

TYLKO DLA  
PROFESJONALISTÓW



TYLKO DLA  
PROFESJONALISTÓW

Nominacje  
do  
„Płomienia  
Roku 2010”  
str. 6-7

# KOMINKIPRO

BEZPŁATNY KOMINKOWY MAGAZYN DLA PROFESJONALISTÓW

**Redaktor naczelny:** Witold Hawajski; **Redakcja:** Agnieszka Krysa-Ilgowska – sekretarz, Aldona Mazurkiewicz, Joanna Ziomek, tel. 81 5350 982, redakcja@swiatkominkow.pl; **Redaktor techniczny:** Mariusz Karwowski; **Dział Reklam:** Jarosław Flak – koordynator, Beata Góra, Ewa Szymańska, Monika Jędrzych, Marzena Babkiewicz, Roland Wysmulski, tel. 81 5350 980, kominki@ihz.pl; **Projekt:** Grzegorz Zychowicz, Elżbieta Marciniak; **DTP:** Info Studio s.c., tel. 81 5350 970, dtp@isar.pl; **Korekta:** Tomasz Górka, Joanna Dudziak; **Wydawca:** Informator Handlowy „Zaopatrzeniowiec” s.c., 20-722 Lublin, ul. Roztocze 5/5, tel. 81 743 6891, fax 81 4631 785; **Oktładka:** Egzamin zduński w Stalowej Woli, fot. Mateusz Kulig  
[www.swiatkominkow.pl](http://www.swiatkominkow.pl)

Świat  
Kominków

1(06)2011

# KOMINKIPRO



PRODUCENT WKŁADÓW KOMINKOWYCH  
72-003 Dobra, ul. Złota 1, Sławoszewo  
tel. 91 424 1200, tel./fax 91 312 6994,  
tel. kom. 501 706 706

[www.arysto.com.pl](http://www.arysto.com.pl) • e-mail: [arysto@arysto.com.pl](mailto:arysto@arysto.com.pl)

# *Arystokracja wśród kominków*

- PALENISKA POWIETRZNE I WODNE
- SZYBY KOMINKOWE NA DOWOLNY WYMIAR
- DRZWICZKI DO PALENISK OTWARTYCH
- WKŁADY NA INDYWIDUALNE ZAMÓWIENIE KLIENTA



**ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY!**

## GENERATOR CIĄGU KOMINOWEGO

*koniec kłopotów z ciągiem kominowym*

**DARCO**<sup>®</sup>  
[www.darco.com.pl](http://www.darco.com.pl)



- wysokie parametry podciśnienia
- nie blokuje przewodu kominowego
- wykonanie z blachy kwasoodpornej
- sterownik w zestawie
- także do kominków i pieców na paliwa stałe

### Rozwiązania dla wentylacji i odprowadzania spalin

#### rotowent dragon



najlepsza  
nasada wiatrowa  
na kominki

#### turbowent



nasada obrotowa  
wentylacyjna

#### turbowent hybrydowy



nowa jakość  
wentylacji – stabilna  
wydajność  
przy minimalnych  
kosztach

#### nawietrzak z grzałką



nawiew powietrza  
bez wyziębiania  
pomieszczeń

#### regulator ciągu kominowego



dla stabilizacji  
ciągu

Darco Sp. z o.o.

39-200 Dębica, ul. Metalowców 43  
tel. +48 14 680 90 00, fax 680 90 01  
e-mail: [darco@darco.com.pl](mailto:darco@darco.com.pl)

*dowiedz się więcej*  
[www.dobrawentylacja.pl](http://www.dobrawentylacja.pl)

# Autobiografia



Zachęcony tekstami o formach współpracy w branży kominkowej, postanowiłem podzielić się kilkoma refleksjami na ten temat. Moja firma skończyła właśnie 20 lat, więc jestem z pewnością jednym z „weteranów” nowoczesnego kominkarstwa w Polsce.

Początki były trudne, bo właściwie prawie wszyscy dopiero zaczynali i uczyli się, internetu nie było, a przelewy bankowe wędrowały tygodniami. Nawet próbki towarów i reklamowe katalogi podlegały odprawie celnej, a złotówka warta była tyle, co nic... Dla wielu klientów był to czas pierwszych większych pieniędzy, pora budowania pierwszego w życiu domu, a znaczna grupa nigdy wcześniej nie widziała kominka. Więcej czasu poświęcało się wówczas uświadamianiu i informacji, niż parametrom produktu...

Dzięki wsparciu paru osób i kilku firm z branży (serdeczne dzięki!) wszystko zaczęło się „kręcić” i nabierać rumieńców. Nie chciałem jednak tak wielkim kosztem zdobytej wiedzy zatrzymać wyłącznie dla siebie, więc usiłowałem wprowadzić w życie – wydawało mi się – interesującą, prostą i czytelną formę wielostronnej współpracy. Zamiast zatrudniania wielu ludzi w celu zapewnienia kompleksowej obsługi, wymyśliłem podział pracy na kilka firm. Ja miałem zajmować się doradztwem i sprzedażą, inni projektowaniem, jeszcze inni wykonawstwem. Do tego dochodziła współpraca ze stolarzami i kamieniarzami. Zamiast popularnego do dzisiejszego dnia obdzielania się prowizjami za załatwienie zlecenia, każdy robi swoje jak najlepiej i najtaniej, a wszystko razem sprowadza się do jak najlepszej jakościowo, terminowo i finansowo obsługi klienta. Raz ja polecam wykonawcę kominka do zakupionego u mnie wkładu, a innym razem zadowolony z pracy wykonawcy sąsiad jest skierowany do mnie po wkład. Kamieniarz przygotowuje kamień, firma od systemów wentylacyjnych zapewnia materiały do DGP, a polecany projektant konsultuje z nami realizację i na zakupy oraz po usługi odsyła do nas.

Każdy chociaż teoretycznie „tracił” to, co oddawał drugiemu, mógł się jednak specjalizować, obniżyć koszty działalności oraz po prostu sprzedawać i wykonywać więcej. Ja mogłem skoncentrować się na lokalu, ekspozycji i wiedzy. Nie musiałem myśleć o drabinach i wiertarkach. Z kolei wykonawcy na start nie potrzebowali wielkich inwestycji, a mogli szybko zacząć zarabiać niezłe pieniądze.

Dzięki takiemu podejściu do kominkowego biznesu mogłem ograniczyć zatrudnienie, znaleźć czas na redagowanie „Świata Kominków” i liczne podróże na kominkowe targi w całej Europie. Tak się jednak zwykle składało, że to ja dawałem najwięcej, dzieliłem się wszystkim, jak mogłem, ale przecież dla wspólnego dobra. Zapraszałem na szkolenia, instruowałem od podstaw jak budować kominki, dawałem w prezencie telefony komórkowe, kalendarze i noworoczne szampany, przewoziłem zagraniczną prasę, opłacałem wpisy w „Świecie Kominków”... Z drugiej strony wyglądało to różnie, ale byłem optymistą, licząc na długofalowy efekt synergii... Na liście moich kontaktów-współpracowników doliczy-

łem się chyba z 20 wykonawców, jakieś 10 firm o innym profilu niż „kominki” oraz taką samą liczbę projektantów.

Mineło 20 lat. Od ośmiu lat redaguję „Świat Kominków”, byłem jednym z założycieli Ogólnopolskiego Stowarzyszenia „Kominki Polskie”, a od roku doszły „Kominki.Pro”. Przez pięć ostatnich lat jestem „Partnerem Roku” firmy Spartherm. Swoją „działkę” wykonuję więc chyba nie najgorzej. A co z moimi partnerami? Aktualnie pozostało... DWÓCH wykonawców, CZTERY firmy i TRZECH projektantów. Co się stało z resztą? Co się porobiło z tak owocnie zapowiadającą się współpracą? Zamiast grać lojalnie w zespole, firmy zaczęły poza moimi plecami sprzedawać kominkowe wkłady. Wykonawcy zamiast skoncentrować się na pracy, sięgać zaczęli po prowizję od kamieniarzy czy hurtowników i zamiast obniżyć ceny usług, podnosili je bezzasadnie. Wielu wykonawców, których uczyłem gratisowo i od podstaw, po jakimś czasie tak pewnie się poczuło, że pootwierali swoje firmy typu „kominki-kompleksowo”. Czasami nawet oferując te same co i ja produkty. Jak wolność gospodarcza, to na całego!

Kamieniarze, sprzedawcy systemów kominowych i wentylacyjnych też poszerzyli swoje oferty o kominkowe wkłady i wykonawstwo. Projektanci zaczęli sięgać po produkty z coraz niższych półek, często nie pasujących do indywidualnej obsługi, ale za to dostawali „prowizję”... Kilku ze współpracowników zniknęło, „zapominając” o uregulowaniu 300, 500 czy 5000 złotych. Gdy policzę wyludzone i wydane przeze mnie na „współpracę” pieniądze, to zbierze się tego na jakiś przyzwoity samochód. Nie liczę przy tym przekazanej wiedzy i poświęconego czasu. Z licznej grupy ludzi i firm pozostało ze mną jakieś 20%. Kolejne 20% uruchomiło konkurencyjną działalność. Reszta gdzieś się rozplynęła i nawet sms-a z noworocznymi życzeniami nie przysła. Ja pozostałem wierny swoim zasadom, nikomu nic nie zabrałem, nie mam zakładu kamieniarskiego i nie prowadzę wykonawstwa.

Czy więc nie warto niczego robić razem, w grupie? Nie zniechęcam nikogo, ale w Polsce trzeba wiedzieć, że mimo wysokiego mniemania o sobie jako nacji, mimo opowieści o „polskim honorze” i mimo katolickiej podbudowy, pojmuje się współpracę i biznes bardzo specyficznie. Najlepszy partner, człowiek wyciągnięty z finansowego dołka, kuzyn wyrwany z bezrobocia, ba, nawet przyjaciel potrafi pewnego dnia pokazać się z najgorszej strony. Z powodu zazdrości, zawiści czy kilkuset złotych... Pretekst i suma nie są tutaj najważniejsze. W Polsce nie traci na aktualności powiedzenie o jaskółkach, które mówiły, że spółki nie są najlepszym rozwiązaniem. Niestety, nie ceni się też tych, którzy z trudem przecierali drogi i sprawili, że rozpoczynającym dzisiaj jest znacznie łatwiej...

Mimo wszystko nadal wierzę w ludzi i dopóki moje słowo i opinia coś jeszcze znaczą oraz dopóki będzie chociaż jeden normalny człowiek w pobliżu, to będę pozytywny, otwarty i będę chciał z ludźmi współpracować, by zrobić coś interesującego. „I nie mówię już nic...”

wh



## KOMINEK RONDA

# „Nowoczesny design – norweska tradycja”

Obudowa Ronda wykonana z pianobetonu lub z betonu woskowanego o kolorze grafitowym o okrągłym kształcie pozwala na umieszczenie obudowy w dowolnym miejscu w salonie.

Możliwość wyprowadzenia rury dymowej do tyłu pozwala na zachowanie estetycznego kształtu obudowy.

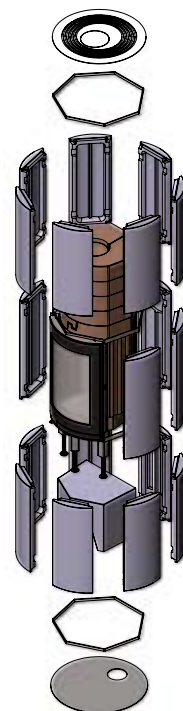
Modułowa budowa kominka pozwala na łatwy i szybki montaż w wybranym przez klienta miejscu bez jakichkolwiek wstępnych projektów. Aby do końca zadowolić klienta mamy do zaproponowania podłogę z betonu woskowanego lub ozdobnego szkła hartowanego.

Aby poprawić odzyskiwanie ciepła z obudowy Nordpeis stworzył kamień kumulujący ciepło o nazwie Olivin. Niesamowite

właściwości kumulujące Olivinu zamontowanego na czopuchu i dookoła wkładu pozwalają utrzymać ciepłą obudowę przez kilkanaście godzin po wygaśnięciu paleniska.

Pasujący do obudowy Ronda wkład żeliwno stalowy Ni26 spełnia najbardziej rygorystyczne normy wymagane na rynku skandynawskim pod względem wymogów bezpieczeństwa i emisji spalin, co znacznie przyczynia się do zachowania czystości środowiska naturalnego.

Wnętrze wyłożone produkowanym przez firmę Northstar Thermotem, jak również nowoczesnie rozwiązany system dopalania spalin i kurtyna powietrzna, pomaga Państwu cieszyć się czystą szybą i wykorzystaniem maksymalnej mocy urządzenia dostarczonego do urządzenia paliwa.



  
**Nordpeis**

Northstar Poland Sp. z o.o.  
64-980 Trzcianka, ul. Gorzowska 60  
tel. +48 67 216 21 36  
[www.nordpeis.pl](http://www.nordpeis.pl) • [handlowy@nordpeis.pl](mailto:handlowy@nordpeis.pl)

# Nominacje do nagrody Płomień Roku 2010

## Szanowni Państwo,

po raz kolejny prezentujemy listę nominacji do nagrody „Płomień Roku”.

Pokazując 87 nominacji za rok 2010 w naszym magazynie, chcemy zwrócić uwagę miłośnikom kominków i potencjalnym klientom na fakt, że mają do czynienia z poważną i rozwijającą się branżą, w której dzieje się wiele ciekawego i pozytywnego. Tym bardziej, że nie są to wszystkie produkty, firmy, wydarzenia, a tylko wybrana grupa najlepszych i najważniejszych. Z roku na rok wybór jest coraz trudniejszy, ale dokładamy starań, by nasze nominacje i nagrody były reprezentatywne i maksymalnie obiektywne. Wszystkim zawiedzionym tradycyjnie sugerujemy pomysły i pracę, co z pewnością zostanie przez „Świat Kominków” zauważone.

Wśród nominacji w kategorii FIRMA ROKU pojawili się zarówno starzy znajomi, którzy tworzyli polski rynek kominkowy i nadal są w wysokiej formie, jak też firmy z krótszym stażem, których dynamika w ostatnim roku wyraźnie się zwiększyła. Gama nominacji do PRODUKTU ROKU, obejmująca produkty z całej Europy, jest dość szeroka i obejmuje zarówno ciekawe rozwiązania wzornicze, jak i techniczne, tak biokominki, jak i piece na pelety, kafle, jak i paleniska kominkowe.

Na liście DEBIUTÓW pojawiły się nowe produkty oraz firmy istotne dla branży i już zazwyczaj zauważone przez rynek. Wśród nominowanych polskich firm i produktów są zarówno małe, lecz atrakcyjne dla klientów firmy wykonawcze, jak i producenci z dużym doświadczeniem.

Stworzenie listy najważniejszych wydarzeń było znacznie prostsze i tradycyjnie są tam zarówno wydarzenia komercyjne, jak i wizerunkowe. Od ubiegłego roku istnieje kategoria BEZPIECZNY KOMINEK i wszystkim zainteresowanym kominkami polecam zwrócenie szczególnej uwagi na te nominacje ze względu na poważny udział firm oferujących dobre i bezpieczne paliwa do kominków.

Nasze wybory w kategoriach SUPERPŁOMIEN i CZARNY DYM – zjawisko negatywne – pokażemy przy okazji prezentacji wszystkich nagród w kolejnym numerze „Świata Kominków”.

Redakcja

# Lista nominowanych za rok 2010

## FIRMA ROKU

- BRUNNER
- SPARTHERM
- AUSTROFLAMM
- GRUPA JŌTUL
- ROMOTOP
- NORDPEIS
- EDILKAMIN
- SUPRA
- RATH
- JOLLY-MEC

## PRODUKT ROKU

- Fire Line, PLANIKA
- Scenari (zestaw Forma 95 lub Vivo 90 + TV LCD Loewe 37"), MCZ
- Kafle Essenza, KAUFMANN KERAMIK
- Iron Dog 6, BRUNNER
- Opti-Myst, OPTIFLAME
- Start 7/Start 8 Aqua Black, BeF
- Nova/Renova, SPARTHERM
- KV 6.6.2 TV, ROMOTOP
- Toronto, Quebec z serii Extra Line, EDILKAMIN
- Stab Kachel, JASBA

## DEBIUT ROKU

- PISLA, VERTEX
- HOXTER, GODKOWIE
- Biokominki, VULCANUS
- Preparaty chemiczne do czyszczenia kominków, JKK CHEMIA BUDOWLANA
- CAMINETTI MONTEGRAPPA, EUROSTYL-BIS
- GRENAISOL, GRENA/WENTOR
- CASTELMONTE, UNITERMO
- HERGOM, PARKANEX
- CLEMENTI, EUROSTYL-BIS
- M-DESIGN, TOPAZ

## POLSKA FIRMA ROKU

- PARKANEX
- WENTOR
- HAJDUK
- KRATKI.PL
- LECHMA
- MAKROTERM
- KOMO
- DARCO
- STEINBERG
- CEBUD

## POLSKA MAŁA I ŚREDNIA FIRMA ROKU

- KOMINKI KOZŁOWSKI
- FOREST NATURA
- CERAMIKA KORNAK
- KOMINKI MIKOŁAJCZYK
- GODKOWIE
- KOMINKI I PIECE KOKOSZKA-LOTZ
- ZDUNI – EKSPRESJA OGNIA
- PRZEDSIĘBIORSTWO PRODUKCYJNO-HANDLOWE „JAN”
- KOMINKI EUGENIUSZ MAJOR
- ROBI-REN

## POLSKI PRODUKT ROKU

- Wkłady Certus, piece Kafłak, KOKOSZKA-LOTZ
- Pixel, HAJDUK
- Kafle Zebra, CERAMIKA KORNAK
- Piec szamotowy, TERMOKAUST
- Płyty PK i kanały kumulatoryjne KK, KUR
- Samson 200 PW, CSiS
- Wkłady Brasa, KORNAK
- PP 190 Standard Lux, PL 200 Exclusive SPJ, LECHMA
- Glass System, MAKROTERM
- Mila Gilotyna, KRATKI.PL

## BEZPIECZNY KOMINEK

- Rozdzielacz kotłowy, MAKROTERM
- Uszczelnienia do kominków i pieców, DORTECH II
- Nasady obrotowe i kompletny system DGP, DARCO
- Brykiety Heizprofi, RBB
- Ecobriketts, BARLINEK
- Optymalizator RT 08 OS, TATAREK
- Izolacje wysokotemperaturowe Promat, PROMAT TOP
- Czujniki domowe dymu, tlenku węgla i gazu, LUTLO HOLDING
- Brykiety Rekord, VATTENFALL EUROPE
- Sterownik ecoKOM, PLUM

## PROMOCJA

- KRATKI.PL
- INVICTA
- WENTOR
- PARKANEX – GALERIA KOMINKÓW
- DARCO

- Akcja „Rabat dla powo-  
dzian”, KRATKI.PL, JŌTUL

## WYDARZENIE ZAGRANICZNE

- Progetto Fuoco, Werona (Włochy)
- KOK, Wels (Austria)
- Salon Kaminow, Moskwa (Rosja)
- 50 lat pilarek Husqvarna
- Wystawa „Miejsce przy piecu”, Muzeum w Velten (Niemcy)

## WYDARZENIE KRAJOWE

- Wystawa „Calor Amicus”, Muzeum Historyczne Miasta Krakowa
- Targi Kominki/Instalacje, MTP Poznań
- Pellet + Brykiet Expo, Bydgoszcz
- Cykl szkoleń OSKP
- Cykl szkoleń „Szkoła Dobrego Kominkarstwa”, Piotr Batura

## ZDARZENIA NEGATYWNE

- Sezon klęsk żywiołowych

## SUPERPŁOMIEŃ

- (informacja w najbliższym numerze „Świata Kominków”)

Partnerami  
Płomienia  
Roku są:

  
1817 r.  
UZDROWISKO  
NAŁĘCZÓW

  
spa Nałęczów®

# Portrety zwycięzców

Drodzy Czytelnicy!

Mimo że ubiegłoroczne **Płomienie Roku** przyznaliśmy już po raz czwarty, wciąż spotykamy się z pytaniami, jak zdobyć prestiżową statuetkę. W odpowiedzi na te zapytania postanowiliśmy w cyklu krótkich prezenta-

cji na łamach **KOMINKÓW.PRO** nieco szerzej uzasadnić nasze wybory i ukierunkować Państwa wysiłki. Zachęcamy do lektury, która pozwoli lepiej poznać laureatów i wyciągnąć wnioski – następne **Płomienie** przyznane będą już w czerwcu! **RED.**

**Płomień Roku 2009, Kategoria: Bezpieczny Kominek**

## Schiedel

za systemy kominowe Schiedel

Schiedel to jeden z największych i najnowocześniejszych producentów systemów kominowych w Europie. Jest członkiem koncernu MONIER.

W Polsce może się pochwalić dwoma nowoczesnymi zakładami produkcyjnymi, ulokowanymi w Opolu i pod Toruniem. Jego produkty dostępne są w 27 państwach na świecie. Dewizą, przyświecającą wszystkim pracownikom firmy, jest stworzenie bezpiecznego kominu jako najważniejszego elementu bezpiecznego domu.

Firma specjalizuje się w produkcji systemów kominowych (ceramicznych i stalowych) oraz w systemach

wentylacyjnych. Schiedel jest protoplastą nowoczesnych systemów kominowych dostosowanych do spalania wszelkiego rodzaju paliw. W ofercie firmy znajdują się też kominny o parametrach dostosowanych do wymagań kominków opalanych drewnem (Rondo i Rondo Plus). Produkty marki Schiedel spełniają postulowane obecnie wymagania dotyczące oszczędności energii oraz dbałości o ochronę środowiska.



**Płomień Roku 2009, Kategoria: Wydarzenie Zagraniczne**

## ISH 2009, Frankfurt

Jubileuszowa (pięćdziesiąta) edycja targów ISH nie zawiodła około 200 tysięcy odwiedzających. Na ponad 320 000 m<sup>2</sup>, w dziewięciu halach, swoją ofertę prezentowało ponad 2 361 wystawców z 58 krajów.

