



ROCKWOOL NEWSLETTER

Royalt besøg hos Rockwool Rusland

Dronning Margrethe II fik en varm velkomst fra Rockwool koncernchef Eelco van Heel i Rusland. Læs mere i dette nummer af Rockwool Newsletter, hvor du også kan læse om nyt markedspotentiale i Tyskland, den gode start i Kina og koncernens investering i innovation.

ROCKWOOL[®]
FIRESAFE INSULATION



Forsigtighed, ja, men ingen grund til panik

De sorte makroøkonomiske skyer, som (igen) viste sig i foråret i USA og Europa, er hen over sommeren begyndt at dominere himlen. Indtil nu har Rockwool koncernen ikke oplevet nogen negative virkninger af denne nye krise. Det har givet anledning til den årsprognose, der blev indgivet til Københavns Fondsbørs den 24. august, med en forventning om en vækst på 15 % og et nettoresultat på DKK 550 millioner. Alligevel ruster vi os, så vi er forberedte på den mulighed, at det meget omtalte dobbelte dyk vil ramme de europæiske og nordamerikanske isoleringsmarkeder i 2012. Igen vil koncernen skulle træde varsomt på sine traditionelle markeder – både hvad angår styring af de faste omkostninger, investeringsudgifter og likviditeten – samtidig med at vi holder et vågent øje med de muligheder, der er til stede på vore vækstmarkeder.

For at gøre dette vil vi lægge stor vægt på at forbedre vor bruttoavance. Vi er nået et godt stykke med at udligne mere end halvdelen af den indkomne inflation gennem øgede salgspri- ser, men vi har en ambition om at gøre det endnu bedre – hvis markedsvilkårene tillader det.

Koncernen udvikler sig positivt i takt med udrulningen af Rock the Globe-strategien. Rock the Globe fokuserer på vore markeder og kunder. Vi har re-organiseret vor salgssindsats og markedsføringsaktiviteter – nationalt såvel som internationalt – så vi kan servicere vore eksisterende og nye kunder endnu bedre. Vi har udviklet nye servicetilbud og værktøjer – der bakkes op af omfattende intern uddannelse – til at understøtte vore tiltag. De første reaktioner fra markedet er positive. Jeg havde fornøjelsen af personligt at efterprøve dette udsagn i forbindelse med et nyligt tre-dages besøg i Benelux – og konklusionen er: Vi gør store fremskridt!!

Rock the Globe-initiativet blev primært udviklet for at omstrukturere og forbedre koncernens markedstilgang på vore

traditionelle markeder i Europa. I denne del af verden har vi brug for det højeste mulige niveau af innovation og entreprenørånd for at tage stik hjem på disse markeder, som allerede er mættede, og som vil blive påvirket negativt af de kommende nedskæringer på de offentlige budgetter og de mange konsekvenser heraf.

I mellemtiden oplever vi, at vor strategi med at lægge vore æg i flere kurve og blive en sand global virksomhed bærer frugt.

Byggeaktiviteten i Rusland er fortsat høj, og vor isoleringssalg støttes af de offentlige forvaltningspres for at få en strammere lovgivning omkring bygningers termiske og brandmæssige egenskaber. I september måned havde Rockwool Rusland æren af at tage imod Dronning Margrethe, som var på et omfattende besøg på fabrikken i Zheleznodorozhny nær Moskva. Arrangementet var en del af et fem dage langt statsbesøg i Rusland med deltagelse af tre medlemmer af kongefamilien. At dronningen valgte at besøge vor fabrik, er et klart udtryk for vigtigheden af Rockwool koncernens tilstedeværelse på det russiske marked.

Gennem de sidste par måneder har vi haft mange vigtige besøg af kinesiske delegationer på vort hovedkontor i Hede- husene – repræsentanter for myndigheder på højt niveau, eksperter fra alle områder af byggebranchen og repræsentanter fra forskellige brancheorganisationer. Denne øgede opmærksomhed på fordelene ved stenuld er en konsekvens af, at de statslige kinesiske myndigheder siden starten af året formelt har indset, at ikke-brandbar isolering (stenuld) er et stort aktiv i indsatsen for at begrænse skaderne efter ildebrande, både i forhold til at reducere de materielle skader og redde menneskeliv.

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®, Rockpanel®, Rockfon®, Grodan®, Aerorock®, RockShell® og Rockshield® 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



Klar til **gør det selv**-folket

Rockwool koncernen går efter at få en større del af det enorme gør det selv-marked med et nyt 'all-inclusive'-koncept.

Du møder dem hver weekend i de store byggemarkeder, der har spredt sig over hele Europa – tusinder af gør det selv-entusiaster, som søger inspiration og de helt rigtige løsninger – også isolering – til renovering af dette og hint i deres hjem. Gør det selv-folket er ikke specialister, så de er glade for enhver hjælp og rådgivning, de kan få fra professionelle, der ved, hvad de snakker om. Og hvis hjælpen også kan være tilgængelig, når de kommer hjem med deres indkøb, så er det et ekstra plus.

