

Йенс Тирфелдер, управител „Продажби и маркетинг“ на „КСЕЛА България“:

# Ще продължим да инвестираме в енергоефективни продукти

Убеден съм в успеха на фирмите, които предлагат материали и услуги с по-високо качество

**Какви са първите ви стъпки в работата в „КСЕЛА България“?**

- Първата ми задача беше да се запозная със служителите, с текущото състояние и развитието на „КСЕЛА България“ ЕООД през последните години.

Следващата важна задача за мен беше да се осведомя за макроикономическите показатели в страната и, разбира се, по-специално в сектора строителство.

Разбира се, много е важно максимално бързо да науча повече за страната, хората, културата, историята и навиците както в личния, така и в професионалния живот.

**Как оценявате настоящата ситуация на пазара по отношение на пазарен дял, конкуренция и тенденции?**

- Отговорът на този въпрос изисква много комплексен подход.

Важно помощно средство за анализ на пазара са данни, информация от отдел „Продажби и маркетинг“ на „КСЕЛА България“. Нашите специалисти имат дългогодишен опит в тази област и собствена статистика, което подпомага търсенето на отговор на така поставения въпрос.

Също така в последните два месеца от пристигането ми в България проведох много разговори с важни участници на пазара - с търговци на строителни материали, архитекти, инвеститори, строителни фирми, производители.

Не на последно място и някои консултантски фирми в определена степен разполагат с информация за българския строителен пазар и участниците в него. Разбира се, задължително четиво за всеки мениджър са и тематичните материали от всекидневниците и специализираната преса, както и публикации на професионалните асоциации или отделни производители.

За съжаление няма официални данни за пазарни дялове за отделните участници на пазара.

**Йенс Тирфелдер е строителен инженер от Техническият университет в Дрезден, където след завършването си работи в катедрата за строителни материали и се занимава с разработване на проекти и с преподавателска работа. Той има 18-годишен опит в компанията КСЕЛА. Карьерата си започва през 1992 г. като регионален търговски мениджър в провинция Заксен, Германия, впоследствие заема други позиции като търговски директор в Бавария. От 2004 г. ръководи бизнеса на КСЕЛА в Русия и изграждането на първия завод в страната за 30 млн. евро. До февруари 2010 г. е в управлението на КСЕЛА в Полша и отговаря за разширяването на дейността в балтийските страни и Украйна.**

**От гледна точка на вашия опит какво е състоянието в региона и резултатите на компанията в Централна и Източна Европа с оглед на последните официални счетоводни данни и обороти?**

- Ако до 2008 г. включително източноевропейските страни имаха най-голям ръст сред всички в групата на КСЕЛА, през 2009 г. (с изключение на Полша) за съжаление бяха значително по-силно засегнати от повсеместната икономическа криза и съответно отразението ѝ в строителството в сравнение със западно- и централноевропейските страни беше по-голямо. През 2010 г. в някои източноевропейски страни вече започват да се появяват признаци на положително развитие спрямо миналата година. За съжаление България не е сред тях.



Като един от водещите европейски производители на строителни материали КСЕЛА преминава стабилно през кризата. С положителен финансов резултат (ЕБИТДА) от повече от 200 млн. евро в цялата група на КСЕЛА в сравнение с много други големи производители на строителни материали се справяме значително по-добре.

**Как оценявате състоянието на местната икономика, нейното развитие и перспективи?**

- Всички ваши читатели са добре запознати с изключително негативно развитие на строителния бранш в последните 2 години. От един от факторите за растеж на националната икономика преди кризата българската строителна индустрия сега се превърна в един от нейните проблеми. От 2008 г. досега строителният пазар в България е загубил 2/3 от обема си. Доскоро важен фактор за строителния бум, хотели и ваканционни селища вече не се строят, а много новостроящи се сгради в големите градове са спрени или замразени.

Според мен и през 2011 г. няма да има съществено подобрение на българския строителен пазар. Строителството за-

губи своята атрактивност като поле за спекулации и като гаранция за бърза възвращаемост на инвестицията.

