

MIESIĘCZNIK BRANŻY MEBLARSKIEJ

BIZNES

meble.p

CENA: 29,99 zł (w tym 8% VAT) | NR 11/2025 (180) | ISSN 2082-6338

TARGI:
DREMA, INTERMOB, M.O.W.

**AMERYKAŃSKIE CŁA
A EUROPEJSKIE MEBLARSTWO**

TRENDY AMBIENTE 26+:
**TRZY WIZJE
PRZYSZŁOŚCI DESIGNU**

LONDON DESIGN FESTIVAL

TEMAT WYDANIA:
KOMFORTOWY WYPOCZYNEK

Michał Nowrotek

o historii i ofercie
firmy, kluczowych
rynkach i koniunkturze
w branży meblarskiej

15
lat na rynku

A portrait of Michał Nowrotek, CEO of MAAG Polska. He is a middle-aged man with short dark hair, wearing a dark jacket over a white shirt with a blue patterned collar. He is holding a blue ribbon that loops around his body. The background is a plain, light grey.

Silny wyprzedza pod górę

Michał Nowrotek, prezes Zarządu
MAAG Polska, o historii i ofercie
firmy, kluczowych rynkach
i koniunkturze w branży meblarskiej.

ROZMAWIAŁ: MAREK HRYNIEWICKI

W tym roku MAAG Polska obchodzi 20-lecie działalności. Proszę przybliżyć historię firmy.

Historia MAAG Polska jest krótka. 20 lat temu, na przełomie września i października, uruchomiliśmy pierwszą linię produkującą obrzeża meblowe z PVC. Od tego czasu stopniowo rozbudowywaliśmy park maszynowy i aktualnie dysponujemy siedmioma liniami produkcyjnymi, stale poszerzając zakres naszej działalności. Od początku istnienia prowadzimy sprzedaż obrzeży, zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym. Kilkakrotnie uczestniczyliśmy w targach branżowych – nie tylko w Polsce – gdzie z sukcesem pozyskujemy nowych klientów.

Znany przykład polskiej firmy z branży meblarskiej, które zaczynały od dystrybucji, by z czasem przestawić się na produkcję. Tymczasem MAAG Polska od początku był firmą produkcyjną. Skąd ten model? Wszak produkcja wymaga znacznie większego zaangażowania kapitałowego niż handel...

Od początku wiedzieliśmy, że chcemy być producentem, a nie dystrybutorem. Priorytetem było dla nas budowanie własnej marki i rozwój produktu. Mieliśmy doświadczoną kadrę i opracowaliśmy własną recepturę granulatu. Zainwestowaliśmy też w najnowocześniejsze wówczas urządzenia – co umożliwiło nam rozpoczęcie produkcji.

Jak zmienił się Państwa produkt na przestrzeni tych dwóch dekad? Czy da się porównać obrzeża sprzed 20 lat z tymi, które produkowane są obecnie?

Sam produkt – obrzeże – w swojej istocie się nie zmienił. Wciąż jest to profil z PVC, o zbliżonym do prostokąta przekroju, produkowany według tej samej, zastrzeżonej receptury granulatu i o stałych właściwościach mechanicznych. Zmieniła się natomiast oferta – poszerzyliśmy gamę rozmiarów i kolorów, udoskonaliśmy struktury i sposoby wykończenia powierzchni. 20 lat temu dominowały dekory drewnopodobne, później przyszła moda na wysoki połysk, natomiast dziś prym wiodą kolory matowe.

Na ile problemem są dla Państwa coraz bardziej rygorystyczne obostrzenia środowiskowe?

Nie jest to dla nas problem. Nasze obrzeża od samego początku nie zawierały stabilizatorów ołowiwych, metali ciężkich

ani ftalanów. Obecne normy środowiskowe – w tym rozporządzenie REACH i inne regulacje – spełnialiśmy niemal od pierwszego dnia działalności. Obostrzenia środowiskowe nie wymagały od nas dodatkowego dostosowywania się.

Państwa obiorcy to producenci mebli, ale także stolarki otworowej. Jak to wygląda procentowo? Która z tych branż jest dla MAAG Polska kluczowym klientem?