”Grundig research viser, at gør det selv-markedet i Europa rummer masser af muligheder for isoleringsbranchen. Mulighederne venter bare på at blive udnyttet. Ved at investere i denne meget attraktive sektor forventer vi, at vi kan øge vores markedsandel betydeligt og bygge et stærkere Rockwool brand op med en stærk appel til gør det selv-folket,” siger Erwin Prins, som er en af hovedarkitekterne bag koncernens nye DIY strategi.

Vigtigt element i vækststrategi

Investeringen i gør det selv-markedet er et vigtigt element i den vækststrategi, der skal gøre koncernen til en førende aktør inden for energieffektivitetsbranchen. Historisk har virksomheden fokuseret på 'business-to-business'-markedet i Europa, og gør det selv har stået længere nede på listen.

Erwin Prins forklarer: ”Rockwool koncernen har i mange år haft en stærk position på det nordamerikanske gør det selv-marked. Her har vi med succes formået at påvise stenuldsisoleringens

unikke egenskaber – termisk isolering, brandbeskyttelse, vandafvisning og lydabsorption – plus den ekstra gevinst, at det er et bæredygtigt materiale med vedvarende effekt. Koncernen har også vundet solidt fodfæste på det store russiske gør det selv-marked, som for tiden er i kraftig vækst. Så det er med afsæt i erfaringerne fra disse lande, vi nu forbereder lanceringen af et nyt gør det selv-initiativ med international appel.”

'All-inclusive'-koncept

Hovedfokus for de nye markedstiltag er at hjælpe kunderne med at vælge det rigtige isoleringsmateriale hurtigt, med eller uden gør det selv-personalets medvirken, og at bistå byggemarkederne med at sælge så mange produkter som muligt. Produktdemonstrationer i butikken er et hovedelement i strategien for at gøre det nemmere for gør det selv-kunder at renovere deres egne hjem med ”the better insulation”, som det slogan lyder, der anvendes til at markedsføre koncernens produkter i Nordamerika.

Ud over produktdemonstrationer omfatter gør det selv-tiltaget et skræddersyet produkt, ny emballage med trin for trin-brugsanvisning, brochurer, gør det selv-website med online support, QR-koder (stregkoder, man kan scanne med sin smartphone og derved få links til nyttig information på internettet) og mange andre tiltag.

Det nye gør det selv-tilbud havde premiere i Benelux-landene for nylig, og flere andre markeder er under forberedelse.



Rockwool koncernen rustet sig til for at komme tættere på kunderne på gør det selv-markedet i Europa.

Atomkraft?

Nein danke!

Tysklands beslutning om at udfase atomkraft inden udgangen af 2020 er godt nyt for at opnå energibesparelser – og for Rockwool koncernens salg af isolering på dette vigtige marked.

I forvejen er Tyskland et af Rockwool koncernens vigtigste markeder med 15 % af det samlede salg. Nu åbner der sig imidlertid et endnu større markedspotentiale i de kommende år for Rockwool Tyskland takket være det tyske farvel til atomkraft.

”Det er nu vigtigere end nogensinde at skære ned på elforbruget og energispildet. Den tyske regering har sat sig nogle ambitiøse mål om at spare energi og reducere CO₂-emissionerne. Uden atomkraft kan disse mål kun nås, hvis de tyske bygninger bliver energieffektive så hurtigt som muligt. Bedre isolering af bygningerne er en vigtig del af denne løsning,” forklarer Volker Christmann, administrerende direktør for Rockwool Tyskland.

Stjæler billedet

Tyskland har en lang tradition for at fremme energirenovering

af gamle og utilstrækkeligt isolerede bygninger gennem støtteordninger og lavrentelån – ordninger, der har vist sig særdeles effektive. Det har gjort Tyskland i stand til både at generere lokale arbejdspladser, reducere energiforbruget og nedbringe sit CO₂-udslip. Selv om en lov om renovering for nylig blev nedstemt af politikerne, er Tyskland stadig et af de lande, der mest helhjertet støtter bygningsejerne i at energirenovere deres huse og lejligheder.

Volker Christmann siger: ”Vi forventer en yderligere stigning i efterspørgslen på isoleringsmaterialer fra såvel boligsegmentet som industrisektoren, hvor det er helt afgørende at minimere energiudgifterne. Efter min vurdering vil Rockwool Tyskland nyde godt af udviklingen i højere grad end andre aktører; især fordi Rockwool isoleringens brandbeskyttende egenskaber spiller en central rolle i opførelsen af erhvervs- og industribygninger. I Tyskland stjæler Rockwool isoleringen



Rockwool koncernen har leveret isolering til en række store byggeprojekter i Tyskland. Et aktuelt eksempel er renoveringen af det ikoniske U-tårn i Dortmund – en tidligere bryggeribygning, som nu er omdannet til kreativt kulturhus.



