



VBH Magazin 2/2012

La marca de expertos en herrajes para ventanas y puertas

- VBH está cerca del cliente
- greenteQ - marca y mercados sacan provecho el uno de los otros
- Estrategia IT global en VBH



Sencillamente todo.

Todo sencillo.



Queridas lectoras, queridos lectores,

el consorcio de VBH se desarrolló en la primera mitad de 2012 operativamente como se esperaba: ligeros ascensos en Alemania y en el Este de Europa se enfrentan a considerables retrocesos en muchos de los países del sur; además las regiones asiáticas en retirada ya no aportan más ventas comerciales significativas. En resumen, de esto resulta en esta primera mitad del año una venta ligeramente bajo los niveles del año previo.

Los desarrollos de los mercados en los segmentos individuales confirman además de esto lo correcto de la anunciada limpieza efectuada en la cartera de países. Debemos concentrarnos en nuestros puntos fuertes; en aquellos mercados en los que ya nos hemos trabajado una posición de mercado excepcional, nos confirmamos también en un entorno de crisis e incluso consolidamos nuestra posición, y allá donde solamente nadamos con la corriente, lo sufrimos. ¡Seguir así es nuestro objetivo empresarial!

Hemos comunicado constantemente que allá donde no alcanzamos las posiciones de mercado anheladas, existe la alternativa de retirarse. De forma consecuente nos hemos así batido en retirada en regiones que a medio plazo no

nos ofrecen ninguna alternativa o que no son adecuadas a nuestro modelo de negocio. Esto es doloroso, necesita mucha fuerza, pero es absolutamente necesario en vista de las perspectivas de la totalidad de la economía global; y es que actualmente en Europa no encontramos en nuestro ramo ningún mercado realmente en crecimiento.

Salimos adelante a buen paso, lo llevamos adelante evidente al horario y estamos convencidos de que el grupo VBH, gracias a la consolidación consecuente de la cartera para el extranjero, se alinearán con un resultado sustancialmente más potente y resistente.

Pero VBH no se ocupa únicamente de consolidación. Seguimos invirtiendo en la ampliación controlada de nuestra extraordinaria paleta de servicios y en un aumento de nuestro surtido greenteQ. Ambos elementos estratégicos son historias exitosas y crecen continuamente en significado, afortunadamente también en los mercados extranjeros.

En esta edición de nuestra revista encuentra nuevamente una pila de ejemplos y esperamos que haya interesantes novedades para Usted en la caja de greenteQ y de *tools* de VBH.

Nuestra meta primera es establecer sociedades *win-win*. Ya que solamente cuando nuestros servicios y productos greenteQ generan beneficios reales, nos los agradecen los clientes con más pedidos o distribuciones con mejores condiciones. Nuestros productores y *mánagers* de producto reciben con ello un *feedback* instantáneo que nos ayuda a dirigir las inversiones en la dirección adecuada. Dos de estas sociedades *win-win* son presentadas en este cuaderno de forma más amplia.

Nuestro grupo de expertos está también con mucho gusto a su disposición; seguro que merece la pena seguir cateando en busca de provecho!

Cordialmente les saluda,

suyo,

Rainer Hribar

Índice



CONSORCIO

Asamblea general de VBH
Entrevista con Ulrich Lindner

04 - 07



TEMA CENTRAL

VBH está cerca del cliente:
Las empresas Braun, Weiding,
y Hans Timm Fensterbau, Berlín

08 - 13



TODOSENCILLO

greenteQ con nuevos productos:
greenteQ - marca y mercados sacan provecho los unos de los otros

14 - 15



SENCILLAMENTE TODO

Asesoramiento del cliente por medio del iPad

16 - 17



GLOBAL

Estrategia IT global en VBH

18 - 19

VBH Magazin aparece cuatro veces al año.

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



Asamblea general de VBH Holding AG

Los accionistas de VBH Holding AG confirmaron en la asamblea general con gran mayoría las decisiones de la junta directiva referentes a la adecuación de la cartera de países y a la consolidación duradera del consorcio.

En la asamblea general de VBH Holding AG del presente año, el 21 de junio, los inversores siguieron con gran interés las explicaciones de la junta directiva de VBH y del consejo de supervisión, que dieron los resultados del pasado año empresarial. Aparte de los resultados empresariales de 2011, se presentaron en primer lugar las cargas extraordinarias del año que consisten, sobre todo, en los costes obtenidos a causa de la salida del mercado de masas de aluminio en Italia. Al mismo tiempo la junta directiva aprovechó la ocasión para orientar la mirada hacia adelante y explicar las medidas estraté-

gicas, decididas en 2012 y anunciadas de forma inmediata el 15 de junio de 2012, para seguir con la consolidación del consorcio VBH que coincide con la salida casi completa de los mercados asiáticos. En total unas 150 personas estaban presentes en la Casa de la Economía en Stuttgart, que representaron un 73 por ciento del capital social con derecho a voto.

Orientación a mercados lucrativos

La venta del consorcio de 780,1 millones de Euros en 2011 superó el valor del año previo, de 767,8 millones, en un 1,6 por ciento. Efectos extraordinarios y adecuaciones en la cartera de países cargan no obstante el resultado con 33,6 millones de Euros. El resultado empresarial (EBT) supone -7,5 millones de Euros y el déficit anual que resulta de ello llega a un total de

-24,5 millones de Euros. El resultado se debe sobre todo a la salida decidida de algunos de los mercados poco rentables. Rainer Hribar, presidente de la junta directiva de VBH Holding AG, confirma: "La salida del mercado de masas de aluminio en Italia, así como de los mercados de Malasia, Tailandia y Chipre, fue la decisión correcta." Sin embargo, la crisis económica y financiera en Europa del Sur con perspectivas poco prometedoras a medio plazo requiere otras adecuaciones. Además, el modelo de negocio de VBH, como etapa autónoma de negocio dentro del comercio de conexión de la producción, ha fallado en los mercados asiáticos. En reacción a este desarrollo, antes de la asamblea general la junta directiva de VBH ha tomado la decisión de emplear medidas adicionales para la consolidación también en 2012. Esto se anunció el 15 de junio 2012 mediante un informe *ad hoc*.

