

Made in Fabriano

Airforce. In der ambitionierten Mitte des Marktes ist der italienische Haubenhersteller kontinuierlich gewachsen. Die technischen und gestalterischen Ansprüche sind jedoch alles andere als Mittelmaß. Ebenso wie die sozialen und gesellschaftlichen.

Für eine Dunstabzugshaube ist das Siegel „Made in Italy“ bereits eine gewisse Auszeichnung. Urbano Urbani reicht dies nicht. „Made in Fabriano“ sieht der Inhaber des Haubenherstellers Airforce als weitere Steigerung auf der Qualitäts-Skala. Und wenn der kraftstrotzende 58jährige „Fabriano“ sagt, leuchten seine Augen. Hier ist seine Heimat, hier engagiert er sich unternehmerisch, politisch und sozial. Urbani wirkt aus Überzeugung. Als Ratsmitglied der rund 30000 Einwohner zählenden Kleinstadt - rund eine Autostunde vom Adria-Ort Ancona entfernt - mischt er sich in die politischen Geschicke seiner Heimatstadt ein. Er kümmert sich um vielfältige kulturelle Belange, fördert lokale Fotografen und zeigt Kindern und Jugendlichen wie es mit dem Angeln funktioniert. Ach, ja: In Dunstabzugshauben „macht“ er auch. Sein 1997 gegründetes Unternehmen Airforce erwirtschaftet aktuell rund 19 Mio. Euro Umsatz, beschäftigt 70 Mitarbeiter und ist in mehr als zwei Dutzend Ländern weltweit aktiv. In Deutschland ist der Haubenbauer insbesondere durch Geschäfte mit der Küchenmöbelindustrie bekannt. Blockvermarkter wie Nobilia und Häcker, aber auch Nolte, Alno und einige weitere „Ostwestfalen“ haben längst ihre Lust am Geräteverkauf entdeckt und setzen im Segment Dunstabzugshauben mehr oder minder umfangreich auf die Airforce-Ware aus Fabriano. Ebenso wie Schmidt Küchen in Frankreich, einem Großkunden, der rund 30 % der Hauben abnimmt - und dabei so zu-

frieden ist, dass er die Italiener kürzlich mit einer ganz speziellen Auszeichnung überraschte und in die erlauchte Riege der zuverlässigsten und ökologisch nachhaltigsten Lieferanten aufgenommen hat. „Green Technology“, so betonten die Verantwortlichen, „bezieht sich bei Airforce immer auf die Gesamt-CO₂-Bilanz des Produkts mit den Aspekten Produktion, Logistik, Betrieb und Recycling.“

Im deutschen Fachhandel werden Airforce-Hauben über den süddeutschen Zubehörgroßhändler Sedia Küchentechnik vertrieben. Der Kundendienst wird über externe Dienstleister organisiert.

Mit Leib und Seele

Airforce-Chef Urbano Urbani ist mit Leib und Seele Haubenproduzent. Schon vor seinem Engagement als Un-

ternehmer hatte er bei Hauben-Multi Elica das Einmaleins dieses Segments gelernt und sich dabei Stufe um Stufe auf der Karriereleiter empor gearbeitet. Bis zum General Manager des weltweit führenden Haubenherstellers hatte er es gebracht. „Und das ohne Universitätsstudium“, wie er mit Stolz betont. Bei Elica war der gelernte Schmied und Elektriker 21 Jahre in den verschiedensten Positionen tätig - dann kam es zu Uneinigkeiten mit Elica-Boss Francesco Casoli. Urbani sagte Elica Adieu und gründete ein eigenes Unternehmen. Die zwischenzeitlichen Differenzen, so der Haubenfabrikant, seien inzwischen jedoch beigelegt, schließlich bestehe eine bereits 36 Jahre währende Freundschaft zwischen den Familien Urbani und Casoli.

Aktueller Ausdruck dieser „Verbundenheit“ ist eine Beteiligung von Elica





Der jüngste Coup und Ausdruck anspruchsvollen Haubendesigns: Airforce F 102 in Weiß als 90 cm breite Wandhaube. Das Modell gibt es zudem in 60 cm und als Inselvariante – und das alles auch in schwarzem Glas

an Airforce, deren exakte Höhe nicht genannt wird. „Wir sind zwar Teil der Elica-Gruppe“, betont Urbani, „aber als völlig eigenständige Organisation treten wir am Markt als Konkurrenten auf.“ Selbst grundlegende technische Entwicklungen wie aktuell besonders energieeffiziente Elektromotoren werden separat und unter größter Geheimhaltung vorangetrieben – auch wenn die Positionierung der fertigen Produkte natürlich gruppenübergreifend geprüft werde. So beziehen sich die Vorteile der als „Kooperation“ bezeichneten Gruppenzugehörigkeit in erster Linie auf Kriterien wie den gemeinsamen Materialeinkauf. Allerdings ist dies ein nicht zu unterschätzender Posten bei einem Unternehmen wie Elica, das derzeit einen Gruppenumsatz von rund 380 Mio. Euro ausweist.

