

# PRO PROFI MAGAZÍN

magazín pro zákazníky společnosti Henkel – divize lepidel

podzim 2011 | ročník 4



## ISLAND Země ledu, sopek a gejzírů

**SPOLEČNOST HENKEL VE SVĚTĚ: Zakázky „od rovníku k pólům“**

**MYSTERY SHOPPING: Výsledky průzkumu**

**NOVÁ ŘADA OMÍTEK: Ceresit Visage**

**CERESIT PARTNEREM: Bohemians 1905**



**Ceresit**



**Thomsit**



**Henkel** Kvalita pro profesionály

## Omítky VISAGE

Omítky a nátěry s designem přírodních materiálů



Představujeme systém Visage umožňující vytvářet struktury přírodních materiálů ve třech základních kategoriích:

**kámen, dřevo a kov.**

Jedná se o novinku pro využití v interiéru i exteriéru, na tradičních podkladech i zateplovacích systémech.

Výrobky jsou součástí certifikovaného zateplovacího systému Ceresit Ceretherm.

Více informací naleznete na [www.ceretherm.cz](http://www.ceretherm.cz)



### VISAGE

Vážení čtenáři,

již čtvrtým rokem dostáváte prostřednictvím Pro Profi magazínu aktuální informace o novinkách a významných aktivitách divize lepidel firmy Henkel. Společně se podíváme na Island, tvrdou a nehostinnou zemi na dalekém severu Evropy, kde již několik let úspěšně realizujeme náročné stavby s materiály Ceresit, které zde procházejí extrémní zkouškou odolnosti a funkčnosti. Nové zkušenosti získané v těchto podmínkách následně uplatňujeme při vývoji inovativních produktů, se kterými se můžete potkat i na našem trhu. Moderní design přírodních materiálů v omítkové řadě VISAGE nám společně umožňují nabídnout konečnému uživateli alternativu ke klasickým omítkám a zavedeným barevným řešením. V rámci prvních představení materiálů VISAGE pro architekty nás překvapila silná pozitivní reakce na tento projekt a je zřejmé, že o tato řešení bude do budoucna velký zájem nejen mezi odbornou veřejností. Jejich ideální využití spatřujeme například v oblasti výstavby energeticky úsporných staveb s možností odlišit se od běžných projektů a nabídnout konečnému uživateli přidanou hodnotu ve formě netradiční designové fasády. Tento trend, dlouhodobě patrný na západ od našich hranic, nás určitě nemine a my hlásíme: připraveno!

Letošní rekordní investice do marketingové podpory a následně partnerské spolupráce jsou více než patrné. Kromě již tradiční televizní reklamy na spárovací hmoty „MicroProtect“ a hlavního a úspěšného partnerství v rámci mistrovství světa v ledním hokeji v Bratislavě silně podporujeme regionální aktivity našich partnerů v různých oblastech činnosti. Společně školicí prostory pro vzdělávání odborníků a řemeslníků, prezentace v odborném tisku a lokálních médiích a cílený trade marketing se v konečném důsledku odrážejí ve zvýšeném zájmu o naše prémiové produkty v místech prodeje. Více detailních informací o certifikovaných prodejnách Ceresit najdete v příspěvku o „mystery shoppingu“ uvnitř magazínu. Intenzivní podpora našich dlouholetých partnerů a regionálních prodejců bude samozřejmě pokračovat i v dalším období, již nyní máme připraveny nové zajímavé projekty, se kterými vás brzy seznámíme!

Naši vedoucí pozici na trhu v inovacích jenom podtrhuje úspěšné zavedení nové řady výrobků Thomsit v plastových obalech, které usnadňují manipulaci a výrazně prodlužují dobu životnosti samotného výrobku před finálním zpracováním. Recyklovatelné obaly zároveň přímo korespondují s našimi aktivitami v rámci dlouhodobé ochrany přírody a zdraví zaměstnanců a řemeslníků.

Součástí tohoto čísla je i reportáž z turné kapely Tři sestry, díky níž si můžete připomenout slunné letní dny a načerpat tak potřebnou energii před blížícím se zimním obdobím. Reportáž z turné této kapely jsme zařadili na základě vašich požadavků, jelikož řada z vás k ní má dlouhodobý osobní vztah. A na závěr nezbyvá než popřát skupině Tři sestry, a zároveň i vám všem, hodně úspěchů v další činnosti.

**Tomáš Hloušek**



## PRO PROFI MAGAZÍN

VYDAVATEL	HENKEL ČR, spol. s r. o. U Průhonu 10 170 00 Praha 7 IČ: 15889858
VÝROBA	Animark, s. r. o. Velvarská 45 160 00 Praha 6 IČ: 64788261
REDAKČNÍ TÝM	Radka Erbenová, Peter Šovčík, Milena Gillová
FOTOGRAFIE	Vladimír Brada, archiv Henkel
REDAKČNÍ RADA	Tomáš Hloušek, David Krčka, Petr Raboch
GRAFICKÁ ÚPRAVA	Vladimír Černý
ÚPRAVA FOTOGRAFIÍ	Zdeněk Hnat



Foto na obálce: Jan Sucharda

Vychází jako občasník, toto vydání podzim 2011.

NEPRODEJNÉ

Registrace MK ČR E 17924 ze dne 31. 10. 2007

Kopírování, znovupublikování, rozšiřování jakékoli části časopisu se povoluje jen se souhlasem vydavatele. Články jsou majetkem redakce, která si vyhrazuje právo umístit je na digitální nosič (CD, DVD) a internet.



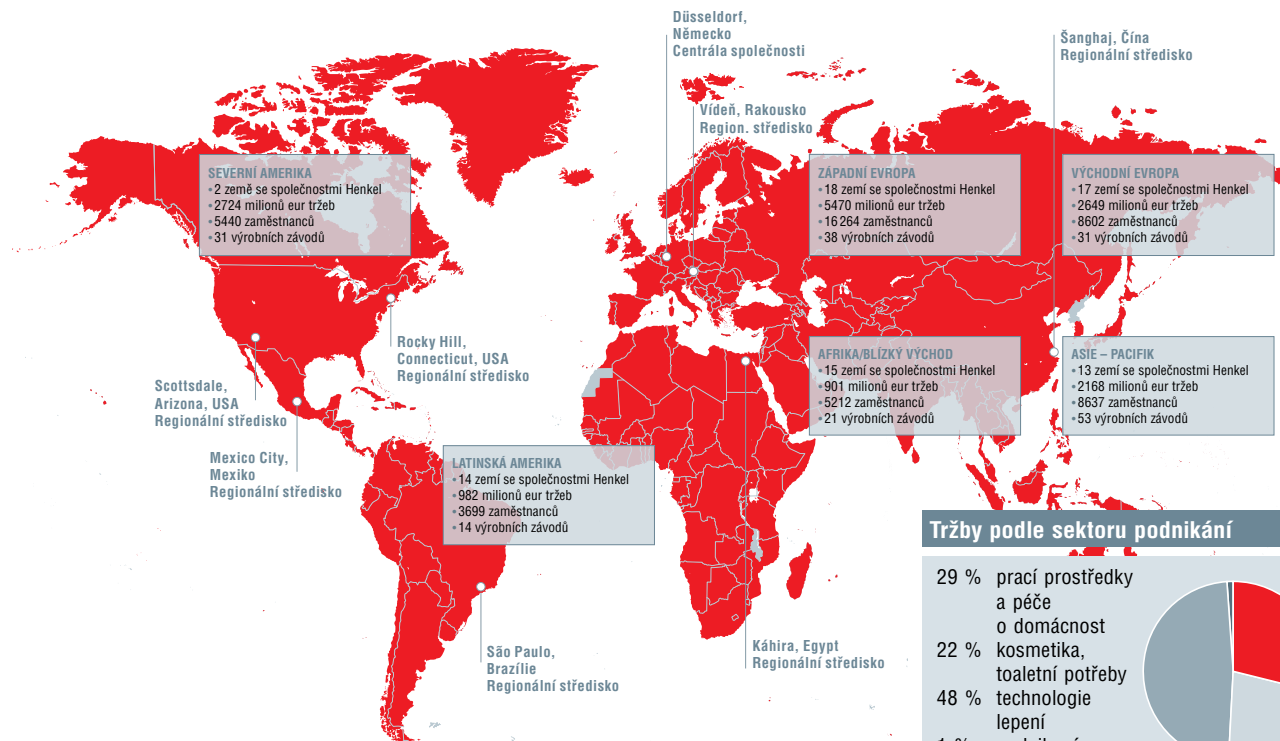
<b>Společnost Henkel</b>	<b>5</b>
dosáhla v roce 2010 rekordních výsledků	
<b>Zakázky „od rovníku k pólům“</b>	<b>6</b>
Stavební materiály společnosti Henkel prokazují své kvality i v extrémních podmínkách	
<b>Téma: Island</b>	<b>8</b>
Ostrov ohně, ledu, sopek a gejzírů	
<b>Henkel na Islandu</b>	<b>12</b>
O exportu s Haraldem Jelinekem	
<b>Ceresit Visage</b>	<b>14</b>
Nová řada omítek a nátěrů s designem přírodních materiálů	
<b>Semináře</b>	<b>17</b>
o nových omítkách Ceresit Visage	
<b>Nová PUR pěna</b>	<b>18</b>
Ceresit TS 22 2 x 2 s trubičkovým adaptérem	
<b>Thomsit</b>	<b>19</b>
Výhody nových plastových obalů	
<b>Montážní lepidla Pattex</b>	<b>20</b>
Kvalita bez kompromisů	
<b>Realizace</b>	<b>22</b>
Prodejna Nike Prague	

<b>Realizace</b>	<b>24</b>
Kamenná dlažba v nové budově ČVUT	
<b>Výroba</b>	<b>26</b>
Jak se vyrábí PU pěny v Estonsku	
<b>Mystery shopping</b>	<b>28</b>
Výsledky průzkumu	
<b>Představujeme partnery</b>	<b>30</b>
SIKO CB, a.s.	
Stavební keramika, spol. s r.o.	
<b>Ceresit je i letos</b>	<b>32</b>
hlavním partnerem Bohemians 1905	
<b>„Hokejové stránky“</b>	<b>34</b>
Během jara přes milion návštěv	
<b>Henkel Art. Award. 2011</b>	<b>36</b>
Známé vítěze českého kola umělecké soutěže	
<b>Kapela TŘI SESTRY</b>	<b>37</b>
vystupovala během léta na 22 open air koncertech	
<b>Cech obkladačů ČR</b>	<b>40</b>
a společnost Henkel spolupracují již víc než 10 let	
<b>Aktuality</b>	<b>41</b>
<b>Nový webový portál</b>	<b>42</b>
pro prodejce stavební chemie Ceresit	

# Společnost Henkel

## dosáhla v roce 2010 rekordních výsledků

V roce 2010 dosáhly tržby společnosti Henkel v celosvětovém měřítku částky 15092 milionů eur, z toho 41 procent bylo generováno v rostoucích regionech východní Evropy, Afriky, Blízkého východu, Latinské Ameriky a Asie (včetně Japonska). Do roku 2012 má společnost v úmyslu toto číslo zvýšit na 45 procent. Přibližně 53 procent pracovníků po celém světě se nyní nachází v rostoucích regionech.



Tržby podle sektoru podnikání



Podnikové – tržby a služby, které nelze zařadit do sektorů podnikání.

V západní Evropě došlo v roce 2010 k růstu obratu o 4,3 % na 5470 mil. eur, ve východní Evropě vzrostl obrat o výrazných 13,7 % na 2649 mil. eur. Region Afriky a Středního východu se také vyvíjel pozitivně, když obrat vykázal růst na úrovni 18,7 % na 901 mil. eur.

Obrat v Severní Americe se zvýšil o 7,0 % na 2724 mil. eur. I region Latinské Ameriky pokračoval v kvalitním výkonu, když

zaznamenal 19,1% růst obratu na 982 mil. eur. Růstový trend byl nejvýraznější v regionu jihovýchodní Asie: obrat zde vzrostl o 30,8 % na 2168 mil. eur.

Na rostoucí ziskovosti v roce 2010 se podílely všechny tři divize. Významný je podíl Divize lepidel a technologií, která zvýšila obrat oproti roku 2009 o výrazných 17,4 % na 7306 mil. eur, přičemž organický růst dosáhl rekordních 11,8 %. V letošním roce

společnost Henkel předpokládá, že globální HDP poroste přibližně o 3 %, a je přesvědčena, že její organický obrat vzroste v rozsahu od 3 do 5 %. Prognóza se opírá o silnou konkurenční pozici společnosti, kterou se podařilo v posledních letech konsolidovat a dále posílit.

# Zakázky

## Stavební materiály společnosti Henkel

Dalo by se s nadsázkou říci, že „od rovníku až k pólům“ lze na mapě vystopovat místa, kde byla použita stavební chemie nebo zateplovací a omítkové systémy společnosti Henkel. Tyto produkty často musely své kvality dokazovat v mimořádně nepříznivých podmínkách, ať už šlo o extrémní vedra ve Spojených arabských emirátech, nebo zimu spojenou s agresivní vodou v islandských lázních pod širým nebem. Často však byly vybrány i pro skutečně exkluzivní zakázky, do objektů, které jsou stavebními symboly svých zemí, nebo přímo dokazují jejich technickou a stavební vyspělost.



**Blue Lagoon, Island**

Materiály: Ceresit CM 128, CE 47, CE 48, realizovaná plocha 4000 m<sup>2</sup>



**BMW World, Mnichov, Německo**

Použitý materiál: Terophon 113 D8, realizovaná plocha 73 000 m<sup>2</sup>



**Reichstag, Berlín, Německo**

Materiál: Wolfin IB, realizovaná plocha 10 000 m<sup>2</sup>

Více zajímavých referencí ze světa i České republiky najdete na <http://www.ceresit.cz/vse-o-ceresitu/reference/>.

# „od rovníku k pólům“

prokazují své kvality i v extrémních podmínkách



**Zimní palác, Petrohrad, Rusko**  
Materiál: Ceresit CR 65, realizovaná plocha 700 m<sup>2</sup>



**Tenisové centrum, Šanghaj, Čína**  
Materiály: Thomsit DX, DD, R 710, realizovaná plocha 12 000 m<sup>2</sup>



**Hotel Atlantis, Dubaj, Spojené arabské emiráty**  
Materiály: Ceresit CT 17, CT 85, CT 60, real. plocha 18 000 m<sup>2</sup>



Barevné hory Landamannaugaar.

# Island – země neznámá

## Ostrov ohně, ledu, sopek a gejzírů

Jednu fotografii z Islandu jste už viděli na předchozích stránkách – šlo o lázeňský a relaxační komplex Blue Lagoon na poloostrově Reykjanes, který vyrostl uprostřed lávového pole a je proslulý mléčně bílou barvou vody s vysokou koncentrací solí. Když k tomu připočteme islandské podnebí, jde skutečně o extrémní podmínky, v nichž musely prokázat své kvality lepidla a spárovací hmoty Ceresit, které byly použity při lepení a spárování obkladů centrálního bazénu. A protože je Island mimořádně zajímavou zemí, nabízíme vám procházku hlavním městem i nádhernou přírodou ostrova.



Text a foto: Jan Sucharda

Hlavní město Islandu – Reykjavík leží na pobřeží jihozápadní části ostrova a jeho jméno v překladu znamená Kouřová zátoka. Tak místo pojmenovali podle páry vystupující ze země první osadníci, kteří v 9. století přijížděli na vratkách lodích z dalekého Norska.

