

# Treba vôbec prichádzať s novinkami na veľtrh?

Skúsme si položiť základnú otázku týkajúcu sa veľtrhov: akú úlohu dnes ešte hrá bežný veľtrh v informovanosti o novinkách v produkcii jednotlivých firiem? V dobe internetizácie a masívneho rozvoja komunikačných prostriedkov je predsa podstatne pohodlnejšie a racionálnejšie sadnúť si k počítaču a urobiť si súkromný veľtrh doma alebo v práci. Možno sa ľahko zoznámiť s technickými vlastnosťami aj dátumami začatia výroby, hlavnými výhodami aj cenami ihneď a priamo od stola. Ak sú potrebné ďalšie informácie, telefonicky alebo emailom sa možno spojiť s dodávateľom a vyžiadať si ďalšie informácie. O tom, že je to tak, svedčí aj všeobecne nižší záujem o veľtrhy, ktorý cítime aj u nás. Skúsme sa teda zamyslieť nad tým, či je naozaj pravdou, že odborné veľtrhy strácajú význam a postupne snáď aj celkom vymiznú, prípadne nad tým, čo je dnes vlastne úlohou veľtrhov a či výrobcovia majú pripravovať novinky práve hlavne na veľtrh.



Posledné skúsenosti úpadok veľtrhov skôr nenasvedčujú. Aj popredný svetový technický odborný veľtrh HMI (Hannovermesse), ktorý pozná snáď každý technik, stále láka množstvo záujemcov. Prečo teda, keď prístup k informáciám je taký ľahký? Popredné firmy stále kladú dôraz na svoju prítomnosť práve na tomto veľtrhu a aj menšie firmy zo záhoria považujú za dôležité zúčastniť sa aspoň celkom malým stánkom.

Naozaj je zaujímavé zamyslieť sa – prečo? Na jednej strane – prečo veľké a známe svetové firmy považujú za dôležité každý rok investovať veľké prostriedky do prezentácie na veľtrhu? Snáď by bolo dobré uvedomiť si niekoľko faktov. Predovšetkým to, že v oblasti menších firiem dochádza neustále k posilňovaniu pozície niektorých firiem a k oslabovaniu, ba často až k zániku firiem iných. Preto nie internetová stránka, ale skôr prezentácia na veľtrhu svedčí o tom, že firma rastie, posilňuje si pozíciu a prosperuje. Toto je určite dôležitý moment, ktorý spoznáme pri návšteve veľtrhu na prvý pohľad. Zrejme každý používateľ technických produktov (či už odberateľ komponentov alebo konečný používateľ) má záujem o to, aby prvky, ktoré používa, pochádzali od prosperujúcej firmy, čiže aby boli ešte nejaký čas aktuálne a aby sa pri nich mohol spoľahnúť na širokú dostupnosť, kvalitu a servis. Teda možno povedať, že firmy majú záujem ukázať, že si môžu dovoliť prezentovať sa tak, aby to zodpovedalo ich pozícii, prípadne ešte lepšie – hlavne ak už z ich stratégie vyplýva hlavná orientácia na veľtrhy. Orientované na veľtrhy sú aj firmy, ktoré vo svojej oblasti predstavujú špičku – kvalitatívnu a sortimentnú – a ak si chcú svoju pozíciu udržať, musia sa prezentovať ako skutoční určovatelia trendu a inovátori.

Veľtrh potom využijú nielen na prezentáciu, ale aj na vedenie obojsmerného dialógu so zákazníkom. Toto v plnej miere platí napríklad pre firmu Rittal. Dôraz na veľtrh prezentovala rozlohou druhým najväčším stánkom na veľtrhu vôbec.

Rittal je momentálne svetovým lídrom v troch zo šiestich skupín produkcie. To je úžasný úspech, ale súčasne výzva, pretože často je ťažšie si pozíciu udržať, ako ju získať. Vedúci dodávateľ sa preto musí poriadne obracať, aby prichádzal vždy s niečím novým, súčasne však musí vyberať do výroby také produkty, ktoré budú aktuálne v budúcnosti – jednoducho sa trend bude uberať práve tým smerom. Treba na to byť jasnovidcom? Asi nie, skôr treba o pripravovanom produkte čo najintenzívnejšie diskutovať so zákazníkmi. A to je ďalšia úloha veľtrhu. Po návrate a vyhodnotení diskusií príde čas na rozhodovanie, ktoré produkty treba ďalej rozvíjať, lebo o ne zákazníci prejavili živý záujem, prípadne s ktorými novinkami treba ešte počkať, lebo na ne možno ešte nedozrela doba. Tento moment môže byť taký významný, že môže v zásadnej miere pomôcť úspechu nových produktov a tým v budúcnosti posilniť pozíciu výrobcu. Pre vystavovateľa teda môže mať výsledok diskusií na veľtrhu doslova cenu zlata.

Rittal ako momentálne popredný výrobca elektrorozvádzačov a príslušenstva vo svetovom meradle je všeobecne považovaný za prvého inovátora v oblasti svojej produkcie. V skupinách, kde je lídrom, si môže pozíciu udržať iba zabezpečením predstihu v inováciách. Na veľtrhu preto predstavil celkovo až 600 nových produktov a riešení.

