



TROX je konkurencija

Za ovaj broj časopisa „KGH“ razgovarali smo sa Volfgangom Hučekom (Wolfgang Hucek), generalnim direktorom TROX Austria, koji je na taj položaj došao novembra 2020. Našim čitaocima kolega Huček predstavlja svoju viziju kompanije i sopstveno iskustvo u raznim strukama. Odgovorio je na naša pitanja u vezi sa izazovima i potencijalima sektora ventilacije i klimatizacije u svetlu nedavne pandemije i krize izazvane klimatskim promenama. Nadamo se da ćete uživati u zanimljivim i inspirativnim rečima kolege Volfganga Hučeka.

Recite nam nešto o vašem profesionalnom razvoju

U TROX-u sam se zaposlio sa diplomom Univerziteta za ekonomsku i poslovnu administraciju. Posle nekoliko godina sam uvideo da treba da razvijem i tehnička znanja, pa sam upisao Univerzitet primenjenih nauka u Pinkafeldu, kao jednoj od vodećih škola za tehničke nauke u Austriji. Iako nisam diplomirao, stekao sam dovoljno znanja da se ugodno krećem kroz tehniku kao i kroz ekonomiju. Zahvaljujući toj svojoj odluci uvek podstičem mlade saradnike da ulažu u svoje obrazovanje.

Da li TROX-ova Akademija obučava mlade zaposlene?

Najčešće zapošljava gotove stručnjake koji su spremni da se dalje razvijaju, jer iz škole dolaze bez posebnih znanja

iz oblasti ventilacije – a TROX se uglavnom bavi kvalitetom vazduha.

TROX-ova Akademija namenjena je posebnoj obuci naših klijenata. Kompanijama koje se bave projektovanjem i planiranjem nudimo obuku na teme sigurnih i sertifikovanih sistema ventilacije, održivih rešenja i efikasnih proizvoda namenjenih ventilaciji zgrada uz očuvanje životne sredine. Prateći potrebe svojih klijenata, TROX je uložio dosta znanja i sredstava u fabrike filtera, kao i u odgovarajuću obuku klijenata.

Kada govorimo o obrazovanju, Austrijska privredna komora nam je dostavila opšte informacije o Vašoj zemlji, a posebno o srednjim tehničkim školama. Imate mnogo škola širom zemlje, za sve vrste tehničkih i informatičkih zanimanja... Austrija bi mogla da uči iz Vašeg primera, jer nam nedostaje mnogo tehničkih stručnjaka tog nivoa.

Kako se TROX suočava sa poremećajima na tržištu?

Brzo i efikasno. Na primer: korona nas je podstakla da tražimo bolja rešenja za prečišćavanje vazduha. Ventilacija je jedino rešenje, a mi smo sve već imali „u kući“: znanje, ventilatore, prigušivače buke, filtere, proizvodne kapacitete... i nakon vrlo kratkog procesa istraživanja – za manje od tri meseca – naš novi prečišćivač vazduha je bio na tržištu.

Naša politika je da proizvodimo na lokalnom tržištu – proizvodi za Evropu, prave se u Evropi. Imamo fabrike u Nemačkoj, Češkoj Republici, Španiji, Velikoj Britaniji i Švajcarskoj. Naši klijenti najčešće biraju nemačke proizvode, jer je „Made in Germany“ i dalje popularna garancija kvaliteta.

Osim toga, sa našim logističkim partnerom, Šenkerom (Schenker), uveli smo

sistem praćenja pošiljki, tako da klijenti u svakom trenutku znaju gde je proizvod koji su naručili.

Kako TROX povezuje zaposlene na pet kontinenata?

TROX je globalni lider u razvoju, proizvodnji i prodaji komponenata, uređaja i sistema za ventilaciju i klimatizaciju. Sa 33 firme-ćerke u 28 zemalja na pet kontinenata, 20 proizvodnih postrojenja, brojnim uvoznicima i predstavništvima, TROX posluje u preko 70 zemalja. TROX GROUP širom sveta ima oko 5.000 zaposlenih koji ostvaruju godišnji prihod od 700 miliona evra.

TROX Austrija & CEE sa sedam predstavništava pokriva tržište Centralne i Istočne Evrope, od kojih je jedno i predstavništvo u Srbiji, koja je veoma važno tržište za nas.

TROX prati svoje klijente. Različite kulture i životne sredine za nas su izazovi koje mi rado prihvatamo, jer na taj način stalno razvijamo i poboljšavamo našu ponudu. Dosta smo uložili u alatku za međunarodnu saradnju namenjen našim tehničarima koji pomažu jedni drugima kako bi klijenti dobili brze i precizne odgovore: tehničke podatke, rešenja, proračune... Zaista je lepo kada zaposleni u, na primer, Rumuniji prijavljuje komplikovan slučaj, a rešenje stiže za par minuta od kolege iz Češke Republike. Odgovor klijentima spreman je za manje od 24 časa, a ceo sistem podseća na malo sporiji ChatGPT. Takva ušteda u vremenu daje nam veliku prednost na tržištu.