Den tyske kansler Angela Merkels exit-strategi fra atomkraft øger behovet for energieffektivitet i bygninger og skaber dermed nye markedsmuligheder for Rockwool koncernen.

billedet med sine unikke egenskaber, når som helst og hvor som helst der er et behov for termisk isolering, lydisolering og brandbeskyttelse.”

Tæt på kunderne

Rockwool Tyskland tilbyder en bred vifte af produkter og løsninger til ejere af huse og beboelsesejendomme, men virksomhedens succes på markedet skyldes også andre faktorer.

”Vi har haft tætte relationer til arkitekter, planlæggere, entreprenører og leverandører i årevis. Det har sikret os et ekstremt positivt og solidt image hos kunderne,” siger Volker Christmann. Han fortsætter:

”I Tyskland er produktionskapaciteten for mineraluld enorm. Det er ikke længe siden, der kom en ny glasuldsproducent på markedet, og derfor er prissætningen på markedet tilsvarende aggressiv. For at bevare og styrke Rockwool Tysklands position på markedet skal vi arbejde endnu hårdere på det, vi er bedst til: At bevare de tætte og venskabelige relationer med vores kunder og hjælpe dem med at løse deres problemer. Ved at fortsætte sådan kan vi på langt sigt sikre os, at ingen vil have lyst til at operere uden Rockwool Tyskland som en pålidelig partner ved deres side.”

Fra innovation til markeds-succes

Lanceringen af Aerorock isolering i 2010 har styrket Rockwool brandet på det tyske marked.

I Tyskland er der en stærk og kontinuerlig efterspørgsel på effektive isoleringsmaterialer, især til renoveringsprojekter. Rockwool Tyskland har derfor taget teten ved at udvikle nye produktionsmetoder og materialekombinationer.

Koncernens Aerorock løsning til indvendig efterisolering af ydervægge er et godt eksempel på den innovative tilgang til markedet, som er en vigtig del af koncernens vækststrategi. Aerorock isolering, baseret på stenuld og aerogel, er et ekstremt tyndt, men alligevel højisolerende produkt, hvilket gør det til den perfekte løsning til eksisterende bygninger med arkitektonisk værdi eller bevaringsværdige facader.

”Mange af vores kunder har allerede indset disse fordele og anbefaler aktivt Aerorock isolering til deres kunder. Det kom som lidt af en overraskelse for vores konkurrenter, og de har prøvet at tage udfordringen op, men deres produkter til indvendig efterisolering er langt bagefter,” siger Volker Christmann, administrerende direktør for Rockwool Tyskland.

For at imødekomme den stigende efterspørgsel på Aerorock isolering er Rockwool Tyskland i gang med at øge produktionskapaciteten, hvilket også vil give mulighed for at udvide produktporteføljen inden for denne kategori.

God start i Kina

Salget af Rockwool isolering i Kina overgår alle forventninger, og det har sat gang i overvejelserne om en udvidelse.

”Der er ingen tvivl om, at vi kunne mangedoble salget i Kina, hvis vi havde kapaciteten til det. Med kun en fabrik i regionen er vi i øjeblikket nødt til at importere stenuld fra Europa for at kunne holde bare nogenlunde trit med efterspørgslen. Det er både bøvellet og dyrt, så ja, vi kigger på muligheden for en udvidelse ved at bygge endnu en fabrik. Men jeg vil gerne understrege, at der ikke er truffet nogen endelige beslutninger endnu.”

Sådan lyder meldingen fra divisionsdirektør Henrik Frank Nielsen, der er den øverste ansvarlige for Rockwool koncernens aktiviteter i Asien. Det er et forretningsområde, der har fået et markant løft med købet af de asiatiske isoleringsaktiviteter i det australske konglomerat CSR Ltd for et lille års tid siden. Det gælder ikke mindst i Kina, der i disse år oplever et sandt byggeboom. Det har afstedkommet en massiv efterspørgsel på byggematerialer af høj kvalitet, som også Rockwool koncernen mærker.

Rift om Rockwool produkter

”Det er naturligvis meget positivt, at der er rift om vores produkter, og der er al mulig grund til at glæde sig over den start, vi har fået i Kina. Men desværre må vi også erkende, at vi er havnet i en situation, hvor vi har mere end svært ved at følge

”En række brandtilfælde inden for de seneste fem år har fået de kinesiske myndigheder til at vågne op og kigge reglerne for brandsikkerhed efter i sømmene.”

med efterspørgslen. Vi har i de sidste mange måneder måttet melde alt udsolgt, og det er altså hamrende ærgerligt at være nødt til at afvise kunder, der står og banker på og vil ind i butikken,” siger Henrik Frank Nielsen. Og han fortsætter:

”Det har hele tiden stået klart, at der var et kæmpe potentiale for vores produkter i Kina. Men at tingene skulle komme til

at gå så stærkt, havde ingen i deres vildeste fantasi forestillet sig. Selvfølgelig er tanken om at udvide forretningen besnærende, men det kræver store investeringer og er heller ikke helt risikofrit. Så der er mange ting, der skal med i overvejelserne, inden det bliver besluttet, hvad der videre skal ske.”

