

BAUMIT | A szerencse nem más, mint a képesség találkozása a lehetőségekkel

Óriási az építkezők hosszú távú felelőssége

Jól tájékozott vevőkre és képzett kivitelezőkre is szükség van a fejlődéshez, a korszerű termékek és technológiák már nálunk is elérhetők – vallja Illy Gábor, a magyar építőanyag-ipar egyik vezető vállalatának, a Baumit Kft.-nek az ügyvezetője.

A német és az osztrák építőipari kultúra az etalon Magyarországon, a Baumit éppen harminc éve képviseli ezeket termékeivel és szolgáltatásaival. Milyen mérföldkövet jegyeznek a cég történetében?

■ A magyar cégtörténet 1990-ben egy furcsa fejessel indult, ugyanis Friedrich Schmid úr, a tulajdonos vegyesvállalatot alapított a Kőszig nevű állami vállalattal, amely fél évvel a közös cég alapítását követően csődbe is ment. Emiatt a vállalatból rögtön ki kellett vásárolni az 50 százalékos állami tulajdonrészt. A kilencvenes években a magyar építőipar szinte összeomlott, az állami nagyvállalatok feldarabolódtak, vagy privatizáltak őket. Ezt az időszakot vad és zaklatott körülmények jellemezték, zajlott az építőanyag-gyártás és -kereskedelem átalakulása is. Az új piaci szereplők érkezésével úttörő időszak következett.

Piacot vett valójában itt a cég?

■ Igazából indulási lehetőséghez jutott a cég, némi infrastruktúrával és alapanyagforrással, mivel a mai értelemben vett habarcs- és vakolatpiac ugyanis nem igazán létezett. Néhány cég gyártott akkoriban habarcsokat, vakolatokat nemzetközi márkanév alatt, az egyik ilyen a Baumit volt. A gépi vakolás technológiájának képviselőjét az első idők óta stratégiai kérdésként kezeltük. Ezt a piacot a versenytársainkkal közösen építettük fel.

Hogyan teltek ezek az évek?

■ A kilencvenes évek nem feltétlenül a sikerekről, inkább a küzdelmekről szóltak. 1996-ban sikerült megvásárolni a felszámolás alatt álló Dorogi Mész- és Művek Zrt.-t és annak mész- és kőbányáját. A dorogi szénmezőkön egyébként Mária Terézia idejében nyílt meg az első szénbánya, a pillérek falazásához szükségük volt masszív építőanyagra, mész- és kőre. A dorogi Hungaria-hegyen ezért nyílt meg akkoriban az a kőbánya, amelyet ma mi művelünk, ebből a kőből gyártjuk a legfontosabb termékeinket. Öt éve, a bányanyitás 110. jubileuma alkalmából az elődök iránti tisztelettel hoztuk létre a Nemzeti Kőbányászati Emlékhelyet, amelyhez a mai magyar kőbányászati vállalkozások az egész országból küldtek jelképes hozzájárulásként a köveikből, ezekből állt össze az emlékmű. A nemzeti emlékhely mottója, „Tisztelet azoknak, akik a köveket új életre keltik”, úgy érzem, cégünk hitvallása is.

Több lépésben épültek fel a Baumit magyarországi gyárai. Honnan hová jutottak el mostanra?

■ Dorogon nyílt meg 1998-ban az első korszerű üzemünk, majd 2003-tól a második modern va-

kolatgyárunk is Alsószolcán. Innen exportra is termelünk, a kelet-szlovák piacot látjuk el. Pásztói színezővakolat-gyárunkat folyamatosan bővítjük és korszerűsítjük. 2008 őszén Visontán, a mátrai hőerőmű területén nyitottuk meg automatizált gipszgyárunkat. A pénzügyi világválság sajnos nem kímélte a magyar építési piacot sem, mi azonban sok stratégiai váltással és szorgos munkával ebben az időszakban is fejlődöttünk, 2018-ra megdupláztuk a válság előtti 10 milliárdos árbevételünket. A múlt évben pedig már 28,2 milliárd forintba nőtt a Baumit Kft. forgalma, ami csaknem háromszor annyit, mint 2008-ban volt, amikor beléptem a céghez.

