

Amit az élzárásról tudni lehet

Egy nap élzárás

„Élzárás vaddisznópörkölttel” – ez állt a Duna Élzáró Kft. meghívóján, amelyben az évente hagyományosnak számító házivásárra invitálták az érdeklődőket. A vaddisznópörkölt valóban jól sikerült, de mellett számos érdekes előadás hangzott el, az alapanyagoktól és a gépi technológiáktól kezdve egészen az eladást segítő marketingtrükkökig.

A rendezvény házigazdája dr. Nagy Béla Norbert, a Heitz Élfulnér Művek Kft. ügyvezető igazgatója rövid köszöntője után bemutatta a Heitz céget, ezzel összefüggésben pedig azokat a modern furnér, illetve tömörfa élananyagokat, amelyekkel versenyképesebbé tehetők a bútór- és épületasztalos-ipari termékek. A Heitz közel 4 évtizedes múltja visszatérítő német családi vállalkozás, amelynek hazai gyáregysége 1991-ben indult és mára a Pusztaszabolcson található telephely a világ legnagyobb furnérgyárává nőtte ki magát.



► Dr. Nagy Béla Norbert

Évente 8 millió m² kötegelt furnért dolgoznak fel 120 alkalmazottal, 3 műszakban. A piaci igényeknek megfelelően óriási raktárkészlettel rendelkeznek. Míg a gyártás központja a pusztaszabolcsi telephely, addig a raktározás a cég központi telephelyén, a németországi Mellében koncentrálódik, ahol egymillió m²-es nagyságrendű alapanyagot tartanak készleten, míg itthon ennek kb. a felét.

A gyártás minőségi referenciájaként az ügyvezető kiemelte, az IKEA-val, illetve annak termelést végző csoportjával,

a Swedwood-dal folytatott beszállítói kapcsolatot. Hatalmas mennyiséget kell gyártani szigorú feltételeknek megfelelően, amelyet csak kevés beszállító képes teljesíteni. Ilyen például, hogy csakis FSC tanúsított erdőkből származó faanyagot lehet felhasználni, a szállítási határidőkkel nem lehet csúszni, és minden felmerülő „extra” igényre kell találni megfelelő megoldást. Ez utóbbihoz természetesen megteremti az alapot a jelenleg gyártott szortiment, amelyben szinte minden olyan termék megtalálható, amely a mai élfulnérpiacon ismert: hagyományos élfulnérrok, keresztcsálú furnérok, fixméretű furnérok, ipari furnérok, szoftformingolt, profilcsálózó furnérok, felületkezelte furnérok, éllecek stb.

A termékfejlesztések azonban most is folyamatosak. A közelmúltban például üzembe állítottak egy olyan prést, amellyel a felhordott furnérra különféle struktúrákat (fűrészelt, rovarrágott stb.) tudnak képezni. Jelenleg pedig az egyetemmel közösen arról folynak kutatások, hogyan lehetne az élfulnérrok pácolását hőkezeléssel történő kezeléssel kiváltani.



► Jure Ule

A műanyag élananyagok piacáról a szlovén Kumplast cég igazgatója, Jure Ule beszélt. A Kumplast egy 1985-ben alapított műanyag termékek gyártásával foglalkozó családi vállalkozás, amelynek ma már szinte kizárólag az élananyaggyártás a fő profilja. Ule úr kihangsúlyozta a széles, úgymond anyagtekerces gyártás előnyeit. Míg régen csak adott szélességben extrudált terméket gyártottak, addig ma az anyagtekerces technológia lehetőséget ad arra, hogy nagy mennyiségeket előre gyártva beraktározzanak, és azt azután megfelelő szélességűre konfekcionálják az igényeknek megfelelően. Jelenleg 650 színt és összesen 12 000 db anyagtekerceset tartanak raktáron. Gyakorlatilag a világ szinte minden forgácsológyártójának folyamatosan nyomon követik a fejlesztéseit, és igény esetén bármelyik új színt bemintázzák.

Ule úr előadásában kitért a jelenleg alkalmazott műanyag élzáró anyagok felhasználásával kapcsolatos trendekre. Jó néhány élananyag ismeretes manapság (ABS, PVC, PP, PMMA, PET), melyek közül jelenleg az ABS vezető szerepet tölt be. Felhívta azonban a figyelmet a PP (polipropilén) élananyagok jövőbeni jelentőségére.

A Duna Élzáró Kft. a 2012-ben történt gyökeres stratégiaváltás nyomán a Kumplast cég termékeire alapozva megújult formában új lendülettel tért vissza a hazai élananyag-kereskedelembé. A kezdeti nehézségekről és a mára elért sikerekről Wágner László kereskedelmi igazgató beszélt. Kezdetben mindössze 30 színnel indultak, bízva abban, hogy a meglévő partnerek cég iránti bizalma elegendő lesz ahhoz, hogy ez a termék beinduljon Magyarországon. Ez így is volt, néhány hónap alatt már 100 szín szerepelt a raktárprogramban. Saját mintafüzéreket állítottak össze, és létrehozták a Dunával fémjelzett brandeket,

► **Wagner László**

úgy mint a DunaTREND (ABS), Duna FOL (melaminfólia), DunaWOOD (élfa, élléc) és erősítették az online kommunikációt. Fontos, hogy a kommunikált szolgáltatások, mint például a „rövid határidők” és a „széles színválaszték” mögött valós tartalom legyen. Ezért minden raktári programba felvett színből legalább 4-féle méretet tartanak, az érdi, illetve a szlovén raktárban, ahonnan hetente történik a szállítás. A Duna raktárából 24 órás határidővel történik a kiszállítás.