Drømmen om et bedre liv

Kimen til den overvældende succes for Rockwool koncernen ligger i den høje økonomiske vækst, der i disse år kendetegner Kina. Opsvinget har udløst en omfattende folkevandring, hvor drømmen om en bedre tilværelse hvert år får millioner af kinesere til at søge mod de store byer. I kølvandet på denne urbaniseringsbølge fra land til by følger et massivt behov for investeringer i nye boliger, hospitaler, skoler, erhvervs- og kontorbyggeri med videre, og det er med til at skubbe efterspørgslen på byggematerialer i vejret.

”Samtidig er Kina som alle andre lande ramt af manglende energiforsyninger, høje energipriser og stigende krav til CO₂-udledninger. Derfor er der stor fokus på miljø- og energirigtigt byggeri, og det er med til at stimulere interessen for vores produkter,” siger Henrik Frank Nielsen.

Brandsikkerhed i bygninger

Der er dog en ting, der mere end noget andet har været med til at slå hul i markedet for Rockwool koncernen, og det drejer sig om brandsikkerhed i bygninger.

”En række brandtilfælde inden for de seneste fem år har fået de kinesiske myndigheder til at vågne op og kigge reglerne for brandsikkerhed efter i sømmene. Normer og byggestandarder har ikke fulgt med den voldsomme urbanisering, og mange sætter spørgsmålstegn ved både hastigheden og kvaliteten af de materialer, der bygges med,” siger Henrik Frank Nielsen.

Bygningsmaterialer reagerer meget forskelligt på høje temperaturer eller brandpåvirkning, og det gælder også for isoleringsmaterialer. Rockwool stenuld er et ubrændbart isoleringsmateriale, som tåler over 1000 °C uden at smelte, og det har både myndigheder og producenter nu fået øjnene mere og mere op for.



Mangel på energi, CO₂ og luftforurening, brande i bygninger med dårlig brandsikkerhed – der er et stort behov for kvalitetsisolering i verdens hurtigst voksende økonomi, Kina.

”Efter en tragisk højhusbrand i Shanghai sidste år er der sket en opstramning af byggereglementet med nye standarder for isolering og brandbeskyttelse”

”Efter en tragisk højhusbrand i Shanghai sidste år er der sket en opstramning af byggereglementet med nye standarder for isolering og brandbeskyttelse, hvilket har været med til at stimulere efterspørgslen på vores produkter i en positiv regning. Samtidig oplever vi også en stigende interesse fra myndighedernes side om at arbejde tættere sammen om at fastsætte standarder og regler, der sikrer en god isolering og brand-sikring af bygninger, så det lover godt for fremtiden,” slutter Henrik Frank Nielsen.



Tilbage på sporet i Polen

Efter nogle svære år har Rockwool koncernen fundet tilbage på vækstspreet i Polen. Købet af virksomheden FAST åbner døren for nye muligheder.

FAST er en af de førende leverandører af systemer på det polske marked for udvendig facadeisolering. Det er en isoleringsløsning, som er blevet meget populær i Central- og Østeuropa, men markedspotentialet er langt fra fuldt udnyttet endnu. Derfor er købet af FAST et godt sted at starte for Rockwool koncernen for at få yderligere udbytte af markedsmulighederne.

”Som en del af Rockwool koncernens målsætning om at udvikle flere systemløsninger er det en central del af strategien at se på muligheden for at overtage andre virksomheder med interessante teknologier, som kan kombineres med vores stenuld. Med købet af FAST har vi opnået netop det og samtidig skabt en vigtig vækstplatform på markedet for udvendig facadeisolering,” siger Andrzej Kielar, administrerende direktør for Rockwool Polen.

Solide tegn på bedring

Rockwool koncernen er tilbage på sporet i Polen efter nogle svære år i skyggen af den globale finanskrise. Grundlaget er

godt, for selv om krisen har kunnet mærkes i hele sektoren for byggematerialer på grund af den massive nedgang i investeringer i byggeprojekter, har Rockwool Polen været i stand til at fastholde et relativt højt salg.

Nu er der solide tegn på, at det polske marked er i bedring: ”Vi er stadig langt fra byggeboomet i 2007, men vi er helt sikkert på vej i den rigtige retning,” siger Andrzej Kielar.

Sparer energi og penge

En af hovedårsagerne til den positive udvikling i Polen er den stigende bevidsthed om behovet for energieffektivitet i bygninger. Som mange andre lande i Central- og Østeuropa er Polen berygtet for sit energispild. En ny rapport viser, at Polen rent faktisk er det mindst energieffektive land i EU – men det kommer måske til at ændre sig nu. Stigende gas- og elektricitetspriser sammen med stadigt strengere energikrav motiverer flere og flere mennesker til at undersøge, hvordan de kan spare både energi og penge.

Polske FAST bliver en del af Rockwool koncernen

For at etablere en position i det hurtigt voksende marked for facadeisoleringssystemer, har Rockwool koncernen indgået aftale om at erhverve alle aktiviteter i den polske virksomhed FAST sp. zo.o. FAST er en af de førende system-udbydere på det polske marked for facade-isoleringssystemer. I 2010 genererede FAST en omsætning på DKK 94 mio. og havde 90 ansatte.

”Med købet af FAST har vi fået adgang til kerneteknologier indenfor coating og pudsproduktion samt indfarvningsteknikker. FAST har et stærkt brand og et glimrende distributionsnetværk. Disse faktorer er afgørende for videre promovning af facadeisoleringssystemer og for at øge andelen af Rockwool stenuld inden i disse systemer,” siger Divisionsdirektør Theo Kooij.

Markedet for facadeisolering vokser hastigt på grund af fokus på energieffektivitet i byggebranchen. Energire-

novering af den eksisterende bygningsmasse – specielt i Central- og Østeuropa – opnås ofte ved at tilføje et facadeisoleringsslag til den eksisterende ydermur. For øjeblikket er den mest almindelige isoleringstype indenfor dette segment skumplast isolering, og det er Rockwool koncernens strategiske mål at ændre dette.

”Med dette opkøb sigter vi mod at øge brugen af stenuld løsninger, og begynder med Polen. Rockwool facadesystemer tilbyder i dag beskyttelse mod kulde, varme, støj og forbedret brandbeskyttelse, men fordelene ved vores totalløsning reflekteres ikke i vores nuværende markedsandele. Med de stærke komplementære teknologier hos FAST, vil vi være i stand til at øge vores andel af dette hurtigt voksende segment indenfor bygningsisolering,” slutter Theo Kooij.



Rockwool koncernen er allerede en førende aktør på det polske isoleringsmarked med et velkendt og stærkt brand. Efter købet af FAST er vi klar til at gå efter en endnu større bid af kagen.

”Opkøbet repræsenterer et kæmpe potentiale for vores virksomhed og er selvfølgelig en meget positiv udvikling. Konkurrencen er dog stadig hård, ikke bare fra andre isoleringsproducenter, men også fra andre områder, som f.eks. vedvarende energikilder samt producenter af varmesystemer

og vinduer. Derfor har vi en stor udfordring foran os i forbindelse med at øge bevidstheden om fordelene ved isolering og markedsføre de enestående fordele ved vores produkter og systemer,” siger Andrzej Kielar.



Quiet – please!

En gruppe borgere i London kan takke en stærk kombination af forskellige Rockwool teknologier for, at de nu kan nyde lyden af stilhed. Støjbekæmpelse med stenuld er big business.

De fleste af os lever travle og støjfyldte liv, så når vi kommer hjem og lukker hoveddøren bag os, vil vi gerne have lidt fred og ro – men moderne byggeteknikker, hårde gulve og larmende børn kommer ofte på tværs. Og bor du i lejlighed, rækkehus, et livligt kvarter eller i et trafikplaget område, skal du måske ikke alene leve med din egen støj, men også med andres.

”Hvis du blev bedt om at udpege en bygning, du tror, er godt lydisoleret og beskytter sine beboere mod støj, så vil det første, du tænker på, nok ikke være et 24 etagers betonbyggeri fra 1960’erne lige ud til en hovedvej i det vestlige London,” siger Paula Bateman, Corporate Affairs Director i Rockwool UK. Hun fortsætter:

”Men tre boligblokke fra 1960’erne – som tilsammen udgør Edward Woods bebyggelsen – undergår lige nu radikale ændringer i et af de mest omfattende energirenovierungsprojekter for etagebyggeri i Storbritannien. På grund af sidegevinsten med reduceret støj for beboerne lovpriser projektet som et eksempel til efterfølgelse i andre lignende etagebyggerier.”

Forbedrer livskvaliteten

Som mange tilsvarende bygninger rundt om i verden blev de 70 meter høje betonbygninger opført i 1960’erne (1968 for at være præcis), og hver enkelt tæller 176 uisolerede lejligheder. Den udsatte placering har betydet, at bygningerne over de sidste 40 år er blevet nedslidte og i dag fremstår med huller og revner i murværket, som giver anledning til yderligere støjgener og forringet energieffektivitet i bygningerne.

Lokalrådet i bydelen Hammersmith and Fulham, som ejer bygningerne, ønskede at gøre noget ved problemerne og samtidig gøre beboelsejendommene mindre støjende, varmere og mere komfortable at bo i. Til dette formål valgte byrådet Rockwool UK som sin isoleringspartner.

Renoveringsarbejdet forventes færdiggjort i 2012, hvor Edward Woods-ejendommene vil være forvandlet til attraktive, moderne bygninger, når deres grå betonydre er blevet beklædt med udvendig isolering af højeste kvalitet.

Projektet støttes af The Noise Abatement Society, som er en organisation, der siden 1959 har arbejdet for at øge fokus på støjforurening og på at finde løsninger til at bekæmpe problemet. Administrerende direktør Gloria Elliott siger: "Støjforurening har en enorm betydning for folks glæde ved deres hjem, deres sundhed og velvære. Ved at forbedre isoleringen i bygninger som Edward Woods-ejendommene øger man samtidig beboernes livskvalitet betragteligt. Renoveringen viser, hvad man kan gøre for at forvandle bygninger fra støjende, energiineffektive og kolde konstruktioner til bedre steder at bo. Vi håber, at flere lokalråd vil kigge på, hvor vellykket projektet er og tage lektien med til andre højhusprojekter."

Alt dette – OG brandbeskyttelse

For lokalrådene i London er renovering også højt på dagsordenen af andre årsager. Rockwool isoleringen, der blev brugt, giver ikke kun akustisk og termisk isolering, men også brandbeskyttelse i brandklasse A1 – noget som er af allerhøjeste prioritet for mange lokalråd, efter at man har oplevet et antal alvorlige brande i højhuse.

"I 2009 formulerede London-borgmesteren Boris Johnston sin vision for nybyggede boliger i London Housing Design Guide. Den fastslår, at akustisk isolering er en nøglefaktor ved nybyggeri af lejligheder på linje med minimumsstandarder for antal

kvadratmeter og energieffektivitet. Dette projekt viser, at hvis bygherrerne kombinerer kampen mod klimaforandringer med støjreduktion i bygninger, så kan gevinsten være meget stor, hvad angår sundhed og velvære både for beboerne, bysamfundene og planeten," konkluderer Paula Bateman.



Rockwool koncernen spiller en central rolle i den omfattende renovering af Edward Woods bebyggelsen, som er et vartegn i det vestlige London.

Rockwool isolering fra top til bund

For at sikre, at projektet kan leve op til kravene til akustisk og termisk isolering, har Rockwool leveret UK 10.000 m² Rockshield External Wall Insulation, som nu beklæder nord- og sydsiderne af bygningerne. I den udvendige isolering er der ydermere blevet integreret 318 fotovoltaiske solpaneler, der genererer 82.000 kWh elektricitet, som forsyner lyskilder og elevatorer på fællesarealerne.

Højresistente Rockpanel facadepaneler er ved at blive installeret på øst- og vestfacaderne af bygningerne, hvor

de skal sikre yderligere støj- og varmeisolering til gavn for beboerne. I Edward Woods-projektet valgte beboerne hvide paneler, som vil forvandle bygningerne fra at være et eksempel på 1960'ernes triste, grå beton til at blive et vartegn for boligudviklingen i bydelen.

Desuden har Rockwool UK leveret akustisk og termisk isolering til hulmur og loft. Der installeres akustiske Rockfon loftplader, og bygningens struktur repareres for at forbedre indeklimaet og nedbringe fugtniveauet i lejlighederne.

Gode idéer skaber vækst

Rockwool koncernen satser stort på innovation og idéudvikling som vejen til vækst i et turbulent marked.

”Vi vil være kendt i markedet som en kundeorienteret virksomhed, der udvikler værdiskabende produkter, systemer og løsninger. Derfor sætter vi nu turbo på innovation og idéudvikling.”

Sådan lyder budskabet fra udviklingsdirektør Steen Lindby, der står i spidsen for koncernens nye store innovation-satsning. Udvikling af ny teknologi er en af grundpillerne i en ny vækststrategi, som skal bringe Rockwool koncernen helt frem blandt verdens førende energivirksomheder. Samtidig har virksomheden slået ind på en ny kurs, hvor der ikke bare er fokus på isolering, men på hele bygningens klimaskærm – det vil sige tag, vinduer, fundament og facade.

”Vi står midt i en brydningstid med nye byggereglementer, et presset energimarked og øget fokus på bæredygtighed. Det kommer til at ændre måden, vi bygger på, dramatisk i løbet af det næste årti, og derfor er det afgørende at være på forkant og tænke langsigtet,” siger Steen Lindby.



En helt ny generation super-lav-energi-vinduer med Rockwool teknologi i rammen er nu på markedet. Konceptet er udviklet i tæt samarbejde med en stor dansk vinduesproducent og er et glimrende eksempel på koncernens fokus på kundedrevet innovation.

De vigtigste prioriteter

Rockwool koncernen har således gang i flere store udviklingsprojekter, der skal være med til at styrke virksomhedens position i markedet. Steen Lindby skitserer her de vigtigste prioriteringer:

”Vi oplever i øjeblikket en stor efterspørgsel på løsninger, der gør det nemmere og billigere at bygge miljørigtigt. Derfor kigger vi blandt andet på mulighederne for at lave præfabrikerede løsninger og produkter målrettet energirenovering. Men også løsninger, der kan reducere energitab fra døre og vinduer, er et område med store muligheder. Vi er desuden tæt på et gennembrug inden for vores hovedforretning, som er isolering af flade tage, ligesom vi er nået langt med et nyt system til facadeisolering. Sidst men ikke mindst ligger der også en opgave i at sikre, at også vores eksisterende produkter kan matche fremtidige krav og behov.”

”I forhold til produktionsprocesserne på vores fabrikker skal vi sikre, at vi også i fremtiden kan leve op til de stadig strengere miljøkrav produktionsvirksomheder. Mulighederne for at anvende andre energikilder end koks i vores fremstillingsprocesser er også noget, vi bruger mange ressourcer på. De høje kokspriser har stor betydning for indtjeningen, og det vil virkelig kunne mærkes på bundlinjen, hvis vi kan finde og implementere alternative energikilder.”

Byggeri under forandring

Byggesektoren er traditionelt meget konservativ, og der har i mange år været langt mellem de reelle nyskabelser i markedet. Det hænger til dels sammen med den nærmest eksplosive vækst i byggesektoren, som før finanskrisen skabte stor efterspørgsel på byggematerialer.

”I den periode blev kræfterne først og fremmest brugt på at optimere produktionsapparatet og sikre, at der var kapacitet nok til at følge med efterspørgslen. Men med finanskrisen og den efterfølgende nedtur inden for byggeriet blev der luft til at trække skuffen med alle de gode idéer ud, som skal bane vejen for vækst fremover,” siger Steen Lindby.



Fra idé til marked

Rockwool koncernens nye innovations-satsning har allerede sat sine tydelige spor i markedet. Særlig to løsninger vækker opmærksomhed: Det supertynde isoleringsmateriale Aerowool og det komplette byggesystem RockShell.

Om Aerowool isolering:

Aerowool er et banebrydende nyt isoleringsmateriale, der består af stenuld og aerogel baseret på nanoteknologi. Rockwool koncernen er de første i verden med denne type isoleringsmateriale, som er velegnet til både nybyggeri og renovering. Den første produktserie fremstillet af Aerowool er beregnet til indvendig isolering, hvor pladsen er trang. Det gælder blandt andet fredede og bevaringsværdige bygninger, hoteller, kontorer og etageejendomme i tæt bebyggede områder. Denne produktserie er lanceret under navnet Aerorock isolering i Tyskland, Spanien og Frankrig, og flere markeder er i pipeline.

Om RockShell systemet:

RockShell er en helt ny måde at bygge huse på, idet isoleringen indgår som bærende element i konstruktionen. Med RockShell systemet er det blevet nemmere, hurtigere og billigere at bygge huse, der samtidig lever op til de stadig større krav til energieffektivitet i bygninger. RockShell er især velegnet til lavt byggeri og passer til alle typer standard-byggelementer, såsom tagløsninger, vinduer, døre og forskellige typer overfladebeklædning. RockShell blev lanceret i Tyskland i 2011 og er også på vej ud i Storbritannien, Skandinavien og Holland.

Slip kræfterne fri

For at geare koncernens forsknings- og udviklingsafdeling til den nye innovations-satsning er der på iværksat en større forandringsproces, som både handler om arbejdsgange og kultur. Afdelingen tæller cirka 60 ingeniører og andre højtuddannede specialister, og i Steen Lindbys optik er Rockwool koncernen lige nu et af de mest spændende steder, man kan være ansat, hvis man går med en opfinder i maven.

”Vi har blandt andet strammet op om udviklingsprocessen og givet los på de områder, hvor vi ikke har ekspertisen. Og så har vi sluppet kræfterne fri, så medarbejderne får mulighed for at arbejde med mere skæve idéer og projekter. Det understreger, at Rockwool koncernen også er en kreativ arbejdsplads, hvor der er højt til loftet for den enkelte medarbejder,” siger han.

Varm velkomst til Dronning Margrethe i Rusland

“Vi er meget glade for dronningens besøg, som er en stor hjælp til at styrke vores position på det russiske marked,” siger administrerende direktør for Rockwool Rusland, Nick Vince.

“Deres Majestæt – De kan roligt lægge Deres hånd der. Jeg garanterer, at De ikke brænder Dem,” sagde Nick Vince og pegede på et punkt blot et par centimeter fra en 800 grader varm hvæsende gasflamme.

Havde det ikke været for det seks centimeter tynde Rockwool batt placeret mellem flammen og det sted, Nick Vince havde udpeget, ville Dronningen formentlig blot have smilet og beholdt hånden på sin taske i behørig afstand af flammen. Men da hun netop havde hørt om Rockwool produkternes brandegenskaber, placerede hun uden tøven sin hånd på pladen lige op ad den 800 grader varme flamme.

Så smilede hun, og fotografens blitz lynede.

Dette øjeblik havde både Nick Vince og hans kolleger i Rockwool Rusland set frem til i månedsvis: at Dronning Margrethe skulle deltage aktivt i denne meget enkle og samtidig meget illustrative test af Rockwool produktets enestående brandegenskaber.

Ud over Nick Vince var også Rockwool koncernens CEO Eelco van Heel vært for Hendes Majestæt Dronningen under besøget. Desuden deltog ledelsen for Rockwool Rusland i besøget og demonstrationen, der også understregede andre velkendte egenskaber ved stenuld, som for eksempel dets evne til at afvise vand og absorbere støj.

En anerkendt og respekteret virksomhed

Branddemonstrationen var højdepunktet på et vellykket kongeligt besøg på Rockwool fabrikken i september måned, der var organiseret som en del af det officielle danske statsbesøg i Rusland. Under besøget mødtes Hendes Majestæt Dronning Margrethe, Prins Henrik og Kronprins Frederik med præsident Dmitry Medvedev og premierminister Vladimir Putin.

Ud over at styrke forholdet mellem de to nationer på det formelle statsleder-niveau handlede en betydelig del af besøget om virksomhedsarrangementer og møder mellem russiske og danske virksomheder og virksomhedsledere. Ved mange af disse events – som ved besøget på Rockwool fabrikken med



Marina Potoker, Teknisk Direktør for Rockwool Rusland, introducerer Dronningen til forskellige Rockwool produkter.



Dronning Margrethe tester Rockwool isoleringens brandegenskaber i selskab med Nick Vince, administrerende direktør for Rockwool Rusland. Foto: Mikhail Konchitz



Dronningen fik en særlig velkomstgave af CEO Eelco van Heel – skåret ud af stenudd.

CEO Eelco van Heel – deltog et af medlemmerne af kongefamilien.

Faktisk var det den største danske erhvervsdelegation nogensinde, som fulgte med under det kongelige besøg i Rusland. Det store spørgsmål er derfor, hvordan statsbesøget vil kunne styrke forholdet og samarbejdet og dansk erhvervsliv i Rusland.

Efter besøget var Nick Vince meget klar i sin tale om fordelene ved den kongelige tilstedeværelse:

”Dronningen var meget interesseret i vores virksomhed og stillede mange relevante spørgsmål under vores samtale lige efter rundvisningen på fabrikken. Vi har fået en meget positiv

pressedækning, og alle – især vores kunder, arkitekter, konkurrenter og også myndighederne – ved, at dronningen har besøgt os. Det viser, at vi er en anerkendt og respekteret virksomhed – en status, som har stor betydning for os.”

Protokol underskrevet i Skt. Petersborg

Efter det veloverståede besøg i Moskva fortsatte det officielle statsbesøg i Skt. Petersborg, hvor Rockwool koncernens CEO Eelco van Heel underskrev en aftale – en såkaldt protokol – med byens kommunale myndigheder. Underskrivelsen blev overværet af Kronprins Frederik, og med aftalen forpligter Rockwool koncernen sig til at udføre omfattende energifertersyn af byens bygninger i den kommende tid, hvilket forhåbentlig vil føre til mange energirenovierungsprojekter og energibesparelser.



Grodan dyrkningssubstrat støtter rummission

Hvordan dyrker man fødevarer til rummissioner til Mars og andre destinationer i rummet? Det er et af de helt centrale spørgsmål, som et spændende forskningsstudie om biologisk livsunderstøttende systemer skal forsøge at finde svar på. Studiet gennemføres på University of Guelph i Ontario, Canada.

Grodan gruppen, en specialiseret enhed under Rockwool koncernen, spiller en vigtig rolle i dette hightech forskningsprojekt. Virksomheden udvikler bæredygtige stenuldsbaserede substratløsninger til gartnerierhvervet. Planterne, som studeres på universitetet i Canada, dyrkes på disse meget avancerede Grodan dyrkningssubstrater.

Hvis alt går efter planen, vil den første bemandede mission til Mars finde sted i 2035. 'Marsonauternes' rejse kommer til at tage ca. to et halvt år. Det vil ikke være muligt at tage mad med til hele turen – det ville betyde 1500 kilo mad pr. person. Løsningen er derfor, at astronauterne skal dyrke deres egen mad, og til det formål får de brug for et let og kompakt dyrkningsmedie, som giver maksimale resultater med et minimum af tilførte ressourcer. Grodan dyrkningssubstrat opfylder disse krav og er perfekt tilpassede til brug i lukkede dyrkningssystemer, hvor vandet recirkuleres og genanvendes. Disse karakteristika gør Grodan dyrkningssubstrater ideelle til brug på Mars og under rejsen til 'den røde planet'. Læs mere på www.grodan.com

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