Jde o nejseverněji položené hlavní město na světě. V posledním století, zejména však po konci 2. světové války, prožilo doslova raketový růst. Na začátku 20. století zde žilo pět tisíc obyvatel, dnes je jich dvacetkrát víc. Reykjavík se rozrůstal hlavně do šířky, ještě na začátku 3. tisíciletí zde prakticky nebyla žádná budova o více než čtyřech patrech, teprve v posledních letech se začaly objevovat výškové stavby. Nebýt krachu islandských bank na podzim roku 2008, asi by rostly jako „houby po dešti“. Nicméně vytápěnými chodníky se těžko může pochlubit jiné město na světě.

Dominantou Reykjavíku je kostel Halgrímskirkja, z jehož věže je možné shlédnout nejenom celý Reykjavík, ale i široké okolí. S jeho stavbou se započalo na konci 40. let minulého století a ukončena byla po pětadvaceti letech. Uvnitř jsou obrovské varhany o výšce 15 metrů s počtem píšťal přesahujícím pět tisíc. A jak je na Islandu zvykem, kostel neslouží jenom bohoslužbám, ale i koncertům a společenským shromážděním.

Druhou dominantou města je Perlan na kopci Öskjuhlíd. Z dálky stavba vypadá jako stříbrná věž, na jejímž vrcholu přistál létající talíř. Zblízka je realita poněkud jiná – jde o komplex šesti obrovských nádrží na horkou vodu, která samospádem zásobuje část Reykjavíku. Zásobníky na vodu a prostor mezi nimi kryje obrovská kupolovitá střecha ze skla. V Perlanu se nachází restaurace, kavárna, koncertní a přednáškový sál, pořádají se zde výstavy a společenské akce. Islandány je toto místo oblíbené a zájem je tak veliký, že si místo v luxusní restauraci v nejvyšším patře musíte předem zajistit. Na rozdíl od jiných zemí nemá Island žádné architektonické památky ze středověku,

kteří bývají oblíbeným cílem turistů. Hlavním důvodem je to, že základním stavebním materiálem v minulosti bylo dřevo a drnové „tvárnice“, takže životnost takových staveb se rozhodně nedala počítat na staletí.

### Země na konci světa

Starověcí spisovatelé nazývali Island Ultima Thule – země neznáma, země na konci světa. Bylo to pochopitelné – ten ostrov, ztracený ve vodách severního Atlantiku, byl opravdu na konci tehdejší

Kostel Halgrímskirkja.



šího světa, byl neznámý, byl tajemný, budil posvátnou hrůzu. Jeho dosažení vyžadovalo obrovskou vůli a odvahu a mnozí mořeplavci za to zaplatili svými životy. Bouřlivý oceán, obklopující ten tajemný ostrov, jako by jej chtěl bránit před vetřelci. Anebo můžeme uvažovat opačně – třeba chtěl vlastně „chránit“ ty nicotné lidičky před usazením na ostrově, na němž vládly neznámé kruté síly. Ale lidská touha pronikat stále dál, objevovat neznámé země, čelit nepřiznivému osudu nakonec zvítězila a první osadníci postupně začínali na ostrově novou kapitolu svých životů. Kapitolu nelehkou. Následujících asi deset století bylo pro Islandčany prakticky nepřetržitým zápasem o přežití. V zápase s přírodou sklízel tento národ jednu porážku za druhou, včera zelené louky byly najednou pokryty černým sopečným popelem, idylické údolí s pasoucími se ovciemi zalila láva, nevinná říčka tekoucí z ledovce na obzoru se najednou změnila ve veletok, který zničil vše, co mu stálo v cestě. Avšak ani nejkrutější zkouška – zničující exploze sopky Laki v roce 1783, při níž zahynula pětina obyvatel, nedokázala Islandčany přimět k tomu, aby se vzdali. Odmítli nabídku dánského krále, že přemístí obyvatelé ostrova do Dánska, protože Island je země, kde se „nedá žít“.

Tehdy bylo Islandčanů asi 40 tisíc, dnes je jich 317 tisíc a dvě třetiny z nich žijí v Reykjavíku a přilehlých městech. Ostatní jsou rozptýleni v malých městečkách a farmách po pobřeží. Ještě na začátku 20. století žili mnozí obyvatelé v „drnových chýších“ a trpěli obrovskou chudobou. Během druhé poloviny 20. století se Island dostal mezi šest zemí s nejvyšší životní úrovní na světě. Elektrické energie, jejímž zdrojem jsou vodní a geotermální elektrárny, je nadbytek, horkou vodou z hlubin země jsou vytápěny domy, bazény a v hlavním městě dokonce i chodníky.

#### ZÁKLADNÍ FAKTA

- počet obyvatel k 1. lednu 2010: 317 630
- hlavní město Reykjavík: 118 326 obyvatel
- Velký Reykjavík (vlastní Reykjavík s přiléhajícími městy Mosfellbær, Kópavogur, Gardabær, Bassastadahreppur, Hafnarfjörður, Seltjarnarnes): 201 000 obyvatel
- rozloha 103 000 km<sup>2</sup>
- kultivovaná půda (většinou jde o louky pro sklizeň sena) 23 805 km<sup>2</sup>
- jezera 2757 km<sup>2</sup>
- ledovce 11 922 km<sup>2</sup>
- pustina 64 538 km<sup>2</sup>
- délka pobřeží 4970 km

NEJVYŠŠÍ HORA: Hvannadalshnjúkur 2110 m nad mořem

NEJVĚTŠÍ LEDOVEC: Vatnajökull 8300 km<sup>2</sup>

Vodopád Dettifoss na řece Jökulsá á Fjöllum je nejmohutnější vodopád nejen Islandu, ale celé Evropy – průtok dosahuje až 750 m<sup>3</sup> vody za vteřinu.



#### Oheň a led

V novějších dobách začali cestovatelé nazývat Island zemí ohně a ledu. Je to pojmenování výstižné, ale i nepřesné. Je fakt, že „ledu“ mají na Islandu víc než dost: ledovce pokrývají 11 % území, největší z nich – Vatnajökull – má rozlohu 8300 km<sup>2</sup> a tloušťku ledu až jeden kilometr. Také sopek je zde nemálo: uvádí se číslo 140, z toho asi třicet činných. Sopka Laki na jihu Islandu lávou zaplavila téměř 600 km<sup>2</sup>; jde o největší lávové pole vytvořené při jediné erupci. V severní části vnitrozemí se na ploše 3000 km<sup>2</sup> rozprostírá Óðadahaun, což je vůbec největší lávové pole na světě.

Tváří v tvář islandské přírodě si člověk uvědomí, jak křehký je náš svět a jeho každodenní jistoty. Následky zničujících explozí sopek jsou viditelné na každém kroku a nejde jen o události staré několik století; v roce 1996 výbuch podledovcové sopky Grímsvötn vytvořil v krátké době veletok rovnající se Amazonce, který zcela zpusťošil jihovýchodní pobřeží, erupce sopky Hekly v roce 2000 pře-



spousta a jsou věrným odrazem mnoha tváří islandské krajiny. Jedny stříbrně září v sytém zeleni pobřežních hor, jiné se nacházejí uprostřed černých pouští, padají z temných skal a jejich výhrůžný hukot je slyšet na mnoho kilometrů daleko. Jedny jsou přístupné i těm nejpohodlnějším návštěvníkům, vzdáleny jen pár metrů od okružní silnice a prostorných parkovišť, jiné jsou skryty v horách či daleko v liduprázdném vnitrozemí. Chce-li je člověk spatřit, musí něco obětovat – náročný pochod či dlouhou jízdu džípem po silnici, která se v ničem nepodobá ani té nejhorší polní cestě v našich krajích. Oběť je však vždy vyvážena nezapomenutelným zážitkem. Zatímco vodopády Gullfoss, Selfoss, Seljalandsfoss, Godafoss spatří asi každý návštěvník Islandu, pak třeba Fjallfoss v západních fjordech, Haifoss a Dynkur v jižní části vnitrozemí, Fagrifoss na jihu a mnohé další zůstanou většině turistů navždy skryty.

### Pouště z písku, lávy a kamení

Island by také bylo možné pojmenovat zemí pouští. Většinu jeho území netvoří idyllické louky s pasoucími se ovci, bílými do-



Erupce gejíru Strokkur.

měníla rozsáhlé území v černou poušť. A což teprve výbuch sopky pod ledovcem Eyjafjallajökull na jaře 2010, který zamotal hlavu světovým leteckým dopravcům. Po řadu týdnů byl Island na titulních stránkách médií. Potoky žhavé lávy, ohně tryskající z puklin země, tající ledovec, nebe zčernalé sopečným popelem – dramatické fotografie v mnohých budily dojem, že Island se snad „potápí do oceánu“, že na celém ostrově se lidé brodí po kolena v sopečném popelu...

Ale Islandané umějí se svou zemí žít. Erupce byla příležitostí pro místní cestovní kanceláře: v nabídkách se okamžitě objevily vyhlídkové lety vrtulníky nad soptícími krátery, velká terénní auta přivázela zájemce téměř až na dotek ke žhavé lávě.

### Cesty k vodopádům

Ale jenom slova oheň a led zdaleka nevystihují charakter islandské přírody. Nabízí se pojmenování země vodopádů, protože těch je zde

mečky farem a miniaturními kostelíky, ale pouště, kde najdete jenom písek, ztuhlou lávu a kamení. Nejsou zde žádné stromy, keře, ba ani tráva. Oficiálními islandskými prameny je jako pustina označeno 64 500 km<sup>2</sup>. Toto neobývané a neobyvatelné území je přístupné jenom pár týdnů v roce. Centrální vysočinu protíná několik silnic (v mapách označovaných písmenem F), které se otevírají zpravidla jenom v červenci a srpnu a i v této době jsou průjezdné jenom terénními vozy s náhonem na čtyři kola. Na všech těchto silnicích čekají na cestovatele náročné podmínky – kamennité a lávové úseky, písčité planiny a zejména nepřemostěné řeky, které je nutné přebrodit.



Pohled na Reykjavík z ochozu Perlanu.

## HENKEL NA ISLANDU

*Stavební chemie Ceresit působí globálně a od roku 2002 i na Islandu. O export do této země se v německém Düsseldorfu stará marketingový manažer Harald Jelinek, který nám odpověděl na otázky, jak spolupráce probíhá a v čem je specifická.*



### **Můžete nám přiblížit historii a obchodní model?**

Na Islandu prodáváme produkty a systémová řešení Ceresit prostřednictvím firmy Vidd. Kontakt s ní byl navázán v roce 2002 na veletrhu. V té době Vidd spolupracoval s italskou firmou a nebyl spokojen s kvalitou produktů, servisem apod. První rozhovory byly velmi pozitivní, a my jsme tak byli schopni zástupce firmy přesvědčit, že společnost Henkel může být se značkou Ceresit dobrým obchodním partnerem. Rozhodujícími faktory bylo nejen renomé, kterému se značka Ceresit těší na německém a západoevropském trhu, systémová řešení i pro nejnáročnější aplikace, ale i nové technologie, se kterými Ceresit v té době přicházel na trh, jako např. technologie Dust reduced (snížení prašnosti u cementových směsí až o 90 %). Oproti tomu firma Vidd byla největším importérem ob-

kladů a dlažby na Island, na ostrově se těšila dobré pověsti, měla vybudovanou distribuční prodejní síť, a tak se potenciální spolupráce jevila perspektivní. V prvních dvou letech jsme úspěšně zorganizovali mnoho školení s cílem seznámit místní obkladače a specializované obkladačské firmy s našimi produkty, technologií jejich zpracování a systémovými řešeními.

### **Je tento trh, samozřejmě kromě své velikosti (Island má cca 320 tisíc obyvatel), v něčem specifický?**

Ze strany islandských obchodních partnerů (nezáleží na tom, v jakém oboru) je očekávána exkluzivita při prodeji importovaného zboží. To má své opodstatnění, trh je poměrně malý – 320 tisíc obyvatel, kteří jsou rozprostřeni na území 103 tisíc km<sup>2</sup>. Na druhou stranu je třeba říci, že na ostrově působí více importérů, takže konkurence je v tomto oboru značná.

### **Odrzila se krize islandského hospodářství v roce 2008 znatelně i na spolupráci? Jaká je momentální situace?**

Samozřejmě, a to dost výrazně. Objem obchodovaného zboží se před krizí pohyboval okolo 20–30 kontejnerů ročně (pozn: kontejnery používané v námořní přepravě). Toho jsme dosáhli po šesti letech spolupráce díky kvalitnímu zákaznickému servisu, technickému poradenství, vhodné cenové politice a v neposlední řadě díky špičkové kvalitě našich produktů. Finanční a následně i hospodářská krize v roce 2008 plně zasáhla všechny islandské firmy, také náš obchodní partner Vidd nebyl výjimkou a dostal se do finančních potíží. V té době jsme dostávali nabídky na spolupráci od jiných společností, které měly zájem importovat a prodávat stavební chemii Ceresit, jež si za krátkou dobu vydobyla významné postavení na místním trhu. My jsme však po celou dobu pevně stáli při našem obchodním partnerovi (stejně jako v manželství – tedy v dobrém i ve zlém) a krizi se nám podařilo společně překonat. Společnost Vidd je nyní obchodním partnerem se zdravou finanční základnou, který se flexibilně přeorientoval na nové podmínky globálního trhu a část svých importů obkladů a dlažby realizuje z Či-



## Islandané věří na skřítky

Island je zemí, v níž vedle světa obyčejných smrtelníků jako by existoval ještě jeden svět, svět skřítků a trollů, svět neviditelných „lidí“. Údajně čtyři pětiny ostrovanů na ně věří. Nahlas to nepřiznává téměř nikdo, ale ne jeden most, silnice či dům nebyly postaveny na původně uvažovaném místě z důvodu, „že si to skřítky nepřáli“. Ostatně, stačí se v podvečerním nízkém slunci či za půlnočního šerosvitu projít lávovým polem a hned má člověk pocit, že není sám, že jej sledují desítky párů očí nějakých zvláštních bytostí.

*ny. Situace se stabilizovala a obchod se opět pomalu rozvíjí. V tomto roce jsme již několik kontejnerů na Island vyslali. Nově se také islandští podlaháři budou moci seznámit s podlahovými systémy Thomsit. Společnost Vidd o ně pro tento rok rozšířila svou nabídku. Sice zatím jde jen o produkty a systémová řešení spojená s pokládkou parket, ale další rozšíření portfolia je již v plánu.*

**Existují kromě známých geotermálních lázní Blue Lagoon i další stavební projekty, na kterých se Henkel podílel?**

*Lázně v Blue Lagoon v Grindavíku jsou světoznámé, ale největší realizací byl pro Henkel městský termální aquapark Laugardalslaug v hlavním městě Reykjavíku, kde jsme dodávali materiály na 5500 m<sup>2</sup> plochy. Pozornost si zaslouží i termální bazén Salalaug (3000 m<sup>2</sup>) ve druhém největším městě Islandu Kópavoguru. V posledních pěti letech jsme na Island dodávali materiály Ceresit na 11 bazénů, u všech byla použita penetrace Ceresit CN 94, těsnicí hmota Ceresit CL 50 a lepicí malty Ceresit CM 18 a CM 24. Při řadě realizací našly uplatnění i chemicky odolné epoxidové spárovací hmoty Ceresit CE 47 (stěny) a CE 48 (podlahy).*

**Kolikrát jste jako marketingový manager vývozu Island navštívil? A jaký je váš vztah k této zemi i lidem?**

*Asi desetkrát. Hlavně na začátku to bylo důležité. Podílel jsem se na přípravě mnoha školení a seminářů spolu se svými kolegy, např. s Wernerem Hagemannem, naším specialistou na lepení obkladů a dlažby z výrobního závodu v Unně, či Johnem Wintherenem z našeho zastoupení v Dánsku. Miluji tuhle zemi. Po první návštěvě, kdy má člověk pocit, jakoby přistál na Měsíci, si brzo vytvoříte vztah k této zemi a jejím lidem. Lidi zde charakterizuje otevřenost a upřímnost, takže si brzy každý utvoří názor, s kým má co do činění. Když jednou získáte důvěru, jste přijati, a osobní „ty“ je jedna z odměn. Cesta na Island se vždy vyplatí. Každý, kdo miluje přírodu, kdo jednou vylezl na ledovec nebo navštívil jeden z mnoha vodopádů, ten se na ostrov vždy rád vrátí. Víte, že je možné si na Islandu udělat přestávku, tzv. stop over, při letu do Ameriky?*



# Představujeme novou řadu omítek a nátěrů

## Ceresit Visage

### s designem přírodních materiálů

Omítky jsou určeny pro interiérové i exteriérové využití, a to jako součást certifikovaného zateplovacího systému nebo pro použití na tradičních fasádách bez dodatečné tepelné izolace. Pro zjednodušení orientace v širokém sortimentu nové řady VISAGE jsou produkty rozděleny do tří hlavních skupin, reprezentujících hlavní přírodní zdroje: kámen, dřevo a kov. V každé ze skupin nabízí Ceresit širokou škálu barev a textur umožňujících uspokojení požadavků jednotlivých projektů.