A rendezvényen részt vevők már megkapták az aktuális 215 színből álló ABS-programot, a „megfelelőségi” információs táblázattal együtt, amelyben a számozás és a színkódok alapján egyszerűen összepárosítható, melyik laminált színhez mely színazonos élzáró tartozik, legyen az Falco, Egger, Kronowood vagy Kastamonu. Július végére ez a kollekció 260 színre bővül, amire a Kumplast egy külön pufferraktárat hoz létre, a gyorsabb kiszolgálás érdekében. Fontos megemlíteni a Kumplast rugalmasságát az egyedi termékek iránt. Már egészen kis mennyiségtől gyártanak egyedi szélességeket, de a színek bemintázásának a minimális mennyiségében a világon az elsők között szerepel.

Az élananyagfelhordás technológiáit illetően Utasi Zoltán, a Fagépszer Plusz Kft. értékesítési vezetője az általuk forgalmazott Holz-Her élzárók 0 fugás alternatíváit ismertette. Az idei év kiemelt jelentőségű az anyagcég életében, ugyanis a Holz-Her idén ünnepli 100 éves jubileumát, az első élzáró gépet pedig 50 évvel ezelőtt gyártotta. A rendezvényen

► **Utasi Zoltán**

élő bemutató zajlott az Auriga 1308XL élzárón, amely a Holz-Her legkeresettebb élzárója Magyarországon. Ez valószínűleg annak köszönhető, hogy konstrukciójából adódóan sokrétűen igazítható az üzemi igényekhez. Az úgymond „fullos” változat előmaróval és véglekerekítő egységgel (60 mm-ig) és érintőképernyős kijelzővel rendelkezik. Minden egysége a kijelzőről vezérelhető. A multifunkciós maróaggregátja az élananyag egyenes, fózolt vagy rádiuszos marását egyaránt elvégzi.

De nem ebben rejlik a gép igazi erőssége, hanem a ragasztási technológiában. A Glu-JET hibrid technológia lehetőséget ad arra, hogy a gépet granulátummal vagy ragasztópatronnal egyaránt használjuk, valamint arra, hogy a patronok esetében nemcsak a színeket, hanem a ragasztótípust is változtassuk. Ez azt jelenti, hogy az olvadékragasztó patron helyére egyszerűen behelyezhető PU-patron. A patronos rendszer több előnye közül az egyik, hogy mivel a patronnak mindig az első karimáját melegíti fel, így a felfűtési idő kb. 3 percre redukálódik. PU-patron esetében előny, hogy nincs szükség a védőgáz tárolóra. A patron helyére egyszerűen csak be kell tenni egy tisztítópatront, ám ezt is inkább csak hétvégén, folyamatos munka során estéről reggelre nem szárad be a fej.

A PU-ragasztó esetében a lezárt élek fugái szinte láthatatlanok, összehasonlítva a lézeres 0-fugas élzárással, alig vehető észre optikailag a különbség. A PU ragasztás további fontos előnye a hővel, vízzel és oldószerrel szembeni ellenállóság.

A legyártott termékeinkre hogyan szerezhetünk vevőket? Erről Vörös

► **Vörös György**

György, a NagykerMarketing marketing tanácsadója előadásában hasznos ötletekkel gazdagította a résztvevőket.

Kiemelte az internet jelentőségét, melynek lényege, hogy manapság nem engedheti meg magának egy vállalkozás sem, hogy ne vegye figyelembe az internet adta lehetőségeket és ne legyen jelen minőségi weblappal a neten.

A minőségi weblap egyszer azt jelenti, hogy a Google keresőrendszerének megfelelő legyen, másrészt az oldalra érkező látogatók megtalálják a számukra hasznos információkat. Az ügyfeleink elvárásai egyben megegyeznek a Google elvárásával is. Megfelelő legyen weboldalunk pl. sebességben, kulcsszavak sűrűségében, ergonómiában, oldalnavigációjában, és megfelelő legyen mobil eszközökkel való böngészésre is stb.

Ezek olyan gyorsan fejlődő, alakuló elvárások, hogy 2 évente biztos, hogy aktualizálni kell az elkészült weblapunkat a jelenlegi trendeknek megfelelően.

A másik fontos kérdés, hogy lehet sok érdeklődőt terelni az oldalra, akikből később a vásárlóink lesznek. Folyamatosan stratégiákat kell kidolgozni a látogatottság növelésére. A házivásár résztvevői több konkrét példát is kaptak arra, hogyan lehet ötletes kampányokkal látogatószámot növelni.

Mózes Lajos

Mivel az elhangzott előadások igen informatívak és jó színvonalúak voltak, ezért a Duna Élzáró Kft. videófelvételt készített belőlük. Akit érdekel, megtekintheti őket a cég honlapján: www.dunaelzaro.hu