



Targi BAU w Monachium nie przestają rosnąć. Z roku na rok zwiększa się zainteresowanie wystawców i gości. W ubiegłej edycji centrum wystawiennicze pękało w szwach, a dziś jest już pewne, że tegoroczna edycja pobiła wszystkie dotychczasowe rekordy. Duży udział w tym sukcesie mają polskie przedsiębiorstwa, które prezentowały swoje produkty na niemal 50 stoiskach. Wśród nich tradycyjnie pojawiła się firma WIŚNIEWSKI, lider rynku bram, okien, drzwi i ogrodzeń.

Polscy producenci przypuścili prawdziwy szturm na monachijskie targi BAU. Z roku na rok pojawia się tam coraz więcej wystawców „Made in Poland”. W tym roku wszystkie firmy z nad Wisły zajęły niemal 2,5 tysiąca metrów kwadratowych przestrzeni wystawienniczej. Jedno z największych „polskich” stoisk należało do marki WIŚNIEWSKI, która od trzech dekad zdobywa kolejne rynki krajów Europy Zachodniej.

- Znaczną część naszych produktów sprzedajemy na rynkach zagranicznych. Zdajemy sobie sprawę, że markę WIŚNIEWSKI wiele osób opisuje krótko jako „bramy z Polski”. Na targach zagranicznych nie reprezentujemy więc jedynie swojej firmy. Reprezentujemy przede wszystkim Polskę – mówił Andrzej Wiśniowski, podkreślając, jak wielka odpowiedzialność spoczywa na polskich producentach, którzy podbijają rynki Europy Zachodniej.

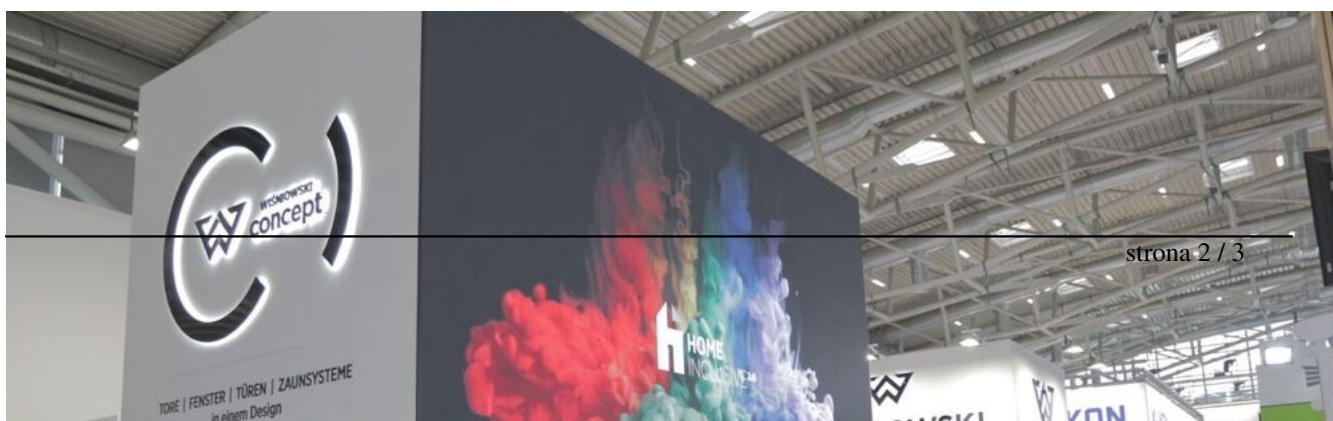
Stoisko sygnowane logiem WIŚNIEWSKI było nie tylko doskonałym miejscem, by poznać sprawdzone produkty polskiego producenta. W tym roku ekspozycja była pełna nowości. Goście targów BAU mogli zobaczyć przedpremierowo okna PVC WIŚNIEWSKI oraz owoc kilku lat intensywniej pracy – przemysłową bramę garażową MakroPro 2.0 oraz jej wersję ALU.

Nowości, które pojawiły się na BAU już w tym roku będą dostępne w ofercie firmy WIŚNIEWSKI. Zainteresowanie, z którym spotkały się podczas monachijskich targów, zwiastuje, że ich rynkowe premiery będą ważnymi wydarzeniami dla całej branży.

Andrzej Wiśniowski cieszy się, że produkty sygnowane jego nazwiskiem są tak dobrze przyjmowane na rynkach. Podkreśla, że w ten sposób przyczynia się do rozwoju nie tylko firmy, ale również wszystkich producentów z nad Wisły.

- Budowa dobrego wizerunku Polski nie tylko nasze zadanie. To również odpowiedzialność wszystkich firm, które eksportują z Polski na rynki zagraniczne. Staranie się o to, aby skojarzenia w polskich produktach były jak najlepsze to patriotyzm gospodarczy, do którego codziennie namawiam. Być może klient zadowolony z „bram z Polski” chętniej kupi inny produkt „Made in Poland”, a to da wymierne korzyści nam wszystkim – ocenił twórca i właściciel marki WIŚNIEWSKI.

Targi BAU to nie jedyna aktywność marki WIŚNIEWSKI. Lider rynku bram, okien, drzwi i ogrodzeń pojawia się wraz ze swoimi produktami również na najważniejszych wydarzeniach branżowych we Włoszech, Francji, Skandynawii i Belgii. Wszystko, by budować jak najlepszy wizerunek polskich producentów w Europie.



newss.pl

WIŚNIEWSKI na targach BAU. Andrzej Wiśniowski: reprezentujemy przede wszystkim Polskę

WIŚNIEWSKI

[press box](#)