

BAKOMA S.A. – ein polnisches Unternehmen auf Erfolgskurs

Dr. Henriette Ullmann, Bonn

Die Firma stieg erst 1992 in die Milchbranche ein. Heute gehört sie zu den erfolgreichsten Anbietern von Milchprodukten auf dem polnischen Markt.



Die Firma BAKOMA S.A. ist eine Aktiengesellschaft mit dem Hauptsitz in der polnischen Hauptstadt Warschau. Das Aktienkapital der Gesellschaft beläuft sich auf 11 500 000 PLN.

Neben den zahlreichen anderen Investitionsaktivitäten im Bereich der Lebensmittelbranche konzentriert sich das Unternehmen auch auf den Einkauf von Milch und die Produktion von Milcherzeugnissen, die unter dem Logo BAKOMA angeboten werden. Dieser Produktionszweig hat seinen Sitz in Elzbiec/Wojewodschaft Mazowieckie.

Die Entstehungsgeschichte der Firma BAKOMA geht auf das Jahr

1989 zurück. Zu diesem Zeitpunkt besaß sie den rechtlichen Status einer GmbH. Am 9. Juni 1997 wurde das Unternehmen in eine Aktiengesellschaft umgewandelt.

Zu Beginn seiner Tätigkeit konzentrierte sich das Unternehmen hauptsächlich auf folgende Aktivitäten: Zwiebelanbau und Verarbeitung zu Trockengemüse, Herstellung von Apfelauszügen zur Gewinnung von Pektinen und Tiefkühlung von Obst und Gemüse, das hauptsächlich für den Export bestimmt war.

1992 stieg BAKOMA in die Milchbranche ein. Mit der Produktion von verschiedenen Joghurtsorten wurden die ersten Schritte im neuen Investi-

tionsbetätigungsfeld getan. Mit der Zeit wurde BAKOMA's Joghurt zu einem der wichtigsten Produktionszweige der Aktiengesellschaft.

Im Jahr 1999 übernahm BAKOMA den Produzenten „Zorina“ in Kutno und erweiterte damit seine Produktpalette um weitere Milcherzeugnisse, wie z.B. Reisdessert, traditionelle Quarksorten, Butter und Pulvermilch. Der Name „Zorina“ wurde in BAKOMA NOVA Sp.z o.o. (dt. GmbH) geändert.

Wie beliebt die BAKOMA-Produkte sind, beweisen zahlreiche Auszeichnungen, die die Firma in den letzten Jahren erhalten hat, darunter auch vier Goldmedaljen für einige Joghurtsorten (in den Jahren 1994, 1996, 1998 und 2000) und eine für das Produkt „Bakus“, ein homogenisierter Käse mit Vanillegeschmack für Kinder.

2004 wurde die Marke BAKOMA im Bereich der Lebensmittelbranche zur Supermarke gewählt. Die Auszeichnung basierte auf einer Untersuchung, die Target Group Untersuchungen und Beratung durchgeführt hat. Ihr zufolge nannten 16,2% der Befragten die Marke BAKOMA als die bekannteste polnische Marke und 90,8% würdigten die hohe Qualität des Produktes.

Ähnliche Resultate erzielte die Pentor-Untersuchung, die an 1000 Befragten durchgeführt wurde, um die Beziehung der Polen zu ausländischen und polnischen Marken zu prüfen. Die Untersuchung ergab, dass auch hier die BAKOMA-Marke eine führende Position einnimmt. Unter 100 ermittelten Marken, nahm BAKOMA die 7. Position ein. Laut der polnischen Zeitung „RZECZPOSPOLITA“ vom 12.10.2004 (Lista 2000/Polskie

Przebiegiarstwa/dt. Rangliste 2000/ Poinische Unternehmen) betragen im Jahre 2003 die Verkaufseinnahmen der Firma BAKOMA S.A. 412 738 Tsd. PLN und der Nettogewinn 8 268 Tsd. PLN. In der Liste der 2000 polnischer TOP-Unternehmen des Jahres 2003 nimmt BAKOMA den Platz 381 ein.