В националната икономика вече се усещат първи признаци на стабилизиране и леко подобряване, като тази тенденция ще се затвърди през 2011 г. Твърдо вярвам, че до края на 2010 г. българската икономика ще преодолее най-тежкия етап от кризата и след това ще се развива относително положително.

Пред строителството предстои още една трудна година. Смятам, че толкова драматичен спад както през 2009 г. и 2010 г. няма да се повтори.

Предпоставка за устойчиво положително развитие е и адаптирането на съществуващите участници в тази област на икономиката към новата ситуация на значително по-малък пазар. Също така изгледи за успех имат фирми, които се ориентират към европейската тенденция за енергоефективно строителство.

Убеден съм в успеха на фирмите, без значение дали са проектанти, производители на строителни материали или изпълнители, които предлагат на пазара продукти и услуги с по-високо качество, нещо, което днес не се случва често.

**Кои маркетингови подходи, стратегии и техники все още са непознати тук? Планирате ли някакъв специален отговор на кризата в момента?**

- По отношение на маркетинга или маркетинговите техники не откривам съществени разлики спрямо други страни. Много български фирми подхождат много иновативно в тази област и използват модерни методи, за да предложат продуктите и услугите си.

В резултат на изводите, които можем да направим от кризата, в бъдеще „КСЕЛА България“ ще засили диалога със своите директни и не директни клиенти. Ще продължим да инвестираме в нови продукти, за да отговорим на бъдещите изисквания за енергоефективно строителство с по-малко използване на ресурси и при оптимизиране на разходите в строителството. За нас обаче това не е достатъчно. В бъдеще целим с нашия продукт, блокчета за зидарии YTONG, да се наложим още по-добре в тези области, като например още повече да намалим коефициента на топлопроводност ( $\lambda$ ) на нашия материал, да предлагаме нови размери и да разширим портфолиото си с допълващи продукти и услуги.

За комуникацията на тези новости ще използваме всички налични маркетингови инструменти.

**Какви са глобалните перспективи на индустрията за строителни градива - нови продукти, термо- и шумоизолационни качества, нови технологии като наноматериали и др.?**

- Както вече споменах, бъдещото развитие на строителните материали за зидарии ще се определя от енергийно ефективни решения и оптимизиране на разходите в строителството при относително по-високо качество. Теплоизолационните качества на продуктите няма да се разглеждат и подобряват само в а-

спекта на зимна, но и все повече в аспекта на лятна топлозащита. Това е от съществено значение и за България с нейното слънчево и горещо лято.

В резултат на хармонизирането на националните строителни норми с европейските ще се повишат изискванията към защитата от шум, особено при жилищните сгради. Тук значение ще имат не само подобрените продуктови качества. Преди всичко трябва значително да се подобри качеството на строителството. Не е тайна, че лошата шумоизолация често се дължи на лошо качество на строителството.

С увеличаване на заплащането на строителните работници ще се изяви и тенденция за използване на по-едроформатни зидарски материали и по-бързо строителство, което може да се види в много западноевропейски страни.

В областта на мазилките в бъдеще може би ще станем свидетели на все по-нарастващата употреба на нанотехнологии, които ще позволят изпълнение на по-тънки слоеве от „дишащи“ материали, които предпазват стените от натрупване на влага в тях и предотвратяват развитието на плесен.

**Какви нови решения ще предложи „Ксела“ на местния пазар?**

- Вече засегнах някои от нещата. Сега в телеграфен стил ще спомена какво можете да очаквате в следващите 2-3 години:

•блокчета YTONG с подобрени топлоизолационни показатели за още по-добра топлоизолация на едностранна стена

•по-едроформатни продукти за по-бързо строителство

•допълнителни продукти за изпълнение на зидарии от YTONG

•специални продукти и услуги за строителството на еднофамилни къщи

•подобряване на условията в съвместната ни работа с дистрибуторите ни с цел в бъдеще по-добре да се възнаграждават постигнатите резултати.