Targom ISH udało się po raz kolejny utrzymać rolę lidera. Odbijające się (raz na dwa lata) od 1959 roku we Frankfurcie nad Menem targi, poświęcone są nie tylko kominkom, ale całej branży grzewczej i sanitarnej. Warto zaznaczyć, że gdy na wielu imprezach targowych w 2009 roku

widać było oznaki kryzysu, tak na ISH wszyscy najwięksi przygotowali pokaz siły i możliwości. Obecność na tych targach pokazuje miejsce firmy w branży, dlatego w kominkowej hali 9.2 aż 150 firm prezentowało nie tylko swoje produkty, ale i posiadany potencjał. Warty odnotowania jest fakt, że liczba odwiedzających spoza Niemiec w 2009 roku wzrosła o 30%, co sprawia, że ISH stają się ważnym wydarzeniem dla profesjonalistów z innych krajów. Właśnie we Frankfurcie mogą oni nie tylko zobaczyć i ocenić nowe rozwiązania techniczne, ale i zaobserwować dominujące tendencje oraz nastroje w branży.

Bez wątpienia jest to wydarzenie, w którym każdy, kto w kominkowej branży chce być na czasie, musi uczestniczyć. ISH to miejsce największych kominkowych premier. O ważności i popularności targów może świadczyć również fakt, iż cała powierzchnia wystawiennicza targów została sprzedana na długo przed rozpoczęciem jubileuszowej edycji. ■



Fot. Marta Ziolkowska

Piotr Łukaszewicz, Targi Frankfurt, Przedstawicielstwo w Polsce.





Systemy Schiedel  
Rondo Plus, Rondo.

Schiedel obecny jest na rynku od 55 lat. W tym czasie zrewolucjonizował technologię budowy kominów. W 1962 roku opatentował okrągły ceramiczny wkład kominowy, który przewyższył parametrami tradycyjny komin murowany i zrewolucjonizował technikę kominową. W roku 1984 wprowadził izolowany system kominowy z przewietrzeniem, który wyeliminował wilgoć z dotychczasowych systemów kominowych.

Wysoką jakość i staranność wykonania produktów potwierdza certyfikat jakości ISO 9001. Firma uzyskała także aprobatę techniczną Instytutu Techniki Budowlanej w Warszawie oraz Instytutu Nafty i Gazu w Krakowie. Jakość systemów kominowych Schiedel potwierdzają liczne nagrody i wyróżnienia, które firma zgromadziła w trakcie swojej wieloletniej działalności. Systemy kominowe Schiedel polecane są przez Korporację Kominarzy Polskich. ■



Fot. Marta Ziłkowska

Jacek Habryła z firmy Lester Project, w towarzystwie redaktora naczelnego i redaktorek „Świata Kominków”.

**Płomień Roku 2009,  
Kategoria: Polski Produkt Roku**

## Lester Project za piec na pelety Lester K 14

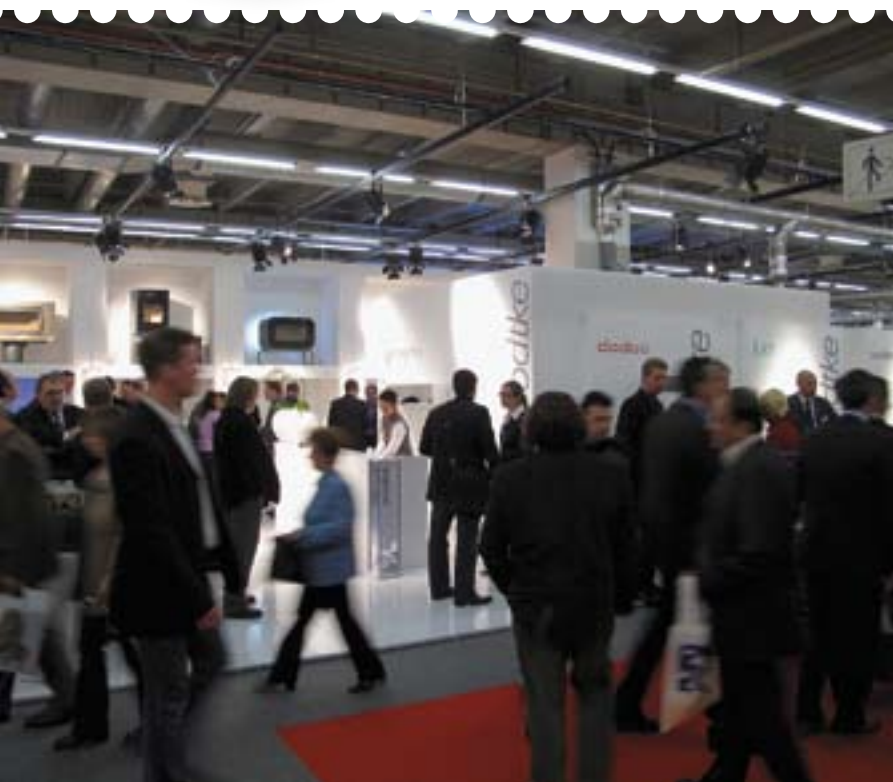
Intensywne prace badawcze i konstrukcyjne Grupy Lester w ostatnich dziewięciu latach zaowocowały całym typoszeregiem konstrukcji wykorzystujących jako paliwo pelet. Piec na pelety Lester K 14 to owoc tych badań.

Jest to pierwsze tego typu urządzenie wyprodukowane w Polsce. Piec został skonstruowany w oparciu o rozwiązania patentowe firmy, dotyczące m.in. budowy palnika z systemem czyszczenia, systemu podawania peletów oraz zabezpieczeń przed cofnięciem płomienia.

Lester K 14 to urządzenie w pełni automatyczne, uruchamiane przy pomocy pilota. Proces rozpalańia, regulacji, wygaszania oraz czyszczenia palnika przebiega w pełni automatycznie. Urządzenie ma moc od 3 do 14 KW (praca modulowana), wysoką sprawność (92%) i niską emisję CO (na poziomie 60 ppm). Konstrukcja sprawia, że na jego pracę mały wpływ ma ogólna jakość peletu, a także tzw. warunki kominowe (możliwe jest odprowadzenie spalin na zewnątrz, prostopadłe przez ścianę budynku). Demonstracyjne kominki znajdują się w Dobrym Mieście koło Olsztyna, w Wojniczu koło Tarnowa, Zawierciu, Przemysłu, jak również we Lwowie na Ukrainie. Lester K 14 po raz pierwszy pokazywany był na targach Pellets-Expo 2009 w Bydgoszczy. Zdobył tam Główną Nagrodę Targów. W ramach Polskiej Misji Gospodarczej prezentowany był także w Kolonii na targach „Entsorga-Enteco” 2009. ■



Lester K 14



Fot. Witold Hawojki

# Portrety zwycięzców



Gyrofocus

**Płomień Roku 2009, Kategoria: Superpłomień 2009**

## Dominique Imbert

Francuski designer, twórca i właściciel marki Focus. Urodził się w Montpellier w 1940 roku. Jego pracownia znajduje się w niewielkiej miejscowości Violsle-Fort. To właśnie w tym miejscu artysta, pod wpływem niesprzyjającej aury zewnętrznej, łaknący ciepła, zrealizował swój pierwszy kominek.

Jego popularność wśród znanych zaowocowała pierwszymi zleceniami, które zapoczątkowały powstanie firmy. Obecnie oferta Focusa to ponad sześćdziesiąt modeli.

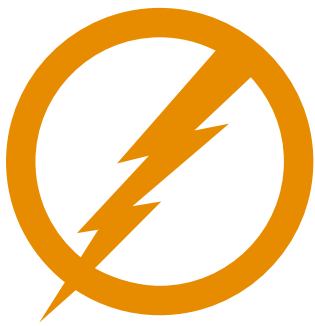
Kominki Dominique'a Imberta trafiają do domów i mieszkań niemal na wszystkich kontynentach. Zachwycają ludzi wychowanych w różnych kulturach i realiach estetycznych, od Stanów Zjednoczonych przez Europę, Rosję aż po kraj kwitnącej wiśni. Wszystkie prace artysty powstają we Francji. Od wielu lat zachwycają odwagą, brakiem zahamowań i rozmachem, z jakim są projektowane. Kominki marki Focus charakteryzują się prostotą i surowością materiału. Niewiele jest prac, które w tak niezwykły sposób eksponują ogień. Mimo kilkudziesięciu lat, które już liczą sobie niektóre modele, nadal zachwycają nowoczesnością. Kominki te bywają zarówno ekscentryczne, jak i zabawne, surowe i skromne. W każdym z nich znajduje się cząstka geniuszu twórcy i nie można obok nich przejść obojętnie. Właśnie dlatego są nie tylko urządzeniami, które dają ciepło, ale prawdziwymi dziełami sztuki. Potwierdza to ich obecność w takich miejscach, jak Muzeum Guggenheima w Nowym Jorku, Muzeum Sztuki w Bordeaux czy Muzeum Sztuki Współczesnej w Sztokholmie, a także projekt kominka dla Centrum



Dominique Imbert

Pompidou i współpraca z architektem Normanem Fosterem, której owocem jest model Filiofocus.

Wizytówką artysty jest Gyrofocus, pierwszy z serii kominków podwieszanych i obrotowych (360°), oraz modele, których palenisko otacza rozdarta – notabene osobiście przez Dominique'a Imberta – stal. Wśród wielu nagród, jakie otrzymał artysta, warto wymienić nagrodę dla Gyrofocusa, który we Włoszech zdobył tytuł „Najpiękniejszego przedmiotu świata”. Niezwykły artysta, tworzący niesamowite kominki, które wymykają się wszelkim kategoriom, stąd – Superpłomień dla Dominique'a Imberta. ■



# ***komhurt.pl***

*szybko i tanio*

⚡ **NAJWIĘKSZA W POLSCE  
HURTOWNIA  
KOMINKOWO-KOMINOWA**

⚡ **WYSOKIE RABATY**  
⚡ **KRÓTKIE TERMINY REALIZACJI**  
⚡ **SZYBKI SERWIS**

⚡ **NAJBARDZIEJ ZNANE  
EUROPEJSKIE MARKI  
WKŁADÓW KOMINKOWYCH**



***Zapraszamy do współpracy firmy kominkowe,  
budowlane oraz aranżatorów wnętrz***

**[WWW.KOMHURT.PL](http://WWW.KOMHURT.PL)**

**CENTRUM KOMINA, ul. Osadnicza 35, 65-785 Zielona Góra  
tel. 68 323 71 90, 68 322 27 27; fax 68 323 76 60  
tel. kom. 515 140 144, 513 074 534, 507 103 133, 503 033 999**

# Pierwsze wrażenia po KOK 2011 w Wels

Targi KOK, organizowane przez Österreichischer Kachelofenverband (Związek Zduńów Austriackich), to największe targi poświęcone ceramice kominkowej oraz technologiom i materiałom zduńskim. Przy tym wszystkim pokazywane są także paleniska zarówno piecowe, jak i kominowe oraz – co prawda nie na taką skalę, co w Weronie czy na ISH – piece wolno stojące, najczęściej wykończone kaflami.

Tegoroczne targi towarzyszyły jubileuszowemu, pięćdziesiątemu, forum technicznemu organizowanemu przez Związek Zduńów Austriackich. Przestronna i nowoczesna hala wystawiennicza nie odbiega obecnie od najwyższego, europejskiego poziomu. Ekspozycja lepiej się prezentowała, dodatkowo nowe centrum konferencyjne oraz przyjazne restauracje sprzyjały poszerzeniu wiedzy, nawiązywaniu kontaktów biznesowych i rozmowom kulturalnym o planach, pomysłach i o tym, co w branży słychać.

Targi odwiedziła też liczna grupa fachowców z Polski, którzy na tych niedużych powierzchniowo targach szybko mogli się zorientować

w nowościach. Po raz pierwszy do Wels zawitała chorwacka kaflarnia Zagorka, która produkuje kafle dla włoskiej Nordiki. Nie zabrakło również stałych kaflowych bywalców. Kaufmann pokazał ciekawą ceramikę kominkową w formie wąskich płaskich płytek, dzięki którym można tworzyć interesujące przestrzenie i bardzo nowoczesne obudowy. Jasba wróciła do swoich korzeni, prezentując zestawy do SPA oraz poszerzając ofertę „kaflwalków” prezentowanych w zeszłym roku. Ekspozycja Sommerhubera utrzymana była na podobnym poziomie jak w ostatnich latach. Niby były jakieś nowe propozycje, poziom nadal wysoki, choć brakowało zaskoczenia.

Interesujący kominek natomiast można było zobaczyć na stoisku włoskiej kaflarni Arcadia – rozsuwany, zdobiony kafel, ukrywający wewnątrz palenisko, jest nie tylko atrakcyjnym wizualnie, ale też i praktycznym, szczególnie latem, pomysłem. Meż Keramik pokazał złotobion wielkoformatowy kafel narożny i odchudzoną ofertę wolno stojących pieców. Ciekawe propozycje kolorów, a przede wszystkim faktur, można było zobaczyć na stoisku Ganza. Wels jest królestwem kafla, dlatego swoją ofertę prezentowały tu także: Angermayer, Poli, Artitalia, Cerampiu, Gutbrod Keramik, Ruka oraz Seyffarth Keramik. Nie zabrakło również firm oferujących materiały zduńskie, takich jak: Rath, Ortner, Silca czy Wolfshöher Tonwerke, oraz firm z akcesoriami (drzwiczki, kratki).

Mimo, że większość nowości trzymana jest na zbliżające się ISH, jednak również i w Wels co nieco nowych pomysłów można było zobaczyć, szczególnie u tych wystawców,



którzy na ISH się w tym roku nie wybierają. Widocznym trendem od kilku lat jest automatyzacja. Schmid pokazał podnoszoną na pilota szybę (rozwiązanie ekskluzywne także ze względu na cenę), Ortner przedstawił Smartphone'a sterującego piecem dzięki technologii bluetooth. W stronę automatyki podążył także Fondis, który pokazał zautomatyzowany piecyk na drewno.

Wielu producentów było w Wels, by zaznaczyć swoją obecność. W końcu jest to spotkanie dla profesjonalistów i często z różnych względów, także prestiżowych, warto tu być. Pewnie z tego względu jest tu obecny belgijski M-Design (który nie opuszcza chyba żadnych kominkowych targów) i Rüegg. W tym roku w Wels widać było – zarysowującą się także i na naszym rynku, choć nie wiem, na ile u nas promocja tych systemów przekłada się na sprzedaż – tendencję do coraz bardziej powszechnej akumulacji. Można to było zauważyć m.in. na stoisku Ledy,

Austroflammu (który pokazał model paleniska narożnego z kumulacyjnymi krążkami) czy Romotopu. Kolejnym trendem jest oszczędność, jak nie akumulacja, to może chociaż „woda”, nawet do paleniska vis-à-vis, jak prezentował Hoxter. Każdą nadwyżkę ciepła producenci chcą zagospodarować. Z kolei Spartherm pokazał popularne palenisko z przeszkleniem na trzy strony w wersji mini, co jest odpowiedzią na potrzeby raczej niemieckiego rynku. Spartherm pokazał też kolejną wersję Renovy (paleniska piecowego, które miało swój debiut rok temu w Wels) oraz szamoty w nowym, szarym kolorze (może to drobiazg, ale widać na wielu imprezach, m.in. kamieniarskich i wnętrzarskich, trend, który mówi: szare znaczy modne). Coraz bardziej widoczne na targach są firmy czeskie. BeF, Romotop, prezentujący również ceramikę Hein, oraz Hoxter coraz silniej zaznaczają swoją obecność na rynku. Według listy wystawców obecny był też Kobok, który miał

cd. na str. 14 ▶



Kaufmann



Mez Keramik



Ortner



Poli



Rath



Arcadia



Ganz



Austroflam



Sommerhuber

cd. ze str. 13 ►

stoisko razem z kaflarnią POLI, i to ona tam właśnie dominowała, bo z Koboka rzucił mi się w oczy tylko baner.

Mówiąc o tegorocznym KOK, nie można zapomnieć o stoisku niemieckiej hurtowni Hagos, która coraz mocniej zaznacza swoją obecność w Austrii. Na jej stoisku zobaczyć można było m.in. produkty: Ledy, Wodtke, Sparthermu, Olsberga, Bruli, Ofen Innovativ, Dru, Lohbergera oraz – ostatnio wprowadzonego na polski rynek – Wolfshöher Tonwerke.

Jak zawsze w Wels nie zabrakło stoisk firm oferujących akcesoria do budowy pieców, jak: kratki czy drzwiczki, oprogramowania do ich projektowania – Pallette Cad oraz firm specjalizujących się w nowoczesnych bądź tradycyjnych kuchniach na drewno.

W Wels mogliśmy zobaczyć około 70 firm z branży kominkowo-zduńskiej. Dla bywalców Progetto Fuoco czy ISH targi w Wels mogą wydawać się małe, ale każdy zainteresowany nowoczesnymi technikami zduńskimi, a przede wszystkim kaflami, znajdzie na pewno tutaj coś dla siebie. Kameralność jest wręcz atutem tych targów. Mniej stoisk, trochę więcej czasu, by dotknąć, obejrzeć z każdej strony i spokojnie podyskutować. Ani kominki, ani kafle nie lubią zbytniego pośpiechu, a Wels jest dobrym miejscem, by na chwilę się tam zatrzymać.

tekst: **Aldona Mazurkiewicz**  
zdjęcia: **Aldona Mazurkiewicz**  
i **Witold Hawajski**

## Kalendarium:

**15–19 III** – ISH, Frankfurt (Niemcy)

**23–26 III** – Salon Kaminov, Moskwa (Rosja)

**29 III – 2 IV** – Coneco, Racioenergia, Bratysława (Słowacja)

**5–10 IV** – Construma, Hungarotherm, Budapeszt (Węgry)

**12–16 IV** – IBF, SHK, Mobitex, Brno (Czechy)

**28 IV – 8 V** – Foire de Paris, Paryż (Francja)

**4 VI** – Płomienne miniFORUM, Nałęczów

# Akubet – szamot najnowszej generacji do budowy akumulacyjnych pieco-kominków i wymienników ciepła

Obserwując współczesne trendy w branży kominkowej (choćby te najnowsze na tegorocznych targach KOK w Wels w Austrii), zauważamy wyraźne wprowadzenie do stosowania nowego materiału szamotowego w postaci różnych odmian betonów ogniotrwałych – tak lekkich, jak i ciężkich. Ich „lżejszych” odmian, o gęstości poniżej lub około 2 kg/dm<sup>3</sup>, używa się zwykle w celach izolacyjnych lub dla poprawienia emisji grzewczej urządzeń, wykorzystując ich lepsze parametry przewodzenia ciepła. Stosując je zaś do technologii „speicher”, czyli ogrzewania z wykorzystaniem akumulacji ciepła, używa się tych odmian, które charakteryzują się możliwie dużą gęstością, pomiędzy 2,3 a 2,9 kg/dm<sup>3</sup>.

Polski Akubet to najnowszej generacji bardzo ciężki beton szamotowy o wyraźnie podwyższonej akumulacyjności ciepła, który posiada doskonałe

parametry techniczne, a zwłaszcza bardzo wysoką gęstość (~ 2,85 g/cm<sup>3</sup>), doskonałą przewodność cieplną i znikomą rozszerzalność. Umożliwia więc praktyczne wprowadzenie również na nasz rynek technologii budowy kominków, które mogą być nowoczesnymi akumulacyjnymi pieco-kominkami, tzw. speicherofen kamine. Dzięki swym właściwościom pieco-kominki budowane z akubetu osiągają bardzo wysoką zdolność odzysku i akumulacji ciepła (nawet 70 kWh), przez co mogą stanowić podstawowy system ogrzewania domu, gdyż pokrywają zapotrzebowanie na ciepło przez 12–24 godzin. Zmniejszając ilość i częstotliwość załadunku drewna (brykietu), osiągają wysoką sprawność (80–90%), podnosząc komfort ich użytkowania. Nie tylko minimalizują potrzebę ich obsługi, ale również zabezpieczają przed przegrzewaniem pomieszczeń. Pozyskanego ciepła nie emitują od razu podczas fazy spalania, lecz dzięki dużej zdolności magazynowania go w sobie, rozciągają okres łagodnego ogrzewania nawet na całą dobę. Zapewniają tym samym zdrowe i przyjemne ciepło, przy stałej (nie skokowej) temperaturze pomieszczeń.

Wysoka gęstość Akubetu pozwala budować kominki o bardzo dużej masie (do dwóch ton), przy niewielkich rozmiarach samej bryły, co bardzo ułatwia ich projektowanie. Niezwykle niskie, jak na materiały szamotowe, parametry rozszerzalności cieplnej Akubetu (skurcz w ogóle nie występuje), pozwalają wyeliminować zarysowania i spękania, które były dawniej zmorą ścian budowanych z odlewanych, tradycyjnego szamotu. Dlatego też produkowane przez Cebud proste, łukowe i duże (120 × 50 × 2,5 cm) akubetowe płyty konstrukcyjne (CPA), można dziś bez obaw wykorzystywać do budowy dowolnej wielkości ścian kominków, zastępując nimi używane dawniej do tego celu płyty gipsowe czy izolacyjne.

Prefabrykowane Ceramiczne Moduły Akumulacyjne (CMA) – sześciiany i krążki – przeznaczone do budowy akumulacyjnych wymienników ciepła, jak również płyty CPA gwarantują nie tylko szybszy i większy odzysk ciepła, ale również bardzo długi okres grzewczy, zapewniając tym samym długie lata sprawnego, wygodnego i bezpiecznego użytkowania.



Palenisko Brunner

**Uwaga! Oryginalny materiał Akubet chroniony jest patentem od 2007 roku. Prefabrykaty z Akubetu dostępne tylko u autoryzowanych przedstawicieli firmy CEBUD.**



Palenisko Brunner



Ceramiczne Moduły Akumulacyjne

Ceramiczne Płyty Akumulacyjne

od 1987<sup>®</sup>  
**Cebud**  
e k o t e c h n o l o g i e  
k o m i n k ó w a k u m u l a c y j n y c h

**CEBUD**

Salon i Biuro Sprzedaży  
30-198 Kraków, ul. Balicka 320  
tel./fax 12 637 36 23, 12 637 92 88  
www.cebud.eu, cebud@cebud.eu

# Lista wystawców kominkowych ISH 2011, w hali 9.2



Zbliża się kolejna edycja jednej z najważniejszych imprez branży kominkowej. W dniach 15–19 marca 2011 roku w niemieckim Frankfurcie odbędą się (już po raz pięćdziesiąty pierwszy) targi ISH. Tradycyjnie i tym razem branża kominkowa skupiona będzie w hali 9.2. Można będzie tam zobaczyć wiele kominkowych potentatów i tych, którzy chcą zaznaczyć swoją obecność na rynku. Poniżej znajdują Państwo listę wystawców według stanu z dnia 25 lutego 2010 roku. Targi ISH są coraz bliżej, więc warto się dobrze do nich przygotować.

