



VBH Magazin

2/2012

Die Expertenmarke für Fenster- und Türbeschläge

- Kundennähe bei VBH
- greenteQ – Marke und Märkte profitieren voneinander
- Globale IT-Strategie bei VBH



Einfach alles.

Alles einfach.



Liebe Leserinnen und Leser,

der VBH-Konzern entwickelte sich im 1. Halbjahr 2012 operativ wie erwartet: leichten Steigerungen in Deutschland und Osteuropa stehen erneut erhebliche Umsatzrückgänge in vielen west- und südeuropäischen Ländern entgegen; zudem steuern die asiatischen Rückzugsregionen keinen signifikanten Geschäftsbetrieb mehr bei. In Summe resultiert daraus im Konzern im 1. Halbjahr ein Umsatz leicht unter Vorjahr.

Die Marktentwicklungen in den einzelnen Segmenten bestätigen darüber hinaus die Richtigkeit der angekündigten Länderportfoliobereinigung. Wir müssen uns auf unsere Stärken konzentrieren - in Märkten, in denen wir uns eine herausragende Marktposition erarbeitet haben, behaupten wir uns auch im Krisenumfeld und bauen unsere Position sogar noch aus, dort wo wir nur „mitschwimmen“, leiden wir; dies ist nicht unser Geschäftszweck!

Wir haben stets kommuniziert, dass, wo wir die angestrebten Marktpositionen nicht erreichen, auch Rückzug als Alternative in Frage kommt. Konsequenterweise haben wir diesen Rückzug

in Regionen, die uns mittelfristig keine Perspektive bieten oder in die unser Geschäftsmodell nicht passt, nun angetreten. Dies ist schmerzhaft, erfordert viel Kraft, ist aber in Anbetracht der weltweit gesamtwirtschaftlichen Aussichten – wir finden momentan in unserer Branche in ganz Europa keinen wirklichen Wachstumsmarkt – absolut notwendig.

Wir kommen zügig voran, liegen deutlich vor dem Zeitplan und sind überzeugt, dass die VBH-Gruppe durch die konsequente Konsolidierung des Auslandsportfolios im Ergebnis wesentlich schlagkräftiger und ertragsstärker aufgestellt sein wird.

Aber VBH beschäftigt sich nicht nur mit Konsolidierung!

Wir investieren weiter gezielt in den Ausbau unserer einzigartigen Dienstleistungspalette und in die Erweiterung unseres greenteQ-Sortiments. Beide Strategieelemente sind Erfolgsgeschichten und nehmen kontinuierlich an Bedeutung zu, erfreulicherweise auch immer deutlicher in den Auslandsmärkten.

In dieser Ausgabe unseres Magazins finden Sie dafür wiederum etliche Beispiele und für Sie hoffentlich interessante Neuheiten aus der VBH-greenteQ- und Tool-Kiste.

Unser primäres Ziel ist es, damit win-win Partnerschaften zu etablieren. Denn nur wenn unsere Dienstleistungen und greenteQ-Produkte wirklichen Zusatznutzen abwerfen, danken es uns die Kunden mit mehr Aufträgen oder Zulieferer mit besseren Konditionen. Unsere Entwickler und Produktmanager erhalten somit ein schnelles Feedback, das uns hilft, Investitionen in die richtige Richtung zu steuern. Zwei solcher gelungener win-win Partnerschaften stellen wir Ihnen in diesem Heft ausführlich vor.

Unsere Expertentruppe steht auch Ihnen gerne zur Verfügung; es lohnt sich sicher, tiefer nach Nutzen zu schürfen!

Es grüßt Sie herzlich
Ihr

Rainer Hribar

Inhalt



KONZERN

Hauptversammlung der VBH
Interview mit Ulrich Lindner

04 – 07



IM FOKUS

Kundennähe bei VBH:
die Firmen Braun, Weiding
und Hans Timm Fensterbau, Berlin

08 – 13



EINFACH ALLES

greenteQ mit neuen Produkten:
greenteQ - Marke und Märkte
profitieren voneinander

14 – 15



ALLES EINFACH

Kundenberatung via iPad

16 – 17



WELTWEIT

Globale IT-Strategie bei VBH

18 – 19

Das VBH Magazin
erscheint dreimal jährlich.

Redaktion:
Johannes Rave
VBH Holding AG
Siemensstraße 38
70825 Korntal-Münchingen
E-Mail J.Rave@vbh.de
Telefon 0049 7150 15279



Hauptversammlung der VBH Holding AG

Die Aktionäre der VBH Holding AG bestätigten auf der Hauptversammlung am 21. Juni 2012 die Entscheidungen des Vorstands zur Anpassung des Länderportfolios und zur nachhaltigen Konsolidierung des Konzerns.

Bei der diesjährigen Hauptversammlung der VBH Holding AG folgten die Anleger mit großem Interesse den Ausführungen des VBH Vorstands und des Aufsichtsrats, die die Ergebnisse des vergangenen Geschäftsjahres darlegten. Neben den Geschäftszahlen 2011 stand die Vorstellung der Sonderbelastungen des Jahres im Fokus. Im Kern betraf dies den Rückzug aus dem italienischen Aluminium-Massenmarkt. Gleichzeitig nutzte der Vorstand die Gelegenheit nach vorne zu blicken, um die in 2012 beschlossenen und per Ad-Hoc Meldung am 15.06.2012 an die Märkte

kommunizierten strategischen Maßnahmen zur weiteren Konsolidierung der VBH Gruppe, die mit dem nahezu vollständigen Rückzug aus den asiatischen Märkten einhergeht, näher zu erläutern. Insgesamt waren ca. 150 Personen im Stuttgarter Haus der Wirtschaft anwesend, die 73 Prozent des stimmberechtigten Grundkapitals repräsentierten.

Fokussierung auf profitable Märkte

Der Konzernumsatz von 780,1 Mio. Euro in 2011 übertraf den Vorjahreswert von 767,8 Mio. Euro um 1,6 Prozent. Sondereffekte und Anpassungen im Länderportfolio belasten jedoch das Ergebnis mit 33,6 Mio. Euro. Das Geschäftsergebnis (EBT) liegt bei -7,5 Mio. Euro und der daraus resultierende Jah-

resfehlbetrag beläuft sich auf -24,5 Mio. Euro. Dieser resultiert im Wesentlichen aus dem entschlossenen Ausstieg aus einigen unprofitablen Märkten. Rainer Hribar, Vorstandsvorsitzender der VBH Holding AG, bestätigt: „Der Ausstieg aus dem Aluminiummassenmarkt in Italien sowie aus den Märkten in Malaysia, Thailand und Zypern war die richtige Entscheidung.“ Jedoch führt in Südeuropa die anhaltende Finanz- und Wirtschaftskrise mit auch mittelfristig durchwachsenen Aussichten zu weiterem Anpassungsbedarf. Zudem hat sich das VBH Geschäftsmodell in den asiatischen Märkten als eigenständige Handelsstufe im Produktionsverbindungshandel als nicht funktionsfähig erwiesen. Vor diesem Hintergrund hat der Vorstand der VBH im Vorfeld der anstehenden Hauptversammlung beschlossen, in 2012 weitere Konsolidierungsmaßnahmen durchzuführen.

Oben links und unten: Im Haus der Wirtschaft, Stuttgart, findet alljährlich die Hauptversammlung der VBH Holding AG statt.

Bild rechte Seite oben: Vorstand Frieder Bangert am Rednerpult.





Dies wurde am 15.06.2012 per Adhoc-Mitteilung bekanntgegeben. „Wir werden die beschlossenen Maßnahmen zur Konsolidierung unserer Gesellschaftsstruktur vor allem in Asien und Südeuropa konsequent fortführen und die Restrukturierung in Belgien, Griechenland und der Türkei weiter verstärken“, erklärte Finanzvorstand Frieder Bangerter. „Dies schafft die Grundlage für eine erfolgreiche strategische Positionierung und eine nachhaltige Entwicklung der gesamten Gruppe für die Zukunft.“ Mit diesem Schritt konzentriert sich die VBH in Zukunft auf die Märkte, in denen die maßgeblichen Ergebnisbeiträge im Konzern erzielt werden. Ziel der Maßnahmen ist es, die Profitabilität der VBH wieder herzustellen und nachhaltig zu steigern.

Erfolgreiches Geschäftsmodell für über 40.000 Kunden

Angesichts der umfangreichen Anpassungsmaßnahmen erfolgte für das vergangene Jahr keine Dividendenzahlung. Auch für das Jahr 2012 wird es keine Dividende geben. Der Vorstand betont ausdrücklich, nach Rückkehr in einen positiven Ergebnisbereich am Ziel einer langfristigen Ausschüttungsquote von mindestens 35 bis 40 Prozent des operativen Ergebnisses pro Aktie festzuhalten um die Aktionäre am wirtschaftlichen Erfolg der VBH zu beteiligen.

„Unser Geschäftsmodell ist gut und weit über 40.000 Kunden weltweit beweisen dies täglich“, so Rainer Hribar in seinem Bericht zum Geschäftsjahr 2011. „Unsere 3-Säulen-Strategie mit einer erfolgreichen Sortiments- und Eigenmarkenpolitik, mit innovativen Dienstleistungen und einer weiterhin internationalen Ausrichtung hat sich bewährt. Vor allem unsere Eigenmarke greenteQ und unsere Dienstleistungstools sind am Markt erfolgreich. Mit neuen Produkten wie dem greenteQ Alarmfenstergriff mit Klimafunktion oder dem besonders leisen und komplett in das Türblatt integrierbaren greenteQ Haustürantrieb setzt VBH Maßstäbe am Markt.“ Das Ziel sei, VBH konsequent zu konsolidieren, das bestehende Länderportfolio strategisch und operativ neu zu ordnen und mit einem profitablen Kerngeschäft den Konzern wetterfest für die Zukunft zu machen. Damit bleibe das bekannte VBH Motto „Einfach alles. Alles einfach.“ trotz Anpassungen im Länderportfolio zu Recht weiter der strategische Leitspruch der VBH, so das Fazit des Vorstandsvorsitzenden.

Erstmals auf der Hauptversammlung stellte sich Ulrich Lindner vor, der das Vorstandsteam der VBH Holding AG seit dem 1. Februar 2012 mit Verantwortung für die Bereiche Marketing und Vertrieb International ergänzt. Der im Bau-Umfeld erfahrene Vertriebsexperte wird unter anderem die internationale

Marktdurchdringung der Eigenmarke greenteQ und den internationalen rollout des innovativen VBH Dienstleistungsportfolios weiter voranbringen.

Kritische Fragen und Unterstützung der strategischen Konsolidierung

Im Anschluss an die Erläuterungen des Vorstands hatten die Aktionäre und Aktionärsvertreter die Möglichkeit, Fragen zu stellen und ihre Sichtweise auf die erläuterten Sachverhalte darzulegen. Insbesondere Vertreter der Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz (DSW) und der Schutzgemeinschaft der Kapitalanleger (SdK) stellten durchaus kritische Fragen, welche unter anderem auf die wirtschaftliche Situation der VBH in Griechenland, in Asien und der Türkei fokussierten. Insgesamt unterstützen die Anteilseigner durch ihre Zustimmung zu den beschlossenen Maßnahmen die Arbeit von Vorstand und Aufsichtsrat. Positiv hervorgehoben wurden der relativ stabile Kurs der VBH Aktie, der gestiegene operative Cashflow des Konzerns und eine mit 32,3 Prozent zufriedenstellende Eigenkapitalquote im Konzern. Die anwesenden Aktionäre entlasteten erwartungsgemäß die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats.

Bild links: Ingeborg Brimmers von VBH im Gespräch mit Aufsichtsrat Stephan M. Heck. Bild rechts: Aufsichtsratsvorsitzender Rainer Kirchdörfer, die beiden Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat Martin Morlok und Klaus Meichner sowie Rainer Hribar, Vorstandsvorsitzender (von links nach rechts).



„Wir dürfen nie aufhören uns zu verbessern“

Ein Interview mit VBH Vorstand Ulrich Lindner

Als neuer Vorstand für Marketing und Vertrieb International verantwortet Ulrich Lindner seit dem 1. Februar 2012 die Regionen West, Süd- und Südosteuropa sowie Asien und Südamerika. Sein oberstes Ziel: gemeinsam mit den Kollegen im Vorstand, den Führungskräften und allen Mitarbeitern VBH weiter erfolgreich und profitabel voranbringen.

Herr Lindner, was waren die wichtigsten beruflichen Stationen, bevor Ihr Weg Sie zu VBH führte?

Zuletzt war ich beim Direktvertreiber Berner SE in Künzelsau für Marketing, Vertrieb und Einkauf zuständig. Davor habe ich für Hilti in Liechtenstein und den USA in verschiedenen Querschnitts- und Vertriebsfunktionen gearbeitet und war außerdem einige Jahre für die amerikanische Unternehmensberatung Booz & Co. tätig. Begonnen habe ich meine berufliche Laufbahn in den 80er-Jahren mit einer Lehre zum Exportkaufmann bei einem Bremer Handelshaus, für das ich dann die Vertriebsniederlassung in Uganda leitete – eine sehr interessante Zeit.

Was hat Sie zu Ihrem Wechsel zu VBH bewogen?

VBH ist der größte Beschlaghändler weltweit. Trotzdem gibt es noch sehr viel Potenzial in Europa und natürlich auch in Übersee. Das gilt es mit überschaubarem Risiko profitabel zu erschließen – eine Aufgabe, die mich sehr reizt. Zudem bin ich davon überzeugt, dass die VBH-Strategie, intelligente Dienstleistungen und die Eigenmarke greenteQ zu forcieren, richtig ist und ebenfalls noch viele Chancen für profitables Wachstum bietet.

Inzwischen sind Sie seit einem halben Jahr im Unternehmen und kennen nun auch die Sicht von innen. Hat sich Ihr Blick auf die internationalen Märkte und die Position von VBH verändert?

Nicht grundsätzlich verändert, aber ich habe jetzt natürlich einen besseren Überblick über unser internationales Geschäft insbesondere in West- und Südeuropa sowie den sonstigen Märkten und kann auch die Gesamtsituation in den einzelnen Landesgesellschaften besser einschätzen. VBH hat im Zuge der verfolgten Internationalisierungsstrategie die Aktivitäten im Ausland stark ausgebaut. Das ist zwar grundsätzlich in Ordnung, ich sehe jetzt aber klaren Handlungsbedarf, da aus Gruppensicht noch zu viele Gesellschaften nicht die Gewinnschwelle erreicht haben. Die Gründe hierfür sind sehr vielfältig und je nach Land durchaus unterschiedlich. Insbesondere in Südeuropa agieren die Gesellschaften in einem deutlich verschlechterten Marktumfeld, in anderen Regionen passt unser Geschäftsmodell nicht richtig zu den Anforderungen des lokalen Marktes und teilweise haben wir hausgemachte operative Herausforderungen. In jedem Fall müssen wir uns die Situation vor Ort zusammen mit dem lokalen Management genau anschauen und dann entsprechende Maßnahmen definieren und umsetzen, um den Cash-Bedarf und die Verluste in den betroffenen Regionen schnell und deutlich zu reduzieren. Dies wird uns die kommenden Monate stark beschäftigen, letztlich aber auch die Finanz- und Schlagkraft der VBH Gruppe im Ergebnis deutlich stärken.