Die Gründer, Eigentümer und gleichzeitig die Führungsspitze der Firma BAKOMA S.A. sind Zbigniew und Barbara Komorowski. Der Name der Firma geht auf die ersten Namensbuchstaben der Geschäftsführerin, Frau Barbara Komorowska, zurück: BA (Barbara) KOM (Komorowska)+A.

Laut der Zeitschrift „Ludzie Wprost“ verkauften die Firmeneigentümer 52% ihrer Aktien an den französischen Konzern Danone. Dennoch hält sich die Kontrolle der Franzosen über den Konzern in Grenzen. Sie besitzen lediglich 18% der Stimmenanteile, die sie in den Wahlveranstaltungen der Aktionäre einsetzen können. Die eigentliche Führungsmacht blieb in polnischen Händen.

Das Unternehmen BAKOMA S.A. beschäftigt insgesamt ca. 1250 Mitarbeiter. 500 unter ihnen arbeiten verteilt im ganzen Land.

Die Produkte des Unternehmens werden auf dem Weg firmeneigener regionaler Distributionszentren vertrieben, die - verteilt durch ganzes Land - in fast 50 Städten ansässig sind. Sowohl die Transporter als auch die Hallen der Distributionszentren liefern optimale Voraussetzungen zur Kühlung von Milchprodukten. Die Temperatureinstellung von +2°C bis 6°C sorgt für die Qualitätserhaltung der Produkte.

Die Produktionsbetriebe BAKOMA's verfügen über ein verzweigtes inneres Qualitätskontrollsystem, das den Produktionsablauf überwacht und die Qualität der Endprodukte garantiert. Das Unternehmen arbeitet nach den international üblichen Qualitätsnormen, die durch die Einführung der Systeme ISO 9002 und HACCP garantiert werden.

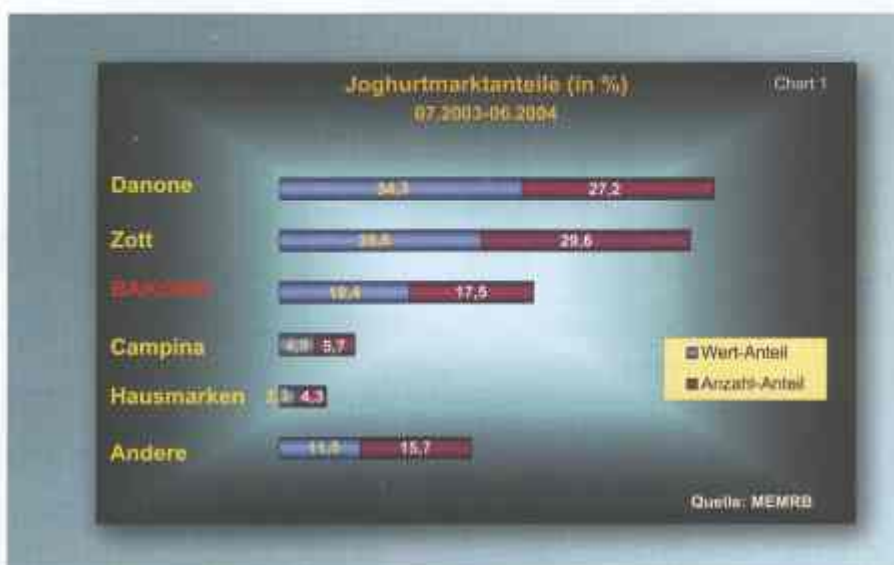
Gegenwärtig bietet das Unternehmen neben Joghurtsorten in zahlreichen Geschmacksrichtungen auch andere Milchprodukte, wie Käse,

Dessertprodukte, Kindermilchprodukte, probiotische Erzeugnisse, Kefir und andere Produkte wie Sahne, Milch, Quark und Brotaufstriche an, die in Verpackungen unterschiedlicher Größenordnung angeboten werden. BAKOMA gehört in diesen Produktionsbereichen zu den führenden Unternehmen auf dem polnischen Markt.

