Dass seine Produkte aus dem Hauben-Zentrum Fabriano stammen, ist für Firmenchef Urbano Urbani (58) nicht nur ein Kompetenzbeweis. Die Verbundenheit mit der Stadt in der Region Marken ist für ihn eine Herzensangelegenheit.

Airforce: Nischenkompetenz „made in Fabriano"

Partner ab Losgröße 1

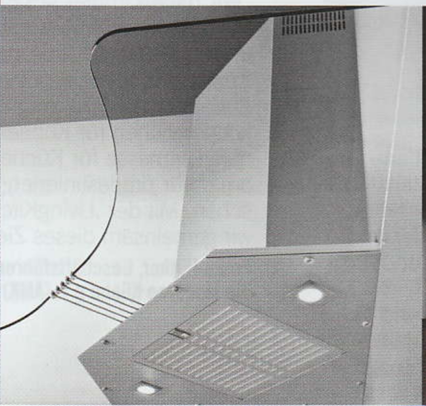
Viele deutsche Händler kennen die Dunstabzugshauben von Airfor doch wissen wenig über den Hersteller. Denn der Vertrieb zielt ha sächlich auf Möbelproduzenten wie Nobilia, Häcker und Nolte ab. dieser Spur will der italienische Spezialist nun weiter vorpreschen mit flexiblem Service und innovativer „Green Technology".

Schlicht „F3" hieß das erste Haubenmodell, mit dem Urbano Urbani 1997 den Schritt in die Selbstständigkeit wagte. Die Technik hat der heute 58-Jährige von der Pike auf gelernt: bei Elica – neben Faber (Franke-Gruppe) der andere „Platzhirsch" im italienischen Hauben-Mekka Fabriano. Mit neuen Ideen eigene Wege zu gehen, war das Ziel des damaligen General Managers, doch noch heute ist er mit seinem früheren Arbeitgeber verbandelt.

Zu den ersten Kunden zählten die Zubehör-Großhändler Rudolph, Lempke, Dekker und Domo Sanifer. Heute sind es fast ausschließlich Küchenhersteller. Das habe sich so ergeben, nachdem einige Firmen ins Trudeln gerieten, erzählt Urbani beim Pressebesuch vor Ort. Die aktuelle Kooperation mit der Kücheninindustrie biete dagegen mehr finanzielle Sicherheit und damit eine solide Basis, um Partnerschaften auf- und auszubauen. Die beiden wichtigsten Kunden: die französische Salm-Gruppe (Schmidt Küchen) und Nobilia. Aber auch die Alno-Gruppe, Häcker und Nolte liefern ihre Komplettküchen mit Hauben von Airforce, ebenso wie der Zubehör-Allrounder Sedia und der Gerätespezialist Baumatic. Fast die gesamte Klientel kommt aus dem Ausland, die Hälfte davon aus Deutschland – auch dies liegt in der inzwi 13-jährigen Existenz begr die als Ergänzung zur Elica- te gedacht war. Als Haup ment gilt die Flexiblität, Airforce mit seinen 70 Mit tern im Gegensatz zu Masse duzenten erlaubt, schnell u dividuell auf Kundenwünsch zugehen – schon ab Losgrö Herzstück ist dabei die Platt Strategie, die Wechsel zwi verschiedenen Baugruppen so ermöglicht wie kundensp sche Features.

Da der Vertrieb zum Gr auf die deutsche Küchenmö dustrie ausgerichtet ist, präse Airforce seine Neuheiten a ZOW als einzigem Messes platz. In diesem Frühjahr w zum Beispiel die „F 102 L die mit ihrem abgerundeter sign und mit offenem „Schar ter" sprichwörtlich aus dem men fiel. Zu weiteren News ten Glasschirm-Modelle mi gant integrierter Elektronik „Touch"-Bedienung – als W Insel-, Eck- oder Tischvaria bis hin zu neuen Schräghaub

Leise Motoren mit 600 Leistung, Randabsaugung, Control mit Nachlaufauto in drei Stufen, Timer, Kohle Fettfilteranzeige sowie LE leuchtung markieren den ellen technischen Standard mittlere und gehobene Pre



Leistungsstarke Technik in modernem Design. So präsentierten sich die neuen Airforce-Modelle zur ZOW. Darunter die markante „F 106", deren Aussparung sich zur Dekoration oder als Warmhaltezone eignet, die Ecklösung „F34" mit elegantem Glasschirm und der leuchtende Kubus „F 91" (von links).