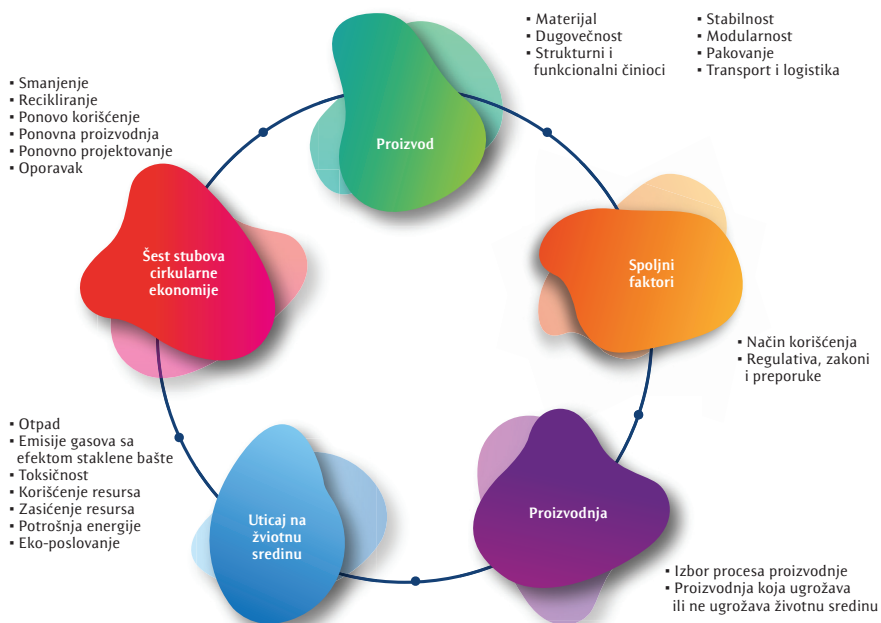
Organizujemo redovne sastanke, onlajn i uživo – pa je jedan bio u Beogradu, Bukureštu, a za ovu godinu lokacija za sastanak uživo još nije određena.

Kao što sam ranije rekao, redovno organizujemo treninge koje mi zovemo predstavljanje proizvoda. Sledeći trening je u Beču kada predstavljamo novu, kompaktnu verziju naših klima-komora.

Za naše zaposlene svake godine organizujemo božićne proslave na drugom mestu, prošle godine u Pragu, pre toga u Budimpešti. Upoznajemo divne gradove u kojima ne živimo. Ljudi se tako upoznaju, zbliže, ojačaju kompanijsku kulturu i mnogo lakše komuniciraju, što ih čini znatno zadovoljnijim.

Da li možete da navedete ključne trendove i tehnologije koji oblikuju budućnost ventilacije?

Veliki izazov na evropskom nivou je Direktiva o energetske karakteristika zgrada (Energy Performance of Building Directive – EPBD), koja se stal-



TROX vodi računa o celom ciklusu proizvoda

no menja. Nažalost, u ovom trenutku izgleda da Poglavlje 11, koje govori o ventilaciji, upravljanju vazduhom, akustici i osvetljenju – uskoro neće ni postojati, već će biti regulisano zakonodavstvom država članica. To je jako loša ideja, jer su Evropi potrebni zajednički standardi.

Mi govorimo o tome da pravilna ventilacija znatno smanjuje emisije gasova sa efektom staklene bašte. TROX je nedavno objavio studiju o tome, pokazujući da smo propustili veliku šansu predloženom promenom EPBD.

S obzirom da zgrade u Austriji učestvuju sa oko 16% u emisiji gasova sa efektom staklene bašte, a građevinski sektor Evropske unije sa oko 40% u ukupnoj potrošnji energije, moramo da uložimo mnogo napora u razvoj pametnih zgrada.

Drugi ključni pokazatelj je energetska efikasnost. Mnogo naših velikih klijenata zahteva procenu životnog ciklusa i mi im dajemo podatke o planiranoj potrošnji energije i ukupnim troškovima vlasništva, što je vrlo bitno za procenu uticaja na životnu sredinu. Od 2024. godine naše proizvode isporučujemo sa deklaracijom o ekološkom otisku proizvoda. Održivost će, uopšteno posmatrano, tek postati bitna.

Kako TROX prati standarde?