Design přírodního kamene.



Design dřeva.



Design kovu.



#### Design přírodního kamene

Kámen je již po staletí oblíbeným stavebním materiálem, ceněným pro svou pestrost a nadčasovou krásu. Propůjčuje fasádě vkusný a elegantní vzhled a je používán jak při stavbě tradičních, tak i moderních budov. Kámen je možné kombinovat s ostatními tradičními stavebními materiály. Tyto fasády představují kvalitní, moderní a zároveň elegantní design, zdůrazňující individuální vkus investora. Kromě fasád se vzhledem přírodního kamene nabízí Henkel díky **tenkovrstvé omítce se strukturou granitu nebo pískovce pro vnitřní i vnější použití Ceresit CT 710 VISAGE** bohatou škálu barev v odstínech granitu a pískovce. Omítky VISAGE se vzhle-





Nordic White.



Patagonia Beige.



Dolomite Grey.



Argentina Brown.



Finland Silver.



Tanzania Grey.



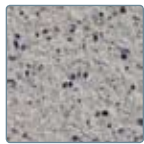
Nepal Red.



Mozambic Graphite.



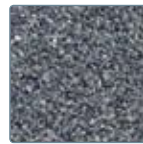
Panama Cream.



Jamaica Brown.



Sardinia Grey.



Zambia Green.



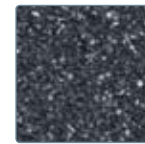
Mexico Gold.



Himalaia Grey.



Brasilia Rose.



India Black.



**VISAGE**



dem pískovce jsou nabízeny v široké škále barev od krémově béžové přes červenavou po šedou.

Omítka Ceresit CT 710 je určena ke zhotovení tenkovrstvých dekorativních omítek a ozdobných ploch povrchů fasád. Umožňuje aplikaci na tradičních podkladech z vápenocementových omítek, na betonových površích, sádrových podkladech, dřevoštěpových a sádrokartonových deskách. Omítka je určena pro aplikaci na vrstvu vyztuženou armovací sítí v kontaktních systémech za teplení budov Ceresit Ceretherm (ETICS) za použití desek z polystyrenu. Pojivem je transparentní živice a plnivem speciální směs kombinovaná z tříděného přírodního kameniva s příměsí modifikovaných plniv a křemičitých písků. Omítky lze nanášet technologií strojního stříkání nebo na menších plochách i tradičním způsobem pomocí ocelového hladítka. Po vytvrzení získáme strukturu s efektem přírodního kamene (pískovce nebo granitu). Díky použité směsi kameniva má omítka vysokou odolnost proti znečištění, tvrdost a životnost. Omítka CT 710 je vhodná pro použití především v místech silného zatížení, kde lze předpokládat zvýšený otěr nebo možnost zašpinění a následnou nutnost čištění, jako jsou sokly budov, schodišťové prostory a vstupy.

Při řešení fasád doporučujeme používat intenzivní tmavé barvy pouze na menší ohraničené plochy, např. na architektonické detaily nebo sokly budov.

Řada VISAGE zahrnuje také speciální šablony, díky kterým je možné vytvořit strukturu typickou pro cihlové nebo kamenné zdivo. Fasáda tak získá přirozený požadovaný vzhled bez nutnosti použití skutečného kamene nebo cihel. Vzhledu typického pro kámen nebo cihly je dosaženo použitím jedné z 12 originálních barev **tenkovrstvé akrylátové omítky (0,5 mm) pro vnitřní i vnější použití Ceresit CT 60 VISAGE** spolu s jednou z pěti speciálních šablon (tři pro tvorbu kamenného vzoru, dvě pro cihlový vzor). Tato omítka je dostupná kromě 12 odstínů VISAGE i v plné škále barev



Ceresit Colours of Nature® a je odolná vůči biologickému napadení houbami, plísněmi a řasami.

### Design dřeva

Omítky s designem dřeva vytváří originální estetiku a jedinečnost moderních rodinných či bytových domů a komerčních objektů. Řada VISAGE je tak ideální volbou pro každého, kdo hledá moderní materiály, které těží z krásy a elegance dřeva. Pro docílení požadovaného motivu dřeva je nutné kombinovat dva produkty z nové řady VISAGE. Jedním je **minerální tenkovrstvá omítka pro tvorbu struktury dřeva pro vnitřní i vnější použití Ceresit CT 720 VISAGE**, která vytváří autentickou kresbu dřeva, druhým je **impregnační nátěr v barvě dřeva Ceresit CT 721 VISAGE** vytvářející konečný odstín. K dispozici je až šest různých druhů barev pro vytvoření požadovaného vzhledu omítky: dva odstíny borovice, dub, týk, ořech a wenge. Omítka je odolná vůči povětrnostním vlivům, plísním, řasám a houbám a umožňuje aplikaci na tradiční podklady z vápenocementových omítek, na betonových površích, sádrových podkladech, dřevoštěpových a sádrokartonových deskách. I tato omítka je určena pro aplikaci na vrstvu vyztuženou armovací sítí v kontaktních systémech zateplení budov Ceresit Ceretherm VISAGE (ETICS) za použití desek z polystyrenu.

### Design kovu

V moderní architektuře nejsou jediným zdrojem inspirace tradiční materiály, stále více jsou používány lesklé prvky. Řada VISAGE nabízí díky **metalickému nátěru v barvě ušlechtilých kovů**

**pro vnitřní i vnější použití Ceresit CT 740 VISAGE** i tady široký výběr kovově lesklých, zářivých barev; zdokonalená technologie navíc zajišťuje dlouhotrvající efekt. Nátěr Ceresit CT 740 má nízkou nasákovost a je určen pro uzavírací ochranné nátěry fasád z tradičních nebo minerálních omítek a betonových konstrukcí. Vhodný je pro aplikaci na minerální podklady: beton, cementové omítky, vápenocementové a vápenné omítky. Nátěr lze aplikovat na podklady z minerálních, akrylátových nebo silikonových omítek Ceresit zhotovených na tradičních podkladech nebo v kontaktních systémech zateplení budov Ceresit Ceretherm (ETICS) za použití desek z polystyrenu.

Metalické povrchy již nejsou využívány pouze v průmyslových objektech, ale objevují se i v obytných budovách. Stříbrné, hliníkové nebo zlaté prvky tradičně používané v kombinaci se sklem jsou stále častěji kombinované s betonem a dřevem. Díky nátěrům řady VISAGE se stříbrnými, zlatými a hliníkovými odstíny jsou fasády originální a nevšední. S produkty řady VISAGE však můžete uskutečnit jakýkoliv nápad. **Speciální luminiscentní omítky pro vnitřní i vnější použití Ceresit CT 730 VISAGE** vytváří neobvyčejný, ve tmě zářící vzhled.

Omítku je vhodné použít například pro detaily a informační obrazce v komunikačních prostorech veřejných budov – tedy např. pro označení směru únikových cest v podzemních garážích, nákupních centrech apod. Omítka umožní do plochy stěny zapracovat ornamenty, reklamní sdělení nebo zvýraznění architektonických prvků. Intenzita luminiscentního efektu je podmíněna existencí světelného zdroje a jeho silou. Vlastní emise světla je samozřejmě časově omezena, podobně jako je tomu i u jiných běžných výrobků s tímto světelným efektem.

Zaujal vás vzor opálu? Řada VISAGE nabízí umělecký zářivý výsledek ve dvou různých odstínech. Řešením je použití **opálového nátěru se zářivým efektem pro vnitřní a vnější použití Ceresit CT 750 VISAGE**. Kvůli průsvitnosti laku je konečný vzhled ovlivněn barvou podkladu a aplikační metodou (štetka nebo váleček). VISAGE opál tak zajišťuje téměř nekonečný výběr barevných variant.

*Podrobný přehled omítek a nátěrů CERESIT VISAGE je k dispozici na stránkách [www.ceresit-visage.cz](http://www.ceresit-visage.cz). Na tomto portálu najdou zájemci i aplikaci, která pomáhá vytvořit vhodnou barevnou kompozici pro návrh fasády a která umožňuje vybrat si z připravených barevných schémat a následně je použít na model hotové stavby. Nechybí ani teoretické informace pro vhodný výběr kombinace barev.*



Text: Peter Šovčík | Foto: archiv Henkel

# Semináře o nových omítkách Ceresit Visage

**V současných stavebních trendech jsou při dokončování fasád s oblibou používány jako doplňkové nebo základní prvky přírodní materiály, jako je kámen, dřevo a kov. Ty se však často ukazují jako velmi drahé, těžko transportovatelné a obtížně zpracovatelné.**

Dlouholetá zkušenost koncernu Henkel na poli stavebních materiálů spolu se znalostí nejnovějších trendů v architektuře a stavebnictví však přináší jedinečnou a invenční odpověď na potřeby současných investorů i tvůrců – novou řadu omítek a nátěrů Ceresit Visage inspirovaných přírodou. Omítky jsou určeny pro interiérové i exteriérové využití, a to jako součást certifikovaného zateplovacího systému nebo pro použití na tradičních fasádách bez dodatečné tepelné izolace. Zájem o tuto novinku v nabídce firmy Henkel ČR potvrdily i semináře, které proběhly v květnu ve čtyřech měsících České republiky.

S novinkou v nabídce firmy Henkel se mohli architekti, projektanti, realizační firmy a další zájemci z řad odborné veřejnosti seznámit na odborných seminářích, které se v květnu uskutečnily v Ústí nad Labem (10. 5. v Národním domě), Ostravě (17. 5. v DK Akord), Brně (sál Morava na Výstavišti) a Praze (24. 5. v KC Novodvorská). Semináře byly přihlášeny do programu celoživotního vzdělávání ČKAIT a České komory architektů; registrovaní účastníci obdrželi katalog Ceresit Visage, katalog Ceresit Ceretherm ETICS a CD s kompletními informacemi o omítkách a nátěrech Visage. Komplexní servis zajišťovala společnost organizační.cz, která má s pořádáním podobných akcí v oblasti stavebnictví dlouholeté zkušenosti. Program každého ze čtyř seminářů se uskutečnil v dopoledních hodinách a kromě hlavního bodu – představení netradičních povrchových úprav Ceresit Visage a nástrojů pro tvorbu a realizaci projektů v rámci systému Ceresit Visage – byly pro účastníky připraveny i doplňující přednášky. Na téma „Ekonomické aspekty navrhování, výstavby a provozu budov v souladu s energetickými standardy“ vystoupil Ing. Petr Veleba z firmy Wienerberger. Ing. arch. Pavel Kecek z Atelieru A21 a HKR Prague měl svoji přednášku rozdělenou do dvou bloků – v prvním se věnoval energeticky úsporné architektuře, ve druhé reliéfům a plastickým prvkům fasád. Nechyběla ani diskuze při panelech s ukázkami jednotlivých omítek a malé pohoštění.



## Ing. arch. Pavel Kecek, Atelier A21 a HKR Prague

*„Semináře považuji za výbornou formu přenosu informací k jejich účastníkům, v tomto případě převážně k realizačním firmám.*

*U firmy Henkel také oceňuji, že kromě svých novinek umí připojit k seminářům zajímavé téma, v mém případě to byla energeticky úsporná architektura a reliéfy s využitím tradičních a osvědčených materiálů, např. na bázi kufsteinského vápna. Dobře byly formou velkých panelů se vzorky prezentovány nové omítky Ceresit Visage, což účastníkům pomohlo detailně se seznámit s touto poslední novinkou v nabídce fasádních systémů Henkel a „ohmatat“ si ji.*

*Přednášky přítomných zástupců firmy Henkel navíc vyčerpávajícím způsobem pokryly způsob aplikace těchto nových materiálů. Pro realizační firmy tak vzniklo spojení aktuálních produktově orientovaných informací s obsahově zajímavými doplňkovými bloky. Inspirací pro účastníky může být např. kombinace tradičních reliéfů s novými omítkami Visage, která může přinášet docela zajímavé efekty.“*

*Možnosti originálních řešení s novými omítkami potvrzují slova Petra Rabocha, brand managera fasádních systémů Ceresit Ceretherm firmy Henkel ČR: „Ceresit Visage je ideální odpovědí na výzvy v současném designu, oceňujícím na jedné straně minimalismus a jednoduchost a na druhé inovace a experimentálnost. Produkty řady Visage představují široké spektrum barev a odstínů, podobají se přírodním odstínům kamene, dřeva a kovu. Tímto způsobem mohou architekt a investor vytvářet individuální, originální projekt s nevhodnějším odstínem, který se nejlépe hodí k ostatním stavebním materiálům nebo okolí domu.“*

Text: Peter Šovčík | Foto: Henkel

# Nová PUR pěna

## Ceresit TS 22 s adaptérem

### přináší 2 x 2 výhody

Na obalu inovativní novinky na českém trhu vás na první pohled zaujme označení 2 x 2. Odpověď na význam této malé hádanky je jednoduchá – 2 x 2 jsou 4 a čtyři jsou také hlavní benefity jednosložkové polyuretanové pěny: nová pěna v nabídce stavební chemie Ceresit je vhodná pro zimní i letní aplikace a je možné s ní pracovat jak s klasickou pistolí, tak i s přiloženým trubičkovým aplikátorem.

Nová pistolová PUR pěna má na každé dóze připevněn trubičkový adaptér. Můžete ji aplikovat klasickou pistolí, ale v případě, že ji nemáte nebo se právě rozbila či ji jen nechcete vytahovat, můžete použít přiložený aplikátor. Ale pozor – nevýhody trubičkových pěn, tj. velké následné expanze pěny, se u této novinky nemusíte v případě práce s adaptérem bát. Aplikátor se od klasických trubičkových pěn zásadně odlišuje – práce s ním je přesná, expanze pěny je nižší než u standardních trubičkových pěn, výtěžnost je však vyšší. Přiložený adaptér se dá navíc používat opakovaně – lze ho čistit klasickým čističem PU pěny. Aplikace pomocí pistole zachovává hlavní výhody pistolových PUR pěn Ceresit: přesné a ekonomické dávkování, dobrou kontrolu průtoku a nízký tlak vytvrzování. Pěna Ceresit TS 22 je navíc all season, tedy celoroční. Nemusíte tak vybírat mezi „letní“ a „zimní“ variantou. V zimě můžete pěnu aplikovat i při teplotách 10 °C pod bodem mrazu. Plochy mohou být mokré, ne však pokryté ledem nebo sněhem. Z jednoho 750ml balení lze odhadem získat 43 litrů pěny, skutečný objem však závisí na konkrétních podmínkách – teplotě, vlhkosti, prostoru pro expanzi apod. V zimě při nízkých teplotách je expanze vždy o něco nižší.