Ulrich Lindner. Unten bei der Hauptversammlung der VBH Holding AG im Juli 2012. (Zweiter von rechts, neben Aufsichtsrat Matthias Linnenkugel. Im Hintergrund die beiden Vorstandskollegen Frieder Bangerter und Rainer Hribar).





Der Vorstand hat mit einem weitgehenden Rückzug aus Asien ein deutliches Signal abgegeben. Was führte zu dieser Entscheidung?

Die wachsenden asiatischen Märkte sind zwar grundsätzlich attraktiv, mittlerweile aber auch sehr anspruchsvoll. Die Vertriebs- und Handelsstrukturen sind nicht mit denen in Europa oder Nordamerika vergleichbar. Insbesondere westliche Handelsunternehmen im B2B-Bereich haben es in Asien nicht leicht, sich nachhaltig erfolgreich zu etablieren. Da dies auch vielerorts bei uns der Fall war, haben wir die notwendigen Konsequenzen gezogen.

Worin liegt für Sie die besondere Stärke von VBH?

VBH hat viele Stärken. Wir sind der mit Abstand größte Händler weltweit in unserer Branche und haben damit eine starke Position als strategischer Partner sowohl für unsere Kunden als auch für unsere Lieferanten. Wir haben ein sehr attraktives Dienstleistungsportfolio, welches sicherlich einzigartig im Beschlaghandel ist und nicht ohne Weiteres von einem Wettbewerber in vergleichbarer Qualität und Breite angeboten werden kann. Ich denke hier zum Beispiel an Logos easyScan oder unser Kundenportal. Das Gleiche gilt für unser starkes greenteQ Sortiment. Vor allem aber hat sich die VBH eine mittelständische Unternehmenskultur bewahrt, in der jeder Einzelne sehr viel bewegen kann. Ich habe in den ersten Wochen und Monaten viele sehr engagierte Kolleginnen und Kollegen kennen und schätzen gelernt, deren Arbeit und Leistungen mich beeindruckten.

Und wo müssen wir besser werden?

Wir dürfen nie aufhören, uns zu verbessern. Wir müssen kontinuierlich unsere Strukturen und Mitarbeiter weiterentwickeln, damit wir die Auslandsgesellschaften effektiv unterstützen und ebenfalls voranbringen können. Dies betrifft fast alle Funktionsbereiche. Beispielsweise werden wir unsere internationale EDV-Landschaft weiter standardisieren und auch die internationale Personalarbeit intensivieren, damit wir unseren Führungskräftenachwuchs weitestgehend intern ausbilden und entwickeln können. Ähnliche Herausforderungen finden Sie im Category Management, im Marketing, im Controlling und fast allen weiteren Bereichen. Die Arbeit und die Möglichkeiten werden uns nicht ausgehen.



Kundenorientierung bei VBH

Braun: Hightech-Kunststofffenster aus dem Bayerischen Wald

Win-win-Partnerschaften sind das Ziel im täglichen Geschäft von VBH. Die Fensterbauunternehmen Timm aus Berlin und Braun aus Weiding im Bayerischen Wald teilen mit VBH nicht nur dasselbe anspruchsvolle Qualitätsdenken, sondern auch die fachliche und technische Kompetenz. Mit dem kundenorientierten Service von VBH werden gemeinsam Lösungen geschaffen, die maßgebend für die Zukunft der gesamten Branche sind.

Die Erfolgsgeschichte des Unternehmens Braun in den vergangenen 50 Jahren ist schon erstaunlich. Angesiedelt ist der Betrieb mit heute 95 Mitarbeitern in Weiding nahe der tschechischen Grenze inmitten des Bayerischen Walds.

stofffenster beworben haben. Aus dem Rollladenbau kannte unser Vater bereits den Werkstoff und er hat sehr früh das Potenzial erkannt“, erklärt Wolfgang Braun (Foto unten). Gemeinsam mit seinen drei Brüdern Christian, Georg und Thomas Braun leitet er heute das Unternehmen des Vaters. 5.000 Profilmeter waren zu Beginn die vereinbarte Abnahmegabe – heute sind es 100.000 bis 150.000 jährlich.

Am Anfang musste allerdings viel Überzeugungsarbeit in der vom Holz geprägten Gegend geleistet werden. Das schlagende Argument für den seither kontinuierlich anhaltenden Erfolg ist deshalb die von Anfang an hohe Qualität der Hightech-Produkte. „Wir wollen nicht der Größte, sondern der Beste sein“, so Wolfgang Braun.



Umso überraschender, wofür Braun in ganz Ostbayern bekannt ist: hochqualitative Fenster und Rollläden aus Kunststoff – und das seit 50 Jahren. Auch Haustüren, Wintergärten, Sonnenschutz und Markisen aus Aluminium gehören zum Programm. „Wir waren Ende der 60er-Jahre bei den Ersten, die sich um das damals neue Produkt Kunst-





Foto oben: Die 2011 eröffnete Braun Erlebniswelt in Weiding inklusive der Veranstaltungsarena zählt zu den schönsten Fensterausstellungen Deutschlands. Oben rechts: Die Gebrüder Wolfgang Braun, Georg Braun, Thomas Braun (v.l.n.r.) und Christian Braun leiten gemeinsam das Traditionsunternehmen aus dem Bayerischen Wald.



Qualität und guter Ruf als Geschäftsgrundlage

Nachhaltige Qualität und Glaubwürdigkeit sind für Braun die Basis des Erfolgs. Die Fertigung wurde deshalb auch nicht nach der Öffnung des Eisernen Vorhangs nach Tschechien verlagert, obwohl Braun seine Fenster bis nach Pilsen verkauft und neben den Zweigstellen in Regensburg, Schwandorf und Straubing auch über drei Büros in Tschechien verfügt. Der hohe Anspruch des in der Region fest verwurzelten Betriebs sorgte bereits in den Wirtschaftsmedien in ganz Deutschland für Beachtung und die 2011 eröffnete Erlebniswelt

in Weiding inklusive der Veranstaltungsarena zählt zu den schönsten Fensterausstellungen Deutschlands. Seine Mitarbeiter schult Braun in der eigenen Firmenakademie und auch potenzielle Arbeitnehmer wie Schüler oder Auszubildende sind dort gern gesehene Gäste, für die es spezielle Seminare gibt, wie Wolfgang Braun berichtet: „Unser Ruf und die Qualität unserer Produkte sind unser Kapital und deshalb versuchen wir stets, an der Spitze der Entwicklung zu stehen und diese auch selbst voranzutreiben.“

Vorreiter bei Innovationen

Tatsächlich hat der Drang zur Entwicklung neuer Lösungen bei Braun Tradition: Bereits 1982, als das Thema Energiesparen noch lange nicht in aller Munde war, entwickelte der Firmengründer Georg Braun den ersten geschlossenen wärmedämmten Rollladenkasten der Welt. Mit der patentierten Erfindung verblüffte er damals die Fachwelt, heute soll sie als Stand der Technik in die EnEv aufgenommen werden. Gemeinsam mit dem Profilversteller Salamander wurde der erste abgerundete Fensterflügel ohne Wetterschenkel vorgestellt und mit Winkhaus entwickelte Braun die durchgehende Schließleiste für Türen. Auch in der Fertigung setzt das Unternehmen auf kontinuierliche Verbesserung: Als erster Pilotbetrieb in Europa führte Braun die Fertigung am losen Stab nach dem Konzept von Siegenia Aubi ein und in puncto Energiesparen übernimmt Braun Vorbildfunktion: „Wir verkaufen energiesparende Produkte, deshalb haben wir auch früh bei uns selbst damit angefangen“, erklärt Wolfgang Braun. „Unsere Fertigung ist klar getrennt in Kalt- und Warmbereiche, unsere Photovoltaikanlage liefert genügend Strom für die Produktion, und wärmedämmte Hallentore und Rollläden verhindern Energieverluste in der Nacht.“

Verlässliche Partnerschaft seit 25 Jahren

VBH begleitet die Entwicklung des innovativen Fensterbauers aus dem Bayerischen Wald bereits seit rund 25 Jahren. Im Lager setzt Braun auf die WLAN-Technik der VBH-Scanner mit direkter Anbindung an die unternehmenseigene Materialwirtschaft. Die Mitarbeiter im Einkauf nutzen vbh24.de zur Auftragsverfolgung, Verfügbarkeitsprüfung oder Preisabfrage. Zweimal pro Woche wird geliefert.

„Unsere Kunden sind zu 95 Prozent Privatkunden und wir verkaufen nicht an Händler oder Wiederverkäufer. Damit haben wir die volle Qualitätskontrolle über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bis zur Montage“, betont Wolfgang Braun. „Der Vorteil dabei ist die

gute Zahlungsmoral unserer Kunden, der Nachteil sind die eher kleinteiligen Aufträge.“

Rund 1.300 zählt das Unternehmen pro Jahr. Die Vorlaufzeiten sind häufig kurz, trotzdem ist Braun in den meisten Fällen innerhalb einer Woche lieferfähig – dank guter Arbeitsorganisation und engagierter Lieferanten. „VBH ist ein sehr leistungsfähiger und zuverlässiger Partner. Das passt gut mit unserer Philosophie zusammen“, sagt Wolfgang Braun. „Dienstleistungstools wie easyScan vereinfachen unsere Abläufe deutlich und im persönlichen Kontakt mit dem Außendienst besprechen wir neue Aufgabenstellungen oder knifflige Lösungen und lassen uns beraten.“



Zusammen mit modernen Fensterbau-Technologien findet auch das vereinfachte Bestellsystem von VBH – wie der Einsatz von Scannern – Anwendung.

Hans Timm Fensterbau – Design trifft Technik



Foto links: Bastian Timm (rechts im Bild) im Gespräch mit Jörg Heimes, Regionalvertriebsleiter VBH Ost.

Foto unten links: Typisches Fenster für die denkmalgeschützte Berliner Staatsbibliothek.

Foto unten rechts: Villa mit diversen Holz-Aluminiumkonstruktionen in der Ausführung als Elementfassade.

Von Braun ließen sich zahlreiche Parallelen zu Hans Timm Fensterbau aus Berlin ziehen: Beide Unternehmen sind Familienbetriebe mit über 50-jähriger Tradition, die sich stets mit den Entwicklungen der Zeit auseinandersetzen und auch höchste technische Qualitätsansprüche verfolgen. Und doch unterscheiden sich die täglichen Aufgabenstellungen deutlich. „Wir konzentrieren uns auf den Sonderbau von Holz-, Holz-Alu- und Aluminiumfenster höchster Qualität und sind überwiegend im Objektgeschäft tätig – vom Angebot über die Beratung, Konstruktion, Fer-

tigung bis hin zur Montage“, erläutert Bastian Timm, der Enkel des Firmengründers Hans Timm. Zusammen mit ihm, seinem Vater Bernd und seinem Onkel Detlef bilden die drei Generationen unter einem Dach die gemeinsame Führung des 120-Mann-Betriebs, der weit über die Grenzen Berlins bekannt ist. „Zwar konzentrieren wir uns auf den Berliner Markt, aufgrund unserer fundierten Erfahrung im Neubau wie auch im Umgang mit historischer Bausubstanz rufen uns aber täglich Architekturbüros aus ganz Deutschland an und suchen Beratung für besondere Objekte.“

Damit meint Bastian Timm Großprojekte wie die Berliner Staatsbibliothek, das Bundesministerium für Umwelt, die Sanierung des UNESCO-Weltkulturerbes Schillerpark oder das Headquarter von Rena Lange. „Für solche Großobjekte sind wir bekannt und deshalb werden wir jeden Tag vor neue Herausforderungen in Bezug auf Design, Architektur und Technik gestellt.“ Ein weiterer Schwerpunkt von Timm liegt im hochwertigen Villenbau. Hierbei werden weltweit Villen mit höchsten Ansprüchen an Design und Sicherheitstechnik geplant und ausgeführt.



Keine Objekte von der Stange: Die Residenz der deutschen Botschaft in Washington

Im Objektbau sind die bauphysikalischen Anforderungen hoch und steigen stetig weiter. Für die Konstruktionsabteilung bei Timm heißt das, ständig auf dem aktuellen Stand der Technik und der Entwicklungen zu sein. Geplant wird vom Baukörperanschluss bis zur Glasscheibe. Häufig stoßen die Planer dabei auf besondere Herausforderungen. Hierbei wird teilweise auch mit VBH im offenen Austausch nach Lösungen gesucht: „Das ist ein gegenseitiges Geben und Nehmen. Zuletzt hatte ich eine zweistündige technische Diskussion mit Hans Neumeier von VBH über eine besondere Schwellensituation in einem Bauvorhaben, die allerdings nur vier Türen betrifft. Doch natürlich lernt auch VBH dabei viel, denn wir gehen eben oft an konstruktive Grenzen und bei uns zählt jedes kleinste Detail.“

Hinzu kommt das notwendige sehr große und rasch verfügbare Spektrum an Beschlägen und Sonderwerkzeugen aufgrund der hohen Individualität der Objekte. Elemente von acht mal vier Meter Größe sind dabei für Timm keine Seltenheit. „Dafür haben wir einen leis-

tungsfähigen Partner gesucht und wir fühlen uns seit über 10 Jahren bei VBH sehr gut aufgehoben“, bestätigt Bastian Timm. VBH liefert an Timm nahezu 100 Prozent aller benötigten Beschläge. Die Bestellungen werden auch hier unkompliziert, schnell und zuverlässig über das Bestellsystem LOGOS direkt aus dem firmeninternen Materialwirtschaftssystem online abgewickelt. Im Grunde erfordert jedes neue Objekt individuelle Fenster. Hinzu kommen häufig spezielle Anforderungen an die Sicherheit und Technik, wie zum Beispiel beim aktuellen Projekt und bekannten Bau des Architekten Prof. O.M. Ungers, der Residenz des deutschen Botschafters in Washington D.C. Timm liefert für das vermutlich zweitwichtigste Gebäude der Bundesrepublik 100 Holz-Holz-Integralfenster mit Holzvorsatzschale und besonderen Sicherheitsanforderungen. „Aber mehr darf ich dazu nicht sagen“, meint Bastian Timm lächelnd. Nur acht Wochen hat die Mannschaft für die Fertigung. Während der Botschaftsferien werden dann 15 Monteure von Timm die Fenster montieren sowie erhal-

tenwerte Fenster und Türen im Botschaftsgebäude sanieren – ein weiteres Spezialgebiet der Experten. In einem von Hans Timm initiierten Forschungsvorhaben in Kooperation mit der Europäischen Union wurden die Grundlagen für die Sanierung denkmalgeschützter Fensterkonstruktionen bei gleichzeitiger energetischer Aufwertung – „Runderneuerung“ – erarbeitet. Dabei werden alte Lackschichten im Heißluftverfahren abgetragen, Blendrahmen ohne Stemmarbeiten saniert und die Fensterflügel von Grund auf neu aufgebaut und mit neuen Dichtungen und Isolierglasscheiben versehen. Ein in der Berliner Region aufgrund der hohen Denkmaldichte häufig erforderliches Verfahren.

Holz-Holz-Integral-Musterfenster für die Residenz der deutschen Botschaft.



