

MATERIAŁY BUDOWLANE | Polskie okna, drzwi, bramy czy rolety rozpoznawalne są już niemal w całej Europie

# Stolarka budowlana to nasza specjalność

TOMASZ FURMAN

W okresie 20-lecia międzywojennego, a nawet jeszcze kilkadziesiąt lat po zakończeniu II wojny światowej, stolarka budowlana w Polsce opierała się na małych, często rodzinnych zakładach stolarskich. Nierzadko ich historia sięgała wcześniejszych wieków i była związana z przekazywaniem fachu z ojca na syna. Podstawowym materiałem służącym do produkcji było wówczas drewno. Wytwarzano z niego nie tylko okna, drzwi,

schody, werandy, podłogi czy meble, ale też całe domy.

W Polsce Ludowej sytuacja nieco się zmieniła. Rozwój gospodarczy wiązał się wówczas z powstawaniem nowych, wielkich przedsiębiorstw państwowych i realizacją ogromnych inwestycji budowlanych. Do nowych realiów dostosowano również branżę stolarki budowlanej. W 1954 r. powstało Zjednoczenie Przemysłu Stolarki Budowlanej Stolbud, czyli organ zarządzania branżą z siedzibą w Warszawie. W jego skład wchodziło około 20 zakładów rozsianych po całym kraju. To one wytwarzały

i dostarczały okna i drzwi na place budowy osiedli z wielkiej płyty, które powstawały w każdym większym mieście w Polsce. Do dziś mniej niż połowa z dawnych Zakładów Stolarki Budowlanej Stolbud funkcjonuje na rynku pod zmienioną nazwą. Najbardziej znane to m.in. Sokółka Okna i Drzwi, działająca w jej ramach grupa Inwido AB czy Stolbud Włoszczowa. Większość zakładów jednak zlikwidowano lub upadła, gdyż nie wytrzymała konkurencji po zmianach ustrojowych i uwolnieniu rynku po 1989 r.

Zanim to jednak nastąpiło, zaczęły powstawać prywatne firmy, które

początkowo niekoniecznie były zainteresowane produkcją stolarki budowlanej. Tak jak wielu przedsiębiorców w tym czasie próbowali sił w różnych branżach, by dopiero po jakimś czasie zdecydować się na specjalizację w produkcji okien, drzwi i innej stolarki budowlanej.

## Zdecydował przypadek

Drutex, który powstał w 1985 r., w pierwszych latach działalności koncentrował się na produkcji i sprzedaży siatek ogrodzeniowych, a następnie drutu i wyrobów z drutu



♦ Polska jest liderem w produkcji okien w Unii Europejskiej. W 2017 r. nad Wisłą powstało ich 14,4 mln

# Stolarka



tu, gwoździ i dachówek z blachy. Dopiero w 1994 r. ruszył z produkcją stolarki **okienno-drzwiowej** z PVC (polichlorek winylu). O rozpoczęciu nowej działalności zdecydował przypadek. Leszek Gierszewski, prezes, założyciel i współwłaściciel Drutexu, najpierw zainteresował się ofertą jednego z handlowców oferujących **okna**, potem usłyszał, że w pobliżu powstała firma, która je robi, a wreszcie natrafił na ogłoszenie na temat targów budowlanych w Sopocie. To tam spotkał firmę, która sprzedawała maszyny do produkcji **okien** i szybko postanowił je kupić.

Gierszewski produkcji plastikowych **okien** musiał się dopiero nauczyć, bo wcześniej nawet nie widział ich na oczy. Dzięki wytrwałości, sprytności i zaangażowaniu powoli zdobywał jednak niezbędną wiedzę i doświadczenie w branży. W rezultacie sprzedaż systematycznie rosła. Początkowo odbiorcami byli wyłącznie klienci indywidualni. Potem przyszedł czas na udział w przetargach i dostawach dla większych odbiorców. Sukces pojawił się szybko, bo firma stawiała na wysoką jakość produkcji. W 1997 r. Drutex rozpoczął produkcję **rolet**, dwa lata później **okien** i drzwi z aluminium, a po kolejnych trzech latach stolarki drewnianej. W 2013 r. firma ruszyła z budową I etapu Europejskiego Centrum Stolarki, czyli 30 tys. mkw. powierzchni produkcyjnej, a dwa lata później II etapu, czyli dodatkowych 25 tys. mkw. W efekcie dziś dysponuje już łączną powierzchnią produkcyjną przekraczającą 95 tys. mkw.