Entwicklungsdynamik vor allem in der Joghurtsparte

Nach Auskunft der Firma ist die Nachfrage nach den von BAKOMA produzierten Joghurtsorten steigend. Die Dominanz des Unternehmens auf dem polnischen Joghurtmarkt belegt auch die MEMRB-Untersuchung, die sich auf den Zeitraum von Juli 2003 bis Juni 2004 bezieht. Ihr zufolge besitzt BAKOMA, gerechnet nach Wert, 18,4% der Joghurtmarktanteile und gerechnet nach Anzahl, 17,5% der Anteile. Damit gehört BAKOMA - neben Danone und Zott zu den größten Joghurtanbietern in Polen.

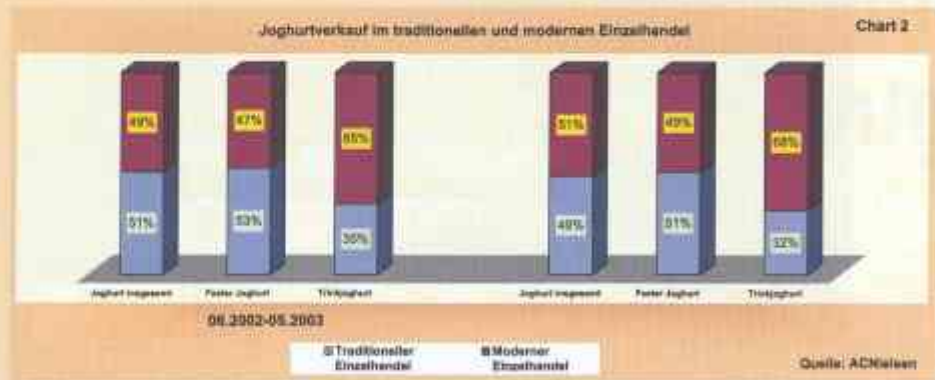
Über die beliebtesten Joghurtsorten in Polen gibt eine SMGG/KRC Befragung Aufschluss, die sich auf den Zeitraum April 2003-März 2004 bezieht. Die Studie ergab, dass die Kindermarke „Bakus“ zu der beliebtesten Joghurtsorte des Hauses BAKOMA gehört. Mit 8,9% Zustimmung gehört diese Marke (nach einem Produkt von Zott und Danone) zu dem drittbekanntesten Produkt auf dem polnischen Joghurtmarkt, gefolgt mit 7,8% von



BAKOMA's „Joghurt Naturalny“ (dt. Naturjoghurt), mit 4,6% vom Joghurt „Polskie Zboza“ (dt. Polnisches Getreide), der von BAKOMA in sechs verschiedenen Obstsorten mit Zusatz von Korn angeboten wird, mit 4,2% „Polskie Smaki“ (dt. Polnische Geschmacksrichtungen) in sieben verschiedenen Obstsorten, mit 4,1% „Joghurt Kremowy“ (dt. Kremjoghurt) in drei Geschmacksrichtungen, mit 2,8% „Premium Bakoma, mit 1,4% „Polskie Smaki do picia“ (dt. Polnische Geschmacksrichtungen zum Trinken), mit 0,9% „Benefit“ (probiotischer Joghurt), mit 0,6% der Trinkjoghurt „Twist“ und mit 6,1% BAKOMA's restlichen Joghurtsorten.