Bastian Timm erläutert die Runderneuerung an einem Ausstellungselement.





Entwickelt mit David Chipperfield: Das bekannte Galeriehaus Hinter dem Gießhaus (oben). Energie-Fassade für das Plus-Energie-Haus des Bundesministeriums für Städtebau (links).

Hohe Ansprüche an Kundenorientierung und Flexibilität

„Natürlich ist Timm auch für uns eine Herausforderung“, sagt Jörg Heimes, Regionalvertriebsleiter der Region Ost von VBH Deutschland. Und Bastian Timm ergänzt: „Unsere Familie lebt Fenster 24 Stunden am Tag, um höchste Ansprüche zu erfüllen. Deshalb sind auch unsere Anforderungen an die Kompetenz, Schnelligkeit und Flexibilität unserer Partner sehr hoch. Gleich-

zeitig wissen wir aber auch zu schätzen, was wir an unseren Hauptlieferanten haben: nämlich Zuverlässigkeit, ein partnerschaftliches Verhältnis und Know-how-Zugang. Wir müssen immer auf dem neuesten Stand sein, um die Anforderungen unserer anspruchsvollen Kunden zu erfüllen. VBH hat sich hier in den vergangenen Jahren – auch mit viel Aufwand und internen Schulungen

für die Mitarbeiter – enorm weiterentwickelt und stellt teilweise einen sehr guten Sparringspartner dar.“ Zudem nutzt Hans Timm Fensterbau teilweise die VBH Systemplattform CE-fix für die CE-Kennzeichnung. „Mit dieser Plattform hat VBH Standards in der Zulieferbranche gesetzt und hilft uns, dass wir uns auf das eigentliche Fensterbauen fokussieren können.“

Große und ungewöhnliche Fenster in der Produktion von Hans Timm Fensterbau.



Aktuelle greenteQ Produkte

greenteQ Elektronik-Rolladenmotoren und greenteQ Vorlegeband SK

greenteQ Elektronik-Rolladenmotoren mit integrierter Hinderniserkennung

Zusätzlich zu den bekannten Standardantrieben für Rollläden bietet das greenteQ Programm nun auch Elektronik-Rolladenmotoren mit integrierter sanfter Hinderniserkennung und positionsgesteuerter Endabschaltung.

Die greenteQ Elektronik-Rolladenmotoren dienen der Motorisierung von Rollläden, Sonnenschutzanlagen und vergleichbaren Anwendungen im Kurzzeitbetrieb. Sie arbeiten präzise und sehr leise und sind mit 5 Jahren Garantie auf die Funktion genauso robust, äußerst langlebig, zuverlässig und absolut wartungsfrei wie die bekannten greenteQ Standardantriebe. Darüber hinaus bieten sie zusätzlich eine integrierte sanfte Hinderniserkennung in beiden Laufrichtungen und eine komfortable positionsgesteuerte Endabschaltung. Der Anschluss und die Einstellungen der Endpunkte lassen sich dabei bequem und einfach innerhalb von Sekunden erledigen. Ein integrierter Thermostat verhindert durch eine automatische Abschaltung bei einer Überlastung Beschädigungen am Motor. Der einfache Einbau erfolgt platzsparend direkt in die Wickelwelle.

Programmierung der Endpunkte in Sekunden

Die Einstellung der Endlagen erfolgt bei den greenteQ Elektronik-Rolladenmotoren einfach und schnell durch Drücken des Programmierknopfes am Motorkopf, bis die gewünschte Position erreicht ist. Alternativ kann die Einstellung zudem bequem durch das neue greenteQ Montagekabel erfolgen. Erhältlich sind die greenteQ Elektronik-Rolladenmotoren in zwei Varianten: Die Ausführung Mini-Elektronik passt bereits in Systeme ab 40 mm und ist für Minirollläden und Rollos geeignet. Das Modell Ultra-Elektronik ist auf Systeme mit 60 mm Wellendurchmesser ausgelegt.



greenteQ Vorlegeband SK zur Verglasung von Fenstern und Türen

Das neue geschlossenzellige und weichmacherfreie greenteQ Vorlegeband SK eignet sich aufgrund seiner Produkteigenschaften bestens zur Verringerung des Dichtstoffverbrauchs bei der Glasfalzabdichtung.

Erhältlich in den Farben Weiß und Schwarz und in den Abmessungen 9 mm, 12 mm, 15 mm, jeweils in den Stärken 2, 3, 4 und 5 mm, ist das vorkomprimierte Polyethylenschaumstoff-Vorlegeband greenteQ SK universell bei der Verglasung von Fenstern und Türen einsetzbar. Es ist acrylglasverträglich, elastisch, witterungs- und UV-beständig und mit einem einseitigen Klebestreifen mit hoher Haftkraft versehen, sodass eine leichte Verarbeitung sichergestellt ist. Durch seine Produkteigenschaften füllt es den Glasfalz optimal aus und verringert damit den Dichtstoffverbrauch am Element. Gleichzeitig verhindert es eine 3-Seiten-Haftung und sorgt für einen optimierten thermischen Isolationsverlauf.

Das neue greenteQ Vorlegeband SK ist ab sofort lieferbar und ergänzt das Eigenmarkensortiment der VBH Holding AG. Weitere Informationen und Montagehinweise dazu und zu allen weiteren Produkten von greenteQ inklusive Montageanleitungen finden Sie im Internet unter www.greenteQ.info.



greenteQ: Marke und Märkte profitieren voneinander

Natalie Schell, Eigenmarkenmanagerin von greenteQ, verantwortet bei VBH neben der Entwicklung auch die internationale Vermarktung der greenteQ Produkte. Eine sehr gute Kenntnis der unterschiedlichen Märkte und der regelmäßige Austausch mit den Landesgesellschaften und Kunden vor Ort ist für sie deshalb sehr wichtig. Nur so können passgenaue Produkte und Sortimente entstehen.

Natalie Schell, Sie waren für VBH in Russland und Kasachstan unterwegs. Was waren die Stationen auf der Reise?

Zuerst die Landung in Sibirien, dann die Weiterreise nach Kasachstan und anschließend Richtung Nischni Nowgorod zu einem Treffen der Gruppe VBH St. Petersburg. Ein dicht gedrängtes Programm, aber diese Treffen sind für uns eine wichtige Plattform, um einen persönlichen Austausch mit den Kollegen zu führen und um die Märkte und Kunden vor Ort besser kennenzulernen. Denn die Märkte sind sehr unterschiedlich: In Kasachstan, dem mit 16 Mio. Einwohnern kleinsten der genannten Länder, haben wir zum Beispiel 9, in Sibirien 10 und in Russland 20 Niederlassungen. Mit 142 Mio. Einwohnern ist dies natürlich der größte Markt in der Region. In Vorträgen und Diskussionen wurden Eigenschaften der neuen Produkte und die Strategie unserer Eigenmarke greenteQ besprochen und auch immer wieder kritisch hinterfragt. Mein Eindruck von den Niederlassungen war dabei sehr positiv, sowohl was die Prozesse innerhalb der regionalen Struktur angeht, als auch in Bezug auf das gemeinsame Marken- und Qualitätsverständnis. Hier herrscht Einigkeit über die besondere Bedeutung der Nachhaltigkeit und Produktqualität sowie unseren Service am Markt.



Sind greenteQ Produkte trotz der unterschiedlichen Märkte für alle Länder relevant?