Foto arriba a la izda. y abajo: En la Casa de la Economía, Stuttgart, se celebra cada año la asamblea general de VBH Holding AG
Foto página siguiente, arriba: miembro de la junta directiva Frieder Bangerter tras la tribuna





“Continuaremos consecuentes con nuestras decididas medidas de consolidación de nuestras sociedades en Asia y en Europa del Sur, y seguiremos fortaleciendo la reestructuración en Bélgica, Grecia y en Turquía”, aclaró el directivo de finanzas Frieder Bangter. “Esto sienta la base para un posicionamiento estratégico exitoso y un desarrollo duradero del grupo entero en el futuro.” Con este paso VBH se orienta a los mercados donde se realizarán los resultados sustanciales para el consorcio. El objetivo de las medidas es la estabilización y el crecimiento de la rentabilidad del consorcio VBH de forma duradera.

Modelo de negocio exitoso para más de 40.000 clientes

Con motivo de las extensas medidas de adecuación, para el pasado año no hubo ningún pago de dividendos y se prevé que para el 2012 tampoco lo habrá. La junta directiva, sin embargo, insiste en aferrarse a una cuota de reparto de al menos 35 hasta 40 por ciento del resultado operativo por acción a largo plazo.

“Nuestro modelo de negocio es bueno, lo avalan más de 40.000 clientes en todo el mundo”, dice Rainer Hribar en su informe sobre el año empresarial 2011. “Nuestra estrategia basada en tres pilares, con una política de surtido

y marca propia exitosa, con servicios innovadores y con una orientación cada vez más internacional, ha sido comprobada. Sobre todo nuestra marca propia greenteQ y nuestras herramientas de servicio tienen mucho éxito en el mercado. Marcamos tendencia con nuevos productos como la manilla de ventana con alarma y función climática de greenteQ o la propulsión para puertas especialmente silenciosa y completamente integrable en la hoja de la puerta.”

El objetivo es consolidar VBH consecuentemente, ordenar nuevamente de un modo estratégico y operativo la cartera de países ya existente y, con un núcleo empresarial lucrativo, hacer al consorcio resistente a cualquier clima económico. A pesar de las adecuaciones en la cartera de países, este curso quiere llevarse a cabo con el lema “Sencillamente todo. Todo sencillo.”, según la voluntad del presidente de la junta directiva.

Por primera vez en la asamblea general se presentó Ulrich Lindner, que pertenece a la junta directiva de VBH Holding AG desde el primero de febrero de 2012 en el área de Marketing y venta internacional. El experto en ventas con experiencia en el área de construcción va a llevar adelante, entre otros asuntos, la introducción internacional de la

marca propia greenteQ de VBH y el *roll-out* de la cartera innovativa de servicios de VBH.

Preguntas con intención crítica y apoyo a la consolidación estratégica

Al término de las aclaraciones de la junta directiva, los accionarios y sus representantes tuvieron la posibilidad de hacer preguntas y dar a conocer su forma de ver las cosas en relación a los contenidos expuestos. En especial los representantes de la DSW (Asociación alemana para la protección de la posesión de títulos valores) y la SdK (Comunidad de protección de inversores) tuvieron preguntas con intención crítica, entre las cuales se encontraban algunas que enfocaban la situación económica de VBH en Grecia, en Asia y en Turquía. En general los accionistas apoyaron el trabajo de la junta directiva y del consejo de administración con su aprobación de las medidas acordadas. Se ensalzó positivamente el curso relativamente estable de las acciones de VBH, el aumento del *cashflow* operativo del consorcio y una satisfactoria cuota de capital propio de 32,3 por ciento en el consorcio. Los accionistas presentes aprobaron como era de esperar a los miembros de la junta directiva y del consejo de administración.

Foto dcha.: Ingeborg Brimmers de VBH conversando con el miembro del consejo de supervisión Stephan M. Heck. Foto abajo: presidente del consejo de supervisión Rainer Kirchdörfer, los dos representantes de los empleados en el consejo de supervisión Martin Morlok y Klaus Meichner así como Rainer Hribar, presidente de la junta directiva (de izda. a dcha.)



“Nunca debemos terminar de mejorarnos.”

Una entrevista con el miembro de la junta directiva de VBH Ulrich Lindner

Como nuevo miembro de la junta directiva de VBH, responsable para marketing y ventas, desde el 1 de febrero 2012 Ulrich Lindner dirige las actividades en Europa del oeste, del sur, del suroeste tanto como en Asia y Latinoamérica. Su objetivo: junto con los colegas en la junta directiva, los ejecutivos y todos los empleados llevar la VBH adelante de manera exitosa y lucrativa.

Señor Lindner, ¿cuáles fueron las estaciones profesionales más importantes, antes de que su camino diera a parar con VBH?

Hasta ahora estuve en el distribuidor directo Berner SE, en Künzelsau, encargado de *marketing*, venta y compra. Antes de eso estuve en Hilti, en Liechtenstein, y en los EU en diferentes departamentos y funciones de venta. Además he trabajado algunos años para la consultoría de empresas americana Booz & Co. Comencé mi carrera profesional en los ochenta con un aprendizaje para vendedor de exportación en una casa de comercio en Bremen para el que posteriormente dirigí la filial en Uganda; un periodo muy interesante.

¿Qué es lo que le atrajo de VBH?

VBH es el más grande comerciante de herrajes del mundo. Sin embargo hay todavía mucho potencial en Europa y claro que también en ultramar. Esto hay que explotarlo de forma lucrativa con un riesgo manejable; una tarea que me atrae mucho. Además estoy convencido de que la estrategia de VBH, promover servicios inteligentes y la marca propia greenteQ, es correcta y ofrece igualmente todavía muchas posibilidades para un crecimiento provechoso.

Mientras tanto, Usted lleva un año en VBH y conoce cada vez más los temas

internos. Ha cambiado con ello su mirada hacia los mercados internacionales y la posición de VBH en relación con ellos?

