werksgelände von Amica gut 2100 Menschen. Jährlich werden hier 500 000 Küchenherde, 400 000 Kühlschränke und 250 000 Waschmaschinen hergestellt. Die Firmengeschichte geht bis ins Jahr 1945 zurück. 1994 erfolgte die Privatisierung, 1997 der Gang an die Warschauer Börse. Zur Zeit hält der Unternehmer Jacek Rutkowski, der auch Vorstandsvorsitzender ist, 57,8 % des Aktienkapitals, während 42,07 % auf institutionelle Investoren wie Fonds und Banken entfallen. Der Rest verteilt sich auf Belegschaftsaktien.

Nach einer Durststrecke im ersten Halbjahr 2003 erwirtschaftete Amica im dritten Quartal wieder ein positives Betriebsergebnis. Der Erfolg geht auf eine durchgreifende Reorganisation und Straffung der Produktions-, Vertriebs- und Verwaltungsabläufe zurück. Auch die Preise wurden neu kalkuliert. „Wir haben den Ertrag noch stärker im Blick“, versichert Marketingchef Przemyslaw Grodzki.