

ROTH z podwójnym jubileuszem

25 lat w Polsce i 20 lat z Arturem Spólnikiem

Artur Spólnik

Absolwent Politechniki Zielonogórskiej, wydziału Budownictwa i Inżynierii Sanitarnej (1992-1998). Doktorat obronił z kolei na Uniwersytecie Zielonogórskim (Budownictwo i Inżynieria Sanitarna) w 2006 r. Związany ze spółką ROTH od początku jej istnienia w Polsce, czyli od 20 lat.

Od stycznia 2002 roku prezes zarządu Roth Polska Sp. z o.o.

Ceni rodzinną atmosferę w firmie.

Miłośnik kina. W wolnych chwilach gra w tenisa i jeździ na nartach.

WYWIADU UDZIELIŁ ARTUR SPÓLNIK

Przykład Pana kariery w Roth jest wręcz książkowy: od specjalisty ds. technicznych w 1998 roku, przez dyrektora handlowego, po prezesa zarządu zaledwie w 4 lata. Czy zgodzi się Pan ze mną, że to takie... amerykańskie?

Hmm, myślę, że po prostu jako młody człowiek, świeżo po studiach dobrze trafiłem. Po pierwsze, do firmy prowadzonej przez ówczesnego prezesa Janusza Kurpiewskiego, od którego wiedzę można było czerpać pełnymi



garściami. A po drugie, do firmy, która należała do rodziny Roth, co miało i ma wpływ na jej strukturę, zależności i przede wszystkim kontakt z partnerami w Niemczech. Kontakt, który zawsze był taki... niekoncernowy.

Czy kiedykolwiek myślał Pan, że tak silnie zwiąże swoje losy z jedną firmą?

Nie. Studiowałem, żeby zostać projektantem w branży sanitarno-grzewczej. Taki był plan jeszcze krótko po obronie pracy dyplomowej. I wtedy, niejako „przy okazji” poprosiłem swojego byłego już wykładowcę o pomoc w znalezieniu posady. On właśnie skierował mnie do swojego znajomego (J. Kurpiew-

skiego), który stał na czele dopiero co powstałej spółki Roth Polska. Gdy dowiedziałem się, że to firma handlowa, niemiecka, to właściwie zastanawiałem się, jak grzecznie podziękować. Ponieważ jednak wykładowca dopytywał się, czy już byłem na rozmowie itd., uznałem, że nie wypada dłużej się migać. I poszedłem, w zasadzie tylko po to, aby odhaczyć spotkanie. A na rozmowie z prezesem okazało się, że jest miło, przydała się praktyczna znajomość niemieckiego, warunki wynagrodzenia dla świeżego absolwenta są niezłe. I nagle mam przyjść za cztery dni do pracy. Najpierw przerażenie, a potem już ciekawość, fascynacja i okazało się, że to jest właśnie





to, co chcę robić. Dziś trudno mi sobie wyobrazić, że mógłbym zajmować się czymś innym, a już z pewnością nie projektowaniem. Po tylu latach oddawania serca tej pracy, trudno mi też sobie wyobrazić, że mógłbym przejść do innej firmy.

Co poczytałby Pan za swój największy sukces podczas tych 20 lat pracy dla marki Roth?

Może to banalne, ale chyba to, że z niektórymi osobami współpracuję w firmie już kilkanaście lat. To one stanowią kręgosłup naszego oddziału, a szef, nawet najlepszy i najmądrzejszy, sam firmy nie poprowadzi. Mając współpracowników, na których można polegać „w ciemno”, ma się ogromny komfort pracy. A są to ludzie w biurze i w terenie, z którymi pracujemy razem już 15-19 lat. Stąd też biorą się sukcesy handlowe, choćby to, że nasza spółka wciąż się rozwija. Umacniamy swoją pozycję przede wszystkim w segmencie ogrzewania płaszczyznowego i zbiorników na olej opałowy. Coraz mocniejszą pozycję mają systemy rurowe, rosnące w tempie kilkudziesięciu procent rocznie, jak również przydomowe oczyszczalnie ścieków.

Rozumiem więc, że czasy, gdy Roth utożsamiany był głównie ze zbiornikami na olej czy deszczówkę należą do przeszłości...

Tak, jak wspominałem, dziś numerem jeden w portfolio są systemy ogrzewania płaszczyznowego. Dzięki nim jesteśmy najbardziej widoczni w branży, a ich udział rynkowy też jest już bardzo interesujący. Dotyczy to zresztą całej grupy Roth.

Są rynki, jak np. Niemcy, gdzie Roth należy do największych marek oferujących ogrzewanie płaszczyznowe. Ale zbiorniki na olej są wciąż dla nas ważne. To od nich zaczął się globalny rozwój firmy przed kilkudziesięciu laty. Wciąż rozwijamy systemy rurowe. Myślę, że one wraz z ogrzewaniem płaszczyznowym i uzupełnione zbiornikami z tworzywa – zarówno na olej opałowy i wodę – będą stanowić o sile firmy w najbliższych latach. Choć wciąż staramy się wdrażać nowe produkty. Niedługo zamierzamy wprowadzić na polski rynek tworzywowe zasobniki ciśnieniowe. Można je stosować jako bufory, do instalacji solarnych czy coraz popularniejszych pomp ciepła.

Czy ciężko jest przebić się na rynku ogrzewania podłogowego? Jakie są największe wyzwania tego sektora?

To bardzo trudny rynek dla dostawców systemowych. Ze względu na liczbę mieszkańców nasz kraj jest bardzo łakomym kąskiem dla wszystkich mniej lub bardziej liczących się producentów z branży. Z drugiej strony musimy konkurować z produktami „pozlepianymi” przez hurtownie, gdzie poszczególne elementy systemu są dopasowane do najniższych cen, a ich jakość woła niekiedy o pomstę do nieba. Niestety rynek w Polsce wymaga stosunkowo wysokiej jakości, ale nie akceptuje cen wyższych od ekonomicznych. Stąd wielu zachodnich producentów uznanych marek nie radzi sobie w Polsce tak dobrze, jak na rynkach macierzystych. Nam na szczęście udało się oferować w Polsce nie produkty dedykowane (więc tańsze), a w zdecydowanej większości wytworzone przez nasze fabryki w Niemczech, z zachowaniem rozsądnych cen dla naszych partnerów.

Koncern pozostaje w rękach jednej rodziny Roth, obecnie już pod kierownictwem kolejnego pokolenia. Jakie znaczenie dla prowadzenia biznesu ma ten właśnie model własności i zarządzania?

Jest wiele firm pozostających pod rodzinną kontrolą, ale działających jak typowe koncerny. Rodzina Roth bardzo dba o to, aby nie wpaść w tę koncernową pułapkę. Stąd na wszystkich spotkaniach są zawsze członkowie rodziny.

Manfred Roth wciąż stoi na czele firmy. Jego dzieci pełnią oficjalne funkcje w Grupie Roth. I naprawdę w niej pracują. To po pierwsze bardzo nas motywuje, ale przede wszystkim bardzo ułatwia podejmowanie decyzji. Gdy ktoś ma problem w grupie albo chce przedstawić swój pomysł, może to zrobić od razu tam, gdzie zapadają decyzje. Bez czekania, aż nasz wniosek czy prośba o spotkanie przejdzie przed wszystkie szczeble menedżerskie w korporacji.

5 lat temu, dokładnie w rocznicę 15-lecia założenia firmy Roth Polska Sp. z o.o. przeprowadziliście się Państwo do nowej siedziby...

Rzeczywiście, w obecnej siedzibie jesteśmy już dokładnie 5 lat. Przeprowadzka była ogromnym przedsięwzięciem. W ostatni czerwcowy weekend w 2013 r. spakowaliśmy się, przenieśliśmy, rozpakowaliśmy i w poniedziałek 1 lipca rozpoczęliśmy pracę w nowym miejscu.

Cały nasz zespół był aktywnie zaangażowany w przeprowadzkę i aranżację nowej przestrzeni, co było bardzo odświeżające i mobilizujące. Każda zmiana stwarza nowe możliwości, również ta, chociaż była trochę wymuszona przez okoliczności. Jednak w tej chwili czujemy się tu jak u siebie, chwalimy znakomite sąsiedztwo firm z branży, mamy świetne połączenie komunikacyjne zarówno z centrum, jak i obwodnicą miasta, stworzyliśmy nową multimedialną salę szkoleniową, w której gościmy podczas szkoleń projektantów, handlowców i instalatorów, z którymi współpracujemy. Można tak długo wymieniać.

Przypominam sobie jeszcze jedną ciekawą rzecz. Nasza przedostatnia przeprowadzka również wypadła w okrugłą rocznicę funkcjonowania firmy – 10-lecie! Jednak czuję, że obecna siedziba będzie już tą ostatnią. Jest nam tu naprawdę dobrze, a jeśli będzie potrzeba, w związku z dalszym rozwojem firmy, mamy możliwość pozyskania dodatkowej powierzchni biurowej i magazynowej.

Z Pana perspektywy największe zalety firmy Roth to...

...ludzie, ludzie i jeszcze raz ludzie... Przekonałem się o tym wielokrotnie, nie tylko przez pryzmat naszego polskiego oddziału, ale również spotykając się w ramach grupy z innymi spółkami Roth rozsianymi na całym świecie. Wszędzie w nich są osoby o specyficznym, familiarnym i niezwykle ludzkim podejściu do wykonywanej pracy i drugiego człowieka. Co wcale nie umniejsza, a wręcz zwiększa ich zaangażowanie i profesjonalizm. ■