Sowohl in Kasachstan, Sibirien und Russland ist unsere Eigenmarke bereits ein fester Bestandteil der Sortimente. Wir haben uns deshalb über den Ausbau des Angebots Gedanken gemacht. Für mich war es eine Erfahrung mehr, zu sehen, wie viele Gemeinsamkeiten, aber auch welche Unterschiede es in den verschiedenen Kulturen gibt. Für mich sind die Erfahrungen der Kollegen mit unseren Produkten sehr wichtig. Darüber hinaus beschäftigen wir uns auch immer mit der Optimierung unserer internen Abläufe, der Logistik oder der Verteilung der Lagerkapazitäten, um unseren Kunden den bestmöglichen Service und eine schnelle Verfügbarkeit bieten zu können. Von diesem Austausch profitieren alle VBH Regionen. Deshalb war ich auch nicht allein unterwegs, sondern gemeinsam mit unseren Logistik- und Controllingexperten Vasilij Toropov und Demijan Nemykh.

In Deutschland sind die greenteQ Kundens Schulungen sehr erfolgreich. Gibt es dieses Angebot auch in anderen Ländern?

Ja, unser Schulungsmodell kommt auch international gut an und in Kasachstan führen wir unter anderem Kundens Schulungen in den Niederlassungen gemeinsam mit unserem Vertrieb durch. Außerdem erhalten unsere greenteQ Produktmanager aus den einzelnen Ländern Schulungen in Deutschland, die wir in mehreren Sprachen anbieten. Dieses Angebot wollen wir noch weiter ausbauen.

Mir persönlich wurde bei dieser Reise noch einmal klar, dass es die Menschen sind, die aus unserem Unternehmen einen global agierenden Konzern machen. Globalisierung heißt nicht Standardisierung – unser Erfolg steht und fällt mit den Mitarbeitern. Dazu braucht man die passende Mentalität und Offenheit für andere Kulturen und den regelmäßigen Austausch. Und natürlich die Bereitschaft, sich ständig weiterzubilden und zu entwickeln.

Individuelle Kundenberatung via iPad Alles einfach, alles App!

Eine fundierte Kundenberatung ohne schwere Kataloge und Musterecken? Ja, das geht! Neue kostenlose Apps von VBH ermöglichen erstmals eine anschauliche Präsentation von Fenster- und Türkonstruktionen auf dem iPad. So können Fenster-, Pfosten-Riegel- und Schwellensysteme hochwertig präsentiert und sogar individuelle Kundenwünsche sofort visualisiert werden. Darüber hinaus können VBH Kunden auch alle gewohnten Funktionen des VBH Kundenportals auf dem Tablet-PC nutzen.

Mit der neuen System-App von VBH, einem Anwendungsprogramm zur Kundenberatung für das iPad, erhalten Fenster- und Türenhersteller erstmals die kostenlose Möglichkeit, sich ihren Kunden mit einer eigenen App zu präsentieren. Nach dem Login wird ausschließlich der Name der eigenen Firma angezeigt. Die Präsentation der

Fenster- und Türsysteme ist dabei logisch aufgebaut und geht von der allgemeinen Übersicht Schritt für Schritt zu individuellen Wahlmöglichkeiten des Kunden über. 19 Fenster-, Pfosten-Riegel- und Schwellensysteme sind bereits enthalten.

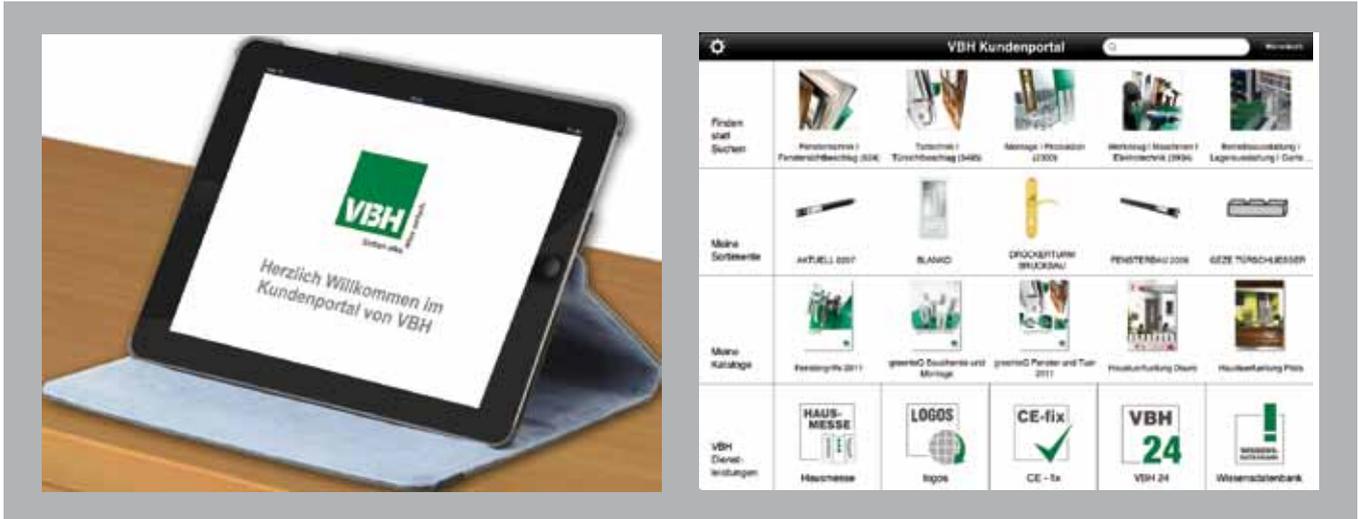
Hochwertige Systeme für Fenster und Türen hochwertig präsentieren

Je nach eigenem Angebot und Wunsch können die Berater im Vorfeld eines Gesprächs eine Auswahl der anzuzeigenden Systeme, Farben oder Oberflächen wählen und so ihr individuelles Angebot zusammenstellen. Hochwertige zoombare Bilder aus sechs verschiedenen Blickwinkeln (frontal außen und innen, Querschnitt seitlich und unten, schräg außen und innen) sowie alle notwendigen Schnittzeichnungen, Datenblätter und Wärmedurchgangskoeffizienten

stehen zur Verfügung. Schwere Kataloge und Musterecken sind damit nicht mehr erforderlich. Ein weiterer Vorteil: Die Aktualisierung der Schnittzeichnungen und Datenblätter erfolgt zentral und ohne notwendiges Update der App. Die VBH Kunden halten damit immer den aktuellen Stand in Händen.

Links: Mit der neuen kostenlosen VBH System-App für das iPad können VBH Kunden im Beratungsgespräch ohne schwere Kataloge überzeugend präsentieren. Rechts: Die System-App von VBH bietet hochwertige Bilder aus sechs Blickwinkeln, Schnitte und Datenblätter.





Eine neue App bringt das zentrale Kundenportal von VBH auch auf das iPad.

Modernes Tool für fundierte Beratung

„Mit der neuen System-App bieten wir unseren Kunden eine Präsentationsmöglichkeit, mit der sie hochwertige Systeme angemessen und individuell nach ihren Bedürfnissen präsentieren können“, erklärt VBH Marketingleiter Thomas Erhardt. „Die fundierte fachliche Beratung im Kundengespräch wird dabei optimal durch die hochwertigen Visualisierungen der Systeme unterstützt.“ So können beispielsweise Farben über allgemeine Grundtöne (Braun, Grün, Blau, Rot etc.) oder über die direkte Eingabe des RAL-Codes ausgewählt und angezeigt werden. Eine Favoriten-Funktion erlaubt die Zusammenstellung einer Vorauswahl, damit sich die Kunden auch später noch zwischen den gewählten Farben entscheiden können. Diese Auswahl bleibt für die Fenster- und Türenberater zur Nachbereitung des Gesprächs erhalten.

Das VBH Kundenportal für iPad-Nutzer

Darüber hinaus bietet VBH noch weitere nützliche Tools und Bestelllösungen für Smartphones und iPads an. So verspricht beispielsweise die ebenfalls neue und erstmals auf der fensterbau/frontale 2012 vorgestellte VBH Kunden-

portal-App kompaktes Know-how an einem Ort: Mit ihr lassen sich schnell und einfach auf dem iPad Artikel finden oder unterwegs kann in der VBH Wissensdatenbank gestöbert werden. Das zentrale Kundenportal vbh24.de bündelt das umfangreiche Angebot an Online-Dienstleistungen von VBH und ist viel mehr als nur ein Online-Shop. Zu den Komponenten gehört eine schnelle Artikelsuche, die komplette Sortimentsübersicht sowie die Möglichkeit zur Bestellung und Auftragsverfolgung. Darüber hinaus bietet das Portal Zugriff auf die kundenindividuelle Hausmesse 2.0, auf die Systemplattform CE-fix und auf die VBH Wissensdatenbank mit Hunderten hilfreichen Tipps im Experten-Forum. Die neue iPad-App bringt dieses Angebot nun auch auf Tablet-PCs.

Schneller Start und einfache Bedienung

Sofort nach der Installation ist die Kundenportal-App funktionsbereit und bietet auch ohne Kundenlogin Zugriff auf zahlreiche Funktionen. Dazu gehört die von VBH selbst entwickelte Online-Suche „Finden statt Suchen“. Mit ihr lassen sich Artikel nach speziellen Eigenschaften gegliedert darstellen. Beispielsweise werden alle Türgriffe aus Edelstahl oder alle Fenstergriffe aus Aluminium in einer Übersicht angezeigt. In der Detailan-

sicht finden sich dann weitere Eigenschaften wie Farbe, Maße, Schildbreite oder Lochung. Die neue VBH App verbindet dabei die komfortable Suchfunktion mit der intuitiven Bedienung des iPads: Die vielseitigen Möglichkeiten der Tablet-PCs vereinfachen dabei die Auswahl und Zusammenstellung der Artikel. Auch die Anzeige und das Durchblättern der VBH Kataloge ist auf dem iPad vergleichbar einfach wie in der gedruckten Form. Nach der Eingabe der vbh24 Zugangsdaten erhalten die Kunden zudem Zugriff auf ihre individuellen Sortimente und auf bereits zusammengestellte Warenkörbe. Außerdem ermittelt das System umgehend den Preis gewünschter Artikel und deren Lieferfähigkeit.

„Mit der neuen iPad-App bieten wir unseren Kunden einen neuen, zusätzlichen Kanal zu VBH, der die Möglichkeiten der Tablet-PCs optimal mit unseren Online-Dienstleistungen verbindet“, erklärt Simon Seibert, Leiter Zentrales Supply-Chain-Management von VBH. „Damit ergänzen die iPad-Apps optimal unsere weiteren Angebote, beispielsweise das Mobile Logos für Smartphones.“ Sowohl die System-App als auch die neue Kundenportal-App von VBH sind kostenlos über den Apple App Store erhältlich.

SAP und Microsoft als zukünftige Säulen der ERP-Landschaft

Globale IT-Strategie im VBH Konzern

Wenn Prozesse in der Logistik oder im Vertrieb auch international funktionieren sollen, müssen die verwendeten IT-Systeme sowie die gesamte IT-Infrastruktur ebenfalls global ausgerichtet sein. Nur so können die Mitarbeiter gesellschaftsübergreifend optimal unterstützt werden. Mit der Freigabe der neuen IT-Strategie durch den Vorstand haben zahlreiche Aktivitäten zur Standardisierung und Globalisierung der IT im Konzern begonnen.

Im Fokus stehen dabei zunächst die sogenannten ERP-Systeme (Enterprise-Resource-Planning), da diese mit der systemischen Abbildung der Geschäftsprozesse das Rückgrat eines Unternehmens darstellen. Sie unterstützen die optimale Planung und Einteilung der Ressourcen wie Kapital, Personal und Betriebsmittel und steigern damit die innerbetriebliche Effizienz. „Durch eine stärkere Standardisierung wollen wir hier künftig noch besser werden“, erläutert Burkhard Strüder, Chief Information Officer (CIO) bei VBH. Während aufgrund der gewachsenen Strukturen im Moment noch eine Vielzahl von Systemen im Konzern betrieben werden, soll künftig eine Konzentration auf SAP und Microsoft Dynamics NAV (Navision) stattfinden. In den GUS-Gesellschaften



Burkhard Strüder

wird die Konsolidierung auf Microsoft Dynamics AX (AXAPTA) erfolgen. „Dabei steht jedoch nicht nur die Reduzierung der eingesetzten Softwarelösungen im Vordergrund“, betont Burkhard Strüder. „Vielmehr geht es um die standardisierte Abbildung von vergleichbaren Geschäftsprozessen über Systemgrenzen hinweg.

Erreicht wird dies über die Definition von globalen Templates, das heißt vordefinierten VBH Geschäftsprozessen, mit den dazugehörigen Systemeinstellungen, Programmweiterungen, Schnittstellen, Berichten, Schulungsvorlagen sowie Einführungs- und Betriebskon-

zepten. Mit Hilfe dieser Bausteine wird es möglich sein, schnell und kostengünstig standardisierte Prozesse und vergleichbare Datenstrukturen in allen VBH Gesellschaften weltweit zu realisieren. „Natürlich müssen dabei auch länderspezifische Besonderheiten und legale Anforderungen berücksichtigt und in den Rahmen des Templates integriert werden“, so Burkhard Strüder weiter. „Damit schaffen wir einen deutlichen Mehrwert gegenüber einer lokal implementierten ERP-Lösung.“

Fotos unten von links nach rechts: TDS Turm am Firmesitz in Neckarsulm, IT-Schränke, Löschanlage und Serverzelle im TDS-Rechenzentrum. Quelle: TDS AG



Bessere Prozessunterstützung und global verfügbare Anwendungen

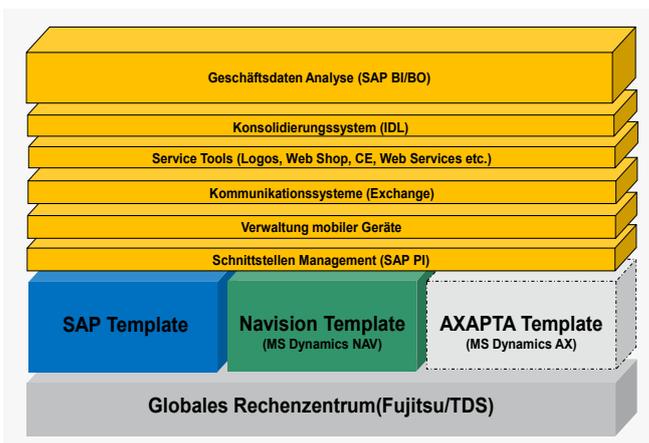
Die Einführung der neuen Templates bietet gleich mehrere Vorteile: Zum einen werden die Voraussetzungen für eine schnelle Anbindung von global verfügbaren Anwendungen wie dem VBH Online-Shop, dem Business Warehouse oder auch der Datenarchivierung geschaffen, zum anderen bilden sie die Basis für nachhaltige Kosteneinsparungen sowie Service- und Prozessver-

Optimierungen des Templates also allen Gesellschaften zur Verfügung gestellt, sodass Verbesserungen nicht mehrfach erfunden und bezahlt werden müssen. „Natürlich lässt sich ein so grundlegender Umbau unserer ERP-Systeme nicht kurzfristig erreichen, sondern das wird uns über die nächsten Jahre begleiten“, weiß Burkhard Strüder. Die neue Strategie greift aber nicht nur auf der Anwendungsebene. Auch im Betrieb der IT-Systeme wird es Änderungen geben. Hier setzt VBH konse-

nszeiten betrieben. Damit ist schnelle Hilfe garantiert, falls einmal Probleme auftreten sollten. Insbesondere der Datensicherheit kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Bereits heute sind viele VBH Gesellschaften in das „globale VBH Rechenzentrum“ umgezogen und profitieren von den Vorteilen dieser Lösung. Dies gilt ebenfalls für die VBH Deutschland, die mit der Umstellung auf SAP die neue Infrastruktur nutzen wird.