Fenntartható-e a Baumit forgalmának ilyen gyors növekedése?

■ Nem az mozgató minket, hogy minden évben ilyen dinamikus fejlődést produkáljon a vállalat, de egyszerűen eddig mindig volt annyi spiritus, energia, ötlet, motiváció és elkötelezettség a kollégákban, hogy új pozíciókat szerezzünk a piacon. Ettől nem érezzük magunkat különlegesnek, inkább egyfajta alázattal viszonyulunk a sikerekhez. Valljuk, hogy a szerencse tulajdonképpen nem más, mint a képesség találkozása a lehetőségekkel. Nekünk megvolt a lehetőségünk, méghozzá a cég adottságai révén, és ott volt a képesség is, mert voltak ötleteink arra, hogy mindazt, amink van, üzleti mérőszámokra fordítsuk át. Az egyik vezető vállalat lettünk a saját területünkön, a vakolat- és habarcsgyártásban. Egy ilyen pozícióban lévő vállalatnak pedig az a felelőssége, hogy példát mutasson méltányos üzletmenetével, hozzáállásával, üzleti és közéleti megnyilvánulásaiban is.

Mit hozhat az idei, meglehetősen hektikus év?

■ Dinamikus fejlődésben van a cég továbbra is. Valamennyi piaci nehézség ellenére elmondhatjuk, hogy a hazai építőipar hosszabb távon a magyar gazdaság egyik sikerágazata lesz, noha a régióban ma még mindig alulreprezentált a teljesítménye. Nálunk a legalacsonyabb a lakásépít-

A Baumit születése

A Baumit márkanév – s így a Baumit Kft. – tulajdonosa az osztrák Schmid Industrie Holding, amely egy több mint százéves múltú visszatekintő családi vállalkozás. Az 1911-ben bejegyzett cég kezdetben mészégetéssel és a hozzá kapcsolódó technológia fejlesztésével foglalkozott, a szárazhabarcsok gyártását 1970-ben, a vékonyvakolatok és a hőszigetelő rendszerek kifejlesztését pedig néhány évvel később kezdte meg. A jelentős áttörést a Baumit márka 1988-as megalapítása jelentette. Két évvel később a kelet-európai piacok megnyitása lehetővé tette a gyors fejlődést a régióban. Az Európa felé nyitás első leányvállalata éppen a Baumit Kft. volt 1990-ben. A gyors és sikeres, dinamikus bővülés eredményeképpen a Baumit 27 országban van jelen, és a szárazhabarcsok, vakolatok és hőszigetelő rendszerek területén ma már megkerülhetetlen tényező egész Európában. A folyamatos innováció középpontjában a minőség és a megbízhatóság áll. Az utóbbi években a cégcsoport a legfontosabb feladatának a természetes, egészséges lakóklima kialakítását tekinti, ennek köszönhetően valamennyi építési mód esetén megtalálható az az ideális megoldás, amely maximális komfortérzetet eredményez a lakott terekben.

tési ágazat termelése, bár most volt két-három év bővülés, jórészt az áfatámogatás hatására, a megújuláshoz azonban évente nem 27 ezer lakásnak, hanem 40 ezernek kellene épülnie. Ahogy tapasztaljuk, a kormányzat is felismerte ezt. Örömmel látjuk az új kezdeményezéseket, melyekkel élénkíthet az építésgazdaság.

Felpörögnek viszont a lakásfelújítások.

■ A felpörgés egy relatív tetszhalott állapotból indul majd, fő hívása a finanszírozás és támogatások mellett a szakképzett



FOTÓ: VG – MÓRICZ-SABJÁN SIMON

munkaerő hiánya. A magyar lakásfelújítások aránya egyébként szinte a legalacsonyabb a régióban, vagyis ebben óriási potenciál van. Most bizony élni fog a felújítási piac is, mert az újlakásárakat nem mindenki tudja megfizetni. Az eddigi áfakedvezmény inkább a befektetői érdeket mozgósította, a támogatás ezen formájából nem a rászorultak részesültek. A CSOK és a legújabb bejelentett támogatások híre optimizmussal és bizakodással tölt el bennünket. A Baumit piaci helyzete stabil, és ezért nem is számolunk visszaesséssel.