Wystawca	Stoisko
ADURO A/S	A40
Arbeitsgemeinschaft der deutschen Kachelofenwirtschaft e.V.	D05
Arkiane SARL	C62
Austroflamm GmbH	D34
BeF Home, s.r.o.	E24
BK-Ofenbau GmbH & Co. KG	D36
Bodart & Gonay SA	E44
Boomex Produktions- und Handelsges. chem.-technischer Artikel mbH	F24
Bosch Thermotechnik GmbH Buderus Deutschland	B05
Bundesverband des Schornsteinfegerhandwerks	A03
Caminos Kaminöfen Produktions- und Vertriebs-GmbH & Co. KG	E36
CB-tec GmbH	A10
Cera Design by Britta von Tasch GmbH	D10
Cheminées de Chazelles	F42
Color emailj d.o.o.	B60
Consorzio Padova Export	B40
Contura AB	B49
CS Thermos S.r.l.	A39
Darco Sp. z o.o.	F12
Deutsches Pelletinstitut GmbH	B03
Dik Geurts Haardkachels B.V.	A44
Dovre NV	A35
EDILKAMIN SpA	C43
Elektrotechnik Schabus GmbH & Co. KG	F30
ENERGETEC Gesellschaft für Energietechnik mbH	C58
Erwin Koppe Keramische Heizgeräte GmbH	C39
Evoltex S.r.l.	E20
Exhausto CDT A/S	F33
Export Organisation Südtirol – EOS	D51
Export Organisation Südtirol – EOS	C48
F. F. Boffill, S.A.	A37
F.E.T.A. Federation of Environmental Trade Associations	B66
Faber International BV	C11
Fireplace Produktions- und Handels GmbH	E45
Firepoint Kooperation GmbH & Co. KG	E36
Flam AG V. F. M.	F20
Fördergesellschaft der Heiz- und Kochgeräteindustrie mbH (HKI)	D03
Frauenberger - BENTA Vertriebs GmbH	D45
GANZ Baukeramik AG	D21
GKT Heiz- & Klimatechnik GmbH	B36
Granit-Kleber AS	B46
Greithwald GmbH	D51
Gütegemeinschaft Kachelofen e.V.	B15
Haas & Sohn Ofentechnik GmbH	C47
Haas & Sohn Ofentechnik GmbH	C47B
hardbriks GmbH	F04
Hark GmbH & Co. KG Kamin- und Kachelbau	D35
HECKER Glaskeramik GmbH & Co. KG	B31
HEIBI-Metall Birmann GmbH	A02
Industrieverband Haus-, Heiz- u. Küchentechnik e.V. -HKI	D03
Invicta S.A.	F23
Irlbacher Blickpunkt Glas GmbH	E18
Italkero S.r.l.	C59
J. Corradi S.r.l.	E10
JUSTUS GmbH	E29
Jydepejsen A/S	E42
Kal-Fire BV	E54
Kamintherm Ipari és Kereskedelmi Kft	A40
Kandern Feuerfest GmbH	F09
Kaufmann Keramik GmbH	B14
Keddy AB	F07
KERAGLASS SNC	A43
Kutzner + Weber GmbH	C01
KVK GmbH & Co. KG	E15
La Bottega Toscana	C44
La Nordica S.p.A.	E50
Lacunza Calor de Vida S.a.l.	E30

Wystawca	Stoisko
Laminox S.r.l.	D40
LEDA Werk GmbH & Co. KG Boekhoff & Co.	C07
Lincar S.p.A.	C30
Lohberger Heiz + Kochgeräte Technologie Gesellschaft mbH	B41
Lotus Heating Systems A/S	B35
Maier Glas GmbH	A43
MCZ Group S.p.A.	F05
M-Design Benelux BVBA	A30
Mennes GmbH	D31
Möck Professionelle Rohrsysteme GmbH	C20
Muldenthaler Emailierwerk GmbH	F38
Negarra, S.A.	B42
Nibe Kaminöfen AB	B49
Nibe Kaminöfen AB	B35
Nibe Kaminöfen AB	F28
Nordpeis AS	B49
Oelkers MARKET IN GmbH	B62
Ofen Innovativ OI GmbH	A05
Olsberg Hermann Everken GmbH	B21
Oranier Heiztechnik GmbH	E25
Palazzetti Lelio S.p.A.	C31
Palette CAD GmbH	A11
Pelltech OÜ	C61
Pertinger GmbH	C48
Plamen International d.o.o.	A45
Promat GmbH Technische Wärmedämmung	A08
Qingdao Hichan Group Co., Ltd.	F02
R.P. Castellamonte di R. Perino & C. Snc	A33
Ravelli S.r.l.	C41
Red Anvil GmbH	A69
Renomme	F40
Rheinbraun Brennstoff GmbH	E09
Rheinbraun Brennstoff GmbH	E09B
RIKA Innovative Ofentechnik GmbH	B25
RIKA Innovative Ofentechnik GmbH	A15
RUKA Ofenkeramik und Zubehör GmbH	F11
Save S.p.A.	C50
Schamottewerk Radeburg GmbH	F18
SCHOTT AG	C35
schraeder GmbH	E11
Serjani Ltd.	A01
Silca Service- und Vertriebs- gesellschaft für Dämmstoffe mbH	A09
SKANDERBORG Produktions- und Vertriebs GmbH	E43
SLAVONA d.o.o.	B61
Spartherm Feuerungstechnik GmbH	D42
Staub Fonderie SARL	A14
Storch – Kamine GmbH	D43
Styrotherm s.r.o.	F32
Süd-Metall Beschläge GmbH	A47
Tarnava Sp. z.o.o.	F39
TEKON GmbH	F36
Termatech A/S	B35
Thorma Vyroba k.s.	F34
Tona Tonwerke Schmitz GmbH	A51
TÜV Rheinland Service GmbH	F01
Ungaro S.r.l.	E53
Urbana AG	A31
Varde Ovne A/S	B49
Vattenfall Europe Business Services GmH	C17
Wallnöfer H.F. GmbH	D51
Wamsler Haus- u.Küchentechnik GmbH	C25
Witra Warenhandels GmbH	A40
Wodtke GmbH	E05
Wodtke GmbH	E01
Wolfshöher Tonwerke GmbH + Co. KG	D20
ZAO Beautiful Houses Press	FOY04

Informacje o targach: [www.targifrankfurt.pl](http://www.targifrankfurt.pl)



**15-17.04.2011**  
**Kielce**

**TargiKielce**

**DOM**

**DOM**

**NAJWIĘKSZE TARGI BUDOWLANE W POŁUDNIOWO-WSCHODNIEJ POLSCE**

**Twoje 4 Kąty**

**www.dom.targikielce.pl**

Współorganizator targów Twoje 4 Kąty:

Patronat honorowy targów DOM:

# PaletteCAD

Projektowanie bez granic!



- Intuicyjny program do projektowania kominków i wnętrz
- Doskonale wyposażony w biblioteki obiektów i tekstur
- Dzięki niemu projektowanie jest szybkie i efektywne
- Oprogramowanie dla ambitnych i wymagających
- Zapewnia profesjonalny projekt i perfekcyjną wizualizację
- Tworzenie specyfikacji materiałowej, szablonów i plików CNC
- Wizualizacja w fotorealistycznej jakości obrazu

Dystrybutor Firma Damaro  
ul. Jankowicka 2, 44-200 Rybnik, tel. 32 42 64 022, 505 039 090  
www.palettedcad.pl info@palettedcad.pl

## Kalendarium szkoleń 2011

### Szkoła Dobrego Kominkarstwa Piotr Batura

- Szkolenie z zakresu nowoczesnego zduństwa; **kwiecień/maj, Wągrowiec**; szczegółowe informacje na stronie [www.kominki-batura.pl](http://www.kominki-batura.pl), kontakt: tel. 502 607 546, e-mail: [biuro@kominki-batura.pl](mailto:biuro@kominki-batura.pl);

### Brunner

- Szkolenie dla osób, które nie uczestniczyły w szkoleniach firmy i mają zamiar rozpocząć współpracę z firmą Brunner; **17-18 marca, Eggenfelden (Niemcy)**;
- Szkolenie dla osób, które uczestniczyły już w szkoleniach firmy (nacisk na nowości, w tym zestawy kominkowe BSK) i mają zamiar kontynuować współpracę; **19-20 maja, Eggenfelden (Niemcy)**; więcej

informacji i kontakt: Ilona Witte,  
[ilona.witte@brunner.de](mailto:ilona.witte@brunner.de);

### Palette CAD

- Szkolenie i prezentacja dla nowych użytkowników programu Palette CAD (projektowanie i tworzenie wizualizacji wnętrz); **19-20 maja, Michałowice k. Warszawy**; szczegóły na stronie [www.palettedcad.pl](http://www.palettedcad.pl);

### MCZ

- Zwiedzanie zakładu produkcyjnego i szkolenie produktowe MCZ; **maj, Vigonovo di Fontanafredda (Włochy)**; organizator: firma Wentor, kontakt: Tomasz Grudzień, tel. 68 363 81 88;

### Rath

- Szkolenie producenta wyrobów szamotowych i innych mate-

riałów zduńskich: kleje, zaprawy, materiały izolacyjne; **7-8 kwietnia i 1-2 września, Austria**; **6-9 września, Mnich**; Organizator: Godkowie, tel. 33 858 89 48;

### Makroterm

- Cykl szkoleń dla instalatorów, handlowców, serwisantów, projektantów z zakresu Zintegrowanego Ogrzewania **na terenie całej Polski**, szkolenia z zakresu: kominków z płaszczem wodnym, kolektorów słonecznych, projektowania systemów Zintegrowanego Ogrzewania w domach jednorodzinnych; kontakt: mgr inż. Agnieszka Górka, tel. 691 730 507, 12 386 76 25, [a.gorka@makroterm.com.pl](mailto:a.gorka@makroterm.com.pl);

### Ponadto planowane:

- **Ortner**;
- **Brula**;
- **Hoxter**.

Organizator: Godkowie, tel. 33 858 89 48 ■



## Egzaminy zduńskie w Stalowej Woli

14 stycznia br. w Stalowej Woli odbył się pierwszy od wielu lat egzamin poświadczający kwalifikacje czeladników i mistrzów zduństwa. Zamknął on dwutygodniowy kurs zorganizowany dzięki inicjatywie i zaangażowaniu Zygmunta Kuliga, właściciela Wytwórni Kafla ze Stalowej Woli. Do udziału w tym przedsięwzięciu przekonał on członków Izby Rzemieślniczej z Rzeszowa, którzy zajęli się organizacją kursu od strony formalnej. Rzeszowską Izbę reprezentował Józef Lachcik, dyrektor Ośrodka Szkolenia Rzemiosła. Współorganizatorem był też Cech

Rzemieślników i Przedsiębiorców w Stalowej Woli, który udostępnił miejsce do przeprowadzenia egzaminu teoretycznego i częściowo praktycznego. Egzamin podzielono na dwie części: teoretyczną, ustną i pisemną, która odbyła się 14 stycznia w Stalowej Woli, oraz praktyczną. Jak się okazało, egzamin cieszył się dużym zainteresowaniem. Przystąpiło do niego 35 osób z całej Polski oraz jeden ochotnik z Niemiec. 20 osób ubiegało się o uprawnienia czeladnicze, a 16 o tytuł mistrza zduństwa. Wszyscy uczestnicy zakończyli z pozytywnym

rezultatem egzaminu teoretycznym, który obejmował szereg zagadnień, poczynając od materiałoznawstwa, przez tajniki zduństwa, podstawy budownictwa, przepisy BHP, kończąc na prawie pracy, podstawowych zasadach prawa gospodarczego i zarządzania przedsiębiorstwem. Zaliczenie egzaminu praktycznego odbywało się od 13 do 17 stycznia. W tym czasie kursanci wybudowali kuchnię kaflową (wyposażoną w piec chlebowy, piekarnik i ławę) we wzorcowni Wytwórni Kafla Zygmunta Kuliga oraz kominek w holu Cechu Rzemieślników i Przedsiębiorców w Stalowej Woli. Kilkoro kursantów, którzy musieli wcześniej wyjechać, zaliczy egzamin praktyczny indywidualnie podczas budowy konkretnego pieca kaflowego.

Uzyskane przez ochotników tytuły posłużą im do poświadczenia własnych umiejętności w Polsce i zagranicą. Mamy nadzieję, że to dopiero początek kolejnych kursów, szkoleń i egzaminów potwierdzających nie tylko wiedzę, ale i umiejętności praktyczne, a obrany kierunek kształcenia będzie się cieszył coraz większym zainteresowaniem.

# Szkolenia, szkolenia...



## Szkoła Dobrego Kominkarstwa

3 lutego br. odbyło się kolejne szkolenie w ramach Szkoły Kominkowej Piotra Batury. Jednodniowy zjazd był przeznaczony dla pracowników zaprzyjaźnionych firm z branży kominkowej. Zajęcia koncentrowały się na technikach zduńskich. Przybliżono zagadnienia dotyczące budowania palenisk ceramicznych, w tym także sporo czasu poświęcono piecom

chlebowym. Jednym z aspektów tego szkolenia było zwrócenie uwagi na solidność konstrukcji obudów, w których nie stosuje się kratki nawiewnych. Brak wentylacji w komorze obudowy wymusza bardzo przemyślany dobór materiałów i wymaga więcej staranności przy wykonaniu takiej obudowy. Mimo zimowej aury spotkanie odbyło się w ciepłej atmosferze: w piecu do pizzy, oprócz standardowej potrawy kuchni włoskiej, przygotowano również rodzime specjalności.



## Szkolenie OSKP

19 listopada 2010 roku w siedzibie firmy Koperfam w Legionowie odbyło się szkolenie zorganizowane przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie „Kominki Polskie”. Było ono poświęcone tematyce ogrzewania domu z wykorzystaniem alternatywnych źródeł ciepła. Podczas szkolenia, w którym uczestniczyło prawie 40 osób, poruszono tematykę kolektorów słonecznych i pomp ciepła. Mówiono także o klasyfikacji budynków mieszkalnych, ich certyfikacji energetycznej oraz domach pasywnych i energooszczędnych. Oddzielny panel szkolenia poświęcony

był rekuperacji i wentylacji w domu oraz wykorzystaniu kominka bądź pieca jako podstawowego źródła ciepła w domu energooszczędnym i pasywnym.



### Szkolenie w Romotopie

19 listopada ub.r. w siedzibie czeskiej firmy Romotop odbyło się spotkanie, na którym dokonano prezentacji wkładów kominkowych firmy Romotop oraz produktów kaflarni Hein. W związku z wprowadzeniem w ostatnim czasie szeregu nowości w asortymencie firmy (wkłady z płaszczem wodnym, dodatkowe wymienniki wodne, piece akumulacyjne) zapoczątkowało ono cykl spotkań, które będą organizowane wiosną tego roku. Pierwsze adresowane było do osób prowadzących sprzedaż, natomiast kolejne rozszerzone będą o tematy poświęcone sprawom instalacyjnym oraz zduńskim. Dyrektor Handlowy firmy Hein, Radim Hrabovský, w swojej prezentacji przedstawił m.in. serię małych pieców kaflowych MKK. Uczestnicy spotkania mogli obejrzeć podłączone i eksploatowane piece oraz urządzenia w trakcie łatwego i szybkiego suchego montażu, który na wszystkich zrobił duże wrażenie. Spotkanie zorganizowane zostało w nowym centrum szkoleniowym Romotopu. Dodatkową atrakcją było zwiedzanie zakładów produkcyjnych Romotop i Hein.



### Szkolenie Hoxter

22 listopada ub. r. w czeskiej miejscowości Kurim odbyło się szkolenie produktowe marki Hoxter, w którym wzięło udział około 30 uczestników z Polski. Było ono podzielone na trzy

części. Na początku przypomniane zostały podstawowe pojęcia, takie jak moc, wartość opałowa, a także przybliżono zasady obliczania zużycia paliwa i zapotrzebowania budynku na ciepło. Po takim wstępie kolejne dwa panele dotyczyły oferty produktowej marki Hoxter (produkowanej przez Banador). Mówiono zarówno o wodnych wkładach kominkowych Watertech, jak i o wkładach kominkowych Haka. Szczególną uwagę zwrócono na dobór masy akumulacyjnej do wkładu kominkowego. Szkolenie zostało zorganizowane przez Hoxtera i jego przedstawiciela na polskim rynku – firmę Godkowie.



### Szkolenie Jolly-Mec

W dniach 4–5 listopada ub. r. w Dębicy i w Krakowie odbyło się szkolenie techniczne dla obecnych dystrybutorów i potencjalnych kontrahentów firmy Jolly-Mec. Podczas dwóch dni uczestnicy zapoznali się z nowymi produktami firmy, w szczególności zaś mieli okazję poznać serię piecyków na pelety, które Jolly-Mec wprowadził w ubiegłym roku na europejskie rynki. Dodatkową atrakcją była możliwość zobaczenia produktów w akcji zarówno w salonie firmowym w Krakowie, jak i w jednej z realizacji w Dębicy. Generalnym importerem produktów Jolly-Mec w Polsce jest firma Darco.

### Szkolenie Bullerjan

13 stycznia br. w Warszawie odbyło się szkolenie zorganizowane przez firmę KOMINKI TOMA, która została głównym przedstawicielem marki Bullerjan w Polsce. Zaprezentowano na nim modele kominków marki Bullerjan ze standardowych serii CLASSIC oraz DESIGN, a także nowy model – DOT. Oddzielny panel poświęcony został krótkiemu szkoleniu



technicznemu z zakresu działania oraz użytkowania pieców, a także pracy modelu DESIGN typu 02. W szkoleniu uczestniczyło około 30 osób. Bullerjan jest producentem pieców o futurystyczno-industrialnej stylistyce.

### Spotkajmy się w Krakowie... po raz piąty

11 grudnia ub. r. Henryk Sekuła, szef Centrum Kominkowego Spartherm w Krakowie, już po raz piąty zaprosił grupę współpracujących firm do Krakowa. W spotkaniu uczestniczyli przedstawiciele 15 najlepszych firm, właściciel firmy Spartherm, Gerhard Manfred Rokossa wraz z małżonką, oraz dyrektor polskiego przedstawicielstwa firmy Spartherm, Ireneusz Bonarski, również z małżonką. O sytuacji na europejskim i polskim rynku oraz o pozycji firmy Spartherm mówili G. M. Rokossa oraz I. Bonarski. Redaktor naczelny „Świata Kominków”, Witold Hawajski, przedstawił akcję BEZPIECZNY KOMINEK. Najlepszym firmom przyznano nagrody i wyróżnienia. Tytuł „Partnera Roku” otrzymała firma Studio Hawajski Witold Hawajski, drugie miejsce przypadło firmie Studio Kominki Dariusz Pęczkiewicz, a trzecie miejsce zdobyła firma Systemy Kominowe Stanisław Waligóra. Wieczór na Balickiej zakończył występ artystów scen krakowskich. Następnego dnia uczestnicy spotkania mieli też możliwość zwiedzenia wspaniałej wystawy „Podziemia Rynku” Muzeum Historycznego Miasta Krakowa. ■



# Co nowego w OSKP?

Mijają dwa miesiące od IX Walnego Zjazdu OSKP, w czasie którego nastąpiły przedterminowe wybory, zmieniające Zarząd Stowarzyszenia. O tym, jak minął ten czas, rozmawiamy z nowym Prezesem Sylwestrem Kurcwaldem.

**Elżbieta Zajączkowska:**

**Co było najpilniejsze i najważniejsze?**

**Sylwester Kurcwald:** Zależało nam na jak najszybszym ustabilizowaniu finansów OSKP – opłaty członkowskie oraz nasze nieuregulowane zobowiązania. Stąd trochę „turystyki” – wyjazd do Warszawy 28 listopada ubiegłego roku, aby w obecności Prezydium OSKP i przedstawicieli Komisji Rewizyjnej przejąć dokumentację od ustępujących władz, załatwić sprawy formalne, czyli aktualizację dysponentów konta bankowego, następnie spotkanie w biurze rachunkowym w Sopocie oraz wizyta w sądzie w Gdańsku, gdzie należało wprowadzić zmiany w KRS.

**EZ:** Pogoda raczej nie sprzyjała tej „turystyce”. Miesiące kończące rok są zawsze w naszej branży czasem wytężonej pracy. Do normalnych zadań, związanych z prowadzeniem firmy, doszły jeszcze prace społeczne. Na szczęście okres między Świętami a Nowym Rokiem udało się wykorzystać na spotkanie Zarządu.

**SK:** Na pierwsze posiedzenie po Walnym Zgromadzeniu zjechaliśmy do Warszawy 28 grudnia. Wprawdzie Zarząd był w okrojonym składzie, ale omówiliśmy sprawy programowe, finansowe i dotyczące szkoleń. Zdecydowano również o pierwszym wyjeździe szkoleniowym na targi w austriackim Wels. Czasu było wprawdzie mało, lecz dzięki staraniom i zaangażowaniu Anny Salaty i Jacka Ręki odwiedziliśmy firmy Brunner oraz Austroflam, gdzie zapoznaliśmy się z produkcją i skorzystaliśmy z ich gościnności. Przewidziano pobyt na Targach, zwiedzanie muzeum i kafiarni Sommerhuber. Nasz program zachęcił do wspólnego wyjazdu 30 osób.

Decyzję o wyjeździe trzeba było podjąć naprawdę szybko.

**EZ:** Myślę, że po zapoznaniu się z relacjami z wyjazdu w przyszłości na hasło „wyjeżdżamy” odzew będzie znacznie szerszy i szybszy. Wśród członków Stowarzyszenia są importerzy, producenci, duże firmy posiadające salony w centrach handlowych, firmy sprzedające przez internet, firmy budowlane, które wykonują również kominki, firmy kamieniarskie, małe firmy rodzinne zajmujące się zarówno sprzedażą, jak i projektowaniem oraz wykonawstwem, a także zduni pracujący samodzielnie.

**Czy nie czujesz się przytłoczony tą różnorodnością?**  
**SK:** Różnorodność jest zaletą, daje duże możliwości. Próbujemy wypracować nowe zasady członkostwa w Stowarzyszeniu. Zależy nam na dotarciu z programem do większej ilości małych firm wykonawczych oraz osób prywatnych. Składka byłaby też zróżnicowana. Projekt zmian przedstawimy w materiałach na corocznym Walnym Zgromadzeniu.

**EZ:** Jak chcesz połączyć swoje obecne obowiązki i sprostać oczekiwaniom wyborców?

**SK:** Chcę zaznaczyć, że wszelkie zmiany wypracowujemy wspólnie z całym dziesięcioosobowym Zarządem.

**EZ:** Delegowanie obowiązków, czyli kto i co?

**SK:** Ważny jest podział obowiązków, a moja rola to działania na rzecz wypracowania wspólnego stanowiska. Jak na razie nie zawiodłem się na nikim. Inicjatywy wychodzą od członków Zarządu, którzy prowadząc swoje firmy, mają najlepsze rozeznanie w branży. Wiedzą, jakie zmiany i jaka praca Stowarzyszenia przyniesie



Sylwester Kurcwald, prezes OSKP

korzyści. Zamierzamy rozpocząć działania na rzecz szkolenia zawodowego. Chcemy przystąpić do organizacji VEUKO, zrzeszającej stowarzyszenia branżowe działające u naszych sąsiadów w Niemczech, Słowacji i Czechach oraz innych krajach europejskich. Mamy zamiar czerpać z ich doświadczeń. Członkowie Zarządu prowadzą firmy w różnych częściach Polski, dlatego comiesięczne spotkania będziemy odbywali zaocznie korzystając z internetu, a raz na kwartał będziemy spotykać się osobiście. Zaoszczędzi to czas i pieniądze.

**EZ:** W nowoczesnym zarządzaniu, zarówno firmą, jak i grupą społeczną, a taką jest OSKP, ważne jest jasne określenie wartości, jakie są istotne, celów działania, marzeń i wynikającej z tego wszystkiego misji.

**SK:** Wartości? Może tak w punktach. Po pierwsze, transparentność finansów (poprzednicy nie zawsze tego przestrzegali). Dalej, działania zespołowe – wprawdzie prowadzimy firmy w tej samej branży, ale każdy ma swój wypracowany styl, sposoby realizacji i organizację w firmie; wiedza praktyczna przekłada



się na samodzielność działań. W tej różnorodności jest nasza siła. Wreszcie dobry kontakt z każdym, zarówno działającym we władzach Stowarzyszenia, jak i z szeregowym członkiem.

**EZ:** Wizja, czyli marzenie, jak w OSKP powinno być?

**SK:** Marzenia jak ptaki szybują po niebie – mówi piosenka. A co, gdy pada deszcz? Pozostawmy to na „potem”. A tak serio – bardzo ważne jest umasowanie przynależności do Stowarzyszenia. Głównie chodzi o przyciągnięcie małych firm. Nie mniej ważna jest współpraca. Wypracować model współdziałania z kominiarzami. Nie konkurencja, a wspólne działania na rzecz podnoszenia bezpieczeństwa wykonywanych instalacji. Wspólne szkolenia teoretyczne i praktyczne.

**EZ:** A misja? W sformułowaniu misji tak naprawdę powinni wziąć udział wszyscy członkowie Stowarzyszenia. Może spróbujemy zrobić pierwszą przymiarkę?

**SK:** Dotrzeć ze szkoleniami, z wiedzą fachową do jak największej ilości osób wykonujących instalacje kominkowe. Czy wkład kominkowy kosztuje 1000 czy 10 000 zł, musi zostać bezpiecznie podłączony i eksploatowany, dając zadowolenie inwestorom.

**EZ:** Na pierwszym miejscu stawiasz więc wiedzę i bezpieczeństwo. Czy przewidujesz udział w akcjach organizowanych przez różne podmioty czy pisma branżowe, typu „Bezpieczny kominek” organizowany przez „Świat Kominków” czy akcja „Ciepło jest ulotne” Stowarzyszenia Kominy Polskie?

**SK:** W każdej, która wpływa na bezpieczeństwo. Stykamy się na co dzień z takimi realizacjami,

że strach mówić, gdyż nie spełniają żadnych norm bezpieczeństwa. Takie sytuacje nie mogą zdarzać się członkom OSKP. Nie obrażać się, lecz korzystać z pomocy i pomagać. Większość naszych firm prowadzimy rodzinnie, do pracy angażujemy współmałżonków i dzieci. Czas pracy jest nienormowany. Wspólnym wysiłkiem budujemy naszą przyszłość, zależy ona od wiedzy. Zadowolony klient to gwarancja naszej dalszej pracy.

**EZ: Jakie sprawy udało się już załatwić?**

**SK:** Zracjonalizowaliśmy koszty działania, wprowadzając twarde oszczędności. Wszystkie zaległe sprawy zostały wyjaśnione, dokumenty w odpowiednich urzędach złożone, zobowiązania uregulowane. Jawność działań – chętni mogą zapoznać się z protokołami z posiedzeń Zarządu i podjętymi uchwałami.

**EZ: Jakie są najbliższe plany?**

**SK:** Podczas ostatniego zebrania ustaliliśmy, że zorganizujemy wiosną szkolenie branżowe, podejmiemy rozmowy o nawiązaniu współpracy z organizacjami zduńskimi w Niemczech i na Słowacji oraz z VEUKO, ustalimy plan pracy nad organizacją Walnego Zgromadzenia (w czerwcu w Trójmieście), rozpoczniemy współpracę przy organizowaniu muzeum pieców (odwoływanie się do tradycji jest bardzo ważne, to wszak nauka odpowiedzialności i solidności), zajmujemy się też problemem nieplaconych składek członkowskich, dlatego w najbliższym czasie Anna Salata (skarbnik) będzie wyjaśniała wszelkie zaległości.

**EZ: Ten ostatni punkt też wiąże się z odpowiedzialnością i solidnością, ale także wpływa na ustalenie koncepcji pracy i wydatków. Trudno sformułować misję bez zaplecza finansowego. Rok 2011 będzie na pewno pracowity. Założyciele OSKP sformułowali bardzo dobry program, będąc niewątpliwie dużym wyzwaniem dla Ciebie i całego Zarządu. Myślę, że powinniśmy sobie życzyć jak największego poparcia wszystkich członków Stowarzyszenia. Dziękuję za rozmowę.**

Tekst pochodziący z OSKP.

Kominki PRO polecają

## Piece kaflowe w zbiorach muzealnych w Polsce

Publikacja „Piec kaflowe w zbiorach muzealnych w Polsce”, to zbiór referatów wygłoszonych na konferencji, która odbyła się w dniach 5–7 IX 2008 roku w Muzeum Mikołaja Kopernika we Fromborku. Było to pierwsze spotkanie w Polsce dotyczące tego zespołu zabytków, zakończone objazdem naukowym ukazującym bogactwo pieców kaflowych zachowanych w muzeach Warmii i Mazur.

Do udziału w konferencji zaproszono muzealników, konserwatorów ceramiki, pracowników Służb Ochrony Zabytków oraz przedstawicieli instytucji naukowych, którzy zaprezentowali referaty i komunikaty dotyczące problematyki związanej z ekspozycją, konserwacją, rekonstrukcją i dokumentacją pieców kaflowych. Zaproszono także producentów współczesnych urządzeń grzewczych oraz redakcję kwartalnika „Świat Kominków”.

Na konferencji wystąpili przedstawiciele instytucji muzealnych z różnych regionów Polski: Warmii i Mazur, Pomorza, Wielkopolski, Śląska, Małopolski, Mazowsza i Ziemi Łódzkiej. Reprezentowane były różne typy muzeów: narodowe regionalne, miejskie, etnograficzne i skanseny, a także muzeum gromadzące zabytki architektury (z Wrocławia) oraz muzeum biograficzne (z Fromborka). Swoje wystąpienia mieli również muzealnicy, których instytucje mieszczą się w zamkach czy pałacach, a także we wnętrzach kamienic miejskich lub w dawnych rezydencjach fabrykanckich. Przedstawiono materiały koncentrujące się wokół problemów jednego obiektu (np. piec z Muzeum Archeologicznego w Poznaniu czy z Muzeum Etnograficznego w Toruniu), a także zaprezentowano materiały dające przegląd zasobów muzeów na Śląsku lub w wybranych muzeach Wielkopolski. Przedstawiono materiały na temat manufaktur pieców: historycznej manufaktury w Zespole Pałacowo-Parkowym Muzeum Wnętrz w Nieborowie i działającej współcześnie Manufaktury Pałac Nakomiady. Na fromborskim spotkaniu głos zabierali także właściciele zakładów zduńskich i przedstawiciele firm stawiających zabytkowe piece w muzeach, natomiast swoje opinie przedstawili: pracownik naukowy PAN w Warszawie zajmujący się tematyką pieców, a także nauczyciel akademicki z UMK w Toruniu, podnosząc problematykę konserwatorską pieców i kafli.

Choć w Polsce zachowało się ogromne bogactwo zabytkowych pieców, wciąż nie są one cenione jako pełnowartościowe zabytki. Muzea nie podejmują szerzej tego tematu, mimo że w wielu z nich kafle stanowią część wystaw stałych. Kompletnych pieców zestawionych na

ekspozycjach muzealnych jest stosunkowo niewiele, choć znajdują się one często w zasobach inwentarzowych. Więcej pieców udostępniają zwiedzającym muzea, które funkcjonują jako zespoły pałacowe, ale i tu piece dopełniają raczej wyposażenia wnętrz, bez odpowiednio opracowanej informacji przybliżającej wiedzę na ich temat. Niestety, nie istnieje w Polsce muzeum nakierowane wyłącznie na gromadzenie kafli i pieców, podczas gdy w Niemczech taka placówka funkcjonuje od około stu lat (Ofen- und Keramikmuseum w Velten pod Berlinem).

Odczuwa się niedostatek publikacji, wystaw i konferencji dotyczących problematyki pieców kaflowych, zwłaszcza tych, które powstały od połowy XIX do połowy XX wieku. Chlubnym wyjątkiem są warsztaty kaflarskie, organizowane początkowo przez Stowarzyszenie Naukowe Archeologów Polskich, a obecnie przez Instytut Archeologii i Etnologii PAN w Warszawie. W ostatnich latach muzea zorganizowały kilka wystaw podejmujących omawianą tematykę. Pomimo tych inicjatyw, ciągle nie ma w Polsce odpowiedniego forum, na którym tego rodzaju działania byłyby szerzej omawiane. Unikalnym wydarzeniem była międzynarodowa konferencja „Średniowieczne i nowożytny kafele. Regionalizmy, podobieństwa, różnice”, zorganizowana przez Muzeum Podlaskie w Białymstoku w Supraślu w 2007 roku. Kontynuację podjętego tematu stanowiła konferencja zorganizowana we Fromborku w roku 2008, w miejscu jak najbardziej stosownym, ze względu na zachowane tu ogromne bogactwo zabytkowych urządzeń grzewczych, kolekcję kafli w zasobach muzeum, a także prowadzone przez pracowników muzeum badania w dziedzinie historii sztuki zduńskiej.

Fromborska konferencja zapisała się jako pierwsze tego typu spotkanie w Polsce. Mamy nadzieję, że również pokonferencyjna publikacja przejdzie do historii jako pierwsza próba przedstawienia problematyki ekspozycji, restauracji, konserwacji i dokumentacji pieców kaflowych w zasobach muzeów polskich.

**dr Maria Dąbrowska**, Instytut Etnologii i Archeologii PAN w Warszawie  
**Jagoda Semków, Weronika Wojnowska**, Muzeum Mikołaja Kopernika we Fromborku



Zdjęcie na okładce książki „Piec kaflowe w zbiorach muzealnych w Polsce”: piec barokowy, Muzeum Mikołaja Kopernika we Fromborku, w aranżacji wystawy „700 lat miasta Fromborka”.

# Przegląd hurtowni kamienia

Mając na uwadze szczególne potrzeby firm kominkowych, prezentujemy poniżej profile kilku zakładów kamieniarskich. Takie zestawienie ma na celu umożliwienie szybkiego dostępu do najważniejszych informacji, istotnych przy wyborze odpowiedniego dostawcy kamienia. Lista zawiera opis dziewięciu zakładów (zarówno z Polski, jak i Europy), które zdecydowały się odpowiedzieć na kilka – naszym zdaniem kluczowych – pytań, za co Redakcja „Kominki PRO” serdecznie dziękuje.

## Alted y Amorós

Novelda (Alicante), Hiszpania

**Specyfika oferty:** bezpośredni dostawca kamienia. Dostawca najpopularniejszych marmurów i innych kamieni z Hiszpanii. Oferta zawiera takie marmury, jak: Crema Marfil, Emperador Dark, Light, Gold czy Rojo Alicante, a także piaskowce i wapień hiszpańskie: Bateig Azul, Bateig Beige, Bateig Diamante, Caliza Capri, Caliza Paloma i in. Materiał dostarczany w postaci slabów o grubości 2 i 3 cm, płyt ciętych na wymiar oraz w postaci płytek w najpopularniejszych formatach 40 × 40, 45,7 × 45,7, 60 × 30, 61 × 30,5, 60 × 60 cm, w grubościach 1, 1,5 i 2 cm, w różnych klasach jakościowych, m.in. Clasico, Comercial, Standard czy Primera.

**Cięcie i obróbka kamienia:** formaty z kamienia (np. piaskowca lub marmuru) cięte na wymiar.

**Główny sektor współpracy:** nastawienie na współpracę z firmami – zakładami kamieniarskimi, hurtowniami kamienia itp.

**Zasady transportu:** transport w zakresie własnym klienta. Istnieje możliwość pomocy w zorganizowaniu dostawy, ale wyłącznie dla zamówień całopojazdowych.

**Ilość kamieni w ofercie:** wszystkie marmury, piaskowce i wapień hiszpańskie.

## Hermes Gabrostone

Szczecin

**Specyfika oferty:** specjalność firmy to płyty granitowe o grubości 2, 3, 5, 6, 7 cm, przeważnie o powierzchni polerowanej, jak również płomieniowanej, satynowanej i groszkowanej, a także płytki granitowe polerowane i płomieniowane.

W ofercie płytki granitowe z indyjskiego i chińskiego granitu o wymiarach 30,5 × 30,5 × 1 cm, 61 × 30,5 × 1 cm, 40 × 40 × 1 cm, 40 × 40 × 1,5 cm, 40 × 40 × 2 cm (polerowane i płomieniowane) i 60 × 60 × 2 cm (polerowane i płomieniowane).

**Cięcie i obróbka kamienia:** brak oferty obróbki. Gotowe elementy są dostarczane bezpośrednio od producenta z Chin bądź Indii.

**Główny sektor współpracy:** współpraca z firmami kamieniarskimi, firmami usługowymi z sektora budowlanego, architektami oraz detalistami (tylko w przypadku sprzedaży płytek).

**Zasady transportu:** zewnętrzne firmy transportowe z preferencyjnymi stawkami. W przypadku zakupu dużej ilości materiału, koszt transportu ustalany jest indywidualnie.

**Ilość kamieni w ofercie:** ponad 150 kolorów w różnych fakturach: polerowanej, płomieniowanej, satynowanej, groszkowanej.

## Interstone

Adamowice, Chrzanów, Poznań, Wrocław

**Specyfika oferty:** bezpośredni importer z Indii, Brazylii, Chin, Turcji, Wietnamu, Włoch, Hiszpanii, Egiptu i Portugalii. Firma oferuje płyty i płytki z: marmurów, wapieni, granitów, onyksów, trawertynów, kwarcytów, piaskowców, bazaltów, porfirów oraz kwarcogranitów.

**Cięcie i obróbka kamienia:** brak oferty obróbki. Możliwość rekomendacji zaufanego kamieniarza.

**Główny sektor współpracy:** obsługa zakładów kamieniarskich, firm wykonujących kominki oraz klientów indywidualnych i firm budowlanych.

**Zasady transportu:** własny transport z HDS – oferta skierowana do zakładów kamieniarskich. Szczegóły u handlowców i na stronie: [www.interstone.pl](http://www.interstone.pl).

**Ilość kamieni w ofercie:** ponad 200 rodzajów kamienia naturalnego (stan magazynu w Polsce ponad 80000 m<sup>2</sup> płyt i płytek). Aktualny stan magazynu na: [www.interstone.pl](http://www.interstone.pl).

## Jabo Marmi

Dębica

**Specyfika oferty:** kamień (w postaci bloków i slabów) sprowadzany głównie z Włoch, a także z Grecji, Hiszpanii, Portugalii, Skandynawii oraz Chin i Indii. W ofercie najwięcej jest marmurów i granitów, w tym płytki marmurowe, granitowe, agglomarmurowe w kilku wymiarach.

**Cięcie i obróbka kamienia:** możliwość obróbki na zamówienie na każdy wymiar, również w trzech wymiarach (płaskorzeźba, brodzik).

**Główny sektor współpracy:** współpraca z każdym klientem, ze szczególnym uwzględnieniem firm z dużą siecią sklepów.

**Zasady transportu:** transport kominków w cenie; transport dla wyrobów typu: parapety, blaty, według progów cenowych (klienci z podpisaną umową). Duże inwestycje: loco budowa.

**Ilość kamieni w ofercie:** około 120 kolorów, minimum w dwóch grubościach.

## Marmi Corradini Polska

Oświęcim

**Specyfika oferty:** bezpośredni importer kamienia z długoletnią tradycją, dystrybucja kamienia naturalnego z całego świata.

cd. na str. 24 ►



# ROGALA

MARMUR GRANIT TRAWERTYN PIASKOWIEC ONYX



PŁYTY I PŁYTKI NA KOMINKI

NAJWIĘKSZE MAGAZYNY KAMIENIA W POLSCE

ponad 200 kolorów, płyty dowolnej grubości



HURTOWNIE DLA KOMINKARZY



magazyn Pińczów



magazyn Przylęk



magazyn Bukówka Stara

ROGALA - oferujemy największy wybór płyt i płytek na kominki. W magazynach posiadamy płyty o standardowej grubości 2cm i 3 cm ale także wycinamy dowolne ustalone przez Ciebie grubości np. 12cm i więcej. Sprawdź naszą ofertę i specjalne promocje.

Zakład Produkcyjny Przylęk (woj. podkarpackie)  
Magazyn Pińczów (woj. świętokrzyskie)  
Magazyn Bukówka Stara (woj. mazowieckie)

tel. 17 227 71 22  
tel. 41 357 53 95  
tel. 46 857 86 00

[www.rogala.com.pl](http://www.rogala.com.pl)  
[info@rogala.com.pl](mailto:info@rogala.com.pl)



# Hurtownie Kamienia Rogala

Przyłek 3a, 36-102 Przyłek

tel. 17 227 7122, fax 17 227 7100  
info@rogala.com.pl

Magazyn 1: ul. Warszawska 36  
96-321 Bukówka Stara koło Warszawy  
tel./fax 46 857 8900, kom. 667 663 170  
warszawa@rogala.com.pl

Magazyn 2: ul. Przemysłowa 9  
24-400 Pińczów  
tel. 41 357 5395, kom. 606 621 543  
pinczow@rogala.com.pl

**Specyfika oferty:** producent oraz bezpośredni importer kamieni, takich jak marmur, granit, trawertyn, piaskowiec, onyksy. W ofercie płyty o standardowych grubościach 2 i 3 cm, które znajdują się w trzech magazynach (gotowe do odbioru od ręki lub do wysyłki w dowolne miejsce w kraju).

**Cięcie i obróbka kamienia:** cięcie płyt na dowolne grubości od 2 cm w górę (termin 5-7 dni). Możliwość polecenia zaufanych kamieniarzy montażystów.

**Główny sektor współpracy:** głównie obsługa firm, współpraca z ponad 500 zakładami kamieniarskimi w Polsce. Zaopatrywanie kominkarzy.

**Zasady transportu:** płyty – odbiór osobisty, płytki – odbiór osobisty lub transport (firma spedycyjna). W zależności od zamówienia, możliwość transportu gratis.

**Ilość kamieni w ofercie:** Ponad 200 kolorów kamieni naturalnych.

cd. ze str. 22 ►

marmury, granity, trawertyny, piaskowce, onyksy. Duży wybór płytek granitowych, marmurowych, trawertynowych w konkurencyjnych cenach.

**Cięcie i obróbka kamienia:** wycena obróbki na indywidualne życzenie klienta.

**Główny sektor współpracy:** współpraca z firmami kamieniarskimi i budowlanymi.

**Zasady transportu:** własny transport, w szczególnych przypadkach oferowany bezpłatnie.

**Ilość kamieni w ofercie:** około 100 rodzajów.

## Marmur – Płytki Pińczów Pińczów

**Specyfika oferty:** bezpośredni importer kamienia. W ofercie marmury świętokrzyskie, granity oraz wapień pińczowski z własnej kopalni.

**Cięcie i obróbka kamienia:** cięcie kamienia i obróbka według zamówienia.

**Główny sektor współpracy:** oferta kierowana do firm oraz klientów indywidualnych. Obecnie dominują firmy.

**Zasady transportu:** firma oferuje własny transport.

**Ilość kamieni w ofercie:** około 30 rodzajów.

## Pamir Warszawa

**Specyfika oferty:** bezpośredni importer kamienia. Oferta zawiera kamienie sprowadzane głównie z: Brazylii, Indii, Hiszpanii, Włoch i Chin. Przede wszystkim słaby, przerażone m.in. na płytki, blaty, w zależności od zapotrzebowania.

**Cięcie i obróbka kamienia:** cięcie kamienia i obróbka według zamówienia.

**Główny sektor współpracy:** głównie klienci indywidualni.

**Zasady transportu:** zamówienie dostarczane własnym transportem.

**Ilość kamieni w ofercie:** ponad 150 rodzajów.

## Przedsiębiorstwo Kamieniarskie Grawis Sieradz

**Specyfika oferty:** bezpośredni importer bloków granitowych do cięcia i płyt marmurowych. Sprzedaż płyt granitowych i marmurowych do dalszej obróbki, cięcie bloków granitowych na płyty.

**Cięcie i obróbka kamienia:** brak oferty obróbki i cięcia na zamówienie.

**Główny sektor współpracy:** współpraca dotyczy firm.

**Zasady transportu:** transport do 3 t (po uzgodnieniu).

**Ilość kamieni w ofercie:** 87 rodzajów granitów oraz 4 rodzaje marmurów.

## R&R Granity Strzegom

**Specyfika oferty:** bezpośredni importer kamienia, m.in. z Hiszpanii, Indii, Norwegii, Finlandii, Brazylii i Włoch. Produkcja i dystrybucja kamienia naturalnego: granitu, marmuru, trawertynu.

**Cięcie i obróbka kamienia:** oferta według zamówienia: cięcie, promieniowanie, szcztokowanie, satynowanie oraz obróbka.

**Główny sektor współpracy:** obsługa klientów indywidualnych, instytucjonalnych, firm, hoteli. Szczególna współpraca z firmami wykonawczymi i architektami wnętrz.

**Zasady transportu:** transport na koszt klienta: płytki (firma kurierska), płyty (zewnętrzne firmy transportowe). Przy dużych zamówieniach transport gratis.

**Ilość kamieni w ofercie:** ponad 70 rodzajów.

## Wrimar Oborniki Wielkopolskie

**Specyfika oferty:** w ofercie granity, marmury, trawertyny, konglomeraty i inne. Kamień głównie w postaci tzw. slabów (grubość 2 i 3 cm). Powierzchnia płyt: polerowana, płomieniowana, szlifowana, szcztokowana, antykowana, satynowana i piaskowana. Marmur włoski Breccia Sarda sprowadzany bezpośrednio z kopalni.

**Cięcie i obróbka kamienia:** realizacja zleceń na życzenie klienta.

**Główny sektor współpracy:** klienci indywidualni, firmy kamieniarskie, budowlane, kominkowe oraz duże firmy wykonawcze.

**Zasady transportu:** na koszt klienta. Firmowa oferta dowozu ustalana indywidualnie do zamówienia lub transport we własnym zakresie nabywcy.

**Ilość kamieni w ofercie:** około 170 kolorów kamienia (głównie granity).

oprac. Joanna Ziomek

Fotografie próbek kamienia:  
www.RynekKamienia.pl



**TYLKO  
DO KOŃCA  
MARCA**



Masz talent?

Robisz piękne zdjęcia lub projektujesz,  
wykonujesz bądź sprzedajesz kominki?

A może po prostu kochasz swoje domowe ognisko  
lub jesteś miłośnikiem fotografii?

Nieważne, zawodowo czy amatorsko – jeśli masz serce do ognia i zdjęć,

**ZGŁOŚ SIĘ DO NAS!**

Wydawnictwo „Świat Kominków”, portal [kominki.org](http://kominki.org) oraz czasopismo „Foto-Kurier” ogłaszają

## **KONKURS FOTOGRAFICZNY** **„Kominek sercem domu”**

Wystarczy przesać zdjęcia ilustrujące konkursowe hasło – kominek, piec czy grill w centrum domowego życia,  
a można zyskać nieodpłatną promocję, grono wielbicieli i atrakcyjne nagrody rzeczowe.

Nie zwlekaj, sięgnij po aparat. Czas sprzyja zabawom w ciepłe paleniska. Rozpal ogień i daj się uwieść,  
niech czaruje magicznym klimatem, zaskakującym i pięknym obrazem. Docenimy pomysł, nastrój, dobry kadr,  
niebanalny kominek i ciekawe wnętrze.

Prace wyślij na adres redakcji „Świata Kominków”. **Do wygrania cenne nagrody.**

Czytaj więcej na portalu [www.kominki.org](http://www.kominki.org), gdzie znajdziesz regulamin konkursu.

Szukaj nas na [facebook](https://www.facebook.com)

**Zachęcamy do zabawy!**  
**Gotowi? Czas: start!**  
Redakcja

Partnerzy konkursu:



Partnerzy medialni:



**Nowość portalu [kominki.org](http://kominki.org) [gorac@linia](mailto:gorac@linia)**

Chcesz uzyskać szybką i profesjonalną poradę?

Ponad 30-stu przedstawicieli producentów z branży kominkowej jest do twojej dyspozycji.

**Gorac@linia** to specjalny dział serwisu [www.kominki.org](http://www.kominki.org), w którym możesz zadać pytanie bezpośrednio producentom kominków,  
pieców czy instalacji kominowych. Koniec wścizności się po internetowych forach w poszukiwaniu odpowiedzi na nurtujące Cię pytania.

**Gorac@linia** pozwoli Ci uzyskać informację u źródła.

**Gorac@linia** i jej eksperci pomogą rozwiązać wszelkie Twoje wątpliwości dotyczące konkretnych produktów.

Szukaj na [www.kominki.org](http://www.kominki.org)

# Design bez granic

## Rozmowa o wizerunku firmy i reklamie

Jack Kraska – niemiecki grafik-designer o polskich korzeniach, urodzony w 1979 roku we Wrocławiu, mieszkał w USA, Australii, aktualnie w Niemczech, w Bremie. Studiował grafikę użytkową w Bremie i w Wiedniu. Był współwłaścicielem galerii sztuki w Bremie. Aktualnie prowadzi wydawnictwo i firmę KRASKA GESTALTUNG, zajmującą się reklamą graficzną. Jest laureatem wielu prestiżowych nagród, wielokrotnie jego prace znalazły się wśród 100 najlepszych plakatów niemieckich, kilka razy wyróżniony został „reddot” w kategorii communication design oraz iF Award. Wśród jego klientów są małe firmy, prawnicy, lekarze, artyści, wydawnictwa, banki, instytucje państwowe, stowarzyszenia i fundacje oraz wielkie koncerny.

### Witold Hawajski: Pracujesz z wieloma różnymi firmami...

**Jack Kraska:** Robię działania wizerunkowe dla wielu firm, ale przecież wszystkim głównie chodzi o wyróżnienie się wśród konkurencji. Reklama firmy to nie tylko kwestia tablicy reklamowej czy ulotki... To przede wszystkim sprawa ustalenia tożsamości firmy, najważniejszych dla niej wartości, celów, tego, co chce przekazać o sobie na zewnątrz. Gdy to wszystko wiemy, można pracować nad identyfikacją wizualną firmy (corporate identity – CI), pozwalającą na wyróżnienie się z otoczenia i uzyskanie przewagi nad konkurencją.

### WH: Co składa się na identyfikację wizualną?

**JK:** Wszystkie elementy są ważne: znaki firmowe, kolorystyka, ubrania, stoiska targowe, oznakowanie samochodów firmowych, foldery i ulotki, a nawet użyta w nich czcionka.

### WH: Mam wrażenie, że zanim zaczniesz pracować nad formami identyfikacji wizualnej konkretnej firmy, dobrze jest ją bliżej poznać.

**JK:** Faktycznie, jest to jedno z podstawowych wymagań. Ani moje przygotowanie, ani moja etyka nie pozwalają na coś innego. Poznanie klienta i jego produktów to obowiązkowy początek.

### WH: Więć od czego zaczynasz?

**JK:** To nie jest tak, że jeśli ktoś chce logo, to robię jakieś logo i koniec. Warto cofnąć się i zastanowić nad tym, co się w firmie wydarzyło, zanim mnie zaprosili do współpracy. Poznać historię firmy, produkty, ludzi, segment rynku, na którym działają, a wtedy

zebrana wiedza jest dopiero podstawą do rozpoczęcia właściwej pracy.

### WH: Z tego wynika, że lepiej pracuje się z firmą, z którą już miałeś kontakt wcześniej, bo można „pracę zwiadowczą” pominąć?

**JK:** Oczywiście! Jeżeli już znam firmę, bo była ona moim klientem, mogę przyspieszyć ten wstępny etap, mogę być bardziej efektywny. Jednak jeśli była dłuższa przerwa we współpracy, to i tak trzeba się cofnąć, by zorientować się, co w międzyczasie w firmie ważnego się zdarzyło.

### WH: A więc lepsza jest praca przez lata dla tego samego klienta?

**JK:** Niestety, to też nie jest ideał. Nawet wielkie korporacje mają zwyczaj zmieniania agencji reklamowych co 3-5 lat, by nie wpaść w rutynę, nie znudzić się wzajemnie i złapać świeże spojrzenie. Jednak jeśli po latach wraca się do dawnego klienta, to i tak jest łatwiej, bo mimo upływu czasu pozostała jakaś „baza”.

### WH: Wcześniej mówiłeś, że dla wizerunku firmy wszystkie elementy są ważne. Jednak teraz firmy pragną szybkich efektów. Jest prasa, są bilbordy, reklama w TV, no i jeszcze Internet, a nawet reklamowe sms-y. Czy któraś z tych dróg jest dzisiaj najsukuteczniejsza?

**JK:** Osobiście uważam, że najważniejsze jest to, czym się zajmujemy i to wyznaczać powinno kierunki reklamy. Gdy produkuję kominki, to muszę sobie zadać pytanie o to, gdzie ten produkt wygląda najbardziej autentycznie? Trzeba zapytać siebie również: kim są

moi klienci i jakie media oni preferują? Jeśli mówimy o kominkach, i raczej kosztownych, to możemy je reklamować zarówno w magazynach wnętrzarskich, jak i w magazynie poświęconym żeglarsztwu czy tenisowi, bo tym interesują się ludzie gotowi wydać kilka czy kilkanaście tysięcy euro na kominek.

### WH: Czy dzisiaj, przy wszechobecnym internecie, telewizji i prasie, gdy ludzie są zabiegani i nie mają zwykle wiele wolnego czasu, mają sens targi czy tzw. dni otwartych drzwi w firmach? Kto tam przyjdzie?

**JK:** Internet jest nieprawdopodobnie skuteczny i można na nim z pewnością polegać, ale głównie w tzw. pierwszym kontakcie. Potem jest, powiedzmy przykładowo, Wasze pismo „Świat Kominków”. Jednak gdy myślimy o eleganckim marmurze czy ciepłych kaflach, to jak można opisać tę elegancję czy ciepło? To po prostu trzeba zobaczyć i tego trzeba dotknąć, poczuć. To zależy oczywiście od produktu, ale w przypadku kominków warto umożliwić potencjalnym klientom kontakt z nimi „na żywo”.

### WH: A więc udział w targach?

**JK:** Zanim zdecydujemy się na udział w targach, trzeba się poważnie zastanowić, jak będziemy się na targach prezentować, czym się nasze stoisko wyróżni? Jeżeli płacimy 10-15 tysięcy Euro za 20 m<sup>2</sup>, to musimy zadać sobie też pytanie, co finalnie za te pieniądze uzyskamy, czyli jaka z tego będzie korzyść. Tu liczą się i produkty, jakie chcemy pokazać, i sposób kontaktu z odwiedzającymi targi, i wygląd naszego stoiska. Wszystko musi

razem ze sobą grać. Wystrój naszego stoiska targowego nie może być tylko marnym cieniem naszych doskonałych produktów, bo razem to nie zadziała.

#### WH: A drzwi otwarte w firmie?

**JK:** To fantastyczne rozwiązanie. Są firmy, które tylko do takiej formy promocji się ograniczają. Jeżeli firma ma dobrą pozycję na rynku, jest rozpoznawalna, to takie „dni” są dobrze znane i wszyscy wiedzą, że np. co roku w maju w firmie X są „dni otwarte”. Trafiają tam nie tylko specjaliści, ale i detaliczni klienci, na których nam zależy. Dla producentów „dni otwarte” w firmie to również możliwość pokazania klientom procesu produkcji. Po takiej wycieczce łatwiej się rozmawia o jakości czy o cenie produktu.

#### WH: Według mnie na dniach otwartych jest tylko firma, natomiast na targach twoi klienci mają możliwość bezpośredniego porównania różnych producentów i produktów, jak również firma może zorientować się, co do swojej pozycji na rynku.

**JK:** To zależy od pozycji twojej firmy w branży. Gdy jesteś silny, jesteś liderem, możesz zachować się wręcz arogancko i stwierdzić, że tobie nie

potrzeba już pokazywać się wraz z innymi. Jednak trzeba być bardzo ostrożnym w ocenie swojej pozycji, trzeba być faktycznie na samym szczycie, by na innych patrzeć z takiej pozycji. Jednak dla małych firm i niewielkich producentów chyba taka forma nie jest korzystna.

#### WH: Czy przy tak wielkim rozwoju internetu i wizualnych form reklamy warto jeszcze inwestować w drukowane ulotki, foldery czy katalogi?

**JK:** Wydaje mi się, że tak. Ciągłe ważna jest możliwość trzymania papierowej kartki w ręku, a nawet jej zmięcia i wyrzucenia do kosza. To jest innego rodzaju przeżycie niż kontakt z techniką cyfrową. Wprawdzie internet i technika cyfrowa dają możliwość zmiany języka, kolorów, wprowadzenia lektora, ale jest też wiele rzeczy, których nie można „przepuścić” przez internet. Są piękne kalendarze, magazyny i katalogi wysokiej jakości, które wcale nie są dostępne w internecie. Internet ułatwia wprawdzie dostęp do materiałów, ale też splaszca ich jakość.

#### WH: Wolisz mieć większą swobodę czy duże ograniczenia w pracy?

**JK:** Klienci są różni i raczej nie można sobie dowolnie przebierać. Najbardziej lubię być pośrednikiem pomiędzy zleceniodawcą a jego klientami i posługiwać się przy tym niezbędnymi środkami. To jest moje prawdziwe miejsce.

#### WH: Ile czasu zwykle pracujesz nad projektem?

**JK:** Jest tak, że zazwyczaj równolegle pracuję nad kilkoma zleceniami. Czasami pracuję zupełnie samodzielnie i kompleksowo, innym razem zaangażowana jest wielka agencja, dla której ja wykonuję tylko jakiś fragment. Jeżeli w firmie klienta są dobre struktury i gotowość do współpracy, to oczywiście pracuje się szybciej i przyjemniej, ale mimo wszystko i tak potrzeba minimum 4 tygodni.

#### WH: Małe firmy albo o tym zapominają, albo uważają, że nie ma potrzeby profesjonalnej pracy nad ich wizerunkiem?

**JK:** Według mnie, jeżeli zakładamy firmę i przygotowujemy biznesplan, to obok lokalu, maszyn, samochodów

i pracowników powinna się pojawić pozycja „tworzenie wizerunku”. To powinien być jeden z punktów biznesplanu od samego początku, by już na tym etapie jak najefektywniej wykorzystać swoje siły.

#### WH: Czy w epoce globalizacji jest jeszcze coś takiego, jak miejsce na regionalizm w reklamie, czy sens mają tylko uniwersalne, ponadnarodowe sposoby? Mieszkałeś i studiowałeś w wielu miejscach, więc łatwiej Ci o tym mówić.

**JK:** Najważniejsze sprawy można adaptować, ale z dużą ostrożnością. Powiedzmy Niemcy i Polska. Znam oba kraje, bo jestem Niemcem, ale urodziłem się w Polsce i polski duch ciągle we mnie tkwi, ale nawet tutaj są różnice. Emocje, zachowania, zwyczaje na ogół nie są globalne.

#### WH: Lepiej pracuje się z firmami dużymi czy małymi?

**JK:** Duże firmy mają wprawdzie często na reklamę miliardy, ale też mają skrupulatnych księgowych i wiele do stracenia. W małych firmach każde euro czy złotówka liczą się, więc często oczekiwania są wyolbrzymione. Najważniejsza jest, tak jak powiedziałem, gotowość współpracy i nie zależy to od wielkości firmy.

#### WH: Czy pracowałbyś np. dla producenta papierosów, chociaż nie jesteś osobiście zwolennikiem palenia, albo czy w sprawie, które osobiście lubisz, zaangażujesz się bardziej?

**JK:** Nie muszę długo myśleć nad odpowiedzią. Wprawdzie pomagam firmom dbać o ich wizerunek, ale sam też muszę dbać o mój wizerunek jako człowieka i wizerunek mojej firmy KRASKA GESTALTUNG, więc z pewnością nie wykonam niczego, co jest sprzeczne z moimi poglądami na świat i życie. Jest we mnie, jak wspomniałem, polska dusza, więc to wyjaśnia wiele z moich zachowań. Oczywiście powiedziałem już, że zbyt wiele przebieierać nie można, lecz z pewnością dobrze jest pracować nad wizerunkiem, gdy ma się do czynienia z ludźmi z klasą, z domem, rodziną i pięknymi produktami, tak jak przykładowo z kominkami.

#### WH: Życzę Ci więc współpracy z dobrymi firmami kominkowymi.



## Imprezy targowe



### Kamień Stone

W dniach 10–13 listopada 2010 roku w Poznaniu odbyły się targi dedykowane branży kamieniarskiej Kamień-

STONE. Targi organizowane były wspólnie przez Międzynarodowe Targi Poznańskie i Geoservice-Christi. Podczas targów 330 wystawców z 20 krajów zaprezentowało swoją ofertę, która skierowana była do architektów, projektantów, rzeźbiarzy, konserwatorów zabytków, właścicieli zakładów kamieniarskich oraz klientów indywidualnych. Na targach prezentowane były nie tylko różne rodzaje kamienia i gotowe produkty z kamienia, ale również najnowocześniejsze urządzenia do jego obróbki. Targom towarzyszyły liczne konferencje, podczas których prelegenci przedstawili słuchaczom swoje wizje dotyczące wykorzystania kamienia. Każdego dnia zwiedzający mieli możliwość skorzystania z porad specjalistów w STREFIE KAMIENIA.



### BUDMA

W dniach od 11 do 14 stycznia br. specjaliści z branży już po raz dwudziesty spotkali się na największych w Polsce targach budowlanych BUDMA. Uroczystego

otwarcia targów dokonał w tym roku minister infrastruktury Cezary Grabarczyk. Ogromne rzesze zwiedzających (około 62 000 osób) opanały teren targowy, na którym wystawiało się 1500 firm z branży budowlanej. Warto zauważyć, że aż 30% wszystkich stoisk zajmowali producenci zagraniczni. Nie zabrakło również wystawców firm kominkowych oraz kominowych, a także specjalistów z branży kamieniarskiej zarówno z Polski, jak i z zagranicy. Swoje stoiska miały między innymi takie firmy, jak: BOLESŁAWIEC Zakłady Ceramiczne, CONSMARKET, DENNERT BAUSTOFFWELT GmbH & Co. z Niemiec, GRUPPO EFFE 2 z Włoch, IBF POLSKA, WOLFSHÖHER TONWERKE GmbH & Co. z Niemiec, SCHIEDEL i PLEWA. Podczas drugiego dnia targów dużym zainteresowaniem cieszył się „Dzień Architekta” zorganizowany przez SARP, Izbę Architektów RP i Międzynarodowe Targi Poznańskie. W kwestii kominków największym zainteresowaniem cieszyły się zagadnienia dotyczące biokominków, kominków z płaszczem wodnym oraz dystrybucji gorącego powietrza.

# Komunikacja targowa, czyli jak sprawić, aby klient trafił na nasze stoisko

W naszym poprzednim artykule pisaliśmy o zmieniającej się roli targów – z miejsca kontraktu targi ewoluują w kierunku miejsca kontaktu. Zatem w coraz większym stopniu wydarzenia, jakimi są targi, nie należy traktować jako miejsca sprzedaży (choć historyczne określenie „targ” wiąże się bardzo mocno z wymianą handlową), a jako miejsce do komunikowania się z uczestnikami targów. W artykule chcemy zaprezentować narzędzia, dzięki którym wystawcy mogą przekazywać komunikaty i informacje. W dużym stopniu wiąże się to z celami niesprzedażowymi. Pamiętajmy jednak, że w trakcie targów nie każdy zwiedzający może dokonać zakupów. Duża część z nich to architekci, doradcy czy technolodzy, których zadaniem podczas targów jest rozpoznanie rynku oraz zebranie informacji na temat firm, z którymi warto współpracować. Osoby te nie będą decydować o zakupie, ale mają duży wpływ na ostateczną decyzję w firmie. A swoje wrażenia oraz wiedzę na temat wystawcy budować będą właśnie w oparciu o komunikację.

### Prace rozpoczynają się przed targami...

Bowiem wtedy należy odpowiedzieć sobie na pytania: dlaczego chcę brać udział w targach? Jakie cele chcę osiągnąć? Jak chcę, by mnie postrzegano w branży? Kto może przyjść na moje stoisko? Kogo powinniśmy zaprosić? Zaproszenie klientów do odwiedzin stoiska (o czym pisaliśmy w poprzednim artykule) jest pierwszym „namacalnym” działaniem w obszarze komunikacji targowej. Jak pokazują przeprowadzone przez nas badania wśród zwiedzających podczas targów budowlanych, 13% gości targowych przychodzi na stoisko właśnie z powodu otrzymanego wcześniej zaproszenia. A według statystyk niemieckiej organizacji targowej AUMA, odwiedzający targi 90% swojego czasu spędzają na wcześniej umówionych spotkaniach. Warto zatem spojrzeć w wizytownik i znaleźć nazwiska oraz firmy, na których nam zależy, a które nie zostały zaproszone na nasze stoisko. Zaproszenie można również wysłać mailem lub zaprosić daną osobę podczas spotkania bądź rozmowy telefonicznej.

Istotne jest, aby pamiętać, że wystąpienie na targach powinno być spójne z pozostałymi działaniami firmy. Projekt stoiska, jego aranżacja, przygotowanie materiałów promocyjnych, wizytówek

czy nawet dobór stroju dla personelu stoiska – wszystkie powyższe elementy wymagają integracji z ogólną strategią działania firmy w branży. Nawet krótkie spotkanie z pracownikami, którzy będą na stoisku, i omówienie wszystkich powyższych elementów pozwoli personelowi lepiej zrozumieć istotę udziału w targach, ale również może pokazać obszary, w których jeszcze coś można zrobić (np. dodruk wizytówek czy ulotek).

Pisząc o komunikacji, nie sposób nie wspomnieć o komunikacji wewnątrz firmy – z własnymi pracownikami. Mamy tutaj na myśli wszystkich pracowników firmy, a nie tylko personel stoiska. Udział w targach jest dużym wyzwaniem, często również stresem, koniecznością wyrzeczenia się własnych przyzwyczajzeń, a przy tym pracą trwającą po kilkanaście godzin dziennie. Stąd też warto wcześniej personel wyjeżdżający na targi odpowiednio zmotywować, powiadomić o celach wyjazdu oraz przeszkolić – z jednej strony z wiedzy merytorycznej na temat produktów, nowości oraz usług, z drugiej – z technik obsługi klienta, technik sprzedaży czy negocjacji. Osobny komunikat powinien być przekazany do pozostałych pracowników, którzy wyjazd na targi często traktują jako nagrodę, a nie ciężką pracę i mogą czuć się pokrzywdzeni bądź zazdrośni. Poinformowanie

ich na temat celów, oczekiwań wobec firmy oraz organizacji wyjazdu mogą przyczynić się do poprawy nastroju i mieć również charakter motywacyjny.

### Dlaczego zwiedzający przychodzi na stoisko?

Każde działanie powinno dokądś prowadzić. Celem komunikacji podczas targów może być budowa wizerunku bądź pokazanie firmy na tle konkurencji. Najczęściej jednak głównym celem stawianym przed większością działań jest przyciągnięcie i zatrzymanie zwiedzającego na stoisku. Stoisko bez zwiedzających zaprzecza istocie targów, które mają umożliwić spotkanie i komunikację firmy z jej klientami i kontrahentami. O ile stali klienci na stoisko znanego im wystawcy z reguły trafiają bez problemów, to bitwa toczy się o tych, którzy z wystawcą nie mieli dotychczas kontaktów. Jest to szczególnie ważne dla wystawców, którzy poprzez targi chcą wejść na nowy rynek (np. zagraniczny) bądź dotrzeć do całkiem nowej branży. Chodzi więc o to, jak przyciągnąć zwiedzających do stoiska, na które wcześniej nie mieli zamiaru przyjść?

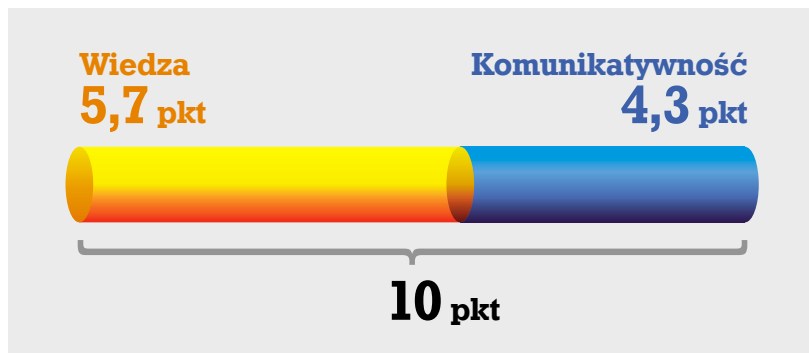
Zanim przejdziemy do omówienia działań, które można wykorzystać podczas targów, odwołamy się ponownie do naszych badań. Większość zwiedzających deklaruje spośród powodów zwiedzania stoiska: prezentowaną na nim ofertę (21,1%) oraz działania reklamowe wystawcy podczas targów (15,4%), takie jak hostessy z ulotkami czy reklama w radiowęzle targowym. Niecałe 8% ankietowanych wskazuje na projekt i aranżację stoiska. Z drugiej strony ten właśnie element, obok organizacji ciekawych wydarzeń przez wystawcę, jest wskazywany jako przyczyna zapamiętania stoiska. Powyższe informacje mają kolosalne znaczenie dla firm przygotowujących się do targów, zwłaszcza na etapie projektowania stoiska oraz wynajmu powierzchni wystawowej.

Tymczasem te etapy mamy już za sobą. Czy zatem coś możemy jeszcze zrobić?

### Zadbaj o personel stoiska

Wielkość stoiska, jego lokalizacja i wygląd wpływają na zwiedzającego, wywierając efekt pierwszego wrażenia. Z reguły jednak później następuje kontakt z personelem i to od niego w dużej mierze zależy ogólne wrażenie, jakie odnosi zwiedzający po opuszczeniu stoiska. A to może przekładać się na jego skłonność do nawiązania z daną firmą kontaktu już po targach czy polecenia stoiska tej firmy innym osobom. Inaczej jest w przypadku zwiedzających, którzy już współpracują z danym wystawcą, ponieważ nawet gorsze wrażenie z jednej wizyty na stoisku raczej nie wpłynie na rezygnację z długotrwałej współpracy. Nie zmienia to faktu, że dobierając osoby do obsługi stanowiska, należy kierować się przede wszystkim ich profesjonalizmem. Do obsługi stoiska powinni zostać wybrani przedstawiciele firmy o skutecznej osobowości zawodowej (umiejętność konwersacji, entuzjazm, optymizm, zaradność i pomysłowość, odpowiedzialność, szczerść), szerokiej wiedzy o produkcie i klientach (znajomość technologii wytwarzania produktu, znajomość konkurentów, znajomość psychologii sprzedaży i motywów zakupu) oraz znający i rozumiejący techniki sprzedaży (rozpoznanie celów, prezentacja produktu, pokonywanie wątpliwości i zarzutów, zamknięcie sprzedaży oraz zachowanie pozakupowe). Przygotowując pracowników do wyjazdu na targi, często organizuje się szkolenia z zakresu technik sprzedaży, negocjacji czy komunikacji międzyludzkiej. Z punktu widzenia zwiedzającego liczy się bowiem zarówno wiedza, jak i komunikatywność personelu stoiska, co potwierdziły nasze badania wśród gości targowych (zob. wykres 1).

cd. na str. 30 ►



Wykres 1. Kompetencje personelu ważne dla dobrej obsługi na stoisku w opinii zwiedzających.

## Imprezy targowe

### Konferencja prasowa frankfurckich targów ISH

28 października 2010 roku w Sali Telakowskiej Instytutu Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie odbyła się konferencja prasowa frankfurckich targów ISH. Podczas spotkania przedstawiono potencjał międzynarodowych targów ISH. Prezentację prowadził dr Michael Sturm – dyrektor marketingu Targów Technicznych Messe Frankfurt, natomiast o rynku grzewczym opowiadał Andreas Lücke z BDH (Federal Industrial Association of Germany House, Energy and Environmental Technology). Spotkanie zakończyło się dyskusjami w kuluarach. ■

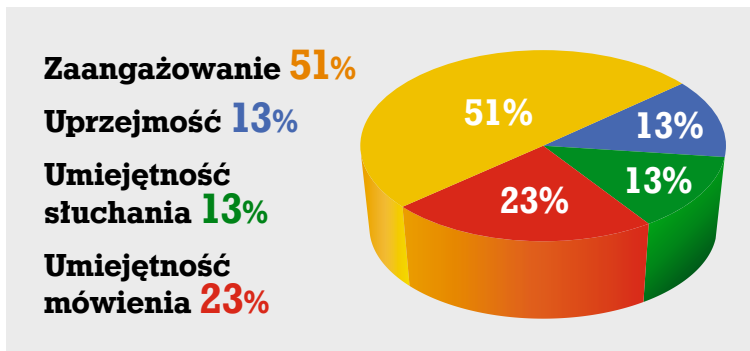


## Wystawy



### „Widok z boku” – nowa wystawa muzeum z Velten koło Berlina

Fundacja Muzeum Pieców i Ceramiki Velten koło Berlina zorganizowała wystawę „Nakryty stół – aranżacje brandenburskiej ceramiki”. Wernisaż wystawy miał miejsce 6 listopada 2010 roku. Ekspozycja jest kolejną z cyklu „Widok z boku”, który to cykl ma pokazywać piece i ceramikę ze szczególnej perspektywy. Obok uznanych fabryk porcelany również firmy ceramiczne z Brandenburgii zdecydowały się w roku 1920 używać motywu nakrytego stołu do zdjęć reklamowych. Piękne aranżacje składały się tak z ceramiki dekoracyjnej, jak i użytkowej. W zasobach archiwalnych muzeum w Velten znajduje się wiele zdjęć i dokumentów z tego typu elementami. Ekspozycja pokazuje wpływ tych aranżacji na obraz tamtych czasów i prezentuje historyczne zdjęcia reklamowe obok ceramicznych oryginałów. Wystawa mogła powstać dzięki wsparciu wielu związanych z Velten instytucji. Muzeum jest czynne: wtorek–piątek 11–17, sobota–niedziela 13–17, zwiedzanie z przewodnikiem odbywa się w śróde lub w innych terminach po wcześniejszym umówieniu. Dojazd autostradą A 10 (Berliner Ring), zjazd Birkenwerder. Ofen und Keramik Museum Velten Wilhelmstrasse 32, [www.ofenmuseum-velten.de](http://www.ofenmuseum-velten.de). ■



Wykres 2. Umiejętności ważne dla dobrej obsługi na stoisku w opinii zwiedzających.

Źródło: Centrum Badań Targowych CeFAiR

cd. ze str. 29 ►

„Nigdy nie będzie drugiej szansy na zrobienie na kimś dobrego pierwszego wrażenia”. To hasło powinno przyświecać personelowi stoiska podczas targów. Ważne jest, by zdać sobie sprawę z prawidłowości, iż klient najpierw widzi stoisko i jego obsługę, potem dopiero dochodzi do bezpośredniej konfrontacji. Stąd istotnym elementem jest przestrzeganie poniższych wskazówek:

- **personel stoiska jest gotowy w każdej chwili na kontakt z gośćmi.** Niewskazane jest zatem czytanie, siedzenie samemu, palenie papierosów, flirtowanie z hostessami czy też jedzenie na oczach zwiedzających. Zalecana jest natomiast uważna obserwacja zwiedzających, szukanie wśród nich zainteresowanych poprzez „łapanie” kontaktu wzrokowego. Mimo wielogodzinnego wysiłku fizycznego nie wypada okazywać zmęczenia, opierając się o ściany, garbiąc się czy spuszczać głowę;
- **strój obsługi jest strojem galowym, zgodnym z identyfikacją wizualną firmy** (np. krawaty firmowe). Przyjmuje się, że lepiej wyglądać trochę lepiej niż zwiedzający targi goście (nie ma reguły dotyczącej stroju podczas nieformalnych spotkań po godzinach targowych, takich jak kolacja, bankiet, jednak bezpiecznie jest ubrać się elegancko, stosownie do okazji);
- **stoisko nigdy nie powinno być puste.** Zawsze powinna być obecna przynajmniej jedna osoba z personelu. Szczególnie jest to widoczne na początku i na końcu dnia targowego. Stąd punktualność jest bardzo istotna.

Na jakie kontakty nastawiają się wystawcy przede wszystkim?

Handlowcy często skupiają się na obsłudze tych klientów, z którymi już współpracują. Wpisuje się to w obszar tzw. marketingu partnerskiego, według którego w pierwszej kolejności należy dbać o stałych klientów. Chcemy jednak podkreślić, że dbanie o dotychczasowych klientów nie może oznaczać zaniedbania klientów nowych.

Kogo możemy określić mianem „nowego klienta”? Może to być zwiedzający, który odwiedzi stoisko, zada konkretne pytanie o ofertę i będzie cechował się skłonnością do dokonania zakupu. Ale nowym klientem może być każdy zwiedzający, który przechodzi obok stoiska lub zatrzymuje się na nim chociażby na chwilę. Jeśli przyszedł na targi, to można przyjąć, że może być klientem w przyszłości lub może dzielić się z innymi opinią na temat firmy. Do tych osób właśnie będzie trudniej dotrzeć w przyszłości, ponieważ ich chęć zakupu dopiero się kształtuje.

Co zatem zrobić w sytuacji, gdy na stoisku rozmawiamy ze stałym klientem i podchodzi zwiedzający, którego jeszcze nie znamy? Najczęściej personel stoiska wybiera stałego kontrahenta. Takiej decyzji nie powinniśmy się dziwić, ponieważ w tym właśnie momencie jest on ważniejszy. Zadajmy sobie jednak pytanie: czy tak będzie zawsze? Obsługa stałych klientów nie powinna odbywać się kosztem kontaktu z pozostałymi zwiedzającymi. Stąd też tak istotna jest rola dobrze przeszkolonego personelu targowego i prawidłowej obsługi klienta na stoisku.

Na poziom obsługi klienta składa się szereg elementów związanych z personelem, a także ze stoiskiem. Wiąza się one głównie z przebiegiem kontaktu wystawcy ze zwiedzającym oraz atmosfera,

w jakiej ma to miejsce. Na przebieg kontaktu wpływa między innymi:

- **czas reakcji na podejście zwiedzającego do stoiska** – badania wykazują, że zwiedzający może czekać, jeżeli się go o to poprosi, nawet do 3 minut;
- **czas, w jakim zostanie załatwiona sprawa**, z którą przyszedł, sposób jego powitania na stoisku – tutaj olbrzymią rolę odgrywa tzw. personel pierwszego kontaktu, czyli np. hostessy, których rolą jest powitać klienta oraz zadać pytania o cel wizyty;
- **przebieg rozmowy handlowej** – istotne jest zaangażowanie handlowca oraz umiejętność słuchania, błędem jest natomiast popisywanie się wiedzą;
- **umiejętność udzielenia odpowiedzi na pytania** – warto zapisywać wszystkie istotne kwestie, tak aby wszystkie wątpliwości klienta zostały wyjaśnione;
- **prezentowanie oferty** – choć często oferta na stoisku prezentuje się sama (np. przez prezentację maszyn w ruchu), zadaniem personelu stoiska jest wyłapanie zainteresowanych zwiedzających. W miejsce standardowych zwrotów „w czym mogę pomóc?”, które prowadzą do odpowiedzi „w niczym, dziękuję”, lepiej przystąpić wówczas do rozmowy, pytając np. „Co zainteresowało Pana/Panią w naszej ofercie?”.

Na atmosferę wpływa z kolei sposób komunikowania się personelu oraz warunki zapewniane na stoisku. Oddziałują one na atmosferę między innymi poprzez wygląd stoiska (wielkość, kształt, położenie), oświetlenie, dźwięki lub muzykę, zapachy i poczęstunek. To, na co zwracają uwagę zwiedzający, w przypadku personelu stoiska, to przede wszystkim zaangażowanie – wskazuje na to co drugi gość targowy (zob. wykres 2).

Ważne jest, by obok handlowców na stoisku znalazła się również osoba, która posiada rozległą wiedzę techniczną na temat produktu. Mogą bowiem pojawić się pytania klientów, dotyczące np. szczegółów procesu wytwarzania produktu, na które handlowiec nie zna odpowiedzi. Ostatnim elementem przygotowania personelu jest dobór hostess, których postawa

cd. na str. 32 ►

regulatory do kominków z płaszczem wodnym i kominków powietrznych

# ecoKOM



- Atrakcyjny design regulatora - wyświetlacz graficzny, podświetlane pokrętko oraz szyba poliwęglanowa
- Intuicyjny system obsługi regulatora TOUCH & PLAY
- Płynne adaptacyjne sterowanie przepustnicą powietrza dolotowego
- Wykrywanie braku paliwa - sygnalizacja potrzeby dołożenia drewna do kominka
- Wizualizacja pracy kominka, podstawowych parametrów i trybów pracy na ekranie regulatora

## Funkcje realizowane



## Z życia branży

### Drzwi otwarte w salonie Kominkowo.pl

W dniach 12-13 listopada 2010 roku we wrocławskim salonie Kominkowo.pl zorganizowano „drzwi otwarte”. Współorganizatorem spotkania była francuska firma Supra. Można było zobaczyć m.in. wkłady kominkowe: Supravision, Temporis 2D, Univers, Emerald oraz Astra 2. Ponadto do dyspozycji odwiedzających byli przedstawiciele Supry, którzy szczegółowo odpowiadali na wszelkie pytania.



### Kamin System wyłącznym dystrybutorem EdilKamin

Od 1 stycznia br. przedstawicielem włoskiego producenta wkładów kominkowych, piecyków oraz obudów kominkowych EdilKamin w Polsce jest Kamin System Sp. z o.o. z Poznania. Poznańska firma ma wyłączne prawo do dystrybucji urządzeń EdilKamin na terenie całego kraju.



### Unitermo przedstawicielem Castelmonte

Wyłącznym przedstawicielem na rynek polski pieców wolno stojących włoskiego producenta Castelmonte została firma Unitermo ze Śremu. Produkty z Włoch charakteryzują się wyrazistą dekoracją i zdobieniami w postaci majoliki.

### Wentor wyłącznym dystrybutorem wkładów Kobok

Firma Wentor została wyłącznym dystrybutorem wkładów stalowo-szametowych firmy Kobok w Polsce. Wkłady Kobok dostępne są w różnych wariantach przeszklenia:

plaskie, panoramiczne, pryzmatyczne, obustronne, z boczną szybą, z pionową wizją ognia. Paleniska, w zależności od modelu, charakteryzują się mocą nominalną od 5 do 24 kW, mogą być otwierane na bok lub podnoszone do góry.



cd. ze str. 30 ►

i zachowanie podczas targów jest również wizytówką firmy. Wspierając wystawców w ich komunikacji ze zwiedzającymi oraz ułatwiając organizację wystąpienia targowego, operatorzy targowi mają w swojej ofercie pośrednictwo w wynajmowaniu hostess oraz tłumaczy. Wszyscy pracownicy spółki obecni na stoisku powinni posiadać elementy stroju identyfikujące ich z firmą, dysponować firmowymi gadżetami oraz materiałami reklamowymi i informacyjnymi. Co prawda odchodzi się coraz częściej od wręczania zbyt dużej ilości materiałów (wyobraźmy sobie, jak bardzo byłby „objuczony” zwiedzający po całym dniu pobytu na targach i wizytach w kilku halach), stoisko powinno być wyposażone w zróżnicowane materiały promocyjne (ulotki, prospekty, katalogi, płyty CD/DVD, pendrive’y z prezentacjami itd.), które mogą zainteresować różne segmenty odbiorców. Forma oraz zawartość zależy oczywiście od kreatywności agencji reklamowej, z którą współpracujemy. Zwłaszcza posiadanie drobnych, często zaskakujących upominków dla najważniejszych klientów jest dobrze oceniana przez zwiedzających. Działanie takie poparte jest również efektem psychologicznym, określanym w literaturze mianem „reguły wzajemności” – obdarowana osoba będzie czuła się zobowiązana odwzajemnić, np. przez polecenie stoiska czy podjęcie kontaktu po targach.

Warto również pomyśleć nad wyróżnieniem się podczas targów, np. przez organizację na stoisku pokazu, konkursu czy innego rodzaju wydarzenia. W ten sposób firma nagłasza swoją obecność, a tym samym przyciąga zwiedzających do stoiska.

### Targi to także reklama!

Targi to wyjątkowa możliwość pokazania się wszystkim graczom w sektorze. Nie tylko klientom, ale również konkurentom, dostawcom, projektantom czy architektom. Oczywiście stoisko i działania wokół niego są podstawą, ale do dyspozycji wystawcy pozostają takie instrumenty, jak katalog targowy (wpis do niego jest obowiązkowy, ale dodatkowa reklama w katalogu może sprawić, że nasza firma będzie bardziej widoczna) czy reklama w mediach targowych. Gazetki, które zawierają bieżące informacje z danej imprezy targowej – wywiady z przedsiębiorcami, prezentacje ciekawych stoisk – to kolejna okazja do pokazania się firmy. Radiowęzeł targowy może stanowić instrument, który można wykorzystać do informowania zwiedzających o obecności firmy na targach oraz

do zaproszenia ich do odwiedzin stoiska. Przed wyjazdem na targi warto przyjrzeć się konkursom organizowanym przez stowarzyszenia branżowe lub organizatora targów. Wiąże się to z możliwością uzyskania medalu czy też innego wyróżnienia (umożliwia to posługiwanie się w miarę zobiektywizowanymi informacjami w przygotowaniu oferty rynkowej, np. medal na etykiecie czy opakowaniu). Organizowane konkursy mogą dotyczyć produktów, firmy oraz stoiska. Wygrana w konkursie daje dodatkowe możliwości promocyjne po targach (np. informacja wysyłana do klientów w postaci mailingu).

### Targi to miejsce dzielenia się wiedzą!

Imprezom targowym często towarzyszą branżowe konferencje oraz seminaria. Operatorzy targowi, przywiązując coraz większą wagę do różnego rodzaju sympozjów i spotkań specjalistów, udostępniają pomieszczenia wyposażone w profesjonalny sprzęt audiowizualny oraz symultanicznego tłumaczenia. Udział przedstawicieli przedsiębiorstwa w tego typu spotkaniach pozwala poszerzyć wiedzę oraz rozpoznać pozostałych uczestników rynku. Natomiast fakt wygłoszenia przez reprezentanta przedsiębiorstwa referatu sugeruje, że firma wpływa na kierunek rozwoju branży oraz buduje swój wizerunek wśród potencjalnych współpracowników. Z konferencji i seminariów w dużym stopniu korzystają architekci i projektanci, dla których głównym celem udziału w targach jest właśnie pozyskanie wiedzy na temat branży, nowości oraz poszczególnych rozwiązań. Współpraca z nimi, w przypadku branży kamieniarskiej, może okazać się kluczowa.

Targi będą dla przedsiębiorstwa skutecznym narzędziem, ale pod warunkiem, że podejdziesz do nich z należytą pieczołowitością, tzn. udział w targach zostanie przemyślany i zaplanowany. Wiedza na temat możliwości w obszarze komunikacji, jakie posiada wystawca, może pomóc lepiej i pełniej się do nich przygotować. Celem nie powinna być tylko sprzedaż, ale również budowanie wizerunku oraz dzielenie się i pozyskiwanie specjalistycznej wiedzy branżowej.

**dr Grzegorz Leszczyński,**  
**dr Marek Zieliński, Centrum B2B,**  
**Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu**  
[www.centrum2b.ue.poznan.pl](http://www.centrum2b.ue.poznan.pl)

Artykuł pochodzi z magazynu „Nowy Kamieniarz” (nr 6/2010).



# Produkt oczekiwany przez zduńów

W związku z rosnącym zainteresowaniem tzw. ciepłymi kominkami firma Number One wprowadziła do swojej oferty płyty szamotowe do obudów o podwyższonej akumulacyjności. Do produkcji zostały zastosowane komponenty najwyższej jakości, dzięki czemu szamot charakteryzuje się wysoką gęstością, przewodnością ciepła (zastosowanie cienkich ścianek), trwałością i rozszerzalnością bliską zeru, co eliminuje powstawanie pęknięć. Ważnym atutem są ognioodporne właściwości, co powoduje, że płyty nie wymagają dodatkowej izolacji. Jest to doceniane szczególnie na rynku niemieckim.

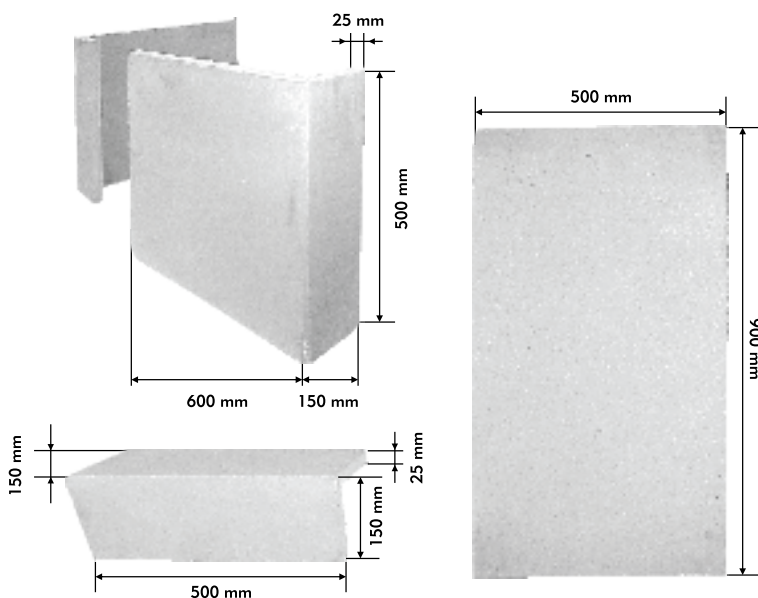
Do wyboru jest kilka płyt, które zostały zaprojektowane zgodnie z sugestiami i potrzebami zduńów

polskich oraz przedstawicieli branży kominkowej. Zabudowa wkładu kominkowego z gotowych elementów szamotowych jest alternatywą dla osób, które chcą zaoszczędzić swój czas i pieniądze, a przy tym lubią się cieszyć ciepłem kominka długo po jego wygaśnięciu oraz tworzyć kształty obudów według własnych projektów.

## Atuty płyt Number One:

- szybki i łatwy montaż;
- możliwość obróbki oraz pokrywania tynkami;
- akumulowanie ciepła;
- wysoka gęstość;
- nowoczesny design;
- bardzo konkurencyjna cena.

**W najbliższym czasie zaoferujemy Państwu modułowy piec chlebowy do wypieku chleba, pizzy, wszelkiego rodzaju mięs, etc.**



## Number One Sp. z o. o.

66-400 Gorzów Wielkopolski  
ul. Kosynierów Gdyńskich 30  
tel./fax 95 722 4069

[www.numberone.net.pl](http://www.numberone.net.pl), [biuro@numberone.net.pl](mailto:biuro@numberone.net.pl)

## Z życia branży



### Vertex przedstawicielem Pisi

Firma Vertex SA została przedstawicielem skandynawskiej firmy Pisi.

Firma znana jest z produkcji artykułów kominkowych, takich jak drzwiczki (kominowe, kuchenne, do popielnika, do piekarnika), płyty

kuchenne, szyby, ruszty i akcesoria kominkowe.

### Godkowie przedstawicielem Hoxtera

Od 1 listopada 2010 roku firma Godkowie została wyłącznym przedstawicielem czeskiej firmy Hoxter w Polsce. Wkłady kominkowe (stalowo-szametowe) z oferty firmy przeznaczone są do systemów wodnych, powietrznych i akumulacyjnych. Wkłady współpracują z KMS-ami, krążkami Ortner i kształtkami cugowymi Rath.



### Steinberg dystrybutorem Wolfshöher Tonwerke

Ofertę firmy Steinberg wzbogaciły produkty niemieckiego producenta Wolfshöher Tonwerke.



Niemiecka firma już od ponad 150 lat zajmuje się produkcją materiałów akumulacyjnych. „Specjaliści od szamotu” to miano, na które zasługują dzięki nowoczesnej, w pełni zautomatyzowanej produkcji, gwarantującej niezmienną jakość dostarczanych materiałów akumulacyjnych.

# Austria

## Zduńskie centrum Europy



Dr. Thomas Schiffert



Inż. Rudolf Haselböck

W roku 1962, a więc prawie 50 lat temu, odbyło się pierwsze seminarium techniczne austriackich zduńców. Przybyło na nie... 18 osób. Spotkanie jubileuszowe po 50 latach to ponad 2000 osób. W roku 1969 konferencje techniczne po raz pierwszy wzbogacono o ekspozycję zduńskich produktów, na powierzchni „aż” 130 m<sup>2</sup>. Tak powstały targi KOK, które aktualnie na terenach targowych w mieście Wels zajmują ponad 4100 m<sup>2</sup> i są jedną z najbardziej znanych imprez w branży kominkowej. Organizatorem imprezy jest od zawsze ÖKV (Österreichischer Kachelofenverband). Kilka miesięcy temu odwiedziłem siedzibę ÖKV w Wiedniu i porozmawiałem o kominkach, piecach i ich przyszłości z ludźmi, którzy od lat zajmują się WYŁĄCZNIE piecami i kominkami i wiedzą o tych sprawach więcej niż ktokolwiek w Europie. Moimi rozmówcami byli: dr Thomas Schiffert, prezes ÖKV i wiceprezes VEUKO, oraz inż. Rudolf Haselböck z VFH, Instytutu Naukowo-Badawczego Zduńców Austrii.

**Witold Hawajski: Przez całe wieki po prostu palono w piecach i kominkach. Dlaczego teraz musimy aż w laboratoriach zajmować się procesem palenia i prowadzić badania naukowe?**

W ostatnich 20 latach tak wiele się zmieniło. Dyskutuje się na temat cząstek stałych czy emisji CO<sub>2</sub>, więc poprzez badania laboratoryjne chcemy doprowadzić do takiej jakości spalania w piecach i kominkach, by nikt nam nie zarzucił, że pochodzące z nich ciepło jest „brudne” i by nie można było obwiniać pieca za zanieczyszczanie środowiska.

**WH: Powiedział Pan o ostatnich 20 latach, ale przecież VFH, Instytut Naukowo-Badawczy Zduńców Austrii istnieje niemal 100 lat.**

Tak, oczywiście, ale wcześniej nasze badania koncentrowały się np. na wydajności, optymalizacji wykorzystania energii czy kumulacji. Wcześniej skupialiśmy się na ekonomii spalania, a teraz na optymalizacji emisji.

**WH: Dlaczego ludzie z Austrii zajmują się badaniami nad procesem spalania drewna?**

Mamy w Austrii wielką tradycję używania palenisk na drewno i bardzo wielu ludzi w swoich domach korzysta z urządzeń grzewczych na to paliwo. W dziesięciomilionowej Austrii mamy około 3 miliony gospodarstw domowych, a w nich pół miliona pieców. To proporcjonalnie znacznie więcej, niż w Niemczech czy Francji. Ponad 20 lat temu stwierdzono u nas, że jeśli już ma być piec kaflowy, to musi on być efektywny, więc od lat mamy w Austrii przepisy, które w Europie pojawiły się znacznie później.

**WH: Chyba więc właśnie dlatego Unia Europejska korzysta z Waszych doświadczeń i wybrała Wasz Instytut jako centrum badawcze pieców dla całej Europy?**

Wynika to oczywiście z naszego doświadczenia. Od lat zajmujemy się wyłącznie badaniami spalania drewna i jesteśmy w tym specjalistami.

**WH: Jakimi tematami zajmuje się aktualnie VFH?**

Najważniejszym zagadnieniem jest obecnie dopasowanie pieców do niskoenergetycznych czy pasywnych domów, które nie potrzebują wiele energii. Powiedzmy, że dzisiaj nie jest problemem wytworzenie z drewna dużej ilości energii, ale właśnie małej ilości, a na dodatek w ekologicznie czystym procesie.

**WH: W ÖKV zajmujecie się nie tylko badaniami naukowymi w laboratorium, ale i zagadnieniami bardziej praktycznymi?**

Oczywiście, wykonujemy zadania reklamowe i promocyjne w zakresie spalania drewna. Popularyzujemy używanie drewna jako opału zamiast innych źródeł energii, takich jak gaz czy ropa. Znamy się na tym i staramy się naszymi informacjami dzielić z innymi, również na imprezach targowych i w mediach.

**WH: Z całą pewnością macie więc udział w tym, że drewno jest w Austrii od kilku lat paliwem nr 1?**

Prawdę mówiąc wpłynęło na to wiele czynników, ale prawdopodobnie nasz udział w tym jest również wyraźny.

**WH: Przyszłość należeć więc będzie do drewna, a może jednak do peletu?**

Drewno jako paliwo ma głównie sens wtedy, gdy służy do ogrzewania niskoenergetycznych budynków, gdzie wymagane jest spalanie około 10 kg

drewna na dobę. Taką ilość niemal każdy może przenieść ręcznie. Jednak gdy potrzebne jest 50 czy nawet 100 kg drewna na dobę, to warto rozważyć zautomatyzowanie procesu palenia, a to oznacza używanie peletu.

**WH: A co będzie z gazem?**

W Austrii widać wyraźnie, że coraz więcej domów ma drewno i piec kaflowy jako podstawowe ogrzewanie, a uzupełniającym ogrzewaniem staje się gaz. Głównie z powodów ekonomicznych.

Jednak odejście od ropy i gazu to nie tylko sprawa ekonomii czy ekologii. Należy pamiętać, że te paliwa będą coraz droższe i będzie ich coraz mniej, więc drewno daje bezpieczeństwo energetyczne.

**WH: Znać się Panowie jak nikt na piecach kaflowych, więc zapytam, czy lepiej ciepło zatrzymać w masie kumulacyjnej, czy np. w wodzie?**

To zależy głównie od budynku. Gdy dom jest zwarty, doskonale izolowany, odpowiednio zaprojektowany, by w centralnym miejscu usytuować piec, niech będzie to kumulacja w masie. Jeśli jednak dom jest większy, gorzej izolowany, rozłożysty, to w takich przypadkach zastosować lepiej rozwiązanie wodne. Oczywiście jest ono bardziej skomplikowane i bardziej kosztowne.

**WH: Coraz częściej zadawane jest – nie tylko w Polsce – pytanie: kominek czy piec kaflowy?**

cd. na str. 36 ►

## Z życia branży

### Nowa strona Makrotermu

Nowa strona firmy Makroterm jest bardziej funkcjonalna i przejrzysta. Strona jest także bardziej atrakcyjna wizualnie, a jej nowy design lepiej odpowiada profilowi firmy. Obok szczegółowych informacji przedstawiających wszystkie produkty Makroterm, na stronie można znaleźć także pełną listę dystrybutorów firmy oraz takie narzędzia, jak kalkulator kosztów ogrzewania oraz konfigurator pakietów, które pozwalają określić, jakie urządzenia powinny znaleźć się w domowym systemie ogrzewania, dostosowując te dane do powierzchni domu i ilości zamieszkujących go osób. Bardziej rozbudowana została też część dla instalatorów – podstawowe instrukcje dotyczące obsługi, montażu oraz schematy instalacyjne dostępne są obecnie w formacie PDF.



### Nowa siedziba Spartherm w Polsce

W Gorzowie Wielkopolskim przy głównej trasie wylotowej do Szczecina powstała nowa siedziba Sparthermu. Budynek dostosowany jest architektonicznie do powstającego obok Salonu Kominkowego. Nowy budynek oddany został do użytku 13 września 2010 roku. 260 m<sup>2</sup> powierzchni budynku zajmują biura, a 1000 m<sup>2</sup> powierzchni stanowią magazyny.

### Salon KOMINKI-JURAS w Mierzynie

Firma KOMINKI-JURAS Jerzy Głębocki otworzyła nowy salon kominkowy w Mierzynie koło Szczecina na ulicy

Weleckiej 50. W nowym salonie można obejrzeć urządzenia: Sparthermu, Romotopu, Tarnawy, Arysto i Jøtula, zapoznać się z ofertą kafli z kablarni: Karat, Kafel-Art, Wytwórnia Kafli Zygmunt Kulig i Jasba. Niedaleko salonu kominkowego znajduje się zakład kamieniarski, co daje możliwość wybrania odpowiedniego kamienia na miejscu.



Fot. Witold Hęwejski



Siedziba Österreicherischer Kachelofenverband w Wiedniu

## Z życia branży

### Z wizytą w firmie Rogala i Jabo Marmi

7 grudnia 2010 roku reprezentacja magazynu „Świat Kominków” odwiedziła siedzibę zakładu kamieniarskiego Rogala w Przylęku oraz siedzibę firmy Jabo Marmi w Dębicy. W Przylęku Karol Rogala opowiedział o aktualnych kamieniarskich tendencjach rynkowych, pokazał zakład produkcyjny oraz niedawno otworzoną przestrzeń ekspozycyjną, w której znajduje się kilka portali kominkowych.

W Dębicy natomiast sporo czasu – nie tylko na rozmowę, ale też na pokazanie zakładu produkcyjnego i magazynu – poświęcił nam Robert Magiera. W zakładzie produkcyjnym Jabo Marmi każdego dnia powstaje wiele modeli gotowych obudów kominkowych. Są to zarówno portale, jak i obudowy o rustykalnej, a także nowoczesnej stylistyce.



### Husqvarna Tour 2011

W dniach 6–9 stycznia br. w Jakuszycach odbyła się już kolejna, piąta edycja Husqvarna Tour. Do zawodów stanęło prawie 50 ekip z całej Europy i ponad 400 psów. Tegoroczny wyścig składał się z czterech etapów, w tym jednego nocnego. Najszybciej trasę pokonał Niemiec – Karl Habermann, który startował w klasie nielimitowanej (zaprzęg od 8 do 12 psów), a w klasie limitowanej (od 4 do 6 psów) i skijouringu (wyścig narciarzy ciągniętych przez psy) triumfowali Czesi, odpowiednio: Ales Prokupek i Jiri Suchy.

W tym roku startowała w zawodach rekordowa liczba kobiet. Aż siedem maszerek walczyło o zwycięstwo, w tym najmłodsza uczestniczka – czternastoletnia Polka Marlena Blach. Rozstrzygnięty został również konkurs na zaprojektowanie oficjalnej pocztówki zawodów Husqvarna Tour. I miejsce zajął projekt wykonany przez Justynę Chromik z ZSP w Janowicach.

### Taśma ochronna Scotch 2071 w ofercie Brunner

W ofercie firmy Brunner jest samoprzylepna taśma Scotch 2071. Służy ona do ochrony elementów lakierowanych palenisk w czasie prac budowlanych. Wyróżniającą cechą jest możliwość łatwego i nie powodującego uszkodzeń lakieru usunięcia taśmy po wykonaniu pracy. Taśma jest wodoodporna i „trzyma” do 60 dni. ■



Laboratorium VFH w Wiedniu.

cd. ze str. 35 ►

Ludzie chcą oglądać ogień, ale nie chcą zapominać też o zatrzymaniu ciepła. Również ci, którzy myślą głównie o ciepłe, też chcą popatrzeć na ładny widok ognia. Coraz częściej te dwa rozwiązania zbliżają się do siebie. Jednak mam wrażenie, że tendencja do kumulacji ciepła jest wyraźniejsza.

### WH: W Polsce mamy wiele firm kominkowych, lecz jakość ich pracy nie zawsze jest najwyższa, a kominki bezpieczne...

Również w Austrii mamy firmy wspaniałe, jak też gorsze. Przepisy powinny narzucać pewną minimalną jakość i poziom bezpieczeństwa wykonanej pracy. Dobrze, by istniała grupa tworząca doskonale kominki, ale nie w tajemnicy, lecz dzieląc się doświadczeniem, tak by inni mieli możliwość swój poziom podnieść.

### WH: W ramach VEUKO od lat współpracujecie ze zdunami i organizacjami zdunskimi z Europy. Jak według Panów będzie wyglądała przyszłość takiej współpracy?

Próbujemy transferować wiedzę z krajów o większej tradycji do tych, które początkują w tej branży. Chcemy doprowadzić do powstania europejskiego certyfikatu mistrza zdunskiego, wyrównać poziom kształcenia zawodowego i norm urzędzeń.

### WH: Ile lat to potrwa?

Nie będzie to trwało z pewnością 200 lat, ale liczymy się z tym, że trzeba ich więcej niż 5. Jednak pierwsze efekty można już zauważyć, np. w północnych Włoszech czy na Słowacji. Obecnie także internet powoduje, że wymiana wiedzy odbywa się naprawdę szybko.

### WH: Dziękuję za rozmowę.



Laboratorium VFH w Wiedniu.



### Przepustnica powietrza

z serwo mechanizmem do płynnej regulacji dopływu zimnego powietrza do paleniska



### RT-08P Kominek LUX

Steruje obiegiem grzewczym, w którym źródłem ciepła jest kominek z płaszczem wodnym, a odbiornikami są zasobnik CWU lub bufor oraz instalacja centralnego ogrzewania.

Posiada cztery strefy czasowe oraz własną baterię. Sterownik rozbudowany o moduł regulujący pracę przepustnicy dopływu powietrza do komory spalania.

**NOWOŚĆ**



### RT-08 OS Optimalizator procesu spalania

Sterownik ten przeznaczony jest do optymalizacji procesu spalania w konwencjonalnych paleniskach wyposażonych w bezpośredni dopływ powietrza do komory spalania. Posiada również możliwość obsługi systemów akumulacji ciepła.

Czujnik temperatury spalin  
Termopara K (0...+1300°C)



Przepustnica powietrza  
100, 120 lub 150 fi

**TATAREK®**  
TITANIUM DESIGN

*Automatyka podnosząca komfort i bezpieczeństwo obsługi Twojego kominka*

[www.tatarek.com.pl](http://www.tatarek.com.pl)



### RT-08K Kominek PLUS

Steruje obiegiem grzewczym, w którym źródłem ciepła jest kominek z płaszczem wodnym, a odbiornikami są zasobnik CWU lub bufor oraz instalacja centralnego ogrzewania.



### RT-03B Wojtuś

Mierzy temperaturę w płaszczu wodnym kominka i w zależności od ustawionych progów steruje silnikiem dwóch pomp obiegowych lub zaworem elektromagnetycznym.



### ZASILANIE AWARYJNE SYSTEMÓW GRZEWczyCH

A200WAC - zasilacz awaryjny prądu zmiennego do podtrzymywania pracy urządzeń elektrycznych w przypadku braku napięcia w sieci.

### TSP-100 Sterownik pompy

Temperaturowy regulator do obsługi pompy obiegowej lub zaworu termostaticznego.



# Przepustnica szczelna czy nie?



Piotr Batura

Jakiś czas temu pisałem o doprowadzeniu do kominka powietrza do spalania. Teraz spróbuję omówić przepustnicę, której niektórzy używają, stosując skanalizowane doprowadzenie powietrza do paleniska. Szczelna czy nieszczelna? Oto jest pytanie!

Każdy, kto ma wątpliwości, jakiej przepustnicy użyć, powinien zastosować nieszczelną, nawet jeśli wykonuje instalację grzewczą, która z racji technologii wymaga przepustnicy szczelnej. Jego wątpliwości świadczą o nieposiadaniu dostatecznej wiedzy, by taką instalację wykonać. Nieszczelność przepustnicy to rodzaj zaworu bezpieczeństwa, który zadziała, gdy użytkownik kominka zamknie ją przedwcześnie. Z błędami popełnianymi przez klientów trzeba się liczyć. Niestety zdarza się, że wykonawca też nie wie, co robi (nawet co trzeci źle zamontowany kominiek statystycznie daje dwóch zadowolonych klientów, którzy będą firmę nadal polecać).

Szczelna przepustnica wywodzi się z tradycyjnego zduństwa. Zastosowanie jej ma na celu głównie osiągnięcie lub przybliżenie efektu, który dawał piec kaflowy. Piece kaflowe budowali i budują fachowcy (zduni), którzy przeważnie wykazują spore zrozumienie dla procesu spalania (inaczej mówiąc, wiedzą co robią). Piec należało w odpowiednim momencie szczelnie zamknąć, by zgromadzone w nim ciepło nie uchodziło do kominu. Komin w piecu potrzebny jest wtedy, gdy paliwo produkuje toksyczne gazy (dymi). Gdy paliwo osiągnie fazę czerwonego żaru, komin przestaje być potrzebny.

„Wyłączamy” go przez szczelne zamknięcie drzwiczek lub zasunięcie szybra (to drugie rozwiązanie jako bardzo niebezpieczne zostało zabronione). W kominku, czy raczej w pieco-kominku, drzwi powinny być z zasady zawsze zamknięte, więc rolę drzwiczek piecowych przejęła przepustnica.

Szczelna przepustnica pozwala osiągnąć efekt pieca kaflowego w urządzeniu grzewczym (kominku lub pieco-kominku). Nieszczelna przepustnica pozwala jedynie przybliżyć nas do tego efektu. Koniec, kropka. Nie oznacza to, że nieszczelna przepustnica jest gorsza. 95% realizacji to kominki, w których palą użytkownicy nie mający pojęcia ani o zjawiskach fizycznych zachodzących w piecu, ani o prawidłowym spalaniu drewna, i raczej niezbyt tą wiedzą zainteresowani. Ma się palić, najlepiej ciągle, więc taki klient lubi nałożyć, trochę



Przepustnica szczelna

przymknąć i nie myśleć, że drewno pali się etapami, że najbardziej pożądany i efektywny w tej zabawie, czyli płomień, to palący się gaz drzewny. Ponad 80% masy drzewnej spala się jako gaz, a możliwe jest to dzięki doprowadzeniu do wkładu kominkowego (paleniska) świeżego powietrza.

Nieszczelna przepustnica, pozwalająca ograniczyć dopływ powietrza do urządzenia, ale przepuszczająca zawsze odrobinę tlenu nawet przy całkowitym zamknięciu, jest bezpieczna. Palenie w piecu kaflowym wymagało wiedzy i doświadczenia. Zadanie to przypadało osobie odpowiedzialnej – przynajmniej sam moment szczelnego, ostatecznego przymknięcia drzwiczek, gdyż on decydował nie tylko o bezpieczeństwie użytkowników, ale głównie o ciepłe, które piec wytwarzał.

Przedwczesne zamknięcie dopływu powietrza w starych piecach wiązało się z możliwością zaccadzenia.



