**Text from Knauf Insulation free for use:  
  
Knauf Insulation gir nye kunder**

**Kaustisen Kauppakeskus – et velkjent familieselskap i Österbotten – feiret 70 år i or. Snart blir roret overtatt av tredjegenerasjons kjøpmann Juha Jylhä, som i dag har ansvaret for virksomhetens innkjøp og salg til bedriftskunder. Selv liker han å kalle seg diversearbeider.**Juha Jylhä har siden 2010 gjort et pionerarbeid med å introdusere Knauf Insulations isolering. Kaustisen Kauppakeskus er også en av virksomhetene som selger Knauf Insulations glassullprodukter fra sitt eget lager. – Jeg tenkte at når man først er med på leken, så er det like greit å gjøre det skikkelig, ler Juha Jylhä, før han blir mer alvorlig og forteller at virksomheten alltid har en viss mengde av Knauf Insulations produkter på lager. – Ja, vi prioriterer god service til kundene. Ifølge Juha Jylhä besluttet de å ta inn isolering fra Knauf Insulation da deres produkter er et godt supplement til de øvrige mineralullproduktene på det finske markedet. – Med Knauf Insulation har det blitt skikkelig konkurranse på markedet. Vi ville ta sjansen på å være med da de satset på Finland, og det har vi aldri angret på.  **Miljøinteresse**   
Juha Jylhä mener at isoleringen fra Knauf Insulation har overlegne fordeler. – Det åpenbare er miljøprofilen, at den hovedsakelig lages av gjenvunnet glass og har et bindemiddel uten tilsatt formaldehyd. De skiller seg også positivt ut når det gjelder forholdet mellom pris og kvalitet, varmemotstand, håndterbarheten samt at isoleringen er godt komprimert, noe som gir logistikkfordeler. Juha Jylhä sier at det er en ren fornøyelse å selge Knauf Insulations produkter, og at de også har fått en trofast kundekrets. – Min oppfatning er at de som har prøvd Knauf Insulations produkter, blir fornøyde, sier Juha Jylhä. Ifølge Juha Jylhä er det også en fordel at Knauf Insulation er et etablert og velkjent varemerke. – I Finland er det kjent som et gammelt og pålitelig tysk varemerke innen byggebransjen. Det gjør ting lettere for oss som forhandler.  **EcoBatt 35 som et spydspissprodukt**   
Arbeidet med isolering fra Knauf Insulation har gitt resultater i Kaustby og har hatt en positiv påvirkning på både omsetningen og antallet nye kunder.

– Knauf Insulations andel av alle mineralullprodukter vi selger, er på ca. 80 prosent. Ca. halvparten av det, er EcoBatt 35, sier Juha Jylhä. Glassullen produseres av 80 prosent gjenvunnet glass og har den høyeste brannklassifiseringen, A1. EcoBatt 35 har ca. fem prosent bedre isoleringseffekt sammenlignet med lambda 37 ved samme tykkelse. Juha Jylhä sier at Kaustisen Kauppakeskus takket være EcoBatt-produktene har kunnet pro lere seg i forhold til konkurrentene. – De har gitt oss et betydelig antall nye og langvarige kunderelasjoner. De har også gitt oss en helt ny kundegruppe, byggebransjen. Gjennom disse nye kundekontaktene har vi også kunnet øke omsetningen av andre produktgrupper.  **Kaustisen Kauppakeskus Ab:**

* Tilhører den nye K-Rauta-kjeden.
* Privateid familieselskap.
* Grunnlagt i 1946.
* Ca. 15 ansatte.
* Omsetning: ca. 6 millioner euro.
* Begynte å samarbeide med Knauf Insulation 2010

**Kontakt:**  
Peter Isacsson, Nordic General Manager | +46 (0)706 45 00 06  
Fredrik Stengarn, Press Officer | +46 (0)735 23 23 32  
Thomas Pompe, Management assistent | +46 (0)703 35 54 43  
Elin Gustafsson, Nordic Marketing Coordinator | +46 (0)703 65 66 04