Az innovációk élére áll a vállalat az Év Homlokzata pályázattal. Folytatják?

■ Feltétlenül, hiszen ahogy már említettem, szerintünk egy vezető pozíció nem a kényelemről szól, hanem inkább felelősség és elkötelezettség a piaci folyamatok megértésére és jó irányba történő befolyásolására. A nemzetközi Baumit-világ valamennyi cége hirdeti évek óta versenyt a saját országában, és negyedik alkalommal lesz már nemzetközi döntő is, ezúttal két magyar résztvevővel. Tudjuk, hogy épített világunkban óriási a homlok-

Jövőre életbe lépnek az új energiatékonysági követelmények. Mennyire vevő erre a megrendelői oldal?

■ A családi házak szintjén van egy kis zűrzavar, sokan még a régi előírások szerint igyekeznek befejezni mindent. Ennek nyilvánvalóan anyagi okai vannak, de az új szabályok szükségesek, hiszen az építkezők felelőssége tudottan óriási, lakóhelyünk – egy élhető bolygó részeként való – kialakításában. Ami korszerű technológia és anyag ma Nyugat-Európában elérhető, az itt van nekünk is. Ami viszont időnként hiányzik, az még mindig az építőipar kultúrája, a minőségi rendszerszemlélet, az igazi rend és felelősség. A felhasználó szempontjából ugyanis a Baumit terméke félkész termék egészen addig, amíg a hozzáértő szakember szakszerűen beépíti. Ez a kívánt és áhított cél, de tudjuk, hogy a kivitelezői tudásra vagyunk utalva, ezért fektetünk időt, pénzt, figyelmet a képzésekbe. Dübörög a közösségi média, ahol amatőrök vagy akár elismert mesterek olyan szakmai nyelven kommunikálnak, amelyet ténylegesen megértenek az építetők és a kivitelezők.

Illy Gábor: Alázattal viszonyulunk a sikerekhez

Másképp szólítják meg ezután az egész célközönséget?

■ Furcsa veszély, de lehetőség is, amikor a kütyük átveszik az ember élete fölött az irányítást. Üzleti oldalon meg kell tanulnunk ezt jól kezelni, profin reagálni, gyorsan, röviden, érthetően kommunikálni, videótartalmakat készíteni. Célunk, hogy megjelenjen a minőségi és rendszer-szemlélet a vásárlói oldalon, hiszen a jól tájékozott, tudatos vevő a kulcs a további fenntartható fejlődéshez. Ne csak az legyen a fontos, ami látszik és látványos a házon, hanem az is, ami nem tűnik fel, viszont a ház minőségének lényegét érinti! Tudatosítanunk kell, hogy az olcsó anyagok választásával összességében nagyobb a tét, mint maga a tényleges megtakarítás. Mi meghatározzuk azt, hogy mit célszerű és mit lehet beépíteni a termékeink rendszerünkbe, olyan a szolgáltatásunk színvonala, és olyan minőséget is gyártunk, hogy így lesz kézzelfogható a Baumit-garancia, a minőség. Ez a küldetésünk, a nevünket adjuk hozzá, és felelősséget is vállalunk érte.

Sajnos Magyarországon ma még nincs utólagos helyszíni hatósági minőség-ellenőrzés az építkezéseken, ezért is sok a gyenge termék és beépítés. Az viszont markánsan érezhető, hogy ki van éhezve a piac a minőségi épületekre, ezért is keresik a termékeinket. Ennek a jegyében is bővítjük helyi gyártókapacitásainkat. Technológiai és termékfejlesztésekkel, belső és partnerhálózati képességekkel, a kereskedők felkészítésével alapozzuk meg közös jövőnket.