Aplikace pomocí trubičkového adaptéru je snadná – stačí sejmout z dózy plastový uzávěr a fixační konec aplikátoru ve tvaru šipky vložit do otvoru připraveného na plastovém závitovém uzávěru. Pak otočíte adaptérem o 90° a nasadíte jej na ventil pěny – aplikátor je připravený k použití, když uslyšíte lehké cvaknutí.

Pěna je vhodná pro montáž okenních a dveřních rámců, vyplňování dutin, utěšňování otvorů ve střešních konstrukcích a v izolačních materiálech, vytváření zvukoodolných clon, vyplňování mezer okolo potrubí a k fixaci a izolování stěnových panelů, střešních tašek ap.

Pro pěnu Ceresit TS 22 je, podobně jako pro další jednosložkové polyuretanové pěny Ceresit, charakteristická skvělá přilnavost k většině materiálů, vysoká tepelná a akustická izolace, odolnost proti vlhkosti i stárnutí a dobré plnicí schopnosti. Novinka v nabídce PUR pěn Ceresit je dostupná v síti autorizovaných a certifikovaných prodejen stavební chemie Ceresit.

Text: Peter Šovčík | Foto: Frank Spieß

# Výhody nových plastových obalů Thomsit potvrzují i první zkušenosti podlahářů

Podlahové systémy Thomsit přinesly letos další užitečnou inovaci pro podlaháře – vybrané cementové stěrkové směsi jsou namísto původních papírovo-plastových obalů baleny do nových polyetylenových pytlů. Změna na 100% PE obal, speciálně vyvinutý pro výrobky THOMSIT, má řadu unikátních výhod, které tento typ materiálu nabízí: odolnost proti roztržení, vlhkosti, vodě a úniku prachu, snadnou manipulaci, prodlouženou dobu skladování i lepší recyklovatelnost prázdných obalů. A jaké jsou první zkušenosti podlahářů?



## BOST® interier

**Tomáš Pressl z plzeňské firmy BOST interier s.r.o.:** „Měli jsme nedávno několik palet s těmito obaly venku a k naší spokojenosti spolehlivě zafungovala jejich odolnost proti vlhkosti. Trochu jsme se na začátku obávali, jak to bude s jejich otevíráním, ale PE materiál se dá snadno a přesně řezat, a to společně s dobrým úchopem usnadňuje manipulaci. Výborné je vyprázdnění obsahu – díky hladkému povrchu se stěrka vysype rychleji, beze zbytků a bez zbytečného prachu.“



**Josef Petera, šéfmontér firmy Hylena-Koberce, s.r.o., z Nového Města nad Metují** oceňuje zejména vyšší odolnost proti roztržení: „Obaly jsou skutečně dobré, pytle se nám nespou a výborně odolávají vlhkosti. Nelze jim nic vytknout, všechny avizované výhody se v praxi potvrzují. Za dobu jejich používání jsme přišli pouze na jednu drobnost: při přepravě na korbě auta ve srovnání s klasickými obaly ty nové nedrží na sobě, ale kloužou.“



**Marek Novák, obchodní zástupce společnost PROFISTEP s.r.o., Karlovy Vary,** má jen pozitivní reference: „Všichni kolegové, kteří s novými obaly pracovali, chválí výbornou manipulaci a dobrý úchop, pytle se lépe nosí, všichni naši lidé s nimi rádi dělají. Dobré zkušenosti máme i s vysokou odolností zbytků obsahu proti vlhkosti – materiál uvnitř zůstává bez jakýchkoliv kvalitativních změn.“

Tyto, ale i další pozitivní vlastnosti nových PE obalů Thomsit prezentuje názorně také krátký film, který je dostupný na [www.thomsit.cz](http://www.thomsit.cz).

Text: Iva Blažejová, Kristýna Tvrdá | Foto: Henkel

# Montážní lepidla Pattex

## Kvalita bez kompromisů

Montážní lepidla Pattex se již léta těší důvěře široké veřejnosti i odborníků. Jejich kvalita a spolehlivost posunula kategorii montážních lepidel o několik kroků kupředu. Odborníci ani kutilové se dnes bez nich neobejdou, Pattex se stal jejich nezbytným pomocníkem při lepení všech druhů materiálů včetně těch náročných.

Pattex si klade za cíl ulehčovat lidem práci, a proto kontinuálně pracuje na inovacích. Ani letošní rok není výjimkou.

Na začátku roku 2011 Pattex představil montážní lepidlo Pattex Power FIX v novém unikátním balení se samospuští s otočnou aplikační tryskou a možností korigovat průtok lepidla pomocí horizontálního dávkovače. Nyní navíc Pattex rozšiřuje portfolio montážních lepidel o novinku – Pattex Total Fix Vodovzdorný PL 70 – polymerové montážní lepidlo, které vyniká vysokou počáteční pevností. Díky novým obalům uvedeným na trh na konci minulého roku usnadňuje Pattex orientaci ve svém portfoliu produktů. Nové balení s jednoduchými instrukcemi a aplikačními obrázky pomáhá odborníkům i kutilům při volbě správného produktu.

### ŠIROKÉ POUŽITÍ MONTÁŽNÍCH LEPIDEL

Škála montážních lepidel Pattex zahrnuje jednotlivé druhy odpovídající různým použitím a různým materiálům. Špičkou jsou montážní lepidla s okamžitou přilnavostí INSTANT TACK – **Pattex Power FIX**, **Pattex Express FIX** a **Pattex Total FIX**. Ta umožňují lepení různých předmětů bez fixace a odbourávají tak nutnost použití mechanických pomůcek pro zajištění lepených předmětů. Nanesené lepidlo okamžitě přilne a udrží předmět na požadovaném místě. Technologie INSTANT TACK umožňuje rychlejší a snadnější aplikaci a poskytuje okamžité spojení s podkladem bez nutnosti odvětrávání.

### SEZNAMTE SE S MONTÁŽNÍMI LEPIDLY PATTEX

**Pattex Super FIX (PL50)** je univerzální disperzní lepidlo nahrazující hřebíky, šrouby a hmoždinky v interiéru. Spolehlivě lepí materiály, jako je polystyren, dřevo, kov, keramika, korek či sklo, alespoň jeden z lepených povrchů však musí být savý. Hodí se k lepení stěnových i soklových lišt, kabelových kanálů z PVC, dlaždic, nástěnných štítů či dekorativních prvků. Pattex Super FIX neobsahuje rozpouštědla a práce s ním je snadná. Především méně zkušení kutilové ocení, že vedle klasického kartušového balení je dostupný i v 50g a 250g tubě.





**Pattex Power Fix (PL500)** je profesionální disperzní lepidlo vhodné pro aplikaci v interiéru, kde je alespoň jeden povrch savý. Používá se na lepení různých materiálů, jako je dřevo, beton,

hobra, lepenka, překližka, MDF nebo polystyren. Odborníci jej ocení zejména při lepení lišt a dalších začišťovacích prvků na podlahy, stěny i strop. Spolehlivě lepí i okrasné prvky – např. polystyrenové rozety. Díky technologii INSTANT TACK okamžitě přilne k povrchu a udrží předmět i na tak problematickém místě, jakým je strop. Vyrábí se i v balení **se samospouští**, které umožňuje nanášet lepidlo bez aplikační pistole. Stačí jen zmáčknout spoušť a hned můžete lepit. Díky otočné aplikační trysce a možnosti regulace průtoku lepidla je Pattex Power Fix se samospouští ideální na drobné opravy či lepení špatně přístupných míst.



**Pattex Profi Fix (PL60)** je určen pro náročné lepení při velké zátěži. Jeho receptura je přesně navržena k účinnému spojení běžných stavebních materiálů, jako je beton, dřevo, kov, PVC, suché zdivo, obklady apod. Odborníci jej využívají například pro lepení schodových lišt, prahů a obkladů stěn. Hodí se všude, kde je požadována vysoká pevnost a je možná aplikace s odvětráním lepidla.



**Pattex Total Fix (PL700)** je špičkou v lepení. Trvale elastické lepidlo s okamžitou přilnavostí spojí savé i nesavé povrchy a poskytuje odolnost proti vodě. Spojuje různé materiály, jako je dřevo, kov, plast, sklo atd. Je vynikajícím pomocníkem při lepení skleněného obložení stěny v kuchyni nebo pro opravy vypadlých dlaždic, a to i v případě, že je nutné zachovat například bazén napuštěný, protože Pattex Total Fix umožňuje lepení pod vodou. Zároveň je vhodný pro lepení problémových materiálů – např. polykarbonátů nebo zrcadel. K dispozici je ve dvou variantách – transparentní a bílé.



**Pattex Express Fix (PL600)** je navržen pro aplikace jak v interiéru, tak v exteriéru. Díky přelomové receptuře rozpouštědlového lepidla bez nutnosti odvětrání je vhodný pro čistou práci v interiérech. Spolehlivě lepí na různé druhy podkladů včetně cihel, keramiky, betonu, hobry, sádrové lepenky, překližky, kamene či MDF. Díky okamžité přilnavosti INSTANT TACK s ním lze lepit i bez fixace. Pattex Express Fix je vhodný například pro lepení parapetů a obložení, soklových a přechodových podlahových lišt a celé řady krycích a ozdobných prvků. Pro okamžitou pevnost je oblíben jak u řemeslníků, tak i u kutilů.



Novinkou v portfoliu montážních lepidel je **Pattex Total Fix Vodovzdorný (PL70)**, lepidlo na bázi Flextec polymeru s okamžitou přilnavostí. Je vhodné pro lepení v interiéru, zároveň zvládne i náročnější exteriérové podmínky. Je určeno k lepení savých i nesavých materiálů. Vyznačuje se vysokou počáteční pevností. Vytváří trvale flexibilní a odolný spoj s materiály, jako je cihla, beton, keramika, kámen, dřevo, kov, sklo, plasty atd. Vzhledem ke svému složení dokáže lepit i pod vodou.



Více informací, konkrétní možnosti použití, aplikační videa, technické listy a mnoho dalších informací naleznete na [www.pattex.cz](http://www.pattex.cz).

Text: Jana Komárková | Foto: Vladimír Brada

# Prodejna Nike Prague, Praha 1 – Slovanský dům

## Realizace podlah v nové vlajkové lodi Nike s materiály Thomsit



Pro všechny milovníky sportovního oblečení jsou nově otevřeny v prostorách Slovanského domu v Praze dveře nejmodernějšího obchodu Nike ve střední Evropě – Nike Prague. Na více než pěti stech metrech čtverečních prodejní plochy je tam pro zákazníky připraven kompletní sortiment produktů pro fotbal, běh, trénink a tenis včetně široké nabídky oblečení a obuvi pro volný čas.

Každý tak najde v jedné části obchodu veškeré produkty pro svůj oblíbený sport, ať už se jedná o trénink v posilovně, běh nebo procházku parkem. Nová prodejna představuje unikátní koncept prodeje, který byl v České republice představen poprvé. Podlahoviny v této špičkové prodejně realizovala s materiály Thomsit firma AB Parket – Robert Lazna z Prahy. Unikátní inovativní uspořádání obchodu vzniklo na základě výzkumů provedených Nike, které zjišťovaly přání, potřeby a představy zákazníků. Hlavním cílem a záměrem je nabídnout jim co nejširší a nejucelenější nabídku produktů v rámci jednotlivých sportovních kategorií. Obchod Nike Prague nabízí kromě revolučního uspořádání také další speciální služby. Pro fotbalové hráče i fanoušky je připraven tzv. Customization Corner, který zákazníkům umožní upravit si vy-



brané styly podle vlastních představ. Všichni zájemci mají možnost nechat si potisknout dres svým jménem, oblíbeným číslem nebo vyšít si své iniciály na vybranou obuv. Pro běžce je připraven koutek s aktivní prezentací technologie Nike+, kde si budou moci on-line založit vlastní běžecký profil v rámci běžecké komunity na [www.nikerunning.com](http://www.nikerunning.com) a zprovoznit svůj Nike+ SportBand nebo iPod Nano, Touch či iPhone. Pro všechny zákazníky je také připraven věrnostní program Nike Friends.

Společnost AB Parket – Robert Lazna realizovala v prodejně parketové a PANDOMO podlahoviny včetně jejich sportovního lajnování a čísel. Rodinná firma byla založena v roce 1992 a od začátku své existence se zabývá zakázkovou výrobou interiérů a interiérových prvků, jako například dřevěných podlahovin z parket, prken, mozaiky, plovoucích podlahovin nebo obložení vnitřních stěn dřevem. Od svého vzniku nabízí kompletní pracovní servis a v roce 1993 přibyl i prodej specializovaných materiálů určených k realizacím a údržbě. AB Parket postupem času z velké nabídky výrobců vyzkoušela a vybrala ty nejkvalitnější materiály a současně je začala za přijatelné ceny i prodávat. Jednou z vybraných značek, se kterou pracovníci firmy pod vedením Roberta Lazny pracují, jsou i podlahové materiály Thomsit.

Na pokládku podlahovin v prodejně Nike použili podlaháři firmy AB Parket syntetické lepidlo Thomsit P 600, které lepí s pružností ve styku a charakteristická je pro něj rychlá přídržnost a snadná roztíratelnost. Podle Ing. Martina Kavalíra, object business managera společnosti Henkel ČR, jsou syntetická lepidla na bázi pryskyřice mezi podlaháři osvědčená, cenově dostupná a realizační firmy s nimi mají dobré zkušenosti. Potvrzovala to i slova Roberta Lazny: „*Když potřebujeme rychle, levně a spolehlivě položit parkety nebo laminátové podlahoviny, víme, že nejrychlejší způsob, jak vytvořit pevnou dřevěnou krytinu, je s produkty Thomsit jednoduchý: stačí podklad obrousit, vysát a opatřit penetrací Thomsit R 777. Hotové či masivní parkety pak lepíme syntetickými lepidly nebo dvousložkovým polyuretanovým lepidlem na parkety Thomsit P 625, které je výborné i na lepení laminátů. Dobré zkušenosti máme i s disperzními a elastickými lepidly, ta ale v tomto případě nebylo nutné využít. Realizace prodejny Nike probíhala od února do března letošního roku a kromě toho, že se odehrávala v centru Prahy na velké ploše a byla pod drobnohledem kolemjdoucích, nebyla nijak komplikovaná. I tady jsme na betonové podklady použili disperzní penetraci Thomsit R 777 a nářadí a podlahoviny se zbytky lepidla jsme čistili přípravkem Thomsit R 733. Povrchovou vrstvu tvoří olejované dvouvrstvé parkety se spodní smrkovou vrstvou.*“

#### Fakta

**Objekt:** Prodejna Nike Prague, Praha 1

**Plocha:** cca 500 m<sup>2</sup>

**Použité materiály Thomsit:**

- disperzní penetrace Thomsit R 777
- syntetické lepidlo na bázi pryskyřice Thomsit P 600
- ředidlo pro lepidla na bázi umělé pryskyřice Thomsit R 733

**Realizační firma:** AB Parket – Robert Lazna, Praha

Text: Jana Komárková | Foto: Metrostav a.s., Josef Husák

# Kamenná dlažba v nové budově ČVUT spoléhá na materiály Ceresit

Novou budovu otevřelo letos v únoru České vysoké učení technické v Praze. Podobu jí dal ateliér „první dámy české architektury“ Aleny Šrámkové a své sídlo tu našla Fakulta architektury. Byla vystavěna během osmnácti měsíců na pozemku v dejvickém kampusu v návaznosti na objekty Fakulty stavební, Studentského domu a Národní technické knihovny.