Obecnie Drutex jest jednym z największych producentów **okien**, drzwi i **rolet** w Europie. Firma sprzedaje swoje produkty do większości krajów europejskich oraz do USA, Meksyku, RPA, Australii i na Bliski Wschód. Eksport stanowi już ponad 73 proc. jej sprzedaży. Obecnie potencjał przedsiębiorstwa pozwala na produkcję aż do 7 tys. **okien** na dobę. Na tym jednak nie koniec. We wrześniu Drutex rozpoczął budowę kolejnej hali produkcyjnej o powierzchni 14 tys. mkw., która ma pozwolić na jeszcze szybszy rozwój i na poszerzenie asortymentu.

### Potrzeba jest matką wynalazków

Jedną z ikon polskiej branży stolarki budowlanej jest Ryszard



♦ **Szklana dachówka** – to ona była inspiracją dla Ryszarda Florka, twórcy Fakro

Florek i założona przez niego firma Fakro. Już jako mały chłopiec myślał o stworzeniu specjalnego **okna** w dachu. Potrzeba taka pojawiła się, gdy podczas zabaw z kolegami na strychu rodzinnego domu, gdzie musiał radzić sobie z panującym tam półmrokiem. Jedynym punktem, który nieco rozświetlał pomieszczenie, była szklana dachówka, która później stanowiła inspirację do budowy **okna** dachowego.

Zanim to jednak nastąpiło, Florek skończył Wydział Budownictwa Politechniki Krakowskiej i wraz z kolegą ze studiów Jackiem Rako-

wicach. W 1994 r. pierwsze **okna** dachowe pod marką Fakro są już eksportowane do Holandii i na Słowację. – To wówczas nastąpił lawinowy wzrost kompetencji w naszej firmie. Musieliśmy postawić m.in. na najwyższą jakość produkowanych wyrobów, szkolenia i budowę nowych struktur sprzedażowych – mówi Janusz Komurkiewicz, członek zarządu ds. marketingu Fakro i prezes Związku Polskie **Okna i Drzwi**. Dwa lata później firma otrzymała biało-czerwone godło „Teraz Polska”, przyznawane najlepszym polskim produktom. To po-

osób. Dziś grupa z eksportu uzyskuje około 70 proc. przychodów.

– W najbliższych latach chcemy umocnić swoją pozycję jako wicelider w światowej sprzedaży **okien** dachowych i tym samym zmniejszyć dystans do grupy Velux. Ponadto szukamy szans na dalszy rozwój w nowych segmentach rynku – informuje Komurkiewicz. W związku z tym Fakro rozpoczęło już produkcję **bram** garażowych i drzwi zewnętrznych. Dzięki temu w perspektywie kilku lat grupa chce być liczącym się na świecie producentem i sprzedawcą kompleksowej oferty stolarki budowlanej klasy premium, głównie stosowanej w domach jednorodzinnych.

### Pierwsze okna dachowe

Bogatą historię, nie tylko na rynku duńskim, skąd się wywodzi, ale i w Polsce, ma grupa Velux. Jej początki sięgają 1941 r., kiedy to Villum Kann Rasmussen jako pierwszy dostrzegł możliwość przekształcenia poddaszy w tanie i wygodne pomieszczenia mieszkalne. To on zaprojektował pierw-

” W styczniu 1991 r. Florek rejestruje firmę Fakro. Od syndyka masy upadłościowej Sądeckich Zakładów Napraw Autobusów kupuje niewielki budynek, w którym uruchomił produkcję. Rok później firma otrzymała pierwsze duże zamówienie

wiakiem otworzyli w 1986 r. Zakład Stolarki Budowlanej Florad. Firma produkowała boazerie, podłogi, szafy wnękowe i **bramy** do zabytkowych kamienic, głównie na rynek niemiecki. W 1989 r., gdy upada komunizm, Florek wraz z żoną Krystyną i kuzynem Krzysztofem Kronenbergerem zaczynają składać pierwsze **okna** dachowe. Niezbędne prace wykonują w przydomowym warsztacie w Nowym Sączu. Drewniane elementy dostarcza zakład Florad, a metalowe części wytłacza im znajomy mechanik.