Okrem toho predviedol okolo desiatky „superinovatívnych“ technológií budúcnosti, ktoré ešte istý čas nebudú môcť byť zavedené do praxe, ale bolo veľmi dôležité diskutovať o nich s partnermi – práve tieto diskusie často napovedia, či naozaj treba ísť ďalej týmto smerom. Ak z diskusií vyplynie skôr vlažný záujem, firma si ušetrí prostriedky, ktoré môže vložiť do iného smeru výskumu a vývoja.

Skúsme si teda priblížiť aspoň niektoré z tých najzaujímavejších novinek, ktoré Rittal uviedol na tohtoročnom Hannovermskom veľtrhu:

**Úplne nový pultový systém**, ktorý – ako sa očakáva – svojimi prednosťami postupne presvedčí všetkých používateľov ovládacích pultov Rittal a tým vytlačí doterajšie typy.



Hlavnou výhodou je štandardizácia sortimentu vnútornej výstavby so skriňami a tým celkové zefektívnenie, ďalej veľké množstvo drobných vylepšení a v neposlednom rade podstatné zlepšenie dizajnu s možnosťou kombinácie s ostatnými typmi ovládacích skriniek.

**Požiarne odolné elektrorozvádzače** produkované v sérii a v štandardných rozmeroch so svetovou dostupnosťou – sú používané na systémy, ktoré musia fungovať nejaký čas aj po vypuknutí požiaru, prípadne z ktorých sa požiar nesmie šíriť von.



Hlavné vlastnosti: odolnosť proti požiaru zvonka počas 90 minút (teda F90), F30 pri vzniku požiaru vnútri a E30 – teda zachovanie funkčnosti prístrojov vnútri počas 30 minút požiaru vonku.

Výhodou je napríklad aj jedinečný veľmi tenký požiaroizolačný materiál s hrúbkou iba 30 mm.

**Rozvádzače na nasadenie do hygienických prevádzok:** Rittal spolupracuje pri vypracovávaní noriem pre hygienické (hlavne potravinárske) prevádzky. Súčasne prebieha príprava nových produktov prispôbených hygienickým požiadavkám, ktoré sú prísnejšie ako doteraz. Tieto produkty sa musia vyznačovať niektorými vlastnosťami, ktoré doteraz neboli nevyhnutné, napríklad:

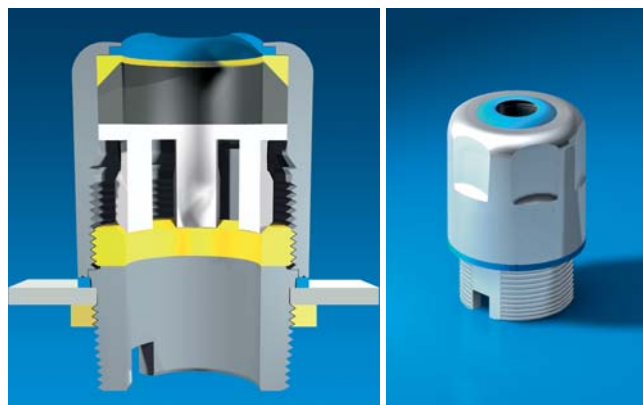
- ešte hladší povrch,
- neprítomnosť škáry medzi dverami a telom skrine,
- vnútri ležiace zámky a pánty,
- sklon strechy od 30 stupňov, ktorý zabráni odkladaniu predmetov a umožní ešte ľahšie odtekanie tekutiny,
- zaručené odstupy od steny a podlahy na ľahké a dokonalé čistenie,
- nové priechodky pre káble bez hrán a škár.



Práve **nová priechodka pre hygienické prevádzky** je svetovou novinkou a veľmi pravdepodobne sa už v najbližšej budúcnosti stane podmienkou pre zariadenia určené do hygienických prevádzok. Štandardná nerezová priechodka v dnešnej podobe má množstvo zárezov a škár, v ktorých sa môže držať špina a baktérie:



Nová priechodka je vyhotovená z nehrdzavejúcej ocele (materiálu 1.4305), disponuje stupňom krytia IP68/69K a dvojším utesnením a upevnením kábla.



V oblasti klimatizácie rozvádzačov, kde je Rittal tiež lídrom, boli predstavené chladivé jednotky na nasadenie do zóny 22 s nebezpečenstvom výbuchu horľavého prachu – napríklad do obilných síl, plniacich liniek na múku alebo síl na uhoľný prach.



Veľmi zaujímavým problémom je hľadanie naozaj ekologického chladiva v oblasti klimatizácie – veď vieme, že aj moderné chladivá majú výrazne škodlivý účinok na atmosféru. Rittal preto ako prvý prichádza s prvou sériovo vyrábanou klimatizačnou jednotkou pre rozvádzače s chladivom na báze čistého oxidu uhličitého.



Už teraz vieme, že tieto a mnohé iné novinky vyšli z diskusie veľmi úspešne a ich sériová dostupnosť je pred dverami.



**Rittal, s. r. o.**

Ing. Igor Bartošek  
Plynárska 1  
821 09 Bratislava  
e-mail: rittal@rittal.sk  
<http://www.rittal.sk>

38