Nach Auskunft der polnischen Zeitschrift „Detal Dziaja“ ist der Verkauf von Joghurt in Polen hauptsächlich auf den modernen Einzelhandel konzentriert, das heißt auf Super- und Hypermärkte. Die Zeitschrift beruft sich hier auf eine Studie von AC Nielsen, der zufolge im Zeitraum vom Juni 2002 bis Mai 2003 49% des gesamten Joghurtverkaufes in Hyper- und Supermärkten realisiert wurde. Im adäquaten Zeitraum ein Jahr später belief sich der Verkaufsanteil bereits auf 51%. Der moderner Einzelhandel spielt vor allem bei den Trinkjoghurts eine Schlüsselposition. 68% des Verkaufes (vom Juni 2003 bis Mai 2004) sind hier erzielt worden. Es ist anzunehmen, dass sich der Trend auch in der Zukunft fortsetzen wird.

Neben zahlreichen Joghurtsorten bietet das Unternehmen auch eine



breite Palette an verschiedenen Dessertsorten, z.B. Dessert mit Sahnehäubchen, „Pysio“ (mit Reiszusatz) und Schaumdesserts mit dem Namen „Sonata“.

Neben der Tatsache, dass BAKOMA S.A. in Polen zum Kreis der bekanntesten Milchanbieter gehört, spielt das Unternehmen auch eine wichtige Rolle bei der Produktion von Sahne.

Besonders aktiv ist das Unternehmen BAKOMA S.A. auf dem polnischen Kefir-Markt. Seine nach Wert gemessenen Anteile – so MEMRB-Angaben - betragen für den Zeitraum von 07.2003-06.2004 9,3% und die nach Anzahl gemessenen Anteile 6,9%.

Auf dem Käsesektor marktführend

Ein weiteres wichtiges Segment des Hauses BAKOMA S.A. ist Käse. Im Jahr 2003 besaß die Aktiengesellschaft 5,6% der Verkaufswertanteile und 6,2% der Verkaufsvolumenanteile. Nach den Unternehmen Danone, Hochland, Unilever und Piatnica nahm BAKOMA auf dem polnischen Käsemarkt Platz 5 ein. In 2004 ist es marktführend.

BAKOMA's Käsesortiment ist sehr breit gefächert. Das Unternehmen entwickelte extra für den jüngsten Konsumenten den homogenisierten Käse der Marke Bakus. Dieser wird in den Geschmacksrichtungen Schokolade, Erdbeere, Aprikose, Banane und Vanille produziert.

Ein anderes Produkt mit der Bezeichnung „Serki Hommi“ ist ebenfalls



ein homogenisierter Käse und wird in der Variante Käsekuchen, Kokosraspeln, Vanille, Erdbeere, Blaubeere und Pfirsich angeboten.

Innerhalb der Gelbkäsesorten werden in der Kategorie „hart“ die Produkte Gauda und Podlaski hergestellt und in der Kategorie „weich“ die Varianten Edamer und Morski. Eine Käseart mit besonders ausgeprägten Löchern trägt bei BAKOMA den Na-

men Rottdamer. Darüber hinaus produziert die Aktiengesellschaft ihren eigenen Halbfettquark nach traditioneller polnischer Rezeptur.

Zur Popularität der Produkte der Marke BAKOMA trägt außer ihrem besonderen Geschmack auch die Werbung in den Medien bei. Allein für die Werbung in Handelszeitschriften gab BAKOMA im Jahr 2003 129 538 Tsd. PLN aus.

Unter dem Motto „Odkryj nasza nature“ (dt. Entdecke unsere Natur) startete BAKOMA S.A. eine große Fernsehwerbungskampagne, die die Joghurtmarke Bakoma Premium zum Inhalt macht. Dieses Werbeprojekt wurde in den wichtigsten polnischen Fernsehkanälen ausgestrahlt.

Laut der bereits angesprochenen Untersuchung der Target Group schätzen die polnischen Konsumenten die Qualität der Werbung für Bakoma-Marken sehr. Immerhin gaben dies 81% der befragten Personen an. Darüber hinaus fühlen sich die polnischen Konsumenten von der Tatsache angezogen, dass die Firma BAKOMA in ihren Werbeslogans gerne an die polnische Wurzeln ihrer Produkte verweist. Dies spricht ihr nationales Empfinden an.