W styczniu 1991 r. Florek rejestruje firmę Fakro. Od syndyka masy upadłościowej Sądeckich Zakładów Napraw Autobusów kupuje niewielki budynek, w którym uruchomił produkcję. Rok później firma otrzymała pierwsze, duże zamówienie od inwestora budującego osiedle domków jednorodzinnych w Kato-

zwoliło na dalszą dynamiczną ekspansję. W 2003 r. Fakro sprzedaje już pierwsze **okna** dachowe poza Europą. Dziś eksportuje je do ponad 50 krajów na całym świecie.

– Ze względu na zaostrzającą się konkurencję na rynku **okien** dachowych, zwłaszcza ze strony firmy Velux, doszliśmy do wniosku, że musimy rozszerzyć naszą ofertę o inne produkty. Na początku były to schody strychowe, które mocno przyczyniły się do dalszego rozwoju naszej firmy – twierdzi Komurkiewicz. Kolejnym krokiem było rozpoczęcie produkcji aluminiowo-drewnianych **okien** pionowych. Z ostatnich danych wynika, że obroty grupy Fakro przekroczyły w ubiegłym roku 1,3 mld zł. Obejmują one 12 spółek produkcyjnych zlokalizowanych głównie w Polsce i 16 dystrybucyjnych (Europa, Azja i Ameryka). Zatrudnienie znajduje w nich 3,3 tys.



# Stolarka



sze okno dachowe i wymyślił dla nich nazwę Velux, pochodzącą od duńskiego słowa ventilation (wentylacja) i łacińskiego lux (światło). Firma przez kolejne lata miała okresy dynamicznego rozwoju, jak i okresy kryzysów, które jednak przewyciężała, m.in. dzięki charyzmicznej założycielki i innowacyjnym produktom wprowadzanym na rynek.

W czasach PRL jej produkty trafiały również do Polski. Były importowane przez tzw. zagraniczne centrale handlowe. W 1990 r. Velux otworzył w naszym kraju przedstawicielstwo handlowe, a w 1998 r. rozpoczął produkcję okuć w otworzonej w Gnieźnie fabryce. Wtedy też przejął firmę Rationel i m.in. należąca do niej fabrykę okien pionowych w Wędkowych koło Tczewa (obecnie spółka nosi nazwę Dovista Polska). W 2000 r. Velux rozpoczyna produkcję okien dachowych w Gnieźnie, a trzy lata później w Namysłowie. – W ubiegłym roku wartość sprzedaży realizowana przez polskie zakłady należące do grupy Velux i spółek siostrzanych wyniosła już około 1,9 mld zł. Prawie w całości był to eks-

port – mówi Jacek Siwiński, prezes Velux Polska. Dodaje, że grupa jest dziś największym producentem okien w Polsce. W naszym kraju zatrudnia już około 4,25 tys. pracowników.

Siwiński ocenia, że zapotrzebowanie na okna nadal będzie rosło. Na rynku wewnętrznym popyt powinien napędzać zarówno inwestycje związane z budową nowych mieszkań, jak i renowacją już istniejących, zwłaszcza domów jednorodzinnych. Na świecie coraz powszechniejsza staje się realizacja wizji inteligentnych domów. – W związku z tym wprowadzamy na rynek rozwiązania, dzięki którym możemy zdalnie nie tylko zamykać i otwierać okna, ale również, czerpiąc dane o pogodzie, zapewniać w pomieszczeniach optymalne warunki dla ich mieszkańców. To również będzie napędzało rynek stolarki – uważa Siwiński.

### Rozpoznawalna polska marka

W Europie powszechnie znane i cenione są okna Oknoplastu. Fir-

mę założył w 1994 r. Adam Placek. Przy wytwarzaniu okien z PVC w dawnym budynku Polmozbytu pracowało wówczas 60 osób. – Zanim powstał Oknoplast, mój ojciec założył dwie, trzy firmy, które działały w innych branżach. Intuicja podpowiadała mu jednak, że produkcja okien z PVC może być lepszym biznesem, bo taki z powodzeniem rozwijał się wówczas w Niemczech – mówi Mikołaj Placek, prezes Oknoplastu. To od naszych zachodnich sąsiadów firma pozyskała niezbędne maszyny i know-how. W pierwszym roku działalności miała 1 mln euro obrotów. W ubiegłym roku było to już ponad 160 mln euro.

Przez dziesięć lat Oknoplast produkował niemal wyłącznie na rynek krajowy. – Kamieniem milowym w naszej działalności było wyjście ze sprzedażą na rynki zagraniczne. Stało się to w 2004 r., gdy Polska weszła do UE i zdaliśmy sobie sprawę, że bez zagranicznej ekspansji nasze możliwości dalszego rozwoju będą mocno ograniczone – twierdzi Placek. Dodaje, że spółka postawiła na stopniowe zdobywanie poszczególnych rynków. W 2005 r. uruchamiała sprzedaż na rynku niemieckim. W 2007 r. jako pierwsza polska firma rozpoczęła sprzedaż okien we Włoszech. Po kilku latach okazało się, że w stolicy światowego designu jest trzecią najbardziej rozpoznawalną polską marką, zaraz po Janie Pawle II i Lechu Wałęsie.

W 2008 r. stery w Oknoplaście przejmują od ojca Mikołaj Placek. W tym momencie firma zatrudnia już ponad 500 pracowników i wypracowuje około 200 mln zł przychodów. – Kolejny kamień milowy to lata 2012–2013, gdy postawiliśmy na zwiększenie rozpoznawalności naszej marki na świecie. To wówczas zostaliśmy sponsorem drużyn piłkarskich Interu Mediolan, Borussia Dortmund i Olympique Lyon – przypomina Placek. Dodaje, że dziś Oknoplast jest jedną z bardziej rozpoznawalnych marek na europejskim rynku. Co więcej, jest w pierwszej piątce największych producentów pionowych okien z PVC w Europie.

Firma jest obecna w 13 krajach. Wszędzie gdzie wchodzi, stara się być w gronie trzech–pięciu największych dostawców okien na lokalny rynek. – Mimo że nasza historia liczy dopiero 24 lata, wielu polskich i zagranicznych produ-

centów okien kopiuje nasze działania i strategię, starając się dotrzeć nam kroku. Dziś naszym najważniejszym celem jest umocnienie zdobytej pozycji na rynkach, na których jesteśmy obecni – mówi Placek. Informuje, że do kierowanej przez niego grupy należą obecnie trzy zakłady produkcyjne w Polsce. Powstające w nich wyroby sprzedawane są pod markami Oknoplast (wyroby premium), WND (marka ekonomiczna) i Aluhaus (stolarka aluminiowa). 75 proc. przychodów grupa uzyskuje z eksportu.

### Wyroby znane na całym świecie

Krótkie historie powstania i rozwoju grup kapitałowych Dutex, Fakro, Velux i Oknoplast obrazują jedynie niewielki wycinek dynamicznych zmian zachodzących w ostatnich latach na polskim rynku stolarki budowlanej. Co więcej, dotyczą one jednego z największych firm w tej branży. Tymczasem w naszym kraju i na rynkach zagranicznych działa około 1,5 tys. producentów okien, drzwi, bram i rolet mających zakłady wytwórcze na terenie całej Polski. Jeśli do tego dodać ich dostawców, to liczba firm wzrasta do ponad 2 tys. Każdy z tych podmiotów to odrębna, często skomplikowana, długa, ale i ciekawa historia wlotów i upadków.

Polska stolarka budowlana jest też doskonałym przykładem sukcesu polskiej przedsiębiorczości na arenie międzynarodowej. Z danych Centrum Analiz Branżowych, instytucji specjalizującej się w badaniach rynku stolarki budowlanej, wynika, że od czterech lat nasz kraj jest największym europejskim eksporterem w tej branży.

Od 2017 r. jesteśmy także najważniejszym producentem okien. Na drugie miejsce zepchnęliśmy dotychczasowego lidera, czyli Niemcy. W całej Europie wyprodukowano w ubiegłym roku ponad 95 mln okien. Z tego z zakładów zlokalizowanych nad Wisłą wyszło 14,4 mln okien, co daje nam około 15-proc. udział w produkcji na Starym Kontynencie. Według szacunków CAB ten rok przyniesie dalsze zwwyżki. W krajowych zakładach powinno powstać o około 5 proc. więcej okien niż w 2017 r. To z kolei oznacza, że pozostaniemy liderem europejskiego rynku okien, zarówno



♦W 2017 r. polskie firmy sprzedały za granicą ponad 10 mln okien i drzwi, to 44 proc. całej produkcji

# Stolarka



jeśli idzie o wielkość produkcji, jak i eksportu.

### Największy eksporter w Europie

Prognozy CAB wydają się jak najbardziej trafne, jeśli wziąć pod uwagę, że po I półroczu łączna produkcja **okien** i drzwi wzrosła w Polsce o 4,5 proc. – Producenci mogliby sprzedać jeszcze więcej stolarki, ale ich rozwój ogranicza brak rąk do pracy oraz niewystarczająca ilość szyb zespolonych – twierdzi Maksymilian Miros, analityk CAB. Zauważa, że w I półroczu do Polski z zagranicy sprowadzono o 24 proc. szyb więcej niż przed rokiem, ale i tak nie zaspokaja to popytu zgłaszanego przez producentów **okien**. Mimo to produkcja stolarki rośnie nieprzerwanie od pięciu lat.

Obecnie polskie **okna** i drzwi montowane są w domach, biurach i budynkach użyteczności publicznej w ponad 120 krajach. To właśnie eksport od dłuższego czasu napędza produkcję w branży. CAB wyliczyło, że w ostatnich czterech latach roczna sprzedaż w Polsce zwiększyła się tylko o niespełna 9 proc. W tym okresie wielkość eksportu zwykłała za to o połowę. W rezultacie w ubiegłym roku polskie firmy sprzedawały za granicę prawie 10,4 mln **okien** i drzwi, czyli 44 proc. całej produkcji. Niektóre grupy produktowe, takie jak **okna** drewniane i ślusarka aluminiowa, już w około dwóch trzecich trafiają na rynki zagraniczne.

O tym, jak bardzo branżę napędza eksport, mogą świadczyć dane historyczne. W 2004 r. łącznie na rynkach zagranicznych ułokowaliśmy około 3 mln **okien** i drzwi. W 2010 r. było to już prawie dwa razy tyle. Szczególnie dobrze sprzedawały się **okna** z PVC oraz drzwi drewniane.

Jeszcze bardziej imponująco wygląda eksport w ujęciu wartościowym. W 2004 r. wartość stolarki sprzedanej przez polskie zakłady na rynkach zagranicznych wyniosła zaledwie 313 mln euro. W 2010 r. było to już 879 mln euro. Z kolei w ubiegłym roku nasz eksport sięgnął 1,87 mld euro. Tym samym w ciągu 13 lat wzrósł o 497 proc.

Większym powodem do dumy jest jednak to, że wartość eksportu naszej stolarki była największa



♦ Fakro jest drugim na świecie producentem **okien** dachowych

spośród wszystkich krajów Unii Europejskiej. Drugie na liście Niemcy na rynkach zagranicznych uplasowały produkty o wartości 1,53 mld euro. W ubiegłym roku ich eksport wzrósł jednak tylko o 1,2 proc., podczas gdy nasz o 12,1 proc. Kolejne w tym rankingu państwa, czyli Włochy, Holandia, Austria, Portugalia, Dania i Czechy, nie zrealizowały sprzedaży zagranicznej na poziomie nawet jednej trzeciej tego co Polska.

Nasze zakłady 96,5 proc. łącznego eksportu kierowały do państw UE, Norwegii i Szwajcarii. Oczywiście najczęściej **okien** i drzwi trafiło do naszych zachodnich sąsiadów. Nad Renem i Łabą sprzedaliśmy w ubiegłym roku wyroby za 613 mln euro. Produkcja warta 200 mln euro trafiła do Francji. Niewiele mniej polskie firmy zainkasowały w Wielkiej Brytanii.

Największe zwyczajki eksportu miały jednak miejsce na rynkach, na których sprzedaż jest znacznie mniejsza niż w wymienionej trójce. Chodzi zwłaszcza o Węgry (wzrost o 47,7 proc.), Holandię (+ 30,5 proc.) oraz Włochy (+18,7 proc.). Dalsze zwyczajki eksportu są niemal pewne, zważywszy że około 80 proc. producentów stolarki budowlanej, czyli ponad 1,4 tys. firm, prowadzi już zagraniczną sprzedaż. Spośród nich tylko 71 przedsiębiorstw uzyskuje w skali roku ponad 15 mln zł przychodów z eksportu.

