

INNOVÁCIÓVAL A KÖZÖSSÉGÉRT



A XIII. kerületben álló, Tours-i Szent Márton és Flúei Szent Miklós-plébániatemplom rekonstrukciója országos szinten is egyedülálló projekt, így nem volt kérdés: ahhoz, hogy a tervezői gondolat testet ölthessen, alapvető a templom architektúrális, emocionális értékeihez méltó anyagok, szerkezetek kiválasztása. Egy templomépületnél a természetes fény minősége, „kezelése” is lényegi, hiszen a fény, mint építészeti eszköz van jelen. Nem véletlen tehát, hogy a Tours-i Szent Márton-plébániatemplom szakmai indikátora és tanácsadója a szakma egyik kiváló képviselője, a 2014-ben indult, alumínium nyílászárórendszereket és üvegfalakat tervező, gyártó és kivitelező

KAV Hungária Kft. volt. „Amit a KAV csinál, az egy misszió” – jegyezte meg egy interjúban a korábbi országos főépítész, jelenleg az Alumínium Ablak és Homlokzat Egyesület elnöke, Fegyvernek Sándor. E misszióról, a templomrekonstrukcióban való részvételről Lovász Károlyt, a KAV ügyvezető igazgatóját kérdeztük.

Hogyan mesélné el egy laikusnak, hogy mit jelent az innováció az önök gyakorlatában?

Az innováció eredményeként a korábban alkalmazott gyakorlattól eltérő, többletértelmet, -tartalmat vagy -funkciót kínáló ter-

méket, szolgáltatást kapunk. A nyílászárók az épített környezetünk talán legfontosabb elemei, hiszen olyan mozgó és egyben határoló épületszerkezetekről beszélünk, amelyek a természetes, éltető fényt is bejuttatják a belterekbe. Ha ezt kiegészítem azzal, hogy az épített ügyfeleink legtöbbször a design és a funkció egyensúlyának megteremtését várják el tőlünk, rögtön szembeötlik a megoldás: jövőnk kizárólag az innovatív megoldások, szolgáltatások és termékek együttes bevezetésén, folyamatos csiszolásán múlik. Eddig csak beszállítóink rendszeranyagainak bátor, máshol nem alkalmazott kombinációival, valamint az egyedül, mára külön branddé vált ügyfélkezelésünkkel érhattünk versenytársaink elé, amit a lakóépültre specializálódás, a lakóingatlant építetők igényeinek alapos megismerése is segített. Ez a piaci előny viszont csak időleges, többen másolnak bennünket. Szoktam mondani, hogy „már a KAV-ot is klónozzák”, bár bevallhatom, ez a hazai termék- vagy szolgáltatásigényekre azért nincs rossz hatással. Folyamatosan fejlődünk kell, ezért fejlesztünk - hazánkban egyedülálló módon - saját termékeket és burkolatokat, ezért gyűjtünk a fejlesztő munkatársaink mellé komoly szakmai holdudvart, és talán ezért van a szakmában egyre nagyobb ismertségünk. Középtávú célunk az új termékeink által elérhető jelentős szakmai funkcionális-, hőtechnikai- és megjelenésbéli paradigmaváltás, mellyel a külföldi piacot is megcélozzuk. Abban bízunk, hogy fejlesztéseinknek köszönhetően hamarosan már nem csak az jut az eszünkbe az ablakról, hogy „olyan - jobb esetben - nyitható üveglap, aminek a segítségével szellőztethetünk is”.

Az energetikai szempontokon túl városarculati, de akár társadalmi szempontból van-e szerepe annak az építőipari szegmensnek, amiben önök működnek?

Fontos és komoly felelősség a miénk, homlokzatépítőké. Mérettől függetlenül a lakó- és munkakörnyezetünk működésének, komfortjának, élhetőségének legmeghatározóbb elemei a levegő utánpótlás, a természetes fény bejutása, a jó hőszigetelés, a szélzárás, a vízzárás, az átjárhatóság és a megjelenés, a külsín. Tud a nyílászárón kívül még egy olyan épület alkotórészt mondani, ami mindezt biztosíthatja vagy leronthatja? Ez a termékkör minden felsorolt problémát megold, ráadásul - jó esetben - ez az épületszerkezet elemeiben javítható vagy cserélhető is. Egy olyan civilizációban, mint a miénk, elengedhetetlen a kom-

fortéret, a biztonság, a digitalizáció integrációja, és a korábban elmondott szükségletek olyan formájú minőségi ötvözése egy termékkörön belül, amely az ökológiai lábnyom csökkentése érdekében az újrahasznosíthatóság, az energiaigény mérséklése mellett is választ képes adni napjaink meteorológiai és környezeti hatásainak.

A KAV missziója (utalva Fegyvernekre). Ha ezen a szalon indulunk el, akkor hogyan kapcsolódik ez a Tours-i Szent Márton-plébániatemplom rekonstrukciójához?

Hiszem, hogy sokféle misszió létezhet egy cég életében akkor is, ha az erős expanziós folyamatát éli. Fejlődünk, épülünk, fejlesztünk, miközben küzdünk a piac és a szegmens kihívásaival - de úgy érzem jó úton haladunk. Tulajdonosként nem érdekelnek az „így szoktuk” vagy „eddig így volt” gondolatok: munkatársaimmal azon dolgozunk, hogy újat és jobbat építsünk, mint a többiek. A hit napjaink egyik legfontosabb támasza, talán fontosabb, mint bármikor a történelemben. Egy nyílás-

záró javításának kapcsán évekkor korábban kerültünk a templomhoz, Gábor Atyával pedig a korábbi építők által kihagyott, vagy a kor színvonala miatt félig megoldott csomóponti problémák miatt egyre többet találkoztunk. Minél több feltárást végeztünk a templomban, annál nagyobb gondokra leltünk. Teljes szerkezeti felújítás, bővítés és a funkciók megtartása mellett a további hitéleti helyiség és területigény miatt komplex áttervezés és átépítés vált szükségessé. A KAV etikus cég, minden munkatársunk jó ember, a szó klasszikus értelmében is. Eldöntöttük, hogy az addigi ciklikus szakmai támogató tevékenységen túl előkészítjük a „nagy” projektet. Mi nem generál cég vagyunk, de belevágtunk. Összehoztuk az előkészítő csapatot, a tervezői munka elindult, költségvetést készítettünk, de a nyílászárókat nem mi gyártottuk, csak a tervezésében segítettünk. Hogy miért? Etikai okokból, mivel nem láttuk korrektnek, hogy a termékek gyártását is mi végezzük külsős megbízott szakmai ellenőrként. Szerepünk viszont Csibrány Miklós munkatársunk munkája által nagyon aktív és szükséges volt, sőt a kivitelezési folya-

mat után is a helyszínen maradtunk, hiszen Miklós a mai napig foglalkozik a garanciális ügyek, az üzemeltetési problémák megoldásával. Ez is egy misszió a sok közül. Célunk, hogy a piacon megszerzett szakmai tudást a köz szolgálatába állítsuk.

Milyen kihívásokkal kell szembenéznie ön szerint a jövőben a szakmának, így az önök cégének is?

Két területet említenék, amely nemcsak a mi speciális világunk, de a teljes városi építési kultúra kihívása lesz a jövőben: a digitalizáció és a megrendelői (főleg a „z” és „alfa” generáció) igények változása. Előbbi az integrációs lehetőségek, utóbbi a variálhatóság, az „én” kommunikáció és az egyéniség kiteljesedésének válaszigénye miatt lesz érdekes.