Przez 20 lat działalności kluczowa była dla nas branża meblarska – i pozostaje nią do dziś. Na rynku stolarki otworowej sta-

ło nam się zahamować spadki, natomiast w pierwszych ośmiu miesiącach 2025 roku odnotowaliśmy wzrost sprzedaży.

Mimo spowolnienia w branży meblarskiej, inwestują Państwo w rozbudowę fabryki w Zabrze. Jak wyglądają obecnie prace przy tym projekcie i na kiedy planowane jest zakończenie?

Rozbudowa zakładu to odpowiedź na rosnące potrzeby klientów i krok w stronę dywersyfikacji działalności. Dzięki nowym rozwiązaniom produktowym, sygnowanym logo MAAG Polska, budujemy fundament dalszego, zrównoważonego rozwoju. Jeżeli

W 2023 roku odnotowaliśmy spadek sprzedaży. Dlatego też w 2024 roku odświeżyliśmy naszą ofertę i wizerunek marki. Znacząco zwiększyliśmy liczbę dostępnych kolorów, unowocześniliśmy logo i rozpoczęliśmy intensywne działania PR-owe. Dzięki temu w ubiegłym roku udało nam się zahamować spadki, natomiast w pierwszych ośmiu miesiącach 2025 roku odnotowaliśmy wzrost sprzedaży.

wiamy dopiero pierwsze kroki, wykorzystując dotychczasowe doświadczenia i wypracowane przez dwie dekady standardy jakości. Te standardy chcemy przenieść na listwy dedykowane ciepłemu montażowi i transportowi okien.

Zdecydowana większość produkowanych w Polsce mebli trafia na eksport. A jak to wygląda w przypadku Państwa firmy? Które rynki są dla Państwa najważniejsze i dlaczego?

Na eksport trafia znaczna część naszych produktów – w poprzednich latach było to między 2/3 a 3/4 całkowitego wolumenu sprzedaży. Najważniejszym rynkiem pozostaje Ukraina, a następnie kraje bałtyckie – Litwa, Łotwa, Estonia. W dalszej kolejności są to państwa Beneluxu: Holandia i Belgia, a także inne rynki zachodnioeuropejskie.

Branża meblarska od ponad 3 lat notuje spadki sprzedaży. Czy MAAG Polska – jako producent obrzeży, również dla tej branży – odczuwa te spadki choćby w mniejszych zamówieniach?

Tak, w 2023 roku odnotowaliśmy spadek sprzedaży. Dlatego też w 2024 roku odświeżyliśmy naszą ofertę i wizerunek marki. Znacząco zwiększyliśmy liczbę dostępnych kolorów, unowocześniliśmy logo i rozpoczęliśmy intensywne działania PR-owe. Dzięki temu w ubiegłym roku uda-

chodzi o samą inwestycję – to obecnie rozpoczynamy prace budowlane. Ich zakończenie planujemy na początek 2026 roku. W drugim kwartale przyszłego roku rozpoczniemy montaż nowych maszyn i uruchamianie produkcji. Wynika to między innymi z czasu oczekiwania na dostawy zaawansowanych technologicznie urządzeń, który sięga nawet ośmiu miesięcy.

Czy – biorąc pod uwagę spowolnienie w branży meblarskiej – to dobry moment na tego typu inwestycję?

W myśl słów „silny wyprzedza pod górę”, moment spowolnienia to bardzo dobry okres na takie działania. Dzięki temu, gdy koniunktura się poprawi, będziemy gotowi na ofensywę rynkową.

A czy nowa fabryka oznacza także poszerzenie asortymentu MAAG Polska, czy też pozostaną Państwo przy obecnej ofercie?

Rozbudowa fabryki pozwoli nam odciążyć obecne linie produkcyjne i rozwijać asortyment. Czyli poszerzyć ofertę dla branży meblarskiej i jednocześnie wejść w nowe sektory. A branża stolarki otworowej nie jest wcale ostatnią, do której w najbliższej przyszłości mamy zamiar dotrzeć z rozwiązaniami MAAG Polska.

Dziękuję za rozmowę.