### Czołowi gracze

W tym miejscu warto też pokazać rosnącą rolę w Europie firm z kapitałem polskim. Z analizy CAB przeprowadzonej w 29 krajach wynika, że wśród sześciu największych producentów **okien** są kolejno: duński VKR, szwajcarska Arbonia, francuskie Atria i Liebot, austriacka IFN oraz skandynawska Inwido. Poza nimi działa także 19 producentów, których obroty w ubiegłym roku przekroczyły 100 mln euro. W tym gronie znajdują się cztery firmy z polskim kapitałem. Chodzi o Drutex, **Eko-Okna**, Fakro i Oknoplast. Po kilka firm jest też z Wielkiej Brytanii, Francji i Niemiec. Wziąwszy jednak pod uwagę dość krótką historię działania na rynku naszych spółek, ich dynamiczny rozwój i dość rozdrobniony rynek w Polsce, można przypuszczać, że w kolejnych latach będą uzyskiwać znacznie lepsze rezultaty niż obecnie.

Niedawno analitycy CAB wskazali też tych producentów i dostawców, którzy w poszczególnych segmentach polskiego rynku stolarki budowlanej są najwięksi. I tak, liderem produkcji **okien** z tworzyw sztucznych została firma **Eko-Okna**, **okien** dachowych Velux, a **okien** drewnianych Dovista Polska. Drzwi drewnianych najczęściej produkuje Porta KMI Poland, drzwi metalowych KMT Stal, a ślusarki aluminiowej Defor. Aluprof jest liderem

w wytwarzaniu systemów aluminiowych i **roletowych**. **Bramy** są domeną firmy Wiśniowski, systemy tworzywowe Aluplastu, a szyby zespolone concernu Pilkington IGP. Liderami w poszczególnych segmentach są też: Winkhaus (okucia), MFO (wzmocnienia), Sanok Rubber (uszczelki), Teknos (farby i lakiery) oraz Somfy (automatyka).

Jak z tego widać, wokół firm koncentrujących się na produkcji stolarki budowlanej pojawiają się też dość powszechnie już znane na rynku przedsiębiorstwa wytwarzające dla nich niezbędne komponenty. W efekcie, wraz ze wzrostem skali działalności producentów **okien**, drzwi i **bram** rośnie też znaczenie działających na ich rzecz dostawców.

Wiele firm systematycznie zwiększa moce produkcyjne. To nie tylko wynik inwestycji organicznych w nowe maszyny i hale, ale i tego, że Polski rynek powoli się konsoliduje. Następnym tego zjawiska są m.in. przejęcia i fuzje. W rezultacie powstają większe przedsiębiorstwa, które mają również większe możliwości dalszego inwestowania i rozwoju. Kolejne zjawisko przybierające na sile to wypadanie z rynku małych podmiotów, często o charakterze rodzinnym. Chodzi zwłaszcza o firmy działające w niszcach rynkowych lub oferujące i sprzedające swoje wyroby jedynie na niewielkim obszarze kraju. Te mają coraz większe problemy ze skutecznym konkuroowaniem z dużymi podmiotami. Dzieje się tak m.in. dlatego, że ci drudzy posiadają stosunkowo niskie koszty jednostkowe produkcji przy oferowaniu podobnych wyrobów lub nawet lepszych jakościowo. Poza tym stać ich na niezbędne certyfikaty i atesty, co w przypadku małych firm czasami jest już sporym wyzwaniem.

Dodatkowo polscy producenci coraz więcej sprzedają wyrobów stosunkowo drożych, co jest efektem rosnącej liczby odbiorców przekonanych, że nasze produkty faktycznie są wysokiej jakości. Inwestycje w najnowocześniejsze technologie, maszyny i urządzenia, w centra badawczo-rozwojowe czy wreszcie w najlepszych na rynku specjalistów przynoszą efekty. Jeśli jeszcze do tego dodać gład sukcesów i przedsiębiorczość firm, to polska branża stolarki budowlanej spokojnie może stać się naszą specjalizacją nie tylko w skali europejskiej, ale i globalnej. ☺

# Stolarka