No ha cambiado en lo esencial, pero claro que ahora tengo una idea mejor de nuestra empresa en el extranjero, en especial en Europa del oeste y del sur, así como en otros mercados y puedo valorar mejor las situaciones generales en las diversas sociedades regionales.

VBH ha ampliado sus actividades en el extranjero fuertemente en el curso de su estrategia de internacionalización. Esto en lo esencial es correcto, sin embargo veo ahora una clara necesidad de actuar, ya que desde la perspectiva del grupo demasiadas sociedades no han alcanzado el umbral de beneficio. Los motivos aquí son variados y dependiendo de cada país muy diferentes. Sobre todo en Europa del sur las sociedades actúan en unas condiciones de mercado evidentemente peores. Por otra parte, en algunas regiones nuestro modelo de negocio no se adecua al mercado local y tenemos parcialmente algunas exigencias operativas caseras. En cualquier caso debemos desplazarnos a cada lugar para observar la situación con atención, en conjunto con la directiva local, y entonces definir las medidas adecuadas y ponerlas en práctica, para reducir la necesidad de *cash* y las pérdidas en las regiones afectadas rápida y efectivamente. Esto nos va a ocupar fuertemente durante los próximos meses, pero reforzará marcadamente el potencial financiero y la eficacia del grupo VBH en sus resultados.



Ulrich Lindner. Abajo en la asamblea general de VBH Holding AG en julio 2012. (El segundo de la dcha., al lado del miembro del consejo de supervisión Matthias Linnenkugel. En el fondo los dos colegas de la junta directiva Frieder Bangerter y Rainer Hribar).





La junta directiva de VBH ha dado una señal clara con la extensa retirada de Asia. ¿Cuál fue el motivo de esta decisión?

Los mercados asiáticos en crecimiento son en sí atractivos, pero se han vuelto muy exigentes. Las estructuras de venta y comercio no son comparables con las europeas o norteamericanas. En especial para las empresas de comercio occidentales en el área *business-to-business* no es fácil establecerse con éxito a largo plazo en Asia. VBH hizo la misma experiencia por lo cual hemos sacado las consecuencias.

¿Cuál es a su juicio el punto fuerte de VBH?

VBH tiene muchos puntos fuertes. Es con diferencia el comerciante más grande del mundo en nuestra industria y con ello tiene una posición importante como socio estratégico, tanto para clientes como para distribuidores. Tenemos una cartera de servicios muy atractiva, que es seguramente única en el comercio de herrajes y que ningún competidor puede ofrecer sin más en una calidad y amplitud comparables. Estoy pensando por ejemplo en Logos easyScan o en nuestro portal de clientes. Lo mismo sirve para nuestro fuerte surtido de productos greenteQ. Pero el mayor logro de VBH es el haber conservado una cultura de empresa media en la cual cada una puede por sí misma mover mucho. En las primeras semanas y meses he conocido y aprendido a valorar a muchos y muchas colegas que se implican a fondo, cuyo trabajo y servicio me ha impresionado.

¿Y dónde debemos ser mejores?

Nunca debemos terminar de mejorar-nos. Debemos seguir desarrollando nuestras estructuras y nuestros empleados, para que podamos también apoyar y seguir desarrollando efectivamente las sociedades extranjeras. Esto afecta a casi todas las áreas de funciones. Por ejemplo continuaremos con la estandarización de nuestro sistema IT. Intensificaremos también nuestro trabajo internacional de personal, para que podamos formar y desarrollar la nueva generación de ejecutivos a nivel interno. Retos similares encontramos en *Category Manegement*, en *Controlling* y en casi todas las otras áreas. El trabajo y las posibilidades no se agotan.

Orientación al cliente con VBH

Braun: ventanas de PVC de alta tecnología del bosque bávaro

Las cooperaciones win-win son la meta del negocio diario de VBH. Las empresas para la construcción de ventanas, Timm, de Berlín, y Braun, de Weiding en el bosque bávaro, comparten con VBH no sólo el mismo pensamiento de exigencia de calidad, sino también la competencia en conocimientos y técnica. Junto al servicio orientado a los clientes de VBH, se crean conjuntamente soluciones que son decisivas para el futuro de todo el ramo.

La exitosa historia de la empresa Braun en los últimos 50 años es sorprendente. La sede de esta empresa, que cuenta hoy en día con más de 95 empleados, se encuentra en Weiding, cerca de la frontera checa en pleno bosque bávaro.

aún se trataba de un nuevo producto. Nuestro padre conocía ya el material aplicado a persianas y supo reconocer muy temprano su potencial”, explica Wolfgang Braun (foto abajo). Él dirige en la actualidad la empresa paterna junto a sus hermanos Christian, Georg y Thomas Braun. Al comienzo de la nueva adquisición contaban con 5.000 metros de perfil; en la actualidad son entre 100.000 y 150.000 anuales.

En un principio hubo sin embargo que lidiar con el escepticismo de una zona dedicada al trabajo en madera. El argumento decisivo es por ello la alta calidad de los productos de alta tecnología desde los inicios. “No queremos ser los más grandes, sino los mejores”, dice Wolfgang Braun.



Aún más extraordinario es el motivo por el que Braun es conocido en todo el este de Baviera: ventanas y persianas de alta calidad en PVC; y eso desde hace 50 años. Puertas de casa, invernales, toldos y marquesinas de aluminio son también parte del programa. “A finales de los años 60 estuvimos entre los primeros que apostaron por la ventana de PVC, que por aquella época





Foto arriba: el parque de atracciones de Braun, incluido el estadio de actuaciones, abierto 2011 en Weiding, se encuentra entre las más bellas exposiciones de ventanas de Alemania. Arriba a la dcha.: Los hermanos Wolfgang Braun, Georg Braun, Thomas Braun (de izda. a dcha.) y Christian Braun dirigen la empresa tradicional del bosque bávaro.



Calidad y buena fama como principio empresarial

Para Braun la base del éxito se encuentra en la calidad duradera y la credibilidad. Es por ello que la producción no fue trasladada a la República Checa tras la caída del telón de acero, aun cuando Braun vendía sus ventanas hasta en Pilsen y cuenta además con tres oficinas, junto a las filiales en Regensburg, Schwandorf y Straubing, también en la República Checa. Las altas exigencias de la empresa con fuertes raíces en la región ya tuvo su eco en los medios económicos de todo Alemania y el parque de atracciones abierto en Weiding en 2011,

incluido el estadio de actuaciones, se encuentra entre las más bellas exposiciones de ventanas de Alemania. Braun forma a sus empleados en la propia academia de la empresa y trabajadores potenciales, como son estudiantes o aprendices, son también huéspedes bienvenidos, para los que se ofrece seminarios especiales, tal y como nos cuenta Wolfgang Braun: "Nuestra fama y la calidad de nuestros productos son nuestro capital y por ello intentamos continuamente estar en la cumbre del desarrollo y contribuir además a prolongarlo."

Pioneros en las innovaciones

El impulso al desarrollo de nuevas soluciones tiene de hecho tradición con Braun: ya en 1982, cuando el tema del ahorro energético aún no estaba en boca de todos, Georg Braun, fundador de la empresa, desarrolló la primera caja de persianas cerrada con aislamiento térmico del mundo. Con esta invención patentada ya en aquel momento desconcertó a especialistas del mundo profesional, en la actualidad va a ser admitida como norma técnica en EnEv. Junto al fabricante de perfiles Salamander fue presentado el primer ala de ventana redondeado sin vierteaguas y Braun desarrolló junto a Winkhaus la barra de cierre continua para puertas. La empresa apuesta por una mejora continuada también en la fabricación: como primera empresa piloto en Europa, Braun introdujo la fabricación con barras sueltas, a partir del concepto de Siegenia Aubi, y en lo que al ahorro energético se refiere, Braun adopta una función modelo: “Nosotros vendemos productos que contribuyen al ahorro energético, por ello también hemos comenzado temprano por nosotros mismos”, aclara Wolfgang Braun. “Nuestra fabricación está claramente separada entre áreas frías y calientes, nuestra instalación fotovoltaica suministra suficiente electricidad para la producción y las puertas de los pabellones con aislamiento térmico y las persianas impiden pérdidas de energía durante la noche.”

Socio de confianza desde hace 25 años

VBH acompaña el desarrollo de los innovativos fabricantes de ventanas desde hace ya 25 años. En el almacén Braun apuesta por la técnica del escáner WLAN de VBH con aplicación directa a la gestión de materiales propia de la empresa. Los empleados en la compra utilizan vbh24.de para seguir el estatus de los pedidos, probar la disponibilidad de los artículos o ver su precio. Se distribuye dos veces por semana. “Nuestros clientes son en un 95 por ciento clientes privados y nosotros no vendemos a comerciantes o vendedores. Así mantenemos un máximo control de calidad a lo largo de toda la cadena de valor añadido hasta el montaje”, matiza Wolfgang Braun. “La ventaja es la

buena moral de pago de nuestros clientes, la desventaja está en los pedidos divididos en pequeñas partes.” La empresa cuenta con alrededor de 1.300 por año. Los plazos exigidos para la distribución a menudo son cortos, sin embargo Braun en la mayoría de los casos es capaz de distribuir en el plazo de una semana, gracias a una buena organización del trabajo y distribuidores competentes, “VBH es un socio muy competente y de confianza”, dice Wolfgang Braun. “Tools de servicio como easyScan facilitan nuestro proceso de trabajo de forma evidente y la toma de tareas o las soluciones complicadas las tratamos en contacto personal con el servicio externo y nos dejamos aconsejar por él.”



Aparte de tecnologías modernas para la construcción de ventanas se utiliza también el sistema de pedidos simplificado como los escáneres.

Hans Timm Fensterbau – Combinación de diseño y técnica



Foto dcha.: Bastian Timm (dcha.) conversando con Jörg Heimes, director de la venta regional del este de VBH.

Foto abajo a la izda.: ventana típica para la biblioteca estatal en Berlín

Foto abajo a la dcha.: villa con diversas construcciones de madera-aluminio como elementos de la fachada

Entre Braun y Fensterbau Timm de Berlín existen numerosos paralelismos: ambas son empresas familiares con más de 50 años de tradición, que se enfrentan constantemente a los desarrollos de la época, y ambas persiguen las más altas exigencias de calidad. Y sin embargo se distinguen claramente en las tareas diarias. “Nosotros nos concentramos en la construcción especial de ventanas de madera, de madera-aluminio y de aluminio, todas de la más alta calidad. Estamos activos sobre todo en el comercio con objetos: desde la oferta, consulta, construcción, manufactura hasta el montaje”, acla-

ra Bastian Timm, el nieto del fundador de la empresa Hans Timm. Junto a él, su padre Bernd y su tío Detlef; juntos, tres generaciones bajo un mismo techo, conforman la dirección de una empresa de 120 personas, cuya fama va más allá de las fronteras berlinesas. “Si bien nos concentramos en el mercado berlinés, recibimos diariamente llamadas de estudios de arquitectura de todo Alemania, con motivo de nuestra experiencia fundada en la construcción de casas nuevas y el tratamiento de edificios históricos, y buscan consejo acerca de objetos especiales.” Bastian Timm se refiere

con ello a grandes proyectos como la biblioteca estatal de Berlín, el ministerio de medio ambiente, la renovación del Parque Schiller, nombrado por la UNESCO patrimonio de la humanidad, o la sede principal de Renate Lange. “Somos conocidos a través de objetos de esta magnitud; por ello nos ponemos a diario ante nuevos retos con referencia a diseño, arquitectura y técnica.” Otro punto fuerte de Timm es la construcción de villas de alta calidad. En el mundo entero Timm proyecta y realiza villas con exigencias altísimas en lo referente al diseño y a la técnica de seguridad.



Ningún objeto estandarizado: la residencia de la embajada alemana en Washington

Las exigencias de física de construcción en la construcción de objetos son altas y aumentan cada vez más. Para el departamento de construcción de Timm esto significa estar constantemente al día del estado actual de la técnica y el desarrollo. Se planea desde la conexión a edificios ya existentes hasta el cristal. A menudo los planos se topan con exigencias especiales. Es entonces cuando, en intercambio abierto con VBH, se buscan soluciones: "Se trata de un dar y tomar constante. La última vez tuve una conversación técnica de dos horas con Hans Neumeier de VBH acerca de una situación de umbrales especial en un proyecto de construcción, que realmente sólo afecta a cuatro puertas. Ciertamente es que VBH también aprende mucho con ello, ya que a menudo nos aproximamos a límites constructivos y con nosotros el más pequeño detalle cuenta." A esto se le añade el espectro en herrajes y herramientas especiales, necesariamente muy grande y rápidamente disponible, con motivo de la alta individualidad de los objetos. Para Timm no

es raro fabricar elementos con dimensiones de 8 por 4 metros. "Para ello hemos buscado un socio competente y desde hace 10 años nos sentimos con VBH muy a gusto", nos confirma Bastian Timm. VBH suministra a Timm casi 100 por cien de los herrajes necesarios. Los pedidos se realizan también aquí *online* con el sistema de pedidos LOGOS directamente del sistema de la administración de existencias interno de la empresa, lo cual garantiza un procesamiento rápido, seguro y sin complicaciones. En realidad cada objeto requiere ventanas individuales. A esto se le añaden a menudo exigencias especiales en lo referente a la seguridad y la técnica, como por ejemplo en el proyecto actual y conocido del arquitecto Prof. O. M. Unger, la embajada alemana en Washington. Timm suministra, para el que presumiblemente será el segundo edificio más importante de la República Federal Alemana, cien ventanas integrales de madera-madera con un sistema modular de madera y exigencias especiales de seguridad. "Pero no me

está permitido revelar nada más", dice Bastian Timm sonriendo. El equipo dispone únicamente de ocho semanas para el montaje. Durante las vacaciones de la embajada quince montadores de Timm instalarán las ventanas y sanearán aquellas ventanas y puertas del lugar que aún pueda ser conservadas; un área especial de los expertos. En un proyecto de investigación iniciado especialmente por Timm y en cooperación con la Unión Europea, se adquirieron precisamente los conocimientos para el saneamiento de construcciones de ventanas que son patrimonio protegido y, simultáneamente, para una reevaluación energética. En esta "renovación completa" las viejas capas de laca son levantadas con un proceso de aire caliente, los marcos de la ventana son saneados sin agujerear el muro y las alas de la ventana nuevamente construidas de cero y rematadas con nuevas juntas y lunas de cristal aislantes. Un proceso que se da a menudo en la región berlinesa con motivo de de la gran densidad en monumentos.

Muestra de una ventana integral de madera-madera para la embajada alemana.



Bastian Timm explica la "renovación completa" a partir de un elemento expuesto.





Desarrollado con David Chipperfield: la famosa galería "Hinter dem Gießhaus" (arriba).

Fachada energética para la casa "energía plus" del ministerio estatal de urbanismo (izda.).

Altas exigencias en la atención al cliente y flexibilidad

"Cierto es que Timm también supone para nosotros un reto", dice Jörg Heimes, director de la venta regional del este de VBH Alemania. Y Bastian Timm añade: "Nuestra familia se dedica a ventanas 24 horas al día, para poder cumplir con los requisitos más altos. Es por eso que nuestras exigencias puestas en nuestros socios en materia de competencia, rapidez y flexibilidad son

también muy altas. Al mismo tiempo sabemos bien valorar lo que encontramos en nuestros distribuidores principales: fiabilidad, una relación de compañerismo y *know-how*. Debemos estar siempre a la última, para poder ser justos con nuestros servicios de consulta de cara a nuestros clientes. En los últimos años VBH se ha desarrollado enormemente, si bien es verdad que con mu-

cho esfuerzo y cursillos internos para los empleados, y representa un buen *sparring* para nosotros." Además de esto Timm Fensterbau utiliza la plataforma de sistema de VBH CE-fix para el mercado CE. "Con esta plataforma VBH ha puesto estándares en el ramo de la distribución y nos ayuda concentrarnos en lo que realmente sabemos hacer: construir ventanas."

Ventanas grandes y extraordinarias en la fabricación de Hans Timm Fensterbau.



Productos greenteQ actuales

Motores electrónicos para persianas y cinta espaciadora SK de greenteQ

Motores electrónicos para persianas con reconocedor de obstáculos integrado de greenteQ

Además de las conocidas propulsiones estándares para persianas, el programa de greenteQ ofrece ahora también motores para persianas electrónicos con un sutil reconocedor de obstáculos integrado y una interrupción final controlada por posición.

Los motores electrónicos para persianas de greenteQ sirven para la motorización de persianas, toldos y aplicaciones comparables de corta utilización. Trabajan de forma precisa y muy silenciosamente, y están dotados con 5 años de garantía, manteniéndose en función igualmente robusta, claramente duraderas, de confianza y absolutamente libres de mantenimiento, al igual que los otros aparatos habituales de greenteQ. Además de esto ofrecen un sutil reconocedor de obstáculos integrado que funciona en ambas direcciones y una confortable interrupción final controlada por posición. La conexión y la configuración de los puntos finales se manejan así en cuestión de segundos. Un termostato integrado, que provocaría un apagado automático en caso de un exceso de temperatura, impide posibles daños en el motor. El montaje sencillo se hace directamente en el mismo rollo de la persiana, con lo cual se ahorra espacio.

Programación de los puntos finales en cuestión de segundos

El posicionamiento de los puntos finales para los motores de persianas electrónicos de greenteQ se realiza fácil y rápidamente presionando el botón de programación situado en la cabeza del motor, hasta que se haya alcanzado la posición deseada. Como alternativa también se pueden manejar las posiciones cómodamente gracias al nuevo cable de montaje de greenteQ. Los motores de persianas electrónicos de greenteQ están disponibles en dos variantes: el modelo mini-electrónica tiene cabida en sistemas a partir de 40 mm y es adecuada para minipersianas. El modelo ultra-electrónico está dirigido a sistemas con ejes de 60mm de diámetro.



greenteQ cinta espaciadora SK para el acristamiento de ventanas y puertas

La nueva cinta espaciadora SK de células cerradas y libre de plastificantes de greenteQ reduce gracias a sus propiedades de producto el gastado del material aislante en el aislamiento del pliegue de cristal.

Está disponible en los colores blanco y negro, en medidas de 9 mm, 12 mm, 15 mm, y en los grosores de 2, 3, 4 y 5 mm. La cinta espaciadora SK precomprimida de espuma de polietileno es universalmente utilizable en el acristado de ventanas y puertas. Es compatible al cristal acrílico, elástica, resistente a temporales y a rayos UV, y está dotada de una banda adhesiva con gran capacidad de pegar en uno de sus lados, de manera que se procura un trabajado sencillo. Gracias a sus cualidades de producto rellena el pliegue de cristal perfectamente y disminuye con ello el gastado del material aislante en el elemento. Al mismo tiempo impide una adherencia de tres caras y proporciona una óptima gradación de aislación térmica.

La nueva cinta espaciadora SK de greenteQ ya está disponible para su distribución y complementa el surtido de la marca propia de VBH Holding. Se encuentran más informaciones y consejos para su montaje, además de otros productos de greenteQ con manual de instrucciones de montaje, en la página siguiente: www.greenteQ.info.



greenteQ: marca y mercados sacan provecho los unos de los otros

Natalie Schell, mánager de la marca propia de VBH, es responsable del desarrollo así como de la comercialización internacional de los productos greenteQ de VBH. Por ello es de suma importancia para ella un conocimiento de los diversos mercados y el intercambio regular con las sociedades en los distintos países y con los clientes en el lugar donde estos se encuentran. Sólo de esta manera se puede dar lugar a productos y un surtido adecuados a la perfección.

Natalie Schell, Usted estuvo trabajando para VBH en Rusia y en Kazajstán. ¿Cuáles fueron las estaciones que halló en el camino?

Para empezar el aterrizaje en Siberia, después la continuación del viaje hacia Kazajstán y para terminar en dirección a Nischni Nowgorod para una cita del grupo VBH de San Petersburgo. Un programa completo, la verdad, pero también es cierto que estas citas son para nosotros una plataforma importante para llevar a cabo un intercambio personal con los colegas, y para conocer mejor los mercados y a los clientes de cada lugar. Porque los mercados se diferencian mucho entre sí: en Kazajstán, el más pequeño de los mercados citados con 16 millones de habitantes, tenemos por ejemplo nueve filiales. En Siberia, diez, y en Rusia, 20 filiales. Con 142 millones de habitantes éste es, claro está, el mercado más amplio de la región. En conferencias y discusiones se presentaron las propiedades de nuestros productos y se habló de la estrategia de nuestra marca propia greenteQ, la cual fue además analizada críticamente en varias ocasiones. La impresión que me quedó de las filiales fue en ese sentido muy positiva, tanto en lo que se refiere a los procesos dentro del marco de las estructuras regionales, como también con relación a la



comprensión común de las marcas y de la calidad. En esto existe unanimidad sobre el significado especial de durabilidad y calidad de productos, así como sobre nuestros servicios en el mercado.

¿Son los productos de greenteQ relevantes para todos los países a pesar de las diferencias de sus mercados?

Tanto en Kazajstán como en Siberia y Rusia nuestra marca propia es ya una parte fija del surtido. Por ello hemos reflexionado acerca de la ampliación de nuestra oferta. Para mí fue una gran sorpresa contemplar cuantas cosas en común pero también cuantas diferencias hay entre las diversas culturas. Las experiencias de los colegas con nuestros productos son muy importantes para mí. Además de ello nos ocupamos siempre del perfeccionamiento de los desarrollos internos, la logística o la distribución de las capacidades de los almacenes, para poder ofrecer a nuestros clientes el mejor de los servicios posibles y una rápida disponibilidad. De este intercambio disfrutaron todas las regiones de VBH. Por eso no estuve solo en el camino,

sino junto a nuestros expertos en logística y *controlling* Vasilij Toropov y Demijan Nemykh.

En Alemania los cursillos greenteQ para clientes tienen mucho éxito. ¿Existe también esta oferta en otros países?

Sí, nuestro modelo de cursillos también goza de aceptación internacional y en Kazajstán dirigimos junto con el departamento de venta, entre otras cosas, cursillos en las filiales. Además nuestros mánagers de productos greenteQ en los distintos países reciben cursillos en Alemania, que son ofrecidos en muchos idiomas. Quisiéramos ampliar esta oferta.

Es durante este viaje que me he acabado por convencer de que son las personas las que hacen de nuestra empresa un consorcio que actúa globalmente. Globalización no significa estandarización; nuestro éxito se crea y mantiene con nuestros empleados. Para ello es necesario una mentalidad adecuada, estar abierto a otras culturas y un intercambio regular. Y claro que también hace falta el estar dispuesto a un aprendizaje y desarrollo constante.

Asesoramiento de clientes individual por medio del iPad ¡Todo sencillo, todo App!

¿Un asesoramiento de clientes fundado sin catálogos complicados o muestrarios? ¡Sí, es posible! Los nuevos Apps gratuitos posibilitan por primera vez una presentación clara en el iPad de construcciones para ventanas y puertas. Así es posible presentar sistemas de ventanas, jambas, pestillos y umbrales en alta calidad y se pueden incluso visualizar de inmediato los deseos individuales de los clientes. Más allá de todo esto los clientes de VBH pueden también usar las funciones habituales del portal de clientes en el ordenador tablet.

Con el nuevo App de sistema de VBH, una aplicación para el iPad destinado al asesoramiento de clientes, los fabricantes de ventanas y puertas reciben por primera vez la posibilidad gratuita de presentarse frente a los clientes con su propio App. Tras el acceso a la página

únicamente se muestra el nombre de la propia empresa. La presentación de los sistemas de ventanas y puertas está construida lógicamente y muestra, tras la página de presentación inicial, paso por paso hasta las posibilidades de elección individuales de los clientes. 19 sistemas de ventanas, jambas, pestillos y umbrales ya están incluidos en el App.

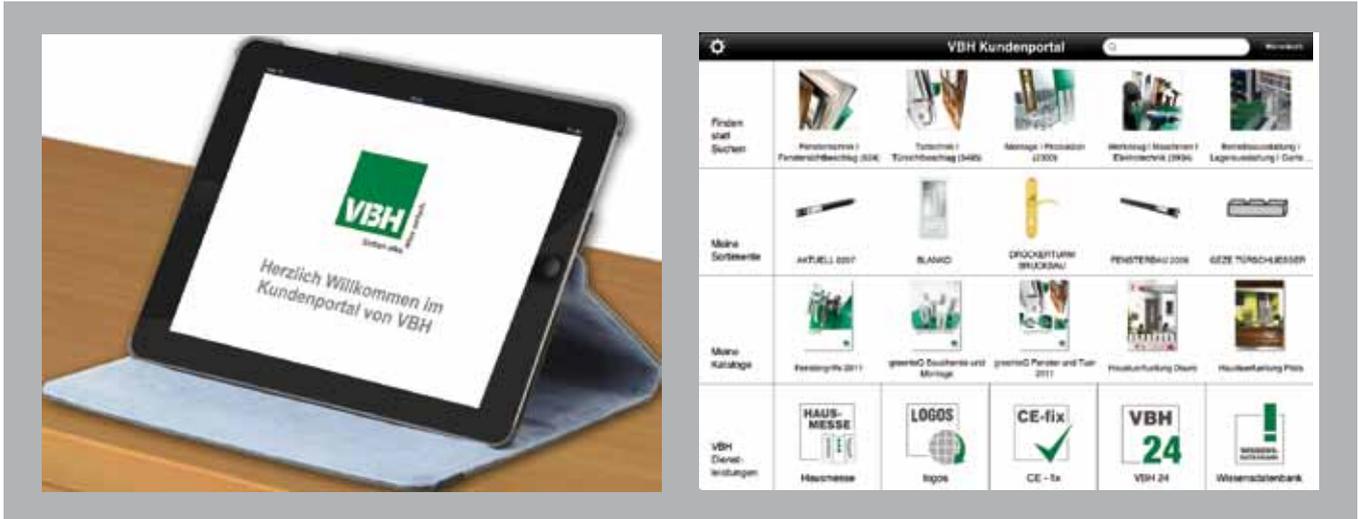
Valiosos sistemas para ventanas y puertas presentados con el valor que les corresponde

Dependiendo de la propia oferta y los deseos del cliente, los asesores pueden como anticipo de una charla elegir una selección de los sistemas, colores o superficies que han de ser mostrados y confeccionar así una oferta individual. Fotografías de alta calidad, además de ampliables, desde seis ángulos diferentes (frontal interior y exterior, corte

transversal de lado y de abajo, diagonal exterior e interior) así como todos los dibujos de corte necesarios, hojas de datos y coeficientes de la penetración del calor ya están disponibles. Así ya no son necesarios los catálogos pesados o muestrarios. Una ventaja más es la posibilidad de actualización de los dibujos de corte y hojas de datos, que se realiza de forma centralizada y sin necesidad de hacer una actualización del App. Los clientes de VBH tienen con ello siempre la versión actual en sus manos.

Izda.: Con el nuevo App de sistema de VBH gratuito para iPad los clientes de VBH pueden representar en el asesoramiento sin catálogos pesados de manera convincente. Dcha.: El App de sistema de VBH ofrece imágenes de alta calidad desde seis perspectivas, cortes y hojas de datos.





El nuevo App trae el portal de clientes central también al iPad.

Tool moderno para un asesoramiento fundado

“Con el nuevo App de sistema ofrecemos a nuestros clientes una posibilidad de presentación con la cual pueden mostrar sus sistemas de alta calidad de una forma adecuada y adaptada a sus necesidades”, aclara Thomas Erhardt, dirigente de *Marketing* de VBH. “El asesoramiento experto y fundado en las conversaciones con nuestros clientes es así apoyado a la perfección por una visualización de alta calidad de los sistemas de los que se habla.” Así pueden ser mostrados los colores, por ejemplo, a través de los tonos base (marrón, verde, azul, rojo etc.) o gracias a la entrada del código RAL. Una función “Favorito” permite crear un primer conjunto escogido, para que los clientes puedan decidirse entre los colores elegidos también más tarde. Esta elección se queda marcada para ser posteriormente utilizada en el repaso de la conversación con los clientes por los asesores de puertas y ventanas.

El portal de VBH para usuarios de iPad

Además de todo esto VBH ofrece varios *tools* suplementarios y soluciones para realizar pedidos a través de Smartphones y iPads. Como la también nueva aplicación para el portal de clientes de VBH, con un *know-how* compacto re-

unido en un solo lugar, que fue mostrada por VBH por primera vez en la feria *fensterbau/frontale* 2012: con ella pueden ser hallados los artículos en el iPad de forma rápida y sencilla, o buscar en el banco de datos de VBH desde cualquier lugar. El portal central de clientes *vbh24.de* reúne la extensa oferta a servicios *online* de VBH y es mucho más que una simple tienda *online*. Entre los elementos que la definen encontramos una rápida búsqueda de artículos, una visión completa del surtido de artículos, así como la posibilidad de hacer pedidos y comprobar el estatus de los mismos. Además de esto el portal ofrece acceso a la feria de casa virtual e individual, a la plataforma de sistema CE-fix y al banco de datos de VBH con cientos de consejos que ayudan en el foro de expertos. La nueva aplicación para iPad trae esta oferta también en el ordenador tablet.

Comienzo rápido y manejo sencillo

Inmediatamente después de la instalación, el App para el portal de clientes de VBH está preparado para su uso y ofrece, también sin inscribirse como cliente, acceso a numerosas funciones. A esto pertenece la búsqueda *online* desarrollada por VBH “Hallar en lugar de buscar”. Con ella los artículos pueden ser representados según sus propiedades específicas. Por ejemplo

todas las manillas de acero o tiradores de ventana de aluminio están agrupadas en una sola categoría. En la vista detallada se encuentran las otras cualidades como color, medidas, anchura o perforación. La nueva aplicación de VBH combina así una función de búsqueda confortable con el manejo intuitivo del iPad: las posibilidades variadas del ordenador tablet simplifican así la selección y la configuración de los artículos. También la muestra y el hojear del catálogo de VBH es tan sencillo como con la versión imprimida. Tras teclear los datos de acceso en *vbh24* los clientes reciben acceso a sus surtidos individuales y a la cesta de la compra que ya han preparado. Además el sistema transmite constantemente el precio de los artículos deseados y su disponibilidad.

“Con el nuevo App para iPad ofrecemos a nuestros clientes un canal nuevo hacia VBH, añadido al resto, que reúne las posibilidades del ordenador tablet a la perfección con nuestros servicios *online*”, aclara Simon Seibert, director del *Supply-Chain-Management* central de VBH. “Con ello los Apps para iPad se complementan a la perfección al resto de nuestras ofertas, como por ejemplo a la del LOGOS móvil para Smartphones.”

Tanto el App de sistema como también el nuevo App para el portal de clientes de VBH están disponibles gratuitamente en la *Apple App Store*.

SAP y Microsoft como columnas futuras del sistema ERP

Estrategia IT global en VBH

Si los procesos en la logística o en la venta han de funcionar también internacionalmente, los sistemas informáticos empleados, así como la totalidad de la infraestructura IT deben igualmente estar orientados a lo global. Sólo así pueden los empleados en las diversas sociedades ser apoyados a la perfección. Con la puesta en marcha por parte de la dirección de la nueva estrategia IT, numerosas actividades han comenzado a tomar una nueva dirección hacia la estandarización y globalización de IT en el seno del consorcio.



Burkhard Strüder

Como tema central encontramos los así llamados sistemas ERP (*Enterprise-Resource-Planning*), ya que estos con la imagen sistémica de procesos empresariales representan la columna vertebral de una empresa. Apoyan la perfecta gestión y distribución de recursos como capital, personal y medios de empresa, y aumentan así la eficiencia interior de la empresa: "A través de una estandarización fuerte queremos ser aquí también mejores en el futuro", aclara Burkhard Strüder, *Chief Information Officer* (CIO) de VBH. Mientras que, con motivo de las estructuras crecidas, en estos momentos se manejan una cantidad de sistemas diversos en el consorcio, en el futuro se dará una concentra-

ción en SAP y Microsoft Dynamics NAV (Navision). En los países GUS esto se hará a través de la consolidación de Microsoft Dynamics AX (AXAPTA). "Aquí no se trata únicamente de la reducción de las soluciones *software* empleadas", insiste Burkhard Strüder. "Se trata más bien de la representación estandarizada de comparables procesos de negocio más allá de las fronteras de los sistemas."

Esto se logra a través de la definición de Templates globales, lo cual significa predefinidos procesos de negocio de VBH con las configuraciones de sistema correspondientes, actualizaciones

de programas, intersecciones, informes, muestras para cursillos, así como conceptos introductorios y de empresa. Con ayuda de estos elementos será posible, rápida y económicamente, realizar procesos estandarizados y estructuras de datos comparables en todas las sociedades VBH del planeta. "Claro que también aquí hay que tener en cuenta ciertas especificidades de cada país y exigencias legales, que han de ser integradas en el marco del Template", continua Burkhard Strüder. "Con esto conseguimos una mayor valía evidente frente a una implementación local de una solución ERP."

Fotos abajo de izda. a dcha.: la torre TDS en la sede de la empresa, en Neckarsulm, armarios IT, extintor de incendios, y un servidor en el centro de cálculo TDS. Fuente: TDS AG



Un apoyo a los procesos mejorado y aplicaciones disponibles a nivel global

La introducción de los nuevos Templates ofrece muchas ventajas al mismo tiempo: por un lado se logran las condiciones para un empleo rápido de aplicaciones disponibles a nivel global, como la tienda *online* VBH, la *Business Warehouse* o también el archivo de datos, por otro constituyen la base para un ahorro de costes duradero, así como mejoras en el servicio y en el proceso.

un perfeccionamiento del Template, de manera que las mejoras no han de ser cada vez inventadas y pagadas. “Claro que no es posible hacer una adecuación profunda de nuestros sistemas ERP de la noche a la mañana, sino que es algo que nos va a acompañar durante los próximos años”, asegura Burkhard Strüder.

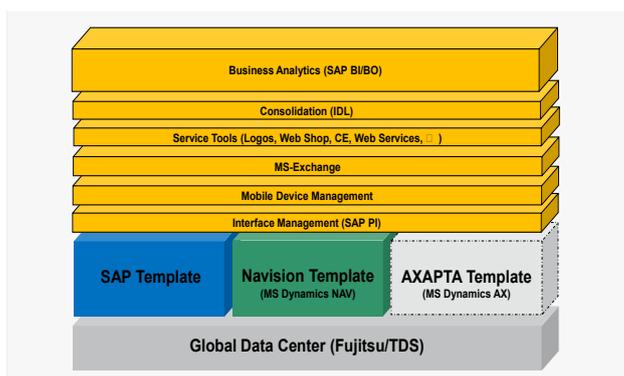
La nueva estrategia no alcanza solamente los niveles de usuario. También en el funcionamiento de los sistemas IT habrá cambios. Aquí VBH continúa consecuentemente el traslado de los

nea está garantizada, en el caso de que surgiera algún problema. Se le da una importancia especial al aseguramiento de datos. Muchas de las sociedades VBH ya se han trasladado al “centro de cálculo global” de VBH y disfrutan así de las ventajas de esta solución. Esto también sirve para VBH Alemania, que aprovechará la nueva infraