



ROCKWOOL NEWSLETTER

Facademarkedet viser vækst

Det attraktive marked for æstetisk facadebeklædning viser fortsat vækst. Læs mere i dette nummer af Rockwool Newsletter, som også byder på ekspansion i Asien, optimisme i Nordamerika og fabriksåbning i Indien.

ROCKWOOL®
FIRESAFE INSULATION



Økonomien er i bedring – men stadig usikker

Vi har igennem flere måneder oplevet en markant vækst i salgsvolumen i de fleste regioner i vor globale virksomhed, hvilket har resulteret i 16 % vækst i første kvartal i år sammenlignet med samme periode sidste år. Det er især tilfredsstillende at konstatere, at bygge- og isoleringsaktiviteterne tilsyneladende er tilbage på rette spor på vigtige områder i de modne, europæiske markeder. Tyskland, Frankrig samt Central- og Østeuropa er frontløberne båret af renoveringsmarkedet og regeringsprogrammer, der støtter forbedringer af energieffektiviteten i eksisterende bygninger. Men den generelle situation på det modne, europæiske marked er dog langt fra stabiliseret sammenlignet med perioden før den økonomiske krise. Nogle lande risikerer at gå fallit, hvilket vil få dramatiske konsekvenser for hele verden omkring os. Og den høje inflation på energi- og råvarepriserne, som stammer fra de nye vækstøkonomier i verden, er endnu ikke blevet opvejet af de salgspriser, vi skal opnå i markedet.

Markedsvilkårene for bygge- og isoleringsaktiviteterne i Nordamerika er fortsat svage. Isoleringsproducenter må derfor operere med meget lav kapacitetsudnyttelse, og vi har set den første fabrik annoncere sin lukning. Ved at foretage de rigtige valg i forhold til markedssegmenter fulgt op af professionel produkt- og servicepositionering er koncernens isoleringsforretning i Nordamerika vokset med to cifrede tal og præsterer godt på alle områder. Vi er især stolte af, at succesen i detail- og gør-det-selv-markedet i Canada nu også er på vej til at sprede sig til USA.

Det russiske marked er fortsat i vækst støttet af blandt andet regeringens beslutning om at indføre strenge restriktioner mod energispildet i den kæmpestore, gamle og meget energiineffektive bygningsmasse. Investeringer i nybyggerier er fortsat høje som følge af høje priser på olie, gas og andre relevante råvarer. Købet af Troitsk-fabrikken (i det sydlige Ural) er nu på plads, driften er effektiv, og produktionen væsentligt forøget. Den nye fabrik i Elabuga (Republikken Tatarstan) star-

ter produktion i begyndelsen af 2012, og kapaciteten forventes at være fuldt udnyttet inden for meget kort tid.

Vi er meget tilfredse med opkøbet af CSR i Asien, som blev en realitet i december 2010. Fusionen af vor eksisterende fabrik og CSR aktiviteterne er forløbet glat; det nye Rockwool Asia er allerede en væsentlig aktør på det asiatiske marked og klarer sig godt. Det skyldes blandt andet de kinesiske myndigheders stærke støtte til anvendelsen af stenuld efter flere dramatiske brande i beboelsesejendomme, der kostede mange mennesker livet. I maj måned var der officiel åbning af koncernens første fabrik i Indien – i staten Gujarat – som nu er i fuld drift.

Jeg vil gerne gøre særligt opmærksom på de fantastiske resultater, vore virksomheder i Systems Division har opnået. Rockfon koncernen vinder fortsat markedsandele med nye produkter og services på et vanskeligt marked. Grodan koncernen er tilbage i rollen som fornyer inden for kvalitetssegmentet for drivhusprodukter. Rockpanel fortsætter med at overraske både arkitekter og entreprenører med æstetiske og brugervenlige facadematerialer. Lapinus Fibres har fuldt fokus på at erobre segmenter på det globale marked for specialfibre til friktionsløsninger.

Samtidig fortsætter vi med at skabe nye resultater gennem vore strategiske initiativer inden for Rock the Globe strategien. Nationalt såvel som internationalt har vi foretaget reorganiseringer, der betyder, at vi kan yde en endnu bedre service til både eksisterende og nye kundegrupper. Et nyt og internt udviklet system til håndtering af kunderelationer er nu klar til at blive implementeret. Den første undersøgelse af kundernes opfattelse af koncernen er blevet gennemført med 3000 deltagere, og resultaterne er meget opmuntrende. En strategi for gør-det-selv segmentet er sat i værk. Listen kunne være meget længere, men vi vil komme ind på flere Rock the Globe initiativer i den næste lederkommentar.

Rockwool Newsletter sendes primært til aktionærer og medarbejdere.

Redaktion: Thorkild Diness Jensen (ansvarshavende) og Kif Frimodt.

Foto: Magnus Klitten, Scanpix o.a. Design og produktion: Boje Mobeck as.

Rockwool®, Roxul®, Grodan®, Rockfon®, Rockpanel®, Lapinus Fibres® og RockDelta® er koncernens registrerede varemærker.

Rockwool International A/S Hovedgaden 584 DK-2640 Hedehusene Danmark
CVR No. 54879415 Telefon: +45 46 56 03 00 Fax: +45 46 56 33 11 www.rockwool.com
info@rockwool.com



CO₂-NEUTRALISED PRODUCTION BY ROSENDAHLS
The impact on the climate during the production of this printed matter is neutralised by supporting climate projects in developing countries, which results in a corresponding reduction in CO₂



Socialt boligbyggeri får nyt liv

Rockwool koncernen er blevet udvalgt som foretrukken partner på et hollandsk projekt, der viser det store potentiale for energieffektive investeringer i socialt boligbyggeri.

Arbejdet med give et socialt boligkompleks en innovativ renovering er i fuld gang i Nieuwkuijk, en lille by i Holland. Projektet går ud på at bringe 16 nedslidte og dårligt isolerede boliger fra 1960'erne op til dagens passivhus-standard – med et maksimalt energiforbrug på 15 kWh pr. m² – og samtidig give byggeriet en æstetisk ansigtsløftning.

Renoveringen vil ikke kun forbedre levevilkårene for beboerne, men vil også forlænge ejendommenes levetid markant. Bag projektet står et mellemstort boligselskab, "Woonveste", og hovedentreprenøren De Bonth van Hulsten.

Johan Gijsman, direktør for internationale segmenter i Rockwool koncernen, udtaler:

"Vi skal levere know-how og isoleringsmaterialer til projektet, som er en stor teknisk udfordring. Så ejeren og hovedentreprenøren ville derfor kun arbejde sammen med markedets bedste på deres felt. Vi er naturligvis stolte over at være blevet udvalgt som foretrukken partner på projektet og er fra starten gået efter at sætte en høj standard."

Fokus på modne markeder

For Rockwool koncernen er projektet også en fantastisk udstillingsmulighed inden for modernisering af socialt boligbyggeri fra 60'erne og 70'erne. I den periode blev der overalt i Europa bygget tusinder og atter tusinder bygninger som eksemplet fra Holland.

"I Rockwool koncernen har vi teknologien og ekspertisen til at puste nyt liv i gamle og energiineffektive bygninger, og vi har

en bred erfaring inden for socialt boligbyggeri. Vi ser det som vores opgave at gøre bygningsejere og hovedentreprenører opmærksomme på mulighederne og fordelene," siger Johan Gijsman.

Generelt skal boliger gennemrenoveres efter 25 til 30 år for at kunne leve op til aktuelle standarder og bevare værdien. Bygninger fra 1960'erne og 1970'erne blev bygget ud fra energistandarder, der var meget lavere end i dag. Resultatet er massivt varmetab og energispild, der koster mange penge og giver en ringere levestandard for husenes beboere.

"De sociale boligforeninger står over for en stor udfordring med at gøre boliger fra 1960'erne og 1970'erne attraktive for nye generationer af beboere. En målrettet indsats nu kan hjælpe dem med at sikre, at bygningerne bevarer deres værdi i fremtiden," tilføjer Johan Gijsman.

Skyhøje energipriser

Ressourceknaphed på især fossile brændstoffer har i de senere år presset energipriserne op i et hidtil ukendt niveau, hvilket er kritisk for både private husholdninger og virksomheder. Men for beboere i socialt boligbyggeri kan omkostningerne blive endnu større.

"Disse beboere har typisk ikke de høje indkomster, og de er afhængige af, at boligejeren forbedrer energieffektiviteten i deres bygning. Vi kan allerede nu se, at mange beboere har problemer med at betale deres energiregninger – og dette vil kun blive mere udbredt, hvis ikke vi gør noget nu," konkluderer Johan Gijsman.



Et hollandsk socialt boligkompleks får en miljøvenlig ansigtsløftning med støtte fra Rockwool koncernen.

Stor åbningsceremoni i Indien

Rockwool koncernen indvier ny fabrik i Indien: procesindustrien kan hente massive energibesparelser på nye vækstmarkeder.

Den nye fabrik skal først og fremmest levere højteknologiske isoleringsprodukter til tekniske installationer – som for eksempel varmtvandsrør, kedler og tanke – til den hurtigvoksende industri i Indien og de omgivende lande.

“Vi vil i starten have fokus på teknisk isolering til industrielt brug, som er et marked i stærk vækst. Men vi kigger også på et andet stort marked, som endnu er meget ungt, men tegner yderst lovende. Det varme klima betyder, at hovedparten af Indiens energiforbrug i dag går til køling af bygninger. Vi er overbevist om, at inderne vil tage godt imod de åbenlyse fordele ved at anvende isolering til at opretholde en behagelig indendørstemperatur – i stedet for energikrævende aircondition,” sagde koncernchef Eelco van Heel fra Rockwool koncernen ved åbningen af den nye produktionsenhed.

Den nye fabrik har kostet 22,7 mio. euro og ligger i den folkerige delstat Gujarat på den indiske vestkyst. Den har kapacitet til at producere 30.000 ton pr. år og vil i fuld drift beskæftige

Om Indien

- Befolkning: 1,15 mia. (18 % af verdens samlede befolkning)
- BNP-vækst: 8 % (årligt)
- 17 millioner kommer ind på arbejdsmarkedet hvert år, og antallet af forbrugere er stærkt stigende.
- CO₂-udledninger: + 1000 millioner ton om året

op til 200 ansatte. Indvielsen blev foretaget af Shri Narendra Modi, som er øverste politiske leder i Gujarat.

Indisk industri i hastig vækst

“Den hurtige udvikling af landets infrastruktur betyder, at den indiske procesindustri – herunder kraft- og gasværker, cementfabrikker og olieraffinerier – i øjeblikket vokser støt. Så det er i øjeblikket det vigtigste marked for os. Men udviklingen





Rockwool koncernens nye fabrik i Indien blev officielt indviet af Shri Narendra Modi, som er øverste politiske leder i staten Gujarat, sammen med koncernchef Eelco van Heel.

på området for energieffektivitet gør også byggesektoren interessant.”

“For år tilbage havde vi stor succes med at komme ind på det russiske marked og skabe en forretning i vækst – og jeg tror på, at vi kan se frem til en lignende udvikling i Indien,” siger Eelco van Heel.

Drivkraft bag Indiens fremgang

Som mange andre vækstøkonomier er Indien i de senere år blevet mere bevidste om behovet for at øge energieffektiv-

teten, hvis den økonomiske vækst og den stigende velstand i befolkningen skal opretholdes.

“Vi kan se på beregninger fra Eurostat (EU’s statistikkontor) og andre, at nogle af de hurtigst voksende økonomier i verden også er blandt de mindst effektive i forhold til energiforbrug og bruttonationalprodukt. Så i en situation, hvor energi bliver stadig dyrere, er det nødvendigt for disse lande at reducere energispildet, hvis de skal bevare evnen til at vokse og udvikle sig på bæredygtig vis,” siger Eelco van Heel.

Mulighedernes land

Investeringer i udvidet kapacitet er nøglen til øget salg og markedsandele på det enorme nordamerikanske isoleringsmarked.

Vækst og optimisme trods et svagt marked: Rockwool koncernen forventer i år en tocifret vækst i salget i Nordamerika – ligesom i 2010 – og det er kun begyndelsen. Der ligger et stort uudnyttet potentiale for stenuldsisolering i det amerikanske marked, som Rockwool koncernen nu går målrettet efter.

Grund til optimisme

Så ja, Trent Ogilvie, administrerende direktør for Rockwool koncernens selskab i Nordamerika, Roxul Inc., er optimistisk – også selv om det amerikanske byggeri har været under hårdt pres siden finanskrisens start i 2007.

”Vores mål er at fordoble salget over de næste fem år og dermed styrke Rockwool koncernens position som markedsleder inden for stenuldsisolering til det nordamerikanske marked. Vi har også en ambition om at øge vores andel af koncernomsætningen fra 7 % til over 10 %,” siger Trent Ogilvie.

Det amerikanske marked har ikke ændret sig meget siden recessionen. Det er stadig i dårlig form, men alligevel er der ifølge Trent Ogilvie flere grunde til at være optimistisk.

”For det første er USA stadig et af de største isoleringsmarkeder i verden. Markedet er i øjeblikket domineret af billige plastskumprodukter, og kvalitetsprodukter som for eksempel stenuldsisolering har en relativt lille markedsandel. Men det er bare med til at understrege det store vækstpotentiale. For det andet er energieffektivitet kommet på dagsordenen, bygningsreglementer strammes op, og der stilles krav om øget

isolering. Kombinationen af disse faktorer giver os god grund til at være optimistisk i forhold til det amerikanske marked.”

Gør-det-selv marked i vækst

Trent Ogilvie fremhæver desuden det voksende gør-det-selv marked som en vigtig prioritet for Rockwool koncern i Nordamerika:

”Gør-det-selv er et meget stort og aktivt marked i USA. Hver eneste weekend kan man se utallige boligejere i fuld gang med renoveringsprojekter. Vi har formået at få fat i forbrugere ved at tydeliggøre de unikke kvaliteter ved stenuld – i relation til brandsikring, lyd- og varmeisolering – og det betyder, at de gerne vil betale mere for at få vores Rockwool produkter i stedet for mere traditionelle isoleringsprodukter.”

Kigger på alle muligheder

Roxul Inc. har i øjeblikket to strategisk placerede fabrikker i Nordamerika, en i Milton (nordøst) og den anden i Grand Forks, British Columbia (nordvest). På begge fabrikker bliver der anvendt teknologi i verdensklasse til at fremstille stenuldsprodukter til beboelsesejendomme samt en bred vifte af industriel og erhvervisolering.

”For at dække alle områder mangler vi kapacitet i sydøst og sydvest. Det er for tidligt at sige, om det vil være bedst at bygge en ny produktionslinje eller gøre et opkøb, men vi kigger på alle muligheder,” siger Trent Ogilvie – og han fortsætter:

”I 2009 åbnede vi en ny højteknologisk produktionslinje i Milton, som fordoblede vores kapacitet i Nordamerika. Vi skal fortsat være på forkant og investere i yderligere kapacitet, så vi kan udnytte det potentiale, der er i markedet. I modsætning til Europa eller andre lande, hvor vi kan få hjælp fra vores søsterfabrikker eller nabolandet til at opbygge en markedsposition, er vi her i Nordamerika, mulighedernes land, nødt til at investere i kapacitetsopbygning i god tid før det planlagte salg. Så vi vil fortsætte med denne strategi, så vi kan fastholde tocifrede væksttal.”





Rockwool koncernen har leveret isolering til en række store byggeprojekter i Nordamerika. Det 53-etagers luksushotel Ritz-Carlton, Toronto, der officielt åbnede dørene i februar 2011, er et af de seneste eksempler.

Rockwool koncernen udvider i USA gennem partnerskab med Lowe's

Rockwool selskabet Roxul Inc. udvider kraftigt sin produkttilgængelighed i USA gennem et partnerskab med Lowe's. Fra 1. juli vil 227 forretninger i 13 stater begynde at føre Rockwool produkter, hvilket betyder, at østkysten er så godt som dækket.

Lowe's er verdens næststørste forhandler af byggematerialer med over 1725 forretninger i USA, Canada og Mexico. Hidtil har Rockwool isolering været tilgængelig som bestillingsvare, men vil altså fremover være at finde på hylderne i forretningerne.

"De amerikanske husejere ønsker en energieffektiv isolering af høj kvalitet, som kan give en bedre komfort end traditionelle, amerikanske produkter til beboelsesejendomme," siger Rory Moss, vicedirektør med ansvar for bolig- og interiørløsninger i Roxul Inc. Han fortsætter:

"Efterspørgslen på Rockwool produkter er steget støt gennem årene, så et partnerskab med en af de største forhandlere af byggematerialer vil gøre det muligt for os at imødekomme det voksende behov. Når Rockwool produkter kommer på hylderne hos Lowe's, betyder det, at husejerne kan købe produkterne så snart behovet opstår."

Slut med fodkolde børneinstitutioner

Ny EU energiplan: det offentlige skal fordoble energirenovering af offentlige bygninger. Dansk kommune viser, hvordan man sparer skatteydernes penge og reducerer CO₂-udslippet.

Mange børneinstitutioner landet over døjer med træk og dårligt indeklima i utidssvarende bygninger. Varme og skattekroner fosser ud af væggene, og forholdene kan også give problemer for helbredet.

Høje-Taastrup kommune tæt på København var ingen undtagelse. På trods af – eller måske på grund af – stramme offentlige finanser har den klimabevidste kommune nu indviet de første syv ud af i alt 27 institutioner i Danmarks måske mest ambitiøse projekt for energirenovering af daginstitutioner. Efter renoveringen vil varmeregningen typisk blive reduceret med 50-60 %, og i nogle af de over 30 år gamle børnehaver og vuggestuer bliver den sågar lavere end i flere nye institutioner. Dermed er der udsigt til en god forretning for kommunen.

Klima- og energiminister Lykke Friis var da også begejstret, da hun klippede båndet under indvielsen. For netop grundig og systematisk energirenovering af gamle bygninger bliver en krumtap i Danmarks indsats for at blive uafhængig af fossile brændsler – og for EU's ambition om at øge energi- og CO₂-effektiviteten.

Roser grøn vækst

”Vi skal energirenovere de gamle bygninger grundigt for at blive uafhængige af fossile brændsler og nedbringe vores CO₂-udledning. Det gælder også mange offentlige bygninger, hvor der er behov for energirenovering. Vi ved, at energi bliver dyrere i fremtiden, så det er meget positivt, når en kommune - frem for at bruge penge på store energiregninger - skaber lavere energiudgifter og bedre indeklima for borgerne. Disse energiteknologier er også i høj kurs i udlandet. Så ved at gå ambitiøst til værks kan vi skabe grønne jobs og gøde jorden for eksport af grønne løsninger,” siger klima- og energiminister Lykke Friis.

Sund forretning for kommunen

Med en samlet, langsigtet besparelse på cirka 240.000 kroner pr. institution vil ekstrainvesteringen tjene sig mere end rigeligt hjem takket været de lavere energiregninger – og det endda uden at kalkulere med sparet sygefravær.



Slut med fodkulde og energispild i børnehaven! Klima- og energiminister Lykke Friis indvier den første børnehave i Danmarks mest ambitiøse projekt for energirenovering af børneinstitutioner.



”Vi kan skabe bedre institutioner og oven i købet spare så meget dyr energi, at Høje-Taastrup Kommunes samlede udgifter over en årrække reduceres. Mange tror måske, at det er billigst kun lige akkurat at opfylde lovens minimumskrav til energibesparelse. Men ved at gå endnu længere, så forventer vi faktisk, at energimoderniseringen ikke alene giver bedre in-



deklina for vores børn og ansatte. Det bliver også en sund forretning for skatteborgerne. Og skulle energiprisen i fremtiden stige mere end 4 % om året, ja så kommer der sågar lidt flere penge i kommunekassen,” siger borgmester i Høje-Taastrup, Michael Ziegler.

Potentiale i energirenovering

Projektet er et fyrtårnsprojekt, og derfor har Rockwool koncernen valgt at støtte dokumentationen og kommunikationen af resultaterne.

”Hvis nogen tror, at dette projekt ”kun” har betydning for nogle få heldige lokale borgere, så tager de grundigt fejl. Energirenovering af eksisterende bygninger er højt på mange landes politiske dagsorden, for det har betydning for vores energisikkerhed, for vores konkurrenceevne og for vores klima. Den allerstørste opgave i fremtiden bliver at få energirenoveret eksisterende bygninger ned mod det ”næsten-nul-energi”-niveau, der om få år bliver standard for nye bygninger i EU. EU’s nyeste energiplan anbefaler derfor, at den offentlige sektor går forrest på dette område. Derfor er det vigtigt, at vi får konkrete projekter, som beslutningstagere fra mange lande kan besøge og lade sig inspirere af,” siger Rockwool koncernens CEO, Eelco van Heel.

Ny EU-plan: Det offentlige skal sætte turbo på energirenovering

EU har stor fokus på nødvendigheden af at gøre noget ved det alt for høje energiforbrug i vores bygninger og vil også gerne sætte fokus på den offentlige sektor. I den nyligt offentliggjorte plan fra EU Kommissionen om energieffektivisering anbefaler Kommissionen, at medlemslandene skal energimodernisere minimum 3 % af deres offentlige bygninger hvert år – mere end en fordobling af mange landes nuværende niveau. Det skal ske til en energiklasse, der er på niveau med de bedste 10 % af bygningerne på markedet. Det er et kvalitetskrav, som de renoverede daginstitutioner i Høje-Taastrup lever op til.

Facademarkedet viser fortsat vækst

Rockpanel koncernen har blikket rettet mod Europa, hvorfra fremtidens vækst på det attraktive marked for æstetisk facadebeklædning forventes at komme.

Fremgang trods trange tider for byggeindustrien for Rockpanel koncernen, som er en specialiseret enhed under Rockwool koncernen. Selv om finanskrisen også har sat sit præg på markedet for facadebeklædning, er det ikke nær så hårdt ramt som andre dele af byggeindustrien, herunder isoleringsmarkedet. Faktisk er beklædningsmarkedet vokset støt med 2-3 % de seneste år, og den positive udvikling forventes at fortsætte.

”For at udnytte dette momentum har vi iværksat en ambitiøs vækstplan, der skal være med til at øge salget og afdække nye markedsmuligheder i Europa,” siger Frank Weigelt, direktør for marketing og forretningsudvikling i Rockpanel koncernen.

”Vi mener, at det er et godt tidspunkt at øge vores internationale aktiviteter uden at miste fokus på eksisterende markeder. Vi kom ind på det franske marked sidste år, og efter en imponerende lancering i Rusland tidligere i år, har vi nu blikket rettet mod Polen, Spanien og Østrig.”

Den dyre ende af markedet

De innovative og farverige Rockpanel facadeløsninger er i mange år blevet brugt i Holland, Belgien, Danmark, Storbritannien, Schweiz og Tyskland til færdigbehandling af facader og til detaljer og funktioner omkring taget.

Ifølge Frank Weigelt skyldes den aktuelle positive udvikling især to ting: den øgede interesse for energieffektivitet og indeklima plus vækst inden for ventilerede konstruktioner. Rockpanel facadeløsninger er baseret på stenuld og har en række unikke egenskaber, som passer perfekt til de globale tendenser på beklædningsmarkedet.

”Vi er en nichespiller med fokus på kvalitetssegmentet inden for æstetisk facadebeklædning. Med udvidelsen vil vi især gå efter store projekter inden for skoler og uddannelsesområdet, sundhedssektoren, lejlighedskomplekser og byudvikling. Det er områder, hvor æstetik, brugervenlighed, bæredygtighed og høj kvalitet er helt afgørende, og hvor bygningsejere og arkitekter ikke vil gå på kompromis med hverken design eller byggematerialer,” fortæller Frank Weigelt.

Ny forretningsmodel

Rockpanel koncernen har hidtil betjent de eksisterende markeder via lokale Rockpanel organisationer. Men som led i virksomhedens vækststrategi og Rockwool koncernens strategi, kaldet Rock the Globe, vil virksomheden nu gå nye veje. Nu skal nye markeder erobres i samarbejde med Rockwool koncernens lande-enheder inden for isoleringsforretningen, som skal stå for de lokale salgs- og markedsføringsaktiviteter.



Rockpanel facadeløsninger giver en uendelig lang række muligheder for design. Pladerne er fremstillet af naturlige og bæredygtige råstoffer, og materialets unikke egenskaber sikrer en lang levetid for produkterne. Endvidere er pladerne nemme at montere og ekstremt nemme at vedligeholde.



“Denne forretningsmodel er en fordel for alle parter,” forklarer Frank Weigelt. “For os betyder det, at vi kan trække på de lokale og veletablerede Rockwool selskabers ekspertise og kontakter. De har i forvejen en stærk position på markedet, og det er en stor fordel i områder, som det ellers ville kræve mange kræfter at vinde fodfæste på.”

“Til gengæld kan de lokale Rockwool selskaber bruge vores ekspertise som en døråbner til arkitekter, entreprenører og

andre vigtige beslutningstagere. Det passer godt med Rockwool koncernens strategiske beslutning om at bevæge sig op i værdikæden og udvise kompetence inden for den samlede klimaskærm. Vi har arbejdet med dette segment i mange år og har derfor en omfattende forståelse for og know-how omkring denne del af det kommercielle marked,” siger Frank Weigelt.

Rockpanel lancering i Rusland

Med en højprofileret lancering på det russiske marked nåede Rockpanel koncernen en vigtig milepæl tidligere på året.

Rockpanel facadeløsninger bruges allerede i adskillige europæiske lande, og nu er turen kommet til Rusland, hvor Rockwool koncernen i forvejen er kendt for sine isoleringsprodukter af høj kvalitet.

Drevet af den lokale Rockwool organisation fandt den imponerende Rockpanel lancering sted i en gammel fabriksbygning, som nu ejes af en berømt arkitekt fra Moskva. Ideen var at holde præsentationen uformel og at fremhæve produkternes kvalitet gennem installationer og demonstrationsprojekter.

Frank Weigelt, direktør for marketing og forretningsudvikling i Rockpanel koncernen, udtaler: “Det russiske marked er meget interessant for vores selskab. Byggeindustrien i Rusland er i fuld gang med at komme sig efter krisen, så

det er et godt tidspunkt at tilbyde nye produkter og muligheder til vores potentielle kunder. Jeg er sikker på, at introduktionen af de æstetiske Rockpanel facadeløsninger i Rusland vil være til gavn for begge selskaber.”

Anton Kapustin, produktspecialist i Rockwool Rusland, tilføjer: “Med Rockpanel facadeløsninger i vores produkt-sortiment vil vi løfte selskabets image og skille os ud fra mere ordinære isoleringsleverandører. Facadepanelernes fordel er blandt andet en lang levetid, fleksibilitet og et fleksibelt design. De passer også godt sammen med tidens trends inden for æstetiske bygningsdetaljer og bæredygtighed. Med den stærke vægt på omkostningseffektivitet vil Rockpanel facadeløsninger helt sikkert tiltrække opmærksomhed fra russiske arkitekter og designere”.



'Så attraktiv kan din virksomhed blive'

Rockwool koncernen sigter direkte mod procesindustrien i en ny kampagne: isoler, spar energi og øg overskuddet.

Store selskaber inden for kemi- og petrokemiindustrien og olieraffinaderier kan spare mange penge ved korrekt isolering; de ved det bare ikke. Ejere, konstruktører og operatører på store industrielle anlæg kigger typisk kun på investeringsomkostningerne og glemmer at tage højde for den økonomiske gevinst ved lavere energiforbrug og reducere af CO₂-udledninger. Men hvis anlægget isoleres ordentligt, kan der spares millioner af euro, og investeringen er hurtigt tjent hjem igen.

"Selv om isolering af tekniske installationer – som for eksempel varmtvandsrør, kedler og tanke – kan være en rigtig god forretning med en hurtig tilbagebetalingstid, fortsætter procesindustrien med at spilde dyr energi og penge. Derfor tager vi nu teten for at vise, hvordan de omkostnings- og energieffektive løsninger både beskytter miljøet og virksomhedens investeringer," forklarer Frank Jacobs, administrerende direktør for den specialiserede forretningsenhed Rockwool Technical Insulation.

Skjult potentiale

Under overskriften 'Så attraktiv kan din virksomhed blive' vil Rockwool Technical Insulation forsøge at overbevise beslut-

ningstagere og isoleringsspecialister om det skjulte potentiale i procesindustrien. Det skal ske ved at sætte fokus på energieffektiv isolering.

"I dag står procesindustrien for cirka en fjerdedel af det globale energiforbrug samt 40 % af de samlede CO₂-udledninger. Selv om der er sket forbedringer i energiforbruget, og CO₂-intensiteten er faldet, bliver fremskridtene reduceret af den stigende industrielle produktion på verdensplan," siger Frank Jacobs. Han fortsætter:

"Selv om industrien allerede har gennemført store investeringer for at reducere energiforbrug og udledninger, er det skjulte potentiale ved eksisterende løsninger som isolering langt fra fuldt udnyttet. Ofte er isoleringen for tynd eller kun delvist gennemført. Så det er vigtigt, at nye anlæg bliver isoleret ordentligt, og at eksisterende anlæg bliver opgraderet."

I en nyligt offentliggjort rapport giver selskabet et eksempel på de potentielle besparelser i forbindelse med et 250 °C varmt rør, der som standard er isoleret med 50 mm isolering. Beregninger fra Rockwool Technical Insulation viser, at selv når meromkostningen regnes med, vil besparelsen på at øge isoleringslaget til 100 mm på et 10 km langt rør være over 2 millioner euro – baseret på det nuværende prisniveau og en forsigtig skønnet levetid på ti år.

Industrielle varmeprocesser overses

Kampagnen henvender sig også til de konstruktører, der træffer beslutninger om fabriksbyggeriet, for at fremhæve mulighederne for tykkere isoleringsløsninger.

"Procesindustrien arbejder ofte ved høje temperaturer på helt op til 600-700 °C, så sikkerheden har traditionelt set haft førsteprioritet for konstruktørerne. Men med stigende energipriser og strenge CO₂-reduktionsmål har beslutningstagerne brug for hjælp til at finde nye løsninger. Og det er lige netop denne kombination af arbejdssikkerhed og energieffektivitet, vi kan tilbyde industrien," afslutter Frank Jacobs.



Ny markedsleder i Asien

Rockwool koncernen forventer vækst i Asien i takt med den stigende velstand i regionen.

Handlen er lukket, og Rockwool koncernen er på et splitsekund blevet den største producent af stenuldsisolering på det asiatiske marked. Købet af stenuldsvirksomheden CSR Ltd. i december 2010 var en milepæl i koncernens Asien-eventyr.

“Men selv når de er lagt sammen, dækker Rockwool koncernen og CSR Ltd. kun en lille del af markedet. Så der er stadig meget at vinde,” siger divisionsdirektør Henrik Frank Nielsen, der har ansvar for det asiatiske marked.

Byggeboom i Asien

Det asiatiske isoleringsmarked er meget forskelligt fra Rockwool koncernens hovedmarkeder i Europa. Det asiatiske marked anslås at have en værdi af 2,5 mia. euro og er domineret af plastskumprodukter, som har en markedsandel på over 70 %. Stenuld og glasuld har henholdsvis 8 % og 12 %. Til sammenligning ligger det europæiske marked på 6,5 mia. euro, og her har plastskumprodukterne en markedsandel på 40-45 %, mens stenuld og glasuld hver har 25-30 %.

“Den gode nyhed er, at byggesektoren i Asien buldrer derudad, primært drevet af den høje økonomiske vækst i regionen. Det stiller krav om bedre levevilkår for befolkningen, og det er igen med til at påvirke efterspørgslen på vores produkter og løsninger i en positiv retning,” forklarer Henrik Frank Nielsen.

“Vi har et godt udgangspunkt i form af en meget stærk lokal organisation, der har fokus på rekruttering og førsteklasses uddannelse af medarbejderne.”

Drømmen om en bedre tilværelse har også sat gang i en migrationsbølge fra land til by, som breder sig hurtigere end noget andet sted i verden. I 2015 vil halvdelen af den kinesiske befolkning således være bosat i byområder, viser prognoser. Denne udvikling kræver massive investeringer i nye boliger, hospitaler, skoler samt erhvervs- og kontorbyggerier; og det vil være med til at stimulere interessen for byggematerialer af høj kvalitet, inklusive Rockwool isolering.

“Lovgiverne er desuden blevet mere bevidste om fordelene ved at bruge energieffektive bygninger til at imødegå manglende energiforsyning, høje energipriser og CO₂-udledninger. Så der er al mulig grund til at være optimistisk,” understreger Henrik Frank Nielsen.

Verdens hurtigst voksende markeder inden for byggeri ligger i Asien. Rockwool koncernen opkøbte i 2010 de asiatiske isoleringsaktiviteter i det australske konglomerat CSR Ltd., og det har styrket vores tilstedeværelse i regionen betydeligt.





Fordobler aktiviteterne i Asien

Med markedsudvidelsen i Asien har Rockwool koncernen sat et ambitiøst mål om at fordoble sine aktiviteter i regionen over de næste fem år. Integration af de to selskaber er en forudsætning for, at det lykkes.

“Vi har blandt andet lavet en effektivitetsplan for fabrikkerne, og salgsstyrken arbejder på højtryk for at nå målene. Vi er allerede markedsledere inden for teknisk isolering i regionen, men satser på at blive endnu stærkere på dette område. Vi går også efter at styrke og udvikle vores position inden for bygningsisolering i Kina, Malaysia og Singapore, ligesom vi har fokus på at opdyrke nye markeder med Indien som det vigtigste eksempel.”

“Vi har et godt udgangspunkt i form af en meget stærk lokal organisation, der har fokus på rekruttering og førsteklasses uddannelse af medarbejderne. Vi ønsker at være kendt for vores høje produktkvalitet, tekniske know-how, gode salgsevner og markedskendskab. En anden grundpille i vores strategi er at udøve lobbyvirksomhed og deltage aktivt i det offentlige rum. Det skal ske ved at samarbejde med regeringer og myndigheder om at fastsætte standarder og regler, der sikrer en god isolering og brandsikring af bygninger,” siger Henrik Frank Nielsen.



Koncernchef Eelco van Heel møder den russiske premierminister Vladimir Putin.

Rockwool koncernchef møder Putin

Den russiske premierminister Vladimir Putin var i april på sit første officielle møde i Danmark, hvor han mødte koncernchef i Rockwool koncernen, Eelco van Heel.

Putin var i København for at møde blandt andre dronning Margrethe og statsminister Lars Løkke Rasmussen. Øverst på den politiske dagsorden stod mulighederne for at øge det kommercielle samarbejde og danske investeringer i Rusland.

Under besøget mødte Putin også en mindre gruppe danske topchefer ved en uformel middag. Ved denne lejlighed fik Eelco van Heel mulighed for at tale direkte med Putin og Lars Løkke Rasmussen om behovet for energieffektivitet i bygninger og Rockwool koncernens investeringer i Rusland.

Et marked i vækst

Rockwool koncernen betragter Rusland som et interessant marked med masser af potentiale. Det russiske isoleringsmarked viste solid vækst i 2010, og Rockwool koncernen er i gang med at bygge sin fjerde fabrik for at imødekomme den stigende efterspørgsel på bedre indeklima og energieffektivitet i bygninger. Den nye fabrik er placeret i Volga-regionen og forventes at være klar til produktion i første halvdel af 2012. De tre eksisterende Rockwool fabrikker er placeret tæt på Moskva og St. Petersburg samt i Ural-regionen.

Registrer din e-mail adresse på vores aktionærportal

For at kunne modtage information fra Rockwool International A/S elektronisk bedes du registrere din e-mail adresse på vores aktionærportal:

1. Gå til <http://www.rockwool.com/investor/shareholder+portal>
2. Log på aktionærportalen
3. Indtast dit depotnummer (VP-kontonummer)
4. Indtast din adgangskode
5. Vælg fanebladet "Indstillinger"
6. Indtast din e-mail adresse

Du vil nu modtage en e-mail, som beder dig bekræfte, at dette er din e-mail adresse. Når du har bekræftet din e-mail adresse, vil du kunne vælge hvilke informationer, du ønsker at modtage pr. e-mail (vælg for eksempel fanebladet "Aktiebog" og derefter "Publikationer etc.").

Yderligere information omkring elektronisk kommunikation findes på vores hjemmeside under "Investor" sektionen.

www.rockwool.com