

AKTUALITY

ZO STAVEBNÉHO TRHU

Ekologická inovácia Knauf Insulation získala medzinárodnú cenu



Nová generácia ekologickej minerálnej vlny s ECOSE Technology vyhrala prestížnu medzinárodnú cenu Dubo Award 2009. Tá ako jedna z mála oceňuje inovatívne a revolučné produkty v oblasti trvalo udržateľnej a ekologickej výstavby. Udržateľná výstavba sa stáva čoraz dôležitejšou požiadavkou na strane klientov nielen v Holandsku, kde sa cena udeľuje, ale aj v celej Európe. Každý rok sa preto v Rotterdamе koná tzv. Dubodag, výročný kongres trvalo udržateľného stavebníctva s cieľom spojiť všetkých odborníkov, ktorí majú čo povedať v oblasti ekologickej výstavby a podporiť tak vlády, firmy a projektové tímy vo vytváraní trvalo udržateľných inovácií, akou je napríklad minerálna vlna s ECOSE Technology. Podľa výroku poroty práve ECOSE technológia priniesla do stavebníctva nový, ekologický rozmer. ECOSE Technology je založená na využití prírodného spojiva z obnoviteľných materiálov a eliminovaní formaldehydu, fenolov a akrylátov pri výrobe.

Vďaka nižšej energetickej náročnosti pri výrobe proces technológie je zároveň šetrný k ŽP. Jej efekt je cítiť aj v interiéri, v porovnaní s klasickou minerálou totiž zlepšuje kvalitu vzduchu v ňom. Minerálna vlna s ECOSE Technology sa od roku 2010 bude vyrábať aj v slovenskom závode Knauf Insulation v Novej Bani.

Okrem odbornej poroty mohli do rozhodovania prispieť aj návštěvníci web-stránky Dubo. Okrem minerálnej vlny s ECOSE Technology bol do finále nominovaný nový distribútor v oblasti stavebných materiálov, a tiež hybridný

panel, ktorý dokáže prijať veľké množstvo termálnej energie. Klúčovým posolstvom podujatia nebolo iba diskutovať o možnostiach úspor energie, ale aj ukázať, čo sa reálne darí uskutočňovať. Veľa diskutujúcich použilo Knauf Insulation a jej produkt ECOSE Technology ako inšpirujúci príklad.

Prémiové okná v novej hale

Popredný výrobca plastových a hliníkových okien, spoločnosť NOVES okná spol. s r. o., ako súčasť holdingu HASAU GROUP, napreduje aj v čase krízy. Producent riešení v oblasti tejto problematiky v októbri t. r. začal so stavbou novej výrobnej haly, aby rozšíril kapacity a odpovedal tak na vzrástajúci dopyt zo strany domácich i zahraničných klientov. Do novej haly plánuje umiestniť linku na laminovanie PVC profilov. S výstavbou novej výrobnej haly v Spišskej Novej Vsi, kde sídlí celý závod, budú podľa plánov hotoví do 31. 1. 2010. „Hala bude spĺňať všetky kritériá najmodernejšieho pracoviska s využitím progresívnych technológií, ktoré budú zárukou dodržiavania prísnych kvalitatívnych parametrov vo všetkých stupňoch výrobného procesu. Táto investičná akcia si podľa prepočtov vyžiada približne 250 tisíc EUR,“ uviedol výkonný riaditeľ Ing. Roman Bryndza. Dôvodom pre nemalé investície do rozširovania výroby je rýchly nárast záujmu o prémiové okná a dvere značky Noves a tiež postupné zvyšovanie nárokov stavebnickej verejnosti na kvalitu, v ktorej je značka Noves jednoznačným favoritom. „Aj zákazník z radov laickej stavebnickej verejnosti sa začal viac orientovať na dlhovekosť, bezporuchosť a celkovo vyšší štandard kvality stavebných produktov, čo nám, samozrejme, hrá do karát. Po prvotnom boome s lacnejšími náhradami zo zahraničia sa poučil a zrátal, že kvalitné okno je zo stredno a dlhodobého hľadiska oveľa lacnejšie, ako jeho nekvalitná imitácia. A nejde len o kúpu samotného okna, s jeho výmenou súvisia ďalšie výdavky ako sú montáž a demontáž ale aj ďalšie, ktoré platí so značkou NOVES iba raz,“ vysvetlil jej výkonný riaditeľ firmy.

Wienerberger Slovenské tehelne s novým obchodným a marketingovým riaditeľom

Spoločnosť Wienerberger - Slovenské tehelne má vo vedení spoločnosti nového obchodného a marketingového riaditeľa. Stal sa ním Vladimír Klučiar, ktorý v oblasti stavebných materiálov pôsobí už takmer 15 rokov. V spoločnosti začína pred 7 rokmi, ako regionálny obchodný zástupca, odkiaľ neskôr postúpil na post vedúceho predaja pre stredné Slovensko. Ako absolvent SvF SVŠT mal k „stavarine“ blízko už od študentských čias, a nakoľko svoju prax zahajoval na pozícii projektanta, dokáže sa zorientovať v stavbe už od jej plánovania. Často si spomína na slová, ktoré mu boli vštepané, pri nástupe do spoločnosti, jeho nadriadeným, že tým najdôležitejším aspektom na trhu nie je len dobré meno výrobcu, ale aj jeho otvorený a pozitívny vzťah ku zákazníkovi.

Obchodnú a marketingovú stratégiju predstavil V. Klučiar slovami: „Skutočnosť, že sú naše výrobky dobré a kvalitné ešte neznamená, že sa staneme automaticky lídom na trhu. Na to je potrebné spraviť oveľa viac. Najdôležitejšia je orientácia na spotrebiteľa a na jeho spokojnosť. Kvalita výrobkov, a s nimi spojených služieb, podporená čo najväčšou informovanosťou, je len kvapkou v mori v porovnaní s tým, čo chceme urobiť preto, aby sme obhájili výborné pozície tehlového systému Porotherm na Slovensku. Naším záujmom je všeobecne podporovať poznateľnosť značky Porotherm. Práve preto sa chceme, okrem iného, ešte viac orientovať na spoluprácu so strednými školami a odbornými učilišťami, aby sme spoločnými silami vychovali generáciu vzdelenú a zároveň aj náročnú. Takú, ktorá dokáže v práci s tehľou oceniť jej tradíciu overenú časom spojenú s inováciou a pokrokom. Ako