Gelebte Verantwortung

Grundsätzlich mag sich der Airforce-Inhaber nicht ins Alltagsgeschäft hineinreden lassen. Dies wäre auch schwierig, denn Urbano Urbani hat klare Vorstellungen, wie ein Hauben-Unternehmen wirtschaftlich erfolgreich und dabei gleichzeitig gesellschaftlich verantwortungsbewusst und ökologisch korrekt zu führen ist. Dabei hält er nichts von halben Sachen. „Wir beschäftigen ausschließlich Lieferanten aus der Region Fabriano“, nennt er das erste und wohl wichtigste Kriterium seiner Geschäftspolitik. „Wenn wir wollen, dass die Menschen, die hier leben, unsere Produkte kaufen, müssen wir auch sicherstellen, dass sie die Arbeit haben, um sich diese Produkte überhaupt leisten zu können“, sagt er. Ein Einkauf im fernen China, bei dem der ein oder andere Cent gespart werden könne, käme für ihn deshalb nicht in Frage.

Komplexe Baugruppen

Als reiner Montagebetrieb setzt Airforce auf starke Lieferanten, die die bei Airforce entwickelten Lösungen technisch umsetzen und in möglichst komplexen Baugruppen „just in time“ anliefern. Airforce selbst unterhält neben einer vergleichsweise überschaubaren Produktion mit drei Montagelinien separate Lager für Rohmaterial, Verpackungen und Logistik. Der Materialfluss sei bis ins kleinste Detail aufeinander abgestimmt, erläutert Stefano Provedi, der als Export-Manager in Zusammenarbeit mit Horst Struck von der Industrievertretung CDH, Team 2, auch die Airforce-Belange in Deutschland vorantreibt. Produziert werde nach Bestellung mit auftragsbezogenen Lieferzeiten von vier bis sechs Wochen. Lieferungen an die deutschen Kunden werden teilweise auch über das BLG-



Als Tisch-, Wand-, Insel- oder Eckhaube: Die Baugruppen-Technik der Ambiente-Hauben ist identisch, trotz der unterschiedlichen Bauformen.



Das Airforce-Programm reicht von der Mitte des Marktes bis in den gehobenen Bereich. Wöchentlich werden bis zu 3500 Hauben montiert.



Anspruchsvolle Handarbeit: Montage einer 90 cm breiten Inselhaube.



Airforce-Inhaber Urbano Urbani (Foto links) präsentiert die elektronische Steuerung der Ambiente-Reihe, die direkt auf das Glas des Haubenschirms aufgebracht ist. Das spart erheblich an Material. Foto rechts: Stefano Provvedi, der als Export-Manager für das Deutschland-Geschäft zuständig ist.

Zentrallager in Melle (Ostwestfalen) abgewickelt. „Diese Vorgehensweise hält uns absolut flexibel“, fährt Provvedi fort und verweist auf kurze, nur wenige Tage umfassende Reaktionszeiten, wenn es beispielsweise darum geht, für einen Industriekunden eine Haube nach besonderen Vorstellungen abzuändern oder einen Prototyp zu erstellen. Dabei gehen die individuellen Aktivitäten derart in die Tiefe, dass Hauben im Einzelfall auch komplett nach den Wünschen des Küchenmöbelherstellers entwickelt werden, damit sich diese passgenau in die Architektur der Küche eingliedern. Losgröße Eins sei bei Airforce ebenso möglich wie die Serienmontag im Umfang von – je nach Anspruch des Modells – 620 Hauben am Tag. Derzeit werden im Einschichtbetrieb so etwa 3000 bis 3500 Hauben pro Woche fertig gestellt.

In Baugruppen denken

Das erwähnte Baugruppendenken zieht sich quer durchs Sortiment. Sprich: Von mehreren Modellen des aktuellen Programms sind zwar verschiedene Varianten erhältlich – wie zum Beispiel die Ambiente-Reihe wahlweise als Wand-, Insel-, Tisch- oder Eckhaube – die technischen Komponenten hinter der Front sind jedoch weitestgehend identisch. Auch dies gewährleiste eine ausgeprägte Flexibilität mit kurzen Lieferzeiten, so Stefano Provvedi. Wer diese Idee hatte? Chefsache, versteht sich. Urbano Urbani versteht sein Geschäft „Made in Fabriano“.

@ www.airforcespa.it



Begleitet den italienischen Haubenbauer in Deutschland seit der Gründung des Unternehmens 1997: Horst Struck, Industriervertretung CDH, Team 2, aus Horn-Bad Meinberg.