Der Umbau hat bereits begonnen

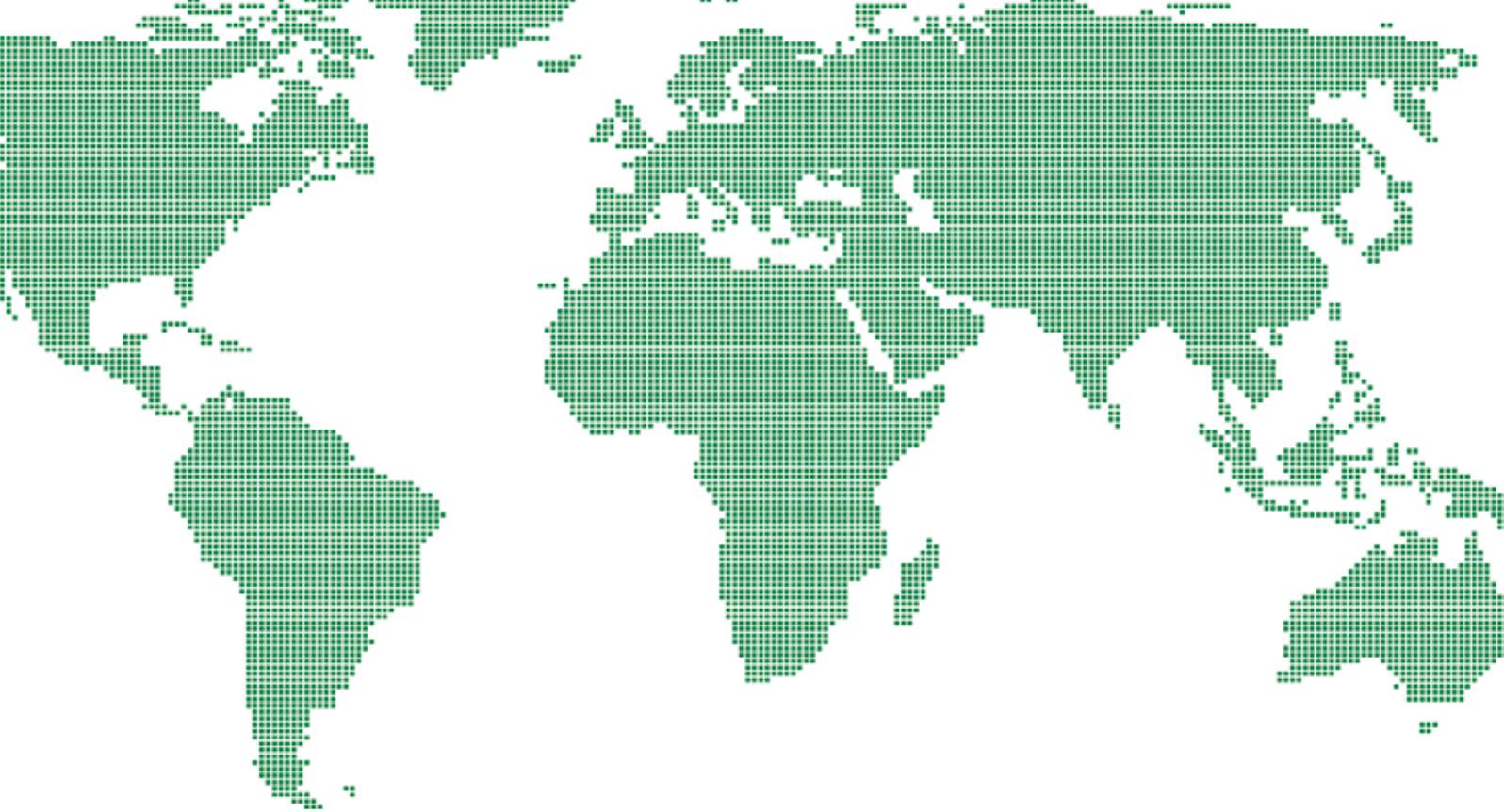
Doch nicht nur mit der Verlagerung der IT-Systeme wurde bereits begonnen. Ein international besetztes Projektteam definiert und gestaltet aktuell auch schon das Navision-Template aus. Hier ist das erste Umstellungsprojekt für das 1. Halbjahr 2013 vorgesehen. Die Arbeiten am SAP-Template werden unmittelbar nach der Umstellung von VBH Deutschland auf SAP beginnen und einen Fokus auf die Skalierbarkeit der SAP-Prozesse für kleinere Gesellschaften mit schlankeren Prozessen haben. Der erste SAP-Rollout ist dann für das 2. Halbjahr 2013 geplant. Diese und eine Reihe von begleitenden Maßnahmen, wie der Ausbau der zentral bereitgestellten und global verfügbaren Anwendungen, werden die Zusammenarbeit im Konzern weiter vereinfachen.



besserungen. Die Template-Systeme kombinieren dabei die „Best Practices“ der verschiedenen VBH Landesgesellschaften mit der Funktionalität der aktuellen ERP-Versionen und ermöglichen so die gemeinsame Weiterentwicklung der abgebildeten Prozesse zum gegenseitigen Nutzen. In Zukunft werden

quent die Verlagerung der betriebskritischen Systeme (insbesondere ERP und E-Mail) zum Outsourcing-Partner für Rechenzentrumsleistungen fort. Bei Fujitsu/TDS in Heilbronn und Neuenstadt werden in modernsten Rechenzentren die VBH Systeme mit Verfügbarkeitsgarantien und zugesicherten Reakti-





VBH in Deutschland
www.vbh.de
www.esco-online.de

VBH in Argentinien
www.vbh-holding.com

VBH in Belgien
www.vbh.be

VBH in Bosnien-
Herzegowina
www.vbh.ba

VBH in Bulgarien
www.vbh.bg

VBH in China
www.vbh.com.cn

VBH in Estland
www.vbh.ee

VBH in Griechenland
www.vbh.com.gr

VBH in Großbritannien
www.vbhgb.com

VBH in Indien
www.vbh.in

VBH in Irland
www.vbh.ie

VBH in Italien
www.vbh.it

VBH in Kasachstan
www.vbh.kz

VBH im Kosovo
www.vbh-kosovo.de

VBH in Kroatien
www.vbh.hr

VBH in Kuwait
www.vbh.com.kw

VBH in Lettland
www.vbh.lv

VBH in Litauen
www.vbh.lt

VBH in Mexiko
www.vbh.com.mx

VBH in Montenegro
www.vbh.co.me

VBH in den Niederlanden
www.vbh-nl.com

VBH in Österreich
www.evg.at

VBH in Polen
www.vbh.pl
www.esco.com.pl

VBH in Portugal
www.vbh.com.es

VBH in Rumänien
www.vbh.ro

VBH in Russland
www.vbh.ru
www.esco-online.de/ru/

VBH in Serbien
www.vbh.rs

VBH in Singapur
www.vbh.com.sg

VBH in der Slowakei
www.vbhslovakia.sk

VBH in Slowenien
www.vbhtrgovina.si

VBH in Spanien
www.vbh.com.es

VBH in Tschechien
www.vbh.cz

VBH in der Türkei
www.vbh.com.tr

VBH in der Ukraine
www.vbh.ua

VBH in Ungarn
www.vbh.hu

VBH in den VAE
www.vbhme.com

VBH in Weißrussland
www.vbh.by



Alles einfach.
Einfach alles.