Przepustnica nieszczelna

W nowych piecach, opalanych drewnem, to przede wszystkim brudna szyba. Z kolei zbyt późne wykonanie tej czynności, to wychłodzenie pieca wskutek przepływu zimnego powietrza przez jego konstrukcję. Twierdzić, że umiejętność obsługi pieca została zapomniana czy zatracona, to przesada. Zimowy krajobraz, zarówno małych miasteczek, jak i wsi, jest urozmaicony pióropuszcami z wielu czynnych kominów. Niejedna firma zduńska do dziś za podstawę swego bytu ma utrzymanie w dobrej kondycji pieców w ramach tzw. ADM-ów. Tak się składa, że kominki najczęściej kupują ci, którzy piece dawno temu wyrzucili, lub ci, którym status ekonomiczny pozwala na zakup kominka z powodów snobistycznych. Nauczanie się obchodzenia z ogniem to dla większości tych szczęśliwców spore wyzwanie. Te proste zasady sprawiają czasem dużo kłopotów. Z pomocą przyszła elektronika, we współpracy z przepustnicą. Wszędobylska komputeryzacja znalazła sobie miejsce również w tej dziedzinie, w której – wydawać by się mogło – może być tylko cegła szamotowa i solidne żeliwo. W przypadku przepustnic rozszczelnionych wygląda to trochę jak grabienie liści na wietrze. Zadaniem sterownika jest utrzymanie stosunkowo niskiej temperatury na wyjściu z paleniska do komina (do 500 °C). Celem jest ograniczenie zużycia opału i ochrona urządzeń przed destrukcyjnym działaniem gazów spalanych w wysokich temperaturach. Natomiast oferta sterowników współpracujących ze szczelnymi przepustnicami przeznaczona jest dla wybranej grupy urządzeń. Konstrukcja tych urządzeń jest tak przemyślana, by wytrzymały temperaturę spalania najbardziej optymalną dla fizycznych i chemicznych właściwości drewna (500° do 1100 °C). W takim wkładzie drewno pali się jako gaz, a płomień może mieć nawet 4 metry. Oczywiście niedorzecznością byłoby montować te paleniska bez urządzeń towarzyszących, typu kanały czy krążki kumulacyjne, ale to inna bajka,

skupmy się na przepustnicy. Sterujący nią komputer zaopatrzone w czujnik odporny na bardzo wysoką temperaturę. Na podstawie wysyłanych przezeń informacji specjalny program, odnosząc się do automii spalania drewna, steruje procesem krok po kroku aż do całkowitego (szczelnego) zamknięcia dopływu powietrza do paleniska. Upraszczając, najbardziej przydatna i najchętniej wykorzystywana jest w tych urządzeniach funkcja, która... ma zastąpić babcię. Jest to co prawda 5% jego możliwości, ale do tej prozaicznej roli – zamknięcia drzwiczek w odpowiednim momencie – sprowadza się jego najczęstsze zastosowanie w naszym kraju. Rola to niezwykle przydatna, szczególnie wtedy, gdy wyemancypowana babcia ma swoje mieszkanie i w naszym piecu palić nie zamierza. Możemy rozpałić i wyjść do pracy lub pójść spać bez obawy, że w kominku płomyki zaczną uprawiać niezamierzone czary. Dodam, że sterowniki obsługują procesy bardziej złożone tam, gdzie chęci i możliwości finansowe pozwalają na budowę instalacji łączących



Przepustnica szczelna

bardzo różne technologie, np. piec kumulacyjny z wymiennikiem wodnym, wspomagany solarami, lub kominek z możliwością palenia drewnem, ale posiadający w piwnicy zasobnik zgranulowanych trocin (peletów) czy odpadów drewna (zrębów). Sterownik umożliwi leniuchom lub zapracowanemu ogrzewanie kominkiem, który

odpalony jesienią, sam wyłączy się wiosną, bez konieczności uciążliwego dokładania opału kilkakrotnie w ciągu dnia.

Nikt z nas nie zna się absolutnie na wszystkim, nawet na tak wąskiej „działce” jak nasza. Gadajmy więc, co nam ślina na język przyniesie, ale na papier przelewajmy tylko to, co pewne i sprawdzone. To, co nam się wydaje, a nie jest poparte badaniami laboratoryjnymi czy praktycznymi, może tylko wyrządzić szkodę, pożytku żadnego nie przynosząc.

Piotr Batura

## Zmiany stawek VAT

Od 1 stycznia br. obowiązuje nowelizacja ustawy o podatku od towarów i usług, która wprowadziła zmiany wysokości stawek podatku VAT. Stawka podatku VAT z 22% została podniesiona do 23%, a do 8% wzrosła poprzednia stawka o wysokości 7%. Pojawiła się też nowa stawka w wysokości 5% (obejmuje m.in. książki i żywność). Nowe stawki to nie tylko zmiana zapisów w księgach rachunkowych, lecz także konieczność wprowadzenia zmian w kasach fiskalnych oraz systemach finansowo-księgowych i fakturowych. Skorygowania wymaga również wiele druków. Przedsiębiorcy powinni także przyrzeć się umowom, które zostały zawarte na rok 2011 w roku poprzednim. Niektóre z nich mogą wymagać modyfikacji, szczególnie gdy za podstawę rozliczeń przyjęto cenę brutto obliczoną na podstawie starej stawki podatku i nie uwzględniono w umowie możliwości negocjacji.

Niestety, wraz ze wzrostem stawki podatku VAT do 23%, nie wzrosła możliwość odliczenia większej ilości VAT-u zapłaconego w kwocie za materiały budowlane, choć Ministerstwo Finansów zapowiadało już jesienią konieczność wprowadzenia „regulacji dostosowawczych”. Zmiany te nie będą rekompensowały większej różnicy w podatku, tylko utrzymują na dotychczasowym poziomie kwoty, o jakie mogą się ubiegać osoby, które chcą odzyskać część zapłaconego VAT-u. W praktyce oznacza to, że za remont czy budowę domu zapłacimy trochę więcej.

Od stycznia br. każdy, kto chce odzyskać część zapłaconego VAT-u zawartego w cenie materiałów budowlanych użytych do budowy lub remontu domu, musi skorzystać z nowego wykazu materiałów budowlanych. Wykaz został opublikowany w formie załącznika do obwieszczenia Ministra Infrastruktury z 3 września 2010 roku w sprawie ogłoszenia obowiązującego od dnia 1 stycznia 2011 roku wykazu materiałów budowlanych, które do 30 kwietnia 2004 roku były opodatkowane stawką podatku od towarów i usług w wysokości 7%, a od dnia 1 maja 2004 roku są opodatkowane podatkiem VAT przy zastosowaniu stawki 22% (Dziennik Urzędowy Ministra Infrastruktury z 27 września 2010 roku, nr 11, poz. 35). Obecny wykaz został opracowany na podstawie nowej klasyfikacji PKWiU z 2008 roku i zawiera mniej pozycji niż poprzedni, choć zakres asortymentowy materiałów budowlanych jest taki sam. Zmianie uległy także symbole statystyczne, które wpisuje się do formularzy VZM. Wykaz dostępny jest na stronie: [www.mi.gov.pl/2-48243e2927efb.htm](http://www.mi.gov.pl/2-48243e2927efb.htm).

Aldona Mazurkiewicz

# Rozwód w firmie

Rozpoczęcie działalności gospodarczej zazwyczaj wymaga pewnej odwagi i pomysłu na biznes. Czasami jesteśmy w stanie prowadzić jednoosobową firmę i taka forma nam wystarczy. Jednak nie zawsze każdy pomysł możemy zrealizować w pojedynkę. Często potrzebujemy wsparcia lub kogoś ze specjalistyczną wiedzą lub kapitałem. Decydując się prowadzić działalność wspólnie, musimy liczyć się z różnymi konsekwencjami, różnicą zdań czy odmienną wizją, którą może reprezentować nasz wspólnik bądź wspólnicy. Co w takiej sytuacji? Rozwód z firmą może być albo bolesny i uciążliwy, albo przeprowadzony w sposób szybki, niekosztowny i ugodowy. Tak jak para niegdyś kochających się małżonków, która ma do wyboru rozejść się w zgodzie, by każdy mógł podążać spokojnie swoją drogą, lub w atmosferze kłótni i animozji, która tylko utrudni i niepotrzebnie wydłuży cały proces.

Biorąc pod uwagę kwestie prawne, warto zwrócić uwagę, iż rozstania mogą wyglądać różnie. Jest to bardziej skomplikowany proces przy spółkach kapitałowych, których forma też jest bardziej rozbudowana. Warto pamiętać, że wiele zależy od umowy spółki. Istnieje swoboda umów, dlatego w umowie spółki lub jej statucie można przewidzieć sytuacje, w których wspólnicy powinni się rozejść lub umożliwić bezkonfliktowe rozstanie oraz sposób rozliczeń. Takie decyzje możemy też podjąć w trakcie trwania spółki na podstawie specjalnych uchwał bądź umów między wspólnikami. Najważniejsze jest, aby wszelkie ustalenia dotyczące majątkowych kwestii rozstania biznesowego były sporządzone przynajmniej w formie pisemnej. W branży kominkowej najczęściej mamy do czynienia z małymi i średnimi firmami, dlatego kwestię spółek kapitałowych jedynie zasygnalizuję.

## Prawo do firmy

Istotną kwestią przy rozstaniu wspólników jest kwestia firmy. Firma to zgodnie z polskim prawem: imię i nazwisko osoby fizycznej lub nazwa osoby prawnej bądź ułomnej osoby prawnej (spółki osobowej). Ważną cechą jest fakt, że nie można firmy zbyć (można jedynie upoważnić innego przedsiębiorcę do korzystania z jego firmy, o ile nie wprowadzi to w błąd osób trzecich). Jednak w przypadku spółki cywilnej, nazwa przedsiębiorstwa prowadzonego przez spółkę może

się różnić od firmy (która musi być oznaczona imieniem i nazwiskiem wspólników). Jeżeli przy likwidacji, podziale lub przekształceniu przedsiębiorstwa powstanie wątpliwość, który z przedsiębiorców ma prawo używać oznaczenia przedsiębiorstwa, należy ustalić takie oznaczenia, które zapobiegą wprowadzeniu w błąd osób trzecich. W razie sporu sąd, na żądanie zainteresowanego przedsiębiorcy, ustali oznaczenia przedsiębiorstw, uwzględniając interesy stron oraz inne okoliczności sprawy (art. 7 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji).

## Spółka cywilna

Jest to forma uregulowana przepisami kodeksu cywilnego. Spółka cywilna nie posiada osobowości prawnej; podmiotami prawa pozostają wspólnicy. W związku z tym spółka ta nie ma własnego mienia – nabywane prawa i zaciągane zobowiązania wchodzi do wspólnego majątku wspólników, stanowiącego ich wspólność łączną.

Rozstać się ze spółką cywilną można generalnie na dwa sposoby: albo przez wystąpienie wspólnika (wypowiedzenie swojego udziału w spółce w formie jednostronnego oświadczenia\*), albo rozwiązanie spółki (na podstawie jednomyślnej uchwały wszystkich wspólników lub orzeczenia sądu w przypadku wystąpienia ważnych powodów, na wniosek jednego ze wspólników). Trzeba pamiętać, że wystąpić ze spółki można też w każdym momencie za zgodą wspólników.

Zarówno wystąpienie ze spółki, jak i jej rozwiązanie wymaga wzajemnych rozliczeń. W sytuacji wypowiedzenia wkładu przez jednego ze wspólników, pozostali muszą zwrócić wspólnikowi: w naturze rzeczy oddane przez niego do użytkowania, w pieniądzu sumę wkładu oznaczoną w umowie lub, gdy brak jest takiej informacji, wartość wkładu z chwili jego wniesienia. Wylicza się także i wypłaca pieniężnie przypadająca mu część wartości majątku spółki, która odpowiada stosunkowi, w którym wspólnik uczestniczył w zyskach. W przypadku rozwiązania spółki stosuje się odpowiednio przepisy o współwłasności w częściach ułamkowych, gdyż w wyniku rozwiązania spółki ustaje współwłasność łączna majątku. Rzeczy wniesione do użytkowania zwraca się wspólnikom w naturze, natomiast wkłady zwraca się wspólnikom dopiero po spłacie długów, a pozostałą część majątku dzieli według udziału w zyskach. Podział ten może nastąpić przez sprzedaż majątku lub jego rozdzielenie. Można ustalić też zobowiązania spłat lub dopłat przez poszczególnych wspólników, z określeniem ich terminów. Dokonuje się tego na podstawie pisemnej umowy, chyba że składniki majątku wymagają szczególnej formy, jak nieruchomości, wówczas odbywa się to w formie aktu notarialnego.

## Spółki osobowe

Spółki osobowe (jawna, partnerska, komandytowa i komandytowo-akcyjna) regulowane są na podstawie przepisów kodeksu spółek handlowych. Rozstać się ze spółką osobową można przez wystąpienie wspólnika (w drodze pisemnego wypowiedzenia\*\* lub przymusowo na podstawie wyroku sądu, na wniosek innych wspólników, gdy wskazany jest ważny powód, np. trudności we współpracy lub naruszenie zakazu działalności konkurencyjnej). Wystąpienie pociąga za sobą obowiązek rozliczenia zgodnie z art. 65 KSH. Rzeczy dane przez wspólnika do użytkowania zwraca się mu w naturze, natomiast udział w gotówce. Wysokość



uczestniczą w zyskach i stratach ze spraw jeszcze nie zakończonych, ale nie mają wpływu na ich prowadzenie.

W zasadzie z niewielkimi odstępstwami co do wszystkich spółek osobowych stosuje się zasady ustalone dla spółki jawnej. Różnice wynikają z ich specyfiki, np. przy spółce partnerskiej wystąpić ze spółki musi wspólnik, który stracił uprawnienia zawodowe, natomiast w spółce komandytowo-akcyjnej wypowiedzieć spółkę może tylko komandytariusz, akcjonariusz może jedynie utracić członkostwo w spółce m.in. na podstawie zbycia akcji. Wystąpić ze spółki można też na podstawie zbycia ogółu praw i obowiązków w spółce, wówczas w miejsce odchodzącego wspólnika wchodzi wspólnik przystępujący do spółki. Możliwe jest to jednak za pisemną zgodą wszystkich wspólników.

Spółki osobowe mogą zakończyć swój byt na podstawie rozwiązania umowy spółki. Może to nastąpić m.in. w sytuacjach określonych w umowie spółki, na podstawie orzeczenia sądu, jednomyślnej uchwały wspólników albo ogłoszenia upadłości. Rozwiązanie pociąga za sobą likwidację spółki lub inną dyspozycję jej majątkiem (podział majątku w naturze, zbycie przedsiębiorstwa spółki na rzecz osób trzecich lub jednego ze wspólników z obowiązkiem spłaty, przeniesienie niektórych aktywów do istniejącej lub utworzonej spółki), o ile jest to przewidziane w umowie spółki. Gdy umowa przewiduje jedynie postępowanie likwidacyjne, to potrzebna jest dodatkowa uchwała wspólników, która dopuści możliwość skorzystania z innego rozwiązania. Gdy w umowie spółki uregulowano wyraźnie upłynnienie majątku spółki na drodze likwidacji, konieczna będzie zmiana umowy spółki, gdyż zwykła uchwała wówczas nie wystarczy. Warto zaznaczyć, że w przypadku spółek osobowych nie jest możliwy ich podział, wykluczają go przepisy prawa.

Na podstawie zdjęć Focus / Kaperfam rys. Maciej Wasilewski

udziału kapitałowego występującego wspólnika oznacza się na podstawie bilansu uwzględniającego wartość zbywczą majątku spółki. Bilans ustala się na ostatni dzień roku obrotowego, przy dobrowolnym wystąpieniu,

lub dzień wniesienia pozwu – przy wystąpieniu przymusowym. Jeżeli przy rozliczeniu udział okaże się bierny, ustępujący wspólnik musi zapłacić przypadającą na niego część niedoboru. Wspólnicy ustępujący

### Spółki kapitałowe

Spółki kapitałowe (spółka z o.o. i spółka akcyjna), w odróżnieniu od osobowych, mogą ulec podziałowi. W umowie, zwanej Planem Podziału, ustala się szczegółowy podział praw i obowiązków oraz jakie nowe firmy powstaną w wyniku podziału. Uchwała cd. na str. 42 ►



## Mażeński biznes

Rozstanie w życiu osobistym często pociąga rozstanie w kwestiach zawodowych. W rozliczeniach małżonków znaczenie mają przede wszystkim przepisy prawa rodzinnego i kwestia wspólności majątkowej małżonków. Problemu z podziałem firmy nie ma, gdy małżonkowie mają podpisaną intercyzę (można ją podpisać zarówno przed zawarciem małżeństwa, jak i w trakcie jego trwania). W sytuacji ustroju wspólności majątkowej do majątku wspólnego wchodzi wszystkie rzeczy nabywane w trakcie trwania małżeństwa, czyli również majątek przedsiębiorstwa prowadzonego przez obojga lub jednego z małżonków. Po rozwodzie wspólność majątkowa łączna zmienia się we wspólność w częściach ułamkowych o równych udziałach. Podziału majątku, w tym także wspólnej firmy, mogą dokonać małżonkowie umownie (w formie pisemnej z notarialnie poświadczonymi podpisami lub w formie aktu notarialnego, gdy w skład firmy wchodzi nieruchomości) bądź sądownie (rzeczoznawca wycenia wartość poszczególnych składników majątku). Warto zauważyć, że dużo tańszy jest podział umowny, nie ponosi się wówczas kosztów postępowania sądowego i powoływania biegłego rzeczoznawcy.

W przypadku spółki cywilnej przedmioty majątkowe, które zostały przez nią nabyte, nie wchodzi do majątku wspólnego. Podziałowi podlega jedynie zysk wypłacony małżonkowi, który jest członkiem spółki. W takiej sytuacji rozwód małżonków, z których każdy jest członkiem spółki, nie zmienia stosunków majątkowych w niej, choć może być przyczyną żądania rozwiązania spółki przez sąd – wówczas wkład zwrócony po rozwiązaniu spółki wejdzie do majątku wspólnego. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku spółek osobowych.

Przy spółce kapitałowej sytuacja wygląda odmiennie. Akcje i udziały spółki kapitałowej wchodzi do majątku wspólnego. Jednak nabycie udziałów nie oznacza zdobycia członkostwa w spółce, gdyż jest to prawo osobiste, które jest niezbywalne.

Kwestią wymagającą rozstrzygnięcia jest też odpowiedzialność za długi firmy. Gdy działalność małżonków prowadzona jest na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, to za długi odpowiada małżonek, którego podpis widnieje na umowie. Analogicznie, gdy oboje widnieją na umowie, to oboje odpowiadają za długi swoim majątkiem nawet po ustaniu małżeństwa.

cd. ze str. 41 ►  
dotycząca podziału powinna być podjęta większością trzech czwartych głosów, stanowiących przynajmniej połowę kapitału zakładowego, chyba że bardziej restrykcyjne warunki są zapisane w statucie lub umowie

spółki. Ważnymi elementami, które należy zawrzeć w planie podziału, są kwestie prawa do dysponowania firmą – w znaczeniu nazwy – oraz ustalenie, kto i w jakiej skali przejmuje zobowiązania oraz majątek firmy. W planie wskazuje się też podmiot,

który przejmie prawo do koncesji i zezwoleń przyznanych spółce, która ulega rozwiązaniu. Warto zaznaczyć, że nie wszystkie koncesje, zezwolenia i ulgi mogą w ten sposób przejść na spółki powstałe w wyniku restrukturyzacji, a w stosunku do większości istnieje prawo cofnięcia decyzji w terminie miesiąca od ogłoszenia planu podziału.

Innymi sposobami rozstania w spółkach kapitałowych jest rozwiązanie umowy spółki, która następuje po przeprowadzeniu postępowania likwidacyjnego. KSH określa przyczyny, ze względu na które może dojść do rozwiązania umowy spółki (np. zgodna uchwała zgromadzenia wspólników lub walnego zgromadzenia, orzeczenie sądu).

### Każdy w swoją stronę

Nawet wtedy, gdy wydaje ci się, że znasz kogoś na wylot, warto spokojnie i bez emocji rozważyć kwestię współpracy. Trudno jest nie przenosić emocji związanych z biznesem do domu czy na towarzyskie spotkanie, gdy współpracuje się z przyjacielem lub współmałżonkiem. To naprawdę wielka sztuka prowadzić firmę wspólnie z drugą osobą lub nawet z kilkoma partnerami. Jest to jeszcze większe wyzwanie, gdy jest to osoba bliska, co do której zazwyczaj mamy większe wymagania. Wspólny biznes to często dobry pomysł i wiele takich przykładów możemy obserwować na rynku, ale warto też wiedzieć, kiedy trzeba „zejść ze sceny” i kiedy każdy musi podążyć swoją drogą, za swoim marzeniem i wizją. Spółki to nauka kompromisu, a nie każdy jest do niego zdolny. Prawo daje nam dużą swobodę ich tworzenia, ale też znając naszą naturę, daje narzędzia, które ułatwiają rozstanie. A czy będzie ono poprzedzone kłótniami i szarpaniną, czy też bezbolesne, to już zależy od nas. Warto pamiętać, że w każdej sytuacji, również tej biznesowej, powinniśmy pozostać ludźmi.

**Aldona Mazurkiewicz**

\* Umowa zawarta na czas nieoznaczony – wypowiedzenie na 3 miesiące przed końcem roku obrotowego. Bez zachowania terminu przy wypowiedzeniu z ważnych powodów. Z zachowaniem terminów wypowiedzenia określonych w umowie spółki, jeżeli wspólnicy tak postanowią.

\*\* Umowa zawarta na czas nieokreślony – wypowiedzenie w okresie 6 miesięcy przed końcem roku obrotowego.

po prostu **dobrze**  
**KOMINKI**



*Beł Marek*



lareira



**kratki.pl**  
kominki • kratki • akcesoria

Wkłady kominkowe od 1220 zł brutto  
Piecze wolnostojące od 900 zł brutto

48 340 10 00

[www.kratki.pl](http://www.kratki.pl)

*rozpalamy wyobraźnię...*

*Jest takie miejsce...*

*gdzie czujesz się bezpieczny*

*Jest taka chwila...*

*gdy zapominasz o problemach*

*Jest taki kominek ...*

*jedyny, Twój wymarzony*

*Spartherm...*



**SPARTHERM®**

**Jasba-OFENKACHEL** 

[www.spartherm.pl](http://www.spartherm.pl)

*SPARTHERM, ul. Walczaka 110 A, 66-400 Gorzów Wlkp.,  
tel. +48 95 763 97 00, fax +48 95 763 97 05, e-mail: info@spartherm.pl,  
Centrum Kominkowe Spartherm, ul. Balicka 214, 30-149 Kraków,  
tel. +48 12 637 95 50, fax +48 12 636 78 75, krakow@spartherm.pl*