Umístění volně navazuje na dostavbu areálu vysokých škol podle návrhu architektů F. Čermáka a G. Paula z přelomu 50. a 60. let 20. století. Jejich záměrem tehdy bylo vytvořit volnou prostorovou kompozici objektů v zeleni, rozvíjející původní zastavovací plán Dejvic od profesora A. Engela z 20. let. Architektonický návrh ateliéru Šrámková architekti zvítězil v soutěži 35 týmů a vybrala jej komise složená z významných architektů.







Podle Aleny Šrámkové, kterou proslavila například budova ČKD v Praze na Můstku či odbavovací hala Hlavního nádraží, má nový dům působit rozumně, jednoduše, až trochu obyčejně, aby vedl studenty ke skromnosti. Přísný tvar minimalistické hlavní budovy narušují vystupující kvádry poslucháren, které jsou opláštěny plechy fialové, červené a oranžové barvy.

Stavba je koncipována a navržena jako univerzální, variabilní prostor pro vysokoškolskou výuku různých technických oborů. Jsou do ní integrována pracoviště Fakulty architektury a dalších součástí technické univerzity. Hlavní kubus půdorysného tvaru „L“ doplňují tři kvádry poslucháren. Vynechaný půdorysný segment je v přízemí vydlážděn, a tvoří tak vstupní nádvoří, které slouží jako shromažďovací i otevřený výukový prostor. Budova má osm nadzemních a tři podzemní podlaží. V prvním podzemním podlaží jsou kromě vyhrazených parkovacích míst umístěny provozy hospodářského zázemí, občerstvení, planografie, prostory sochařského ateliéru a další prostory technického zařízení.

Na hlavní vstup navazuje recepce, v přízemí je dále studijní oddělení, centrální šatny a kapacitní přednáškové sály pro 80, 100, 180 a 300 posluchačů. V dalších nadzemních podlažích se nacházejí učebny, ateliérové i jiné výukové a speciální prostory a pracovny pedagogů. Kolem atrií spojují tyto místnosti ochozy

a chodby. V každém nadzemním podlaží jsou vždy čtyři speciálně vybavené seminární učebny. Uprostřed jsou pak navrženy zasedací místnosti, respiria a hygienická zařízení.

Náklady ve výši 1160 mil. Kč pokryly investiční zdroje ze státní dotace ve výši 999 mil. Kč a vlastní zdroje ve výši 161 mil. Kč. Budova vyrostla na pozemku o rozloze téměř 7000 m<sup>2</sup>. Obestavěný prostor má kapacitu 147 041 m<sup>3</sup> a podlahová plocha činí 34 584 m<sup>2</sup>.

Více než 4500 m<sup>2</sup> plochy, především vstupní nádvoří, schody a první nadzemní podlaží pokrývá kamenná dlažba Ströher, na jejíž pokládce pracovalo Sdružení plzeňských obkladačů. Aby byla zajištěna skutečně kvalitní pokládka v prostoru, který je mimořádně frekventovaný, vybralo SPO pro realizaci stavební chemie Ceresit. Podklad se nejprve ošetřil produktem CT 17, který je určen pro penetrační nátěry v interiéru i exteriéru před lepením obkladů a dlažeb. Účinkuje hloubkově na horní hraně dané konstrukce, zvyšuje její pevnost a snižuje nasákavost. Pro lepení byla použita tenkovrstvá lepicí malta pro obklady a dlažby na kritických podkladech Ceresit CM 16, která se používá k lepení obkladů a dlažby z keramiky a kamene na stabilních i kritických podkladech a je vhodná pro interiéru i exteriéru. Pro spárování byla zvolena hmota Ceresit CE 43 Grand'Elit – flexibilní spárovací hmota se zvýšenou chemickou a mechanickou odolností, která nejlépe vyhověla požadavkům na vysokou zátěž komunikačního prostoru, částečně venkovního, po němž budou chodit tisíce budoucích architektů.

#### Fakta



**Objekt:** nová budova Fakulty architektury ČVUT, Praha

**Projekt:** Šrámková architekti

**Dlažba:** Ströher

**Stavební chemie:** Ceresit CT 17, Ceresit CM 16,  
Ceresit CE 43 Grand'Elit

**Realizace dlažeb:** Sdružení plzeňských obkladačů, s.r.o.

Text: Peter Šovčík | Foto: archiv Henkel

# Výroba PU pěn v Estonsku

## Téměř 50 milionů PU pěn ročně vyprodukuje výrobní závod v estonském Pärnu



V jihozápadní části Estonska, na březích Pärnského zálivu, leží staré město Pärnu (německy Pernau, polsky Parnawa), známé zejména jako příjemné mezinárodní lázeňské a prázdninové letovisko s mnoha hotely, restauracemi a plážemi. Město se 43 tisíci obyvateli však není jen „letní metropolí Estonska“, je to také významné univerzitní a přístavní město. Přístav Pärnu byl vždy strategickým místem dostupným pro lodní dopravu i v zimních měsících a i dnes představuje hlavní bránu lodní dopravy jižní části Estonska.



šihu závodu umožnila společnosti Henkel podstatně zvýšit efektivitu výroby. Továrna na PU pěny zahájila proces restrukturalizace v březnu 2010 a již na začátku června byl závod schopen dodávat plný sortiment.

Dnes vyrábí přibližně 300 různých produktů z oblasti PU pěn a tmelů pro téměř 40 zemí. Produkce směřuje do zemí střední a východní Evropy, do západní Evropy, Kazachstánu, Japonska a na trhy v Jižní a Severní Americe. I PU pěny a vybrané tmelý pro český trh jsou zde vyráběny. Až budete některou z nádob držet v ruce, vzpomeňte si, že k nám doputovala z „letní metropole Estonska“ – titul Estonia's Summer Capital je totiž od roku 1996 oficiálním označením Pärnu.



Pärnu má navíc výborné silniční spojení díky dálnici Via Baltica (E 67), jednomu z nejvýznamnějších dálničních tahů v pobaltských zemích; letecká doprava má pak prvotřídní zázemí v mezinárodním letišti. Z Pärnu je blízko nejen do hlavního města Estonska Tallinu (129 km), ale i do metropolí sousedů – lotyšská Riga je vzdálena jen 189 km, finské Helsinky pak pouhých 210 km.

Toto příjemné a současně polohou a zázemím významné město je dnes sídlem klíčového výrobního závodu PU pěn a tmelů z produkce firmy Henkel. V areálu o velikosti cca 15 tisíc m<sup>2</sup> jsou na ploše 7500 m<sup>2</sup> umístěny budovy, které „spolykají“ denně na 200 tun surovin potřebných pro denní produkci cca 14 tisíc dóz s PU pěny a tmelý.

Výrobní zázemí v Estonsku je výsledkem reorganizace, která proběhla v roce 2010, kdy byla do Pärnu přestěhována i výroba PU pěn z finského Oitti. Centralizací výroby se zvýšila kapacita – až o 50% – a v estonském závodě vzniklo i 20 nových pracovních míst. Přesun a centralizace výroby byly výrazně ovlivněny změnami v globální ekonomice: konsolidace do jednoho vět-



# Mystery shopping

## Více než 90 % prodejců doporučilo značku Ceresit

Projekt certifikovaných a autorizovaných prodejen Ceresit není potřeba nijak zvlášť představovat, obchodní partneři firmy Henkel jej dobře znají i ze stránek Pro Profi magazínu Divize lepidel a technologií. Právě v letošním jarním čísle jsme informovali o jeho aktuálním stavu a v závěru jsme připojili i informace o výzkumu trhu, který formou fiktivního nakupujícího, tedy mystery shoppera, realizovala pro Henkel ČR pověřená výzkumná agentura. Data z mystery shoppingu jsou nyní k dispozici a vybrané pasáže ze závěrečné zprávy předkládáme i vám.

Hlavním cílem projektu byla kontrola certifikovaných prodejních míst značky Ceresit; důraz byl kladen na šířku a hloubku prodávaneho sortimentu stavební chemie Ceresit v závislosti na hodnocení prodejny podle počtu hvězdiček. Hodnotila se i prezentace produktů a značky Ceresit v prodejním místě, dostupnost a naplněnost stojanů s výrobky Ceresit.

### Při každé mystery návštěvě byly posuzovány tyto oblasti:

- doporučení produktu ze strany prodejce – Ceresit vs. konkurence;
- exteriér prodejny – prezentace značky Ceresit;
- interiér prodejny – prezentace značky Ceresit, viditelnost certifikátu, prezentace ostatních značek;
- stojany – viditelnost, počet, umístění, naplněnost;
- šířka a hloubka sortimentu stavební chemie Ceresit;
- zpětná vazba od prodejců – spokojenost, hodnocení konkurenčních značek.

Vyškolení spolupracovníci agentury nejprve vystupovali v rolích potenciálních zákazníků, kteří přišli do prodejny koupit konkrétní produkt – sanitární silikon nebo spárovací hmotu. Prohlédli si prodejnu a zeptali se prodejce na doporučení konkrétního produktu. Po provedení mystery návštěvy a zaznamenání všech relevantních skutečností tajemný zákazník odhalil svou „pravou totožnost“ a představil se obsluze jako zástupce Ceresit, který je pověřený ná-



„Tajemný zákazník“ prověřil během června 219 prodejen.

Text: Peter Šovčík | Foto: Vladimír Brada



Jednou z prodejů, která před „tajemným zákazníkem“ obhájila svůj certifikát, je také prodejní centrum Fabián - Dobříš. „Po pravdě řečeno jsme s obhajobou tak trochu počítali – prodáváme dobře, prodejnu máme pěknou, všechny podmínky splňujeme, tak jsme si věřili,“ řekla nám Petra Fabiánová. „Ale samozřejmě nás obhajoba potěšila stejně jako láhev šampaňského, kterou jsme po mystery návštěvě dostali a rovnou s ní pak večer náš úspěch oslavili.“

vstěvou certifikovaného prodejního místa. V případě, že prodejce v první fázi návštěvy doporučil produkt Ceresit, získal jako odměnu láhev sektu a převzal nový certifikát autorizované a certifikované prodejny Ceresit s autorizační známkou pro rok 2011. Na základě rozhovoru s prodejcem pak spolupracovníci výzkumné agentury vyplňovali část dotazníku týkající se zpětné vazby. Při všech návštěvách byla pořizována fotodokumentace ilustrující prezentaci značky a produktů Ceresit v prodejním místě. V rámci projektu bylo realizováno v průběhu června 2011 celkem 219 návštěv/mystery shoppingů v 219 vybraných prodejních.

### A jaká jsou klíčová zjištění letošního výzkumu?

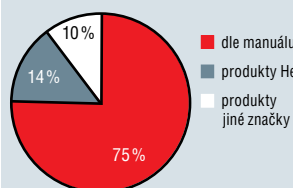
Marketingové a sales manažery stejně tak jako obchodně-technické zástupce značky Ceresit zajímala odpověď na otázku „Jakou značku sanitárního silikonu či spárovací hmoty vám prodejce doporučil?“. V tomto ohledu jsou výsledky výzkumu pozitivní: mystery shopperovi doporučilo 91 % prodejců produkt značky Ceresit.

Na otázku „Byla vidět značka Ceresit v exteriéru prodejny?“ odpověděla ano polovina tajemných zákazníků. Jednalo se především o velké poutače či bannery umístěné při vjezdu do areálu prodejního místa či v jednom případě dokonce na střeše prodejny. Při vstupu do prodejny byla značka Ceresit jednoznačně viditelná pro 56 % mystery shopperů. Vždy se jednalo o samolepku s počtem udělených hvězdiček, která byla nalepena na vstupních dveřích či v prostoru okolo platební zóny atp.

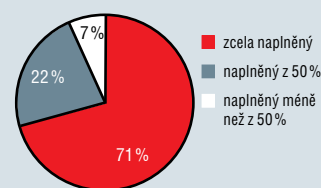
Při třech čtvrtinách návštěv byla prezentace Ceresit formou letáků, samolepek, log, vzorníků, plakátů či poutačů v prodejně zřetelná a jasná. Prezentace na pověřené pracovníky výzkumné agentury působila většinou dobře, pozitivní komentáře byly psány např. ve formě: „Když se člověk rozhlédl po prodejně, prezentace a výrobky Ceresit nešly přehlédnout.“ Z hlediska porovnání prezentace značky Ceresit versus konkurenční značka byla mnohem více vidět značka Ceresit. Prodejní stojany byly na první pohled viditelné v 59 % případů. Tři čtvrtiny stojanů byly naplněny podle manuálů, v 71 % případů byly stojany zcela naplněné. „S výsledky jsem spokojen, ale přesto zde vidím prostor pro další zlepšování, zejména co se týká naplnění prodejních stojanů Ceresit,“ komentuje výsledky Key Account Manager AB Radek Michálek.

### Naplněnost stojanů Ceresit

#### z hlediska kvality:



#### z hlediska kvantity:



% respondentů, jedna možná odpověď, N = 166

Jako pozitivum vidí prodejci ochotu a přístup obchodních zástupců. Pochvalují si, že v případě potřeby zástupce poradí, obratem zjistí informace a vše potřebné zařídí či doveze drobné zboží. V neposlední řadě vidí jako velké plus informace o novinkách a nové propagační materiály, které jim obchodní zástupce při svých návštěvách vozí.

„Mystery shopping je marketingový nástroj, který nám umožňuje získat nezávislá a objektivní data týkající se našich prodejních míst. To nám dále dovoluje vyhodnocovat efektivitu marketingových aktivit týkajících se produktové a brandové komunikace v místech prodeje,“ říká David Krčka, Senior Brand Manager Ceresit. „Je potěšující, že většina certifikovaných prodejů obhájila své hodnocení v počtu hvězdiček. Dokonce několik z nich si polepšilo a získalo další hvězdičku navíc. Jsme rádi, že projekt motivuje prodejce k rozšiřování sortimentu stavební chemie Ceresit a ke zlepšování prezentace značky. Už nyní mohou prozradit, že pro druhé pololetí roku chystáme speciální marketingové akce „šité na míru“ výhradně našim certifikovaným prodejnám, které si tuto cíleovou podporu určitě zaslouží,“ dodává Krčka.

Text: Jana Komárková | Foto: SIKO CB, a.s.

# Představujeme partnery



## SIKO KOUPELNY České Budějovice

**SIKO KOUPELNY v Českých Budějovicích jsou prodejnou, která disponuje největší prezentační plochou obkladů a dlažeb na jihu Čech. V jejich nabídce samozřejmě nechybí ani sortiment stavební chemie, v němž mají významné místo také produkty značky Ceresit.**

Prodejna je otevřena od roku 1998. V roce 2005 prošla rozsáhlou rekonstrukcí a přístavbou. V současné době je zde 6000 m<sup>2</sup> výstavní plochy, na nichž zákazníci najdou 160 výstavních kóji. Showrooomem nás provedl manažer prodejny Jan Větrovec, který nám představil novinky i celkovou filozofii firmy: „Náš sortiment je zaměřen na kompletní vybavení koupelen, tedy obklady, dlažby, stavební chemii, sanitární vybavení, armatury a doplňky. Samozřejmostí je zpracování grafických návrhů koupelen. Naší velkou výhodou jsou velké skladové zásoby, které představují až 10 000 paletových míst ve skladech, bezproblémové parkování a výborně dostupná poloha

– prodejna se nachází v obchodní zóně společně například s prodejny OBI, Interspar, OK elektro a dalšími.

### A jaké je postavení stavební chemie v rámci prodejny?

„Stavební chemie je jedna z částí našeho sortimentu, samozřejmě velmi důležitá. Jedním z jejích pilířů je i stavební chemie Ceresit, která se těší díky svým vlastnostem a marketingové podpoře velké oblibě našich odběratelů. Vyhledávají především lepidla na obklady a dlažbu, spárovací hmoty, vyrovnávací hmoty, penetrace a silikony.“

Text: Jana Komárková | Foto: Stavební keramika, spol. s r.o.

# Stavební keramika, spol. s r.o.

**Společnost Stavební keramika v Řečanech nad Labem se specializuje na prodej obkladů a dlažeb značky RAKO a samozřejmě také související stavební chemie, z níž dala přednost produktům Ceresit od společnosti Henkel.**

## **Jednatele společnosti Josefa Klymčiwa jsme se ptali, jaká byla historie firmy a jak se vyvíjela:**

Stavební keramika, spol. s r.o., byla založena v roce 1990. Zpočátku se zabývala prodejem dovozových obkladů a dlažby. V krátké době se firma začala specializovat na obklady a dlažbu RAKO. Chtěli jsme se však odlišit od katalogových prodejců. Proto jsme hned v prvních letech začali hledat odpovídající prostory k uskladnění obkladových materiálů a manipulaci s nimi. Po vybudování dostatečných skladových prostor jsme se stali největším prodejcem českých obkladů v regionu.

V roce 1996 došlo k otevření koupelnového studia v těsné blízkosti sídla firmy. V tomto studiu jsou koupelny prezentovány v 55 osazených kójiích. Zákazníkům zde nabízíme veškerou poradenskou činnost týkající se výběru materiálů a zařízovacích předmětů, grafické 3D návrhy koupelen, služby specialisty na koupelnovou chemii a lišty. Důraz klademe hlavně na kompletní servis. Zákazník přijde s plánem staré koupelny a my pro něj vytvoříme novou koupelnu kompletně, do posledního detailu.

Vzhledem k tomu, že máme k dispozici opravdu velké skladové prostory, může si zákazník většinu vybraných materiálů ihned odvézt. To platí nejen pro obklady a dlažbu, ale i pro veškerou stavební chemii – izolace, lepidla, spárovací hmoty a základní zařízovací předměty.

## **Jak byste charakterizoval sortiment, na co jste zaměřeni?**

Spolupracujeme s předními českými i zahraničními výrobci koupelnového vybavení. V současné době patříme mezi deset největších prodejců RAKO.

Řešíme nejen koupelny, ale i náročnější projekty, např. bazény, venkovní balkony a terasy. Tady už je potřeba specialista na stavební chemii a pokládku. Naši vyškolení pracovníci navrhnu veškeré vhodné materiály potřebné pro pokládku, tak aby vzniklý prostor byl nejen dobře designově zpracovaný, ale hlavně byl vysoce funkční. Pro výsledný efekt má zásadní význam výběr správné stavební chemie. Naše firma vsadila na produkty Ceresit od společnosti Henkel a tento výběr se ukázal jako správný. Kvalitu výrobků Ceresit si vysoce cení nejen obkladači, ale následně i koneční zákazníci. Obkladači oceňu-



jí kompletnost výrobků, dobrou zpracovatelnost a špičkovou kvalitu. Koneční zákazníci si pochvalují jednoduchou údržbu a nabídku čisticích prostředků. V tomto ohledu je vidět veliký posun oproti době, kdy jsme začínali. V počátcích působení naší firmy zákazníci hleděli hlavně na design obkladů a zařízovacích předmětů. Kvalitu, izolační vlastnosti použitých materiálů, vlastnosti spárovacích hmot dříve většinou neřešili. Nyní už je situace jiná. Nejen vzhled, ale hlavně maximální kvalita a funkčnost je základním požadavkem zákazníků. Každý zákazník má dnes možnost získat obrovské množství informací nejen z médií, ale hlavně z internetu. Zajímají se o nátěrové izolační hmoty, o způsoby pokládky, o stálobarevné nenasákové spáry, protiplísňové provedení. V tomto ohledu máme zákazníkům co nabídnout, protože výrobky Ceresit plně vyhoví i těm náročnějším zákazníkům.

Text: Peter Šovčík | Foto: archiv Bohemians 1905

# Ceresit je i letos

## hlavním partnerem fotbalistů Bohemians 1905

BOHEMIANS



1905

Ceresit už několik let podporuje v roli hlavního partnera fotbalový klub Bohemians 1905 a vzájemná spolupráce funguje k oboustranné spokojenosti Bohemky i značky Ceresit. Podpora ze strany silného a stabilního partnera, jakým Ceresit je, je pro klub, který hraje nejvyšší fotbalovou ligu, samozřejmě klíčová, ale i značka Ceresit má z této spolupráce užitek.



Bohemians 1905 jsou klubem s více než 100letou tradicí, práce vedení klubu je na dobré úrovni, s Klokany bylo a je spojeno mnoho známých osobností a návštěvnost jejich utkání je pravidelně vysoká – to ostatně byly také hlavní důvody navázání partnerství. Jak ukazují i fotografie ze zápasů, Ceresit je k vidění na bannerech kolem stadionu, hráči mají značku i na svých dresech, součástí spolupráce je také zviditelnění loga Ceresit na stránkách pravidelně vydávaného magazínu Klokán, který klub vydává už od roku 1963, a webových stránkách, prvních fotbalových v ČR (1997).

### Nejslavnější vršovický klub

Bohemians je jeden z tradičních a slavných pražských fotbalových klubů a nejslavnější vršovický klub. Jeho největším úspěchem bylo semifinále Poháru UEFA v roce 1983 a vítězství v Československé lize v téže roce, roku 1985 skončili fotbalisté z vršovického Ďolíčku v lize druhí pouze o skóre za Spartou Praha. Starší z čtenářů si z té doby možná vybaví zelené mentolové bonbony Klokanky – právě tehdejší popularita klubu vedla podnik Sfinx k jejich výrobě. Dres Bohemky oblékaly desítky vynikajících fotbalistů – Bejbl, Bičovský, Borovička, Dobiaš, Hruška, Chaloupka, Jakubec, Kareš, Knebart, Levý a další, legendou se stal i trenér Tomáš Pospíchal, který Bohemians k titulu a účasti v semifinále Poháru UEFA v roce 1983 dovedl. Nejslavnější osobností a sou-

časně historicky nejúspěšnějším hráčem v zeleno-bílém dresu byl nynější prezident klubu Antonín Panenka, který se do fotbalové historie nesmazatelně zapsal penaltou – vršovickým dloubákem – v roce 1976, kterou zajistil pro Československo titul mistra Evropy.

### Klokán přijel z Austrálie

Symbol klubu – klokana – asi také není třeba představovat. Mladší čtenáři však určitě neví, jaká sláva byla spojena se zájezdem do



Austrálie v roce 1927, odkud výprava AFK Vršovice (tak se klub v letech 1905–1927 jmenoval) dovezla párek klokanů. Výprava k protinožcům odcestovala v dubnu 1927 z Wilsonova nádraží, kde byla tehdy doslova hlava na hlavě. Se svými fotbalisty se přišly rozloučit snad celé Vršovice, ale i fanové z dalších čtvrtí Prahy. Zájezd byl úspěšný nejen sportovními výsledky, ale i společensky. Místní tisk přiznal, že většina Australanů se o existenci Československa dozvěděla teprve po příjezdu „Bohemians“ (AFK Bohemians se pak klub jmenoval v období 1927–1940). Triumfální bylo i přijetí při návratu, perony všech nádraží, kudy 30. července 1927 vlak s fotbalisty projížděl, byly zaplněny sportovními fanoušky a muzikanty. Vyvrcholení slávy nastalo v Praze, kde byl o uvítání takový zájem, že pořadatelé museli vydávat povolení pro vstup do nádražní haly, a na koho se nedostalo, musel se spokojit s vyčkáváním před nádražím nebo pozdravit výpravu až během jejího průvodu do Vršovic. Cesta do Vršovic byla lemována nejen fanoušky, ale i Pražany, kteří nikdy na kopané nebyli, ale věděli, že kolem nich kráčí ti, co „byli dosud tou největší reklamou pro Československo v Austrálii“.

### Desítka pro domácí

Jak to tak v životě chodí, jednou jsi dole, jednou nahoře. Po slavném období s vrcholem v polovině 80. let přišly i starosti. V roce 2005 klubu hrozil kvůli finančním problémům zánik, přišel dokonce o profesionální licenci, ale majitelem se stala nově vzniklá akciová společnost AFK Vršovice, na kterou Českomoravský fotbalový svaz převedl všechna práva i závazky. Klub se i díky obrovské podpoře ze strany fanoušků zachránil a do vršovického Ďolíčku se opět vrátila radost a dobrý fotbal. Ještě jednu překážku však



má Bohemka v současnosti před sebou – stadion ve Vršovicích nevyhovuje současným nárokům naší ani evropské fotbalové asociace a fotbalisté Bohemians musí hrát společně se Slavií v Synot Tip Areně. Opět však zasáhli věrní fanoušci – v říjnu 2010 se do zastupitelstva Prahy



10 dostalo jimi iniciované unikátní politické hnutí Desítka pro domácí, která usiluje o přestavbu Ďolíčku na stadion, který i na omezeném prostoru splní regulace pro zápasy české ligy a evropských pohárů. A zdá se, že vše dobře dopadne, jednání s městskou částí Praha 10 i současným majitelem stadionu probíhají, na podzim 2011 je naplánována první prezentace jeho nové podoby.

### Dobrý začátek

Patřičné sebevědomí získali Klokani v průběhu letní přípravy, v níž hráči vyhráli všech šest zápasů. „Ale opravdová fotbalová válka začne až v lize. Herní příprava se přečehovat nedá. Na druhou stranu prosazují, aby hráči nezpychli a nelétali někde v oblacích. Chceme všem klubům opět dokázat, že jsme v minulé sezoně nebyli na šestém místě náhodně,“ řekl trenér Pavel Medynský před začátkem letošní sezony. V průběhu červencové tiskové konference všichni aktéři ocenili, že Klokani vybojovali v minulé sezoně vynikající šesté místo mezi fotbalovou elitou – překvapivé vzhledem ke složení týmu, v němž nehrály žádné hvězdy; čekal se spíš boj v dolní polovině tabulky. Na šesté místo by fotbalisté Bohemians 1905 samozřejmě rádi dosáhli i letos – a přípravu na novou sezonu skutečně nepodcenili. V ročníku 2011/2012 se po dlouhých třiceti letech vrací v nových dresech ke klubovým tradicím – v zelených trikotech a bílých trenýrkách se třemi klubovými pruhy chtějí navázat na úspěchy z roku 1983. Na počátku, v prvních týdnech srpna, kdy se tento časopis připravoval, jim dobrá příprava a nové dresy přináší jen úspěchy. Hned v 1. kole přehráli Slavii, ve druhém pak porazili dokonce i mistra z Plzně, a navázali tak na výborné výsledky z loňského ročníku. Do dalších kol jim hodně úspěchů nejen na poli sportovním přeje i celý tým stavební chemie Ceresit.

# „Hokejové stránky“

## značky Ceresit zaregistrovaly během jara přes milion návštěv

Značka stavební chemie Ceresit pokračovala v oficiálním sponzoringu mistrovství světa v hokeji i na letošním šampionátu na Slovensku – sponzoring posledních dvou MS se u obchodních partnerů i zákazníků setkal se značným ohlasem, a i proto se v duchu hokeje nesla i letošní jarní marketingová kampaň Ceresit.

Od 28. února do konce dubna probíhala spotřebitelská soutěž s mottem „Pojeď fandit i ty!“, začátkem dubna odstartovala TV kampaň na podporu prodeje spárovacích hmot a silikonů Ceresit s recepturou MicroProtect, kterou v květnu u vybraných zápasů hokejového mistrovství vystřídal speciální TV spot s lepidly na obklady a dlažbu Ceresit CM v rolích hokejových hráčů. K výraznému zviditelnění značky Ceresit přispěla i prezentace na mantinelech a střídačkách hokejových stadionů v Bratislavě a Košicích. Jarní kampaň propojoval webový portál [www.pojedfandit.cz](http://www.pojedfandit.cz), který se v průběhu března až května setkal u široké veřejnosti s mimořádnou odezvou.

Zatímco v roce 2009 byly informace spojené s hokejem součástí oficiálních webových stránek [ceresit.cz](http://ceresit.cz), v loňském roce už byl spuštěn specializovaný portál [pojedfandit.cz](http://pojedfandit.cz), který hned v prvním roce zaznamenal 175 tisíc návštěv. Letos se významně obsahově rozrostl – návštěvníci tady v první fázi (od 28. února do 24. dubna) našli informace o samotné spotřebitelské soutěži, ve druhé fázi (od 25. dubna do 16. května) pak vše podstatné k MS v ledním hokeji – program, výsledky, články, praktické informace k návštěvě zápasů, ale i velkou porci zábavy navíc. Nechyběla anketa, hokejové kvízy či flash verze hokejové hry: střelba na vybraného brankáře hrajícího na MS přilákala **více než 90 tisíc hráčů**,

**90 tisíc**  
hráčů



kteří vstřelili **1576 tisíc branek**. Ve facebookové skupině bylo 2700 fanoušků, kteří se aktivně podíleli na tvorbě obsahu. Ho-

**1576 tisíc**  
branek

keji byly věnovány i wallpapy a spoříče obrazovky na stránkách hokej2011.cz, které si stáhlo přes 20 tisíc osob. Po skončení samotné spotřebitelské soutěže a před začátkem mistrovství světa se na webu úspěšně rozběhla i Ceresit liga s 8000 zaregistrovanými hráči, která dala v průběhu čtyř hracích kol šanci na zajímavé výhry i těm, kdo neuspěli v jarní spotřebitelské soutěži. Návštěvnicky atraktivní byla i možnost „Budte na titulce novin Góól“, kde se každý mohl po vložení své fotografie stát hokejovou hvězdou a titulní stránku novin pak poslat svým přátelům e-mailem nebo prostřednictvím facebooku. Hokejovou „star“ se tak díky těmto stránkám stalo téměř 5000 fanoušků hokeje. To vše se pozitivně odrazilo i na návštěvnosti stránek, které během března až května zaznamenaly **přes milion návštěv**.

**1 000 000**  
návštěv na webu

David Krčka, Senior Brand Manager značky Ceresit, k úspěchu projektu poznamenal: „Značka stavební chemie Ceresit je známá a těší se dobré pověsti u stavebních profesionálů a naším cílem bylo a je její renomé posilovat i u koncových zákazníků. Partnerství firmy Henkel a mezinárodní hokejové federace IIHF při hokejových šampionátech včetně toho posledního na Slovensku je jedním z klíčových prostředků při naplňování našich obchodních a marketingových cílů, a proto jsme spojení „Ceresit a hokej“ promítli do všech jarních komunikačních aktivit. Internetovým stránkám jsme po loňské premiéře věnovali velkou pozornost a očekávali jsme oproti roku 2010 výrazný růst návštěvnosti, reálná čísla však vysoko překonala naše očekávání. Jsme samozřejmě rádi a doufám, že stejnou radost si během května užili všichni, kteří se hokejem bavili nejen na stadionech a u televizních obrazovek, ale i na našich webových stránkách a sociálních sítích.“



## TV SLEDOVANOST HOKEJOVÉHO MS A SPECIÁLNÍCH HOKEJOVÝCH SPOTŮ CERESIT



MS v ledním hokeji na Slovensku přineslo i vlivem úspěšného vystoupení českého týmu mimořádné navýšení TV sledovanosti sportovního kanálu ČT4, na němž byla největší hokejová událost vysílána jako na hlavní stanici vůbec poprvé. Na vlnu zájmu o hokejové přenosy reagoval i **speciální hokejový spot Ceresit**, který měl na ČT4 premiéru při prvním zápase našich hokejistů s Lotyšskem 3. května večer, další

spoty pak byly vysílány v přestávkách utkání naší osmifinálové skupiny. Oproti dubnu se sledovanost ČT4 navýšila čtyřikrát a stanice se ve dnech, kdy se hokejové zápasy vysílaly, dostala na 2. místo v podílu sledovanosti tuzemských TV stanic. Nejvyšší počet TV diváků na šampionátu přineslo utkání mezi Českem a Finskem 4. května – 1655 tisíc lidí se dívalo na celý zápas, který rozhodoval o vítězi naší základní skupiny a který se jako jediný vysílal na ČT1. Tento **rekordní počet diváků tak zaznamenal i hokejový spot Ceresit** vysíláný v komerční přestávce 1. třetiny.

Nejúspěšnějším přenosem se stalo utkání Česko–Rusko 15. května, kdy se rozhodovalo o držitelích bronzové medaile ze šampionátu, v žebříčku TOP pořadí ČT4 se umístila a hranici jednoho milionu diváků překonala i další utkání českého týmu – „dvojkou“ byl zápas Česko–Slovensko 6. května, pomyslnou třetí příčku obsadilo semifinálové utkání Česko–Švédsko 13. května. **Ve třech utkáních této TOP 6 byl vysílán i spot Ceresit s lepidly na obklady a dlažbu v rolích hokejových hráčů.**

Marketingové pracovníky značky Ceresit potěšila zejména skutečnost, že šampionát přilákal k televizím lidi, kteří jsou všeobecně těžce zasažitelní TV reklamou: muže v aktivním věku 35–54 let a z nejvyšších sociodemografických skupin. Frekvence sledování hokejových přenosů byla vysoká – za dobu konání šampionátu sledoval divák v průměru 7,5 utkání.

Typickými zákazníky stavební chemie jsou převážně muži, ale výhody spárovacích hmot a silikonů Ceresit s recepturou MicroProtect oceňují zejména ženy. Hokejový šampionát ukázal, že i ony hokeji rozumí a fandí mu. Až 71% všech žen starších 15 let se přitom dívalo v TV aspoň na část šampionátu, u mužů nad 15 let však dosáhl podíl 80%, což znamená, že z pěti dospělých mužů neviděl ani kousek hokeje pouze jeden.

**782 tisíc**

Průměrná sledovanost každého reklamního bloku

**1655 tisíc**

Rekord sledovanosti přenosů 4. květen Česko–Finsko

**64,4 %**

diváků MS byli muži

Text: Peter Šovčík | Foto: archiv Henkel

# Známe vítěze

## českého kola umělecké soutěže

### Henkel Art.Award. 2011

Odborná porota složená z významných uměleckých osobností vybrala za vítěze národní kola 10. ročníku soutěže Henkel Art. Award. nadějného umělce Jana Pfeiffera. Ten se zúčastní podzimního mezinárodního kola soutěže ve Vídni a spolu s kandidáty z dalších 22 zemí bude soutěžit o vítězný titul, finanční odměnu ve výši sedm tisíc eur a také uspořádání vlastní výstavy ve vídeňském Muzeu moderního umění Nadace Ludwig (Mumok).



Odborná porota vybírala z děl od 57 autorů.



Vítězné dílo Jana Pfeiffera.

Za Českou republiku se letos přihlásilo 57 umělců, kteří předložili svá díla k posouzení v oborech malby, kresby, fotografie, videoartu a instalací.

Vítěz českého kola, Jan Pfeiffer (\*1984), je čerstvý absolvent Akademie výtvarných umění, spoluzakladatel a kurátor galerie Pavilon na Malé Straně. Přes svůj věk vystavoval již v Evropě,

Americce i Asii a posbíral několik prestižních ocenění. Díla finalistů ze všech 23 zemí posoudí ve Vídni mezinárodní porota a ta poté nominuje pět nejlepších do finále ceny Henkel Art. Award. 2011. Vítězové budou představeni v rámci slavnostního vyhlášení, jež se uskuteční v listopadu ve Vídni. Díla vítězů a ostatních finalistů budou poté prezentována veřejnosti na výstavě v hlavním městě Rakouska.

Text: Peter Šovčík | Foto: archiv TŘI SESTRY

# Kapela TŘI SESTRY

## vystupovala během léta na 22 open air koncertech



**Letos již podeváté v řadě vyrazil legendární rockový cirkus jménem TŘI SESTRY na svou velkolepou TŘI SESTRY GAMBRINUS TOUR 2011. Od 27. května do 17. září skupina obrazila 22 koncertních open air areálů Čech a Moravy a navštívila jak stará dobrá místa, tak i končiny zatím neprobádané.**

Letní turné začalo 27. května v Chomutově, ale prvním setkáním s nedočkavými fanoušky kapely byla už tradiční dvoudenní hudební oslava narozenin TŘI SESTRY 26 LET OPEN AIR, která vypukla 20.–21. května na pražském koupališti Džbán za účasti kapel Visací zámek, Plexis, Zóna A, N.V.Ú., Zvláštní škola, Totální nasazení a mnoha dalších.

Návštěvníci turné se i letos těšili ze stylizovaného hostince přímo na pódiu, kde se hudebníci i přední divácké řady během produkce občerstvovali oblíbeným pivem, případně dalšími tekuti-

nami. TŘI SESTRY nejdly na velké letní turné osamoceny, naopak, dalšími hosty byly jejich spřátelené soubory E!E, DOCTOR P.P. a jiní. Ozvláštňením se stal jedinečný a okouzlující kostým „Pan Pivo“, do kterého byl frontman skupiny Tři sestry Lou Fanánek oděn. Kostým se skutečně povedl, pokaždé když se Lou Fanánek v tomto kostýmu objevil, odměnili ho fanoušci bouřlivým potleskem.

Turné odstartovalo v pátek 27. května v letním kině v Chomutově a o den později na koupališti Michal v Sokolově. Počasí se

mimořádně vydařilo, jen v Sokolově byla ke konci trochu zima. Jak někteří z přímých účastníků poznali, měla kapela letos nový repertoár, což přineslo humorné scénky – zažitě rituály z posledních let byly pozměněny a členové kapely si to ne vždy hned uvědomili.

První červnový víkend přijel Lou Fanánek Hagen, Ing. Magor, Supice Veronika, Ronald Seitl, Zdeněk Petr, Franta Vrána, Jaroušek a Franta Kacafírek do Brna na hrad Veveří (3. 6.) a do Ratíškovice (4. 6.). Souhra klapala, fanoušci si koncert pořádně užili, takže první návštěva Moravy se vydařila. To už se kapela těšila do Lysé nad Labem a do Rakovníku, kde hrála v pátek 10. a v sobotu 11. června. Obdiv patřil zejména hrdinům z Tyršova koupaliště v Rakovníku, kteří vydrželi pod pódiem navzdory nepříznivému počasí. Další týden byl poměrně nabitý, protože už ve středu 15. června přijela skupina se svými hosty do Plzně. A místní fanoušci dokázali, že jsou asi nejlepší v republice, a patřil jim velký dík. Byla to

hozená rukavice pro ostatní města a zejména pro ta nejbližší: v pátek 17. června Strakonice a o den později Pardubice. Ale ani tam se fanoušci nedali zahanbit a připravili pro TŘI SESTRY i pro sebe výbornou atmosféru.

Prázdninovou část turné odstartoval koncert v pátek 8. července u motorestu v Milíně a v sobotu 9. července v Open air klubu Vostrov u Mnichova Hradiště. Naštěstí vyšlo počasí a v Milíně i první autogramiáda letošního turné, která se setkala se značným úspěchem. Střídavě jasno a oblačno bylo na koncertech 15. července v plaveckém areálu v Zábřehu na Moravě, 16. července na letním parketu v Pohoří u Dobrušky a v pátek 22. července na fotbalovém hřišti v Ledči nad Sázavou. Všude si to ale muzikanti i diváci výborně užili.

Pak přišla krátká přestávka, během které se většina kapely rozjela na dovolenou. Ve druhé polovině srpna se vše rozjelo znovu – TŘI SESTRY plně sil zahrály ve čtvrtek 18. srpna na koupališ-

#### A TADY JSOU ODPOVĚDI LOU FANÁNKA NA OTÁZKY REDAKCE PRO PROFI MAGAZÍNU HENKEL

***Ve druhé polovině 80. let jste studoval stavařinu na Stavební fakultě ČVUT v Praze. Pamatujete si z doby studia ještě něco nebo už to je daleká a zapomenutá minulost?***

*Pamatuji si spoustu věcí, ale takový útržky, že by to nebylo k ničemu použitelný. Tu a tam se mi něco spojí, třeba kolejový svršek z dopravních staveb. Ale fakt to jsou útržky, do práce bych s tím nemohl nastoupit. Hlavně jsem byl na ekonomice a řízení stavebnictví, a to se po revoluci a v novém systému kapitalistického plánování výrazně změnilo. Takže tam bych se musel všechno přeučit znova.*

***S materiály Ceresit pracují obkladači, podlaháři, zedníci a další stavební profese. Všechno jsou to lidé, kteří se musí živit rukama. Kdyby váš život postavil do situace, že se přestanete živit zpěvem, psaním a hudbou, dokážete si představit, že byste se uživil manuální prací? Pokud ano, jakou? A jste doma manuálně „použitelný“ nebo voláte profesionály?***

*No, tak to je těžko si představit, ale občas tu a tam něco taky udělám. Neumím si však představit, v jakém oboru bych se zrovna živil. Na stavbě by to asi nebylo... nevím. To je otázka hodně UFO, doufám, že se to nestane, protože už jsem zvyklý takhle a je to. Ale třeba bych mohl sekat zahradu nebo tak něco. (se smíchem) Manuálně použitelný jsem, nevolám vždy profesionály, většinu věcí se snažím dát dohromady sám, ale abych si třeba naplánoval stavbu plotu, to ne. Protože ona je to dřina; sice se činností nebojím, ale přeci jen tu nohu potřebuji šetřit na jež-*



ti v Rožnově pod Radhoštěm, v pátek v areálu zámku v Buchlovicech a v sobotu v zámecké zahradě v Mladé Vožici. Poslední srpnový víkend přijela kapela a její hosté na letní parket v Holkově u Velešína a na koupaliště Vyžlovka.

Záříjový závěr velkolepého turné obstaraly koncerty v letním kině v Ústí nad Labem (2. 9.), v kempu Lázně v Klatovech (3. 9.), na baseballovém hřišti v Blansku (10. 9.); posledním koncertem bylo vystoupení v letním areálu pod hradem Točnick (17. 9.).

## Lou Fanánek Hagen se představuje čtenářům Pro Profi magazínu Henkel

Dělat rozhovor s Fanánkem je díky jeho profesionalitě poměrně lehké, horší je to už s otázkami, na které tato osobnost české hudební scény ještě neodpovídala. Než jsme mu položili ty, na které určitě ještě neodpovídal, shromáždili jsme podstatné informace, které už o sobě Lou Fanánek Hagen někdy dříve prozradil a co možná mnoho z vás zná a ví.

*dění na motorce, na lyžích, vůbec na chození a absolvování koncertů. Takže drobnůstky ano, ale abych si třeba na léto naplánoval stavbu bazénu, tak to ne, to volám profesionály.*

**Setkal jste se vy osobně již v minulosti se značkou stavební chemie Ceresit? Zaznamenal jste její aktivity? Např. sponzorství MS v hokeji 2010, 2011?**

*Sponzorství jsem nezaregistroval, ale zaregistroval jsem výrobky, se kterými tady pracovali naši montéři; rozhodně mi přijde jako známá značka, to v každém případě. Jestli jsem ji viděl na hokeji, nevím, možná, ale nejsem zrovna moc sportovní fanoušek. Ceresit však znám a vím, kam jej zařadit, kdyby mi někdo to slovo řekl, rozhodně vím, že je to stavební chemie.*

**Letos jste oslavil 45. narozeniny, a protože čas běží, blíží se vám abrahámoviny. Jeden vtip přitom říká, že mezi hrnkem bez ucha a chlapem po padesátce není žádný rozdíl, není ho za co chytit a je vám líto ho vyhodit... Přemýšlíte už o této životní etapě?**

*Jéžíšmarjá, o tom nepřemýšlím, už pět let jsem vyděšenější z toho, že mi bylo čtyřicet a že už je všechno špatně. To není tím, že by mne děsila ta číslovka, ale nějak se to prostě všechno sesypalo. Možná opravdu jde o krizi, kterou lidi kolem čtyřicítky mají, někdo v pětadvaceti, další v padesáti, nevím, třeba ji rozhodím, ale jsem z toho dost špatnej, musím říct. Takže abrahámoviny ble ble, já jsem nechtěl slavit ani letošní narozeniny.*

Vlastním jménem František Moravec se narodil 18. června 1966. Je ženatý, má čtyři syny – jak sám o sobě říká, v soukromém životě je rodinný typ. Po základní škole studoval gymnázium a po něm Stavební fakultu ČVUT v Praze. Během studia na ČVUT se věnoval i žurnalistice na Univerzitě Karlově. Do práce chodil pár měsíců a už asi chodit nebude.

František měl dva hudební vzory: Lou Reeda a Ninu Hagen, Fanánku mu říkala babička – odtud tedy jeho přezdívka. V roce 1985 se na památném večírku u Magora dávají dohromady Tři sestry. Od té doby je Fanánek hlavní postavou souboru. Je zpěvák a svému řemeslu je věrný. Kromě Tří sester zpíval ještě v kapelách Duní a Hagen Baden. Oblíbenou kapelou jsou Buty.

Jak určitě skalní fanoušci ví, Fanánek má místo pravé nohy protézu. V roce 1986 mu ji pod kolenem ujel vlak. Tenkrát mu lékaři kvůli těžkému poranění hlavy moc šancí na návrat do života nedávali, léčení však probíhalo dobře a Fanánek vše přežil, zvládl a dnes funguje, jako by byl úplně v pořádku. Trénoval dokonce i na paralympiádu v Pekingu.

Lou Fanánek Hagen je autorem stovek textů. Psal reklamní slogany – v letech 1994–1997 pracoval v reklamní agentuře Česká reklamní, psal i texty písní pro Karla Gotta a Lucii Bílou, pro Ilonu Csákovou, Maxim Turbulenc nebo pro Těžkej Pokondr. Na jeho kontě najdeme i muzikálová libreta – tvořil pro úspěšný muzikál Kleopatru, po něm následovali Tři mušketýři, Angelika a Golem. U toho všeho se Fanánek stále věnoval kapele.

Hostoval také na několika deskách svých kolegů – např. na desce Lochneska (Doctor P.P.), Frajeři se vrací (M.Z.H.) nebo V továrně je dobře (Sahula a Synové výčepu). Nazpíval ústřední písně k filmům Poslední plavky a Nahota na prodej.

Kromě hudby pro filmy si vyzkoušel i roli herce: ve filmu Král Ubu si zahrál žalárníka, mezi jeho další herecké vstupy patří například role strážníka v klipu Lucie Bílé Lásky je láska nebo role uklízeče ve videu Doctora P.P. Já mám vztek.

Lou Fanánek Hagen je také úspěšným autorem knih – v první knize Tak to bylo, tak to je... píše Fanánek o sobě, v druhé Járo, kakao! listuje svými písničkovými texty a se syrovým humorem nad nimi vypráví příběhy ze svého života i ze životů kumpánů. Setkáte se s postavickami z branických i jiných hospod, nasajete atmosféru nekonečných bytových večírků v 80. letech, podniknete sondu mezi divoké fanoušky Tří sester, zažijete neuvěřitelné tahy s ďábelským kytaristou Františkem Sahulou, projdete se s drsnou partou po krkonošských štítech, zdeptáte několik hotelových recepčních a pumpařů a také se pokusíte vžít do tablů, které přináší život s dřevěnou nohou.

# Cech obkladačů ČR

## a společnost Henkel spolupracují



Cech obkladačů  
České republiky

## již víc než 10 let

Společnost Henkel ČR je partnerem (dříve hlavním, nyní generálním) Cechu obkladačů ČR již od roku 2001 a podpora ze strany výrobce stavební chemie Ceresit této největší profesní organizace v oboru pokračuje i letos, kdy si cech připomíná 15 let svého trvání a 10 let vzdělávání v oboru obkladač. V souvislosti s jubileem se představenstvo cechu rozhodlo vydat speciální almanach Obkladačské řemeslo.

**Předseda Cechu obkladačů ČR Roman Pommer informoval redakci Pro Profi magazínu o podrobnostech připravovaného almanachu a dalších aktivitách spojených s jubileem:** „Při příležitosti 15. výročí se chceme ohlédnout do minulosti a popsat, čím naše řemeslo v posledních letech prošlo. Nemyslím tím technologie a pokládku, ale například změny ve formátech obkladů a dlažeb, které jsme používali dříve a které jsou trendem nyní. Vždyť současné velkoformátové obklady kladou na obkladače zcela jiné nároky než dříve a i tomuto tématu se chceme v almanachu věnovat. Almanach by měl vyjít na přelomu září a října a určitě bude k dispozici na našem slavnostním setkání s členy a partnery cechu, které plánujeme na čtvrtek 20. října v Pivovarském dvoře Zvíkov nedaleko královského hradu Zvíkov. Samozřejmě tam nebudou chybět ani zástupci našeho generálního partnera, stavební chemie Ceresit, která náš cech v posledním desetiletí významně podporuje a která se podílela i na tvorbě systému vzdělávání v oboru obkladač.“

**Jiří Pavlíček, manažer technické podpory společnosti Henkel ČR a hlavní garant spolupráce značky Ceresit s Cechem ob-**

**kladačů ČR, k tomu dodává:** „Od počátku se vzájemná spolupráce mezi společností Henkel ČR a cechem uskutečňovala v několika směrech – Henkel se zapojoval do řady projektů a aktivit, které cech organizoval, a různými cestami je podporoval. Piliřem aktivit byla i podpora učňovského školství. Jednou z nejviditelnějších forem je soutěž Obkladačská naděje, jediná soutěž svého druhu u nás pro žáky škol s výukou oboru obkladač, která se zrodila v roce 2005 a kterou Henkel jako hlavní partner cechu samozřejmě široce podporuje jak materiální výpomocí při soutěži, tak i hodnotnými cenami pro vítěze klání.“

**Společnost Henkel mimo výše uvedené projekty pomáhá odborným školám vyučujícím profesi obkladač i tím, že prostřednictvím Cechu obkladačů ČR dodává formou bezplatného daru stavební chemii jako materiál pro výuku učňů na jednotlivých učilištích.** „Naším cílem je posilovat prestiž řemesla a cestou podpory výchovy budoucích profesionálů trvale zvedat řemeslo na kvalitativně lepší úroveň. Samozřejmě chceme také zlepšit znalosti učňů o nových technologiích, vždyť to je v zájmu nejen jich samotných, ale i nás jako výrobce stavební chemie či jejich budoucích zaměst-

navatelů a zákazníků,“ uvedl Jiří Pavlíček, který se také podílel na přípravě jedné z učebnic pro obkladače.

**Předseda Cechu obkladačů ČR Roman Pommer krátce shrnul i současné postavení a cíle cechu:** „Lobbujeme za náš obor všude, kde se dá. Cíl se nemění – chceme dát na vědomí odborné i laické veřejnosti, že zde existují profesionálové, kteří mají zkušenosti a že v nich je záruka kvalitně odvedené práce. Maximálně se věnujeme oblasti vzdělávání – ze státního rozpočtu a z ESF (Evropského sociálního fondu) jsme prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost získali finanční prostředky na tříletý projekt věnovaný podpoře vzdělávání našich členských firem. Jsme také členy sektorových rad, kde se účastníme tvorby národní soustavy kvalifikací a národní soustavy povolání. Zajišťujeme tréninkový materiál do škol. Určitě chceme pokračovat v nastoupené cestě a neříkat si, že teď už to půjde samo. Pro členskou základnu budeme i nadále vytvářet další možnosti rozvoje jak na profesionální, tak i na společenské úrovni. Rádi bychom, aby se našim obkladačům dařilo a aby měli jako dobří řemeslníci potřebný respekt ve společnosti.“



Text: Peter Šovčík | Foto: Henkel

## Henkel pokračoval v solidních výkonech i ve druhém čtvrtletí 2011

Společnost Henkel vykázala navzdory náročným podmínkám na trhu i ve druhém čtvrtletí solidní výsledky. „Dosáhli jsme vysoké míry organického růstu obratu a znovu jsme předčili relevantní trhy,“ uvedl Kasper Rorsted, předseda představenstva společnosti Henkel, a dodal: „I přes vyšší ceny surovin jsme zlepšili ziskovost ve všech našich obchodních divizích, a to především díky prodejním cenám, silným značkám, inovacím a dalším opatřením zaměřeným na zvýšení efektivity.“ Divize pracích a čisticích prostředků zaznamenala ve druhém čtvrtletí organický růst obratu o 3,7%. Divize kosmetiky díky organickému růstu obratu o 5,4% jasně překonala silné výsledky ze stejného období loňského roku. Divize lepidel a technologií výrazně předčila výsledky již tak úspěšného druhého čtvrtletí roku 2010, a to zásluhou organického růstu obratu o 8,9%. Za prvních šest měsíců fiskálního roku 2011 zvýšil Henkel obrat oproti stejnému období v předchozím roce o 5,1% na 7776 mil. eur. K pozitivnímu vývoji přispěly především obchodní divize kosmetiky a lepidel a technologií.

## Novinka na trhu lepidel na tapety



Značka Metylan vytváří nový trend v oblasti lepení tapet. Tekutý Metylan koncentrát je novou generací lepidel, která stačí jednoduše nalít do vody, krátce zamíchat a lepidlo je připravené k lepení. Nový koncentrovaný Metylan snadno lepí všechny typy tapet (papírové, vinylové, vliesové apod.). Tekutý Metylan koncentrát vzhledem ke své konzistenci nevytváří hrudky a lepidlo dokáže připravit každý; již během dvou minut je připravené k použití. Vysoká lepicí síla zaručuje dokonalý a dlouhotrvající výsledek. Nový Metylan – tekuté lepidlo koncentrát umožní snadno a rychle vytvořit z různých prostor atraktivní a příjemné místo.

[www.metylan.cz](http://www.metylan.cz)

## Nové stránky ceresit-visage.cz



Podrobné a komfortní seznámení s letošní novinkou firmy Henkel v oblasti fasádních a zateplovacích systémů – omítkami a nátěry CERESIT VISAGE s dezénem přírodních materiálů – je nyní připraveno na stránkách [www.ceresit-visage.cz](http://www.ceresit-visage.cz). Stránky přehledně seznamují odbornou i laickou veřejnost se třemi hlavními skupinami reprezentujícími přírodní zdroje, jejichž vzhledem jsou nové omítky CERESIT VISAGE inspirovány: kámen, dřevo a kov. V každé ze skupin nabízí Ceresit širokou škálu barev a textur, umožňujících uspokojení požadavků jednotlivých projektů. Na portálu [www.ceresit-visage.cz](http://www.ceresit-visage.cz) najdou návštěvníci stránek i zajímavou aplikaci, která pomáhá vytvořit vhodnou barevnou kompozici pro návrh fasády a která umožňuje vybrat si z připravených barevných schémat a následně je aplikovat na model hotové stavby. Součástí nového webu jsou i teoretické informace pro vhodný výběr kombinace barev. Nechybí technické listy omítek a nátěrů včetně katalogu, všechny dokumenty si zájemci mohou v případě potřeby stáhnout.

## Nová posila obchodního týmu Ceresit pro jižní Moravu

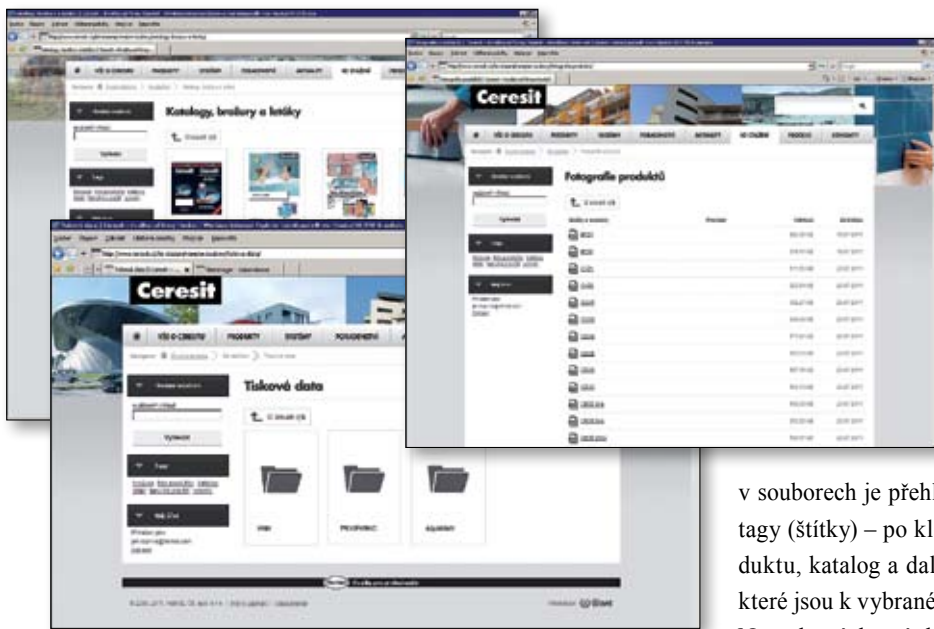
Obchodní tým stavební chemie Ceresit rozšířil od července Marek Pliska. Nový obchodně-technický zástupce bude zodpovědný za udržování a posilování vazeb s velkoobchody a prodejci stavebních materiálů v regionu Jihomoravského kraje. Jeho hlavním úkolem je zajišťovat kompletní prodej výrobků stavební chemie Ceresit, zejména pak výrobků pro lepení a spárování obkladů a dlažby, omítkových a zateplovacích systémů Ceretherm a dalších produktových skupin. Kontakty na nového obchodního zástupce, ale i na ostatní obchodně-technické zástupce stavební chemie Ceresit jsou k dispozici na stránkách <http://www.ceresit.cz/kontakty/technicti-poradci-ceresit/>.



Text: Peter Šovčík

# Nový webový portál pro prodejce stavební chemie Ceresit

Od konce léta je na webu [ceresit.cz](http://www.ceresit.cz) nově zpřístupněna neveřejná a exkluzivní část sekce „Ke stažení“ <http://www.ceresit.cz/ke-stazeni/>, kde si mohou nejen certifikovaní prodejci stavební chemie Ceresit prohlédnout a stáhnout aktuální grafické podklady, dokumenty a další soubory, které jim usnadní přípravu marketingových akcí spojených se značkou Ceresit.



Výhody neveřejné části sekce ocení všichni certifikovaní prodejci Ceresit – pro ně je na stránkách k dispozici řada užitečných dokumentů včetně tiskových dat k letákům a brožurám. Neveřejná část sekce zjednoduší zejména komunikaci s obchodními partnery či jejich grafiky, kteří potřebují podklady pro letáky, katalogy či jiné marketingové aktivity související s podporou prodeje produktů stavební chemie Ceresit. Podklady řazené v přehledném adresáři jsou všem registrovaným zpřístupněny po přihlášení, administrátor má také možnost přidělit složku se soubory pouze vybraným uživatelům. Výhodné to bude především u souborů s velkou datovou náročností – nová aplikace webových stránek Ceresit tím odbourá opakované a složité zaslání podkladů e-mailem nebo přes datové úschovny. Novou podobu dostala i část přístupná širo-

ké veřejnosti, kde nechybí aktuální a starší vydání Pro Profi magazínu, letáky, brožury a produktový katalog, to vše v náhledových formátech pdf.

Práce s novou částí sekce, určenou certifikovaným prodejcům, je jednoduchá – každý partner bude mít vytvořen vlastní účet, o jehož zřízení si při první návštěvě zažádá, nebo mu jej zřídí provozovatel. Na účet se pak bude pod svým jménem a heslem přihlašovat. Stačí zadat e-mail a text žádosti, poté na zadanou e-mailovou adresu přijde zpráva s informací o aktivování účtu. Orientace

v souborech je přehledná, hledání potřebného dokumentu usnadní tagy (štítky) – po kliknutí na jeden z nich (např. brožura, foto produktu, katalog a další) se návštěvníkovi zobrazí všechny soubory, které jsou k vybranému tagu v databázi přiřazeny.

Na webových stránkách si tak registrovaní návštěvníci budou moci vyhledat, prohlédnout a stáhnout kromě fotografií produktů, produktového katalogu, letáků, tabulek použití i aktuální ceník stavební chemie Ceresit. David Krčka, Senior Brand Manager značky Ceresit, si od sekce slibuje zjednodušení komunikace mezi společnostmi Henkel ČR a jednotlivými prodejci, ale i jistotu, že registrovaný partner použije pro svoji akci aktuální podobu dat: „Pro naše partnery to bude příjemné zjednodušení, odpadne nutnost žádat a čekat na data, přístup budou moci dát i svým grafikům a ti budou mít obrázky v potřebných formátech a velikosti okamžitě k dispozici. Nová část webu ale přinese výhody i nám – očekáváme, že se významně sníží výskyt situací, kdy se na marketingové akci našeho partnera objevila starší neaktuální informace, např. fotografie produktu se starším obalem apod.“

# Ceresit



## Spárovací hmoty a silikony - čistá koupelna bez plísní

ZNÁTE Z TV

Ceresit MicroProtect je koncept zajištění dlouhodobé čistoty koupelen bez plísní. Kombinuje spárovací hmoty Ceresit CE 40 Aquastatic a CE 43 Grand' Elit s efektem odpuzování vody a vlhkosti a sanitární silikon CS 25\* s výrazně vylepšenou dlouhodobou protiplísňovou ochranou. Díky škále téměř 30 barevných odstínů je možné dosáhnout i barevné harmonie spáry a silikonu, což je stále výraznější trend současnosti.

K dostání ve vybraných koupelňových studiích, stavebninách a hobby marketech.

[www.ceresit.cz](http://www.ceresit.cz)



\* Používá se buď jako přírůbek k přípravě, nebo jako samostatná vrstva na obvodu a přípojené informace o přípravku.

Henkel

Kvalita pro profesionály



# Adhesive Technologies



Kvalita pro profesionály