Standardi su osnovna tema za TROX. U stalnoj komunikaciji sa klijentima i partnerima širom sveta, mi pratimo lokalne i međunarodne standarde. Prošle godine smo osnovali Austrijsku aso-

cijaciju za ventilaciju, koja već ima 25 članica, a ja sam predsednik. Povod za osnivanje asocijacije je to što političari očigledno ne shvataju prednosti ventilacije ili naš tehnički jezik. A da li bi trebalo? Naš zadatak je da tehnički jezik prevedemo na jezik politike i da im pomognemo da shvate. I u Austriji i na evropskom nivou. Mnoge velike tehničke kompanije imaju isti problem.

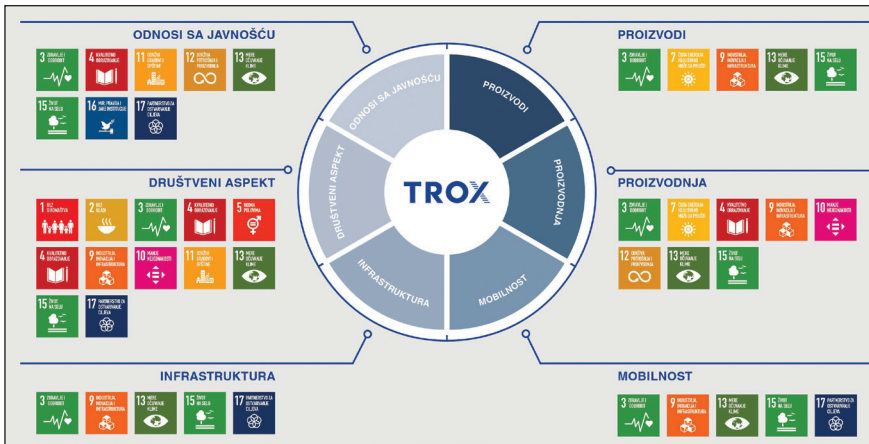
TROX ima predstavnike u mnogim profesionalnim organizacijama, jer znamo da mnogo toga treba da se uradi. Prioritet TROX-a nije samo porast kompanije i povećanje prodaje. Naš najbitniji prioriteti su kvalitet i dobrobit ljudi. Hajnc Troks (Heinz Trox), sin našeg osnivača, osnovao je fondaciju sa tim ciljem.

Recite nam nešto o Fondaciji Hajnc Troks

Čovek je merilo i njegovo blagostanje je naš cilj. To je moto koji je osmislio naš osnivač, Hajnc Troks.

Fondacija Hajnc Troks je životno delo Hajnc Troksa. Osnovana je 1991. godine i trasirala je put razvoju TROX GmbH kao nezavisne kompanije. Misija Fondacije je unapređenje naučnih projekata u oblasti ventilacije i klimatizacije i podrška društvenim i kulturnim aktivnostima.

Ljudi i njihovo blagostanje su u centru našeg poslovanja. To važi i za naš naučni, društveni i kulturni sektor. Blagostanje čoveka je osigurano kada su ljudima obezbeđene osnovne potrebne za svakodnevni život kao što su hrana i smeštaj, odeća i sigurnost, zdravlje i obra-



TROX ulaže ogromne napore u održivost i usklađenost sa 17 ciljeva održivog razvoja

zovanje, komunikacija i transport, nauka i istraživanje.

Podržavamo projekte koji omogućavaju samorazvoj, projekte koji vode održivosti, koji podstiču treće strane na odgovornost, projekte koji omogućavaju sinergiju i istražuju nove resurse.

U saradnji sa trećim stranama pouzdan smo partner pri razvoju projekata koji poboljšavaju ljudsko blagostanje. Isto tako, Fondacija Hajnc Troks razvija i samostalne projekte.

Uporedo sa takvim projektima, Fondacija nastavlja da obezbeđuje manje grantove za pojedince i institucije na TROX-ovim lokacijama, što je praksa koju je još pre dve decenije uveo naš osnivač. Hajnc Troks je uvek posmatrao širu sliku, ceo svet. Na osnovu toga, učestvujemo u nacionalnim, regionalnim i međunarodnim projektima ili ih samostalno razvijamo.

Kada govorimo o vrednostima i vizijama, nedavno smo ugostili osam naših penzionera. Jedan od njih, g. Kielhausen (Kielhausen), ima oko 90 godina i već 25 godina je penzioner. Razgovor sa njime je za mene bio divno iskustvo, jer sam shvatio da je spomenuto blagostanje oduvek bilo veoma važno za kompaniju. Posle kratkog obilaska današnjeg TROX-a, pitali smo ih šta se promenilo. Oni su se sećali stare telefonske centrale, čudili su se radu od kuće ili tome što se oslovljavamo po imenu...

Kako TROX održava najviše standarde kvaliteta?

Kvalifikovani i iskusni zaposleni našim klijentima nude složene proizvode za razne namene. TROX ima oko 1,5 milion varijacija proizvoda, za svaku posebnu namenu i mi formiramo timove koji će pratiti partnere od projektovanja, instalacije, puštanja u rad i tokom rada. U zavisnosti od zahteva, imamo odelje-

nje koje se bavi kvalitetom vazduha u zatvorenim prostorima sa standardnim komponentama kao što su protivpožarne klapne, uređaji za regulaciju protoka vazduha, filteri, rešetke... To je vrlo važno odeljenje koje dobija oko 750 upita nedeljno. Zatim slede sistemi nadpritisne ventilacije za odimljavanje pred kojima su mnogi izazovi raznih standarda širom Evrope i sveta. I kolege iz sektora klima-komora svakodnevno se suočavaju sa izazovima, jer je svaka klima-komora posebna. Zaista nam nije lako da klijentima ponudimo rešenja u tako složenom sektoru kao što je ventilacija, ali ja sam siguran da u tome uspevamo i da su naši klijenti zadovoljni.

” TROX nastoji da obezbedi stabilnost i dobrobit ljudi

Molimo, recite nam nešto o vrednostima i vizijama TROX-a

Pre oko tri godine započeli smo kampanju posvećenu vrednostima TROX-a, pri čemu su zaposleni u svakoj od 70 zemalja u kojima TROX posluje, formulisali svoje osnovne vrednosti, kako bismo poštujući ih, njima prilagodili naše poslovanje. Periodično proveravamo naše procedure da bismo bili sigurni da pružamo najbolja rešenja. Pet osnovnih vrednosti koje važe za celu grupaciju TROX jesu: Poverenje, Bezbednost, Pouzdanost, Kvalitet i Održivost i odluke naše uprave su u skladu sa njima.

Na osnovu tih pet vrednosti na nivou grupacije, svaka ćerka firma razvija svoje, dodatne tri vrednosti.

Svaku našu upravljačku odluku preispitujemo kroz prizmu tih pet vrednosti.

Stalno proveravamo da li su naše odluke ispravne. Da li dovoljno brinemo o ljudima? Da li ulažemo u kvalitet? Da li se zadovoljavamo polovičnim rešenjem ili ćemo uložiti još truda da bude- mo najbolji?

Otkrili smo te ključne pokretače koje treba da pratimo. Naše vrednosti su veoma važne i mi ih sa ponosom ističemo. Čak smo ih ispisali i na stepenicama u našoj zgradi.

Kako postizete održivost?

Spomenuo sam da skoro svaki naš proizvod ima deklaraciju o ugljeničnom oti- sku. Osim procena životnog ciklusa, koje smo nedavno uveli za klima-komore, skoro svaki naš proizvod ima i spome- nutu deklaraciju. Skandinavске zemlje su prve zahtevale tu informaciju na jav- nim tenderima. Eksternu sertifikaciju nam daje TÜV SÜD. Naša reputacija je besprekorna i naši partneri se u potpu- nosti mogu osloniti na TROX.

Ovi zahtevi daju sasvim nove smernice našem poslovanju i znatno će pove- ćati kvalitet naših proizvoda i usluga. Prestaćemo da brinemo o cenama, neke vrednosti će biti mnogo važnije, kao što je odgovarajući proizvod, njego- ve karakteristike i njegov ekološki uti- caj tokom celog životnog ciklusa. Tu je i aspekt sertifikacije i resertifikacije naših proizvoda. Više od 80% TROX-ovih proizvoda na evropskom tržištu uskoro će imati deklaraciju proizvoda o zaštiti životne sredine (Environmental Product Declaration – EPD). Moramo biti ispred konkurencije.

Svi ti napori i investicije deo su našeg velikog paketa održivosti, što je jedan od ključnih pokretača kompanija u našoj grupaciji. Od 17 ciljeva održivog razvoja njih pet je direktno vezano za naše aktivnosti. Obezbeđujemo svež i zdrav vazduh za više od 350 miliona lju- di i imajući u vidu taj broj, mnogo ula- žemo u poboljšanja. Tokom celog život- nog ciklusa naši proizvodi troše manje energije, uz korišćenje obnovljivih ma- terijala u proizvodnji i pri pakovanju.

Moramo da učinimo nešto dobro za našu planetu. Moramo da učinimo mno- go više nego ranije. Izgradili smo foto- naponsku elektranu od 80 kW na našoj zgradi u Beču. Menjamo vozila na dizel gorivo električnim vozilima za koje po- stavljamo punjače. Koristimo kafu u zr- nu umesto kapsula koje stvaraju mnogo otpada. Standardi za upravljanje otpa- dom u Austriji su zaista razvijeni i po- stoji mnogo sistema koji nam omogućá- vaju da budemo zeleni.

Stalno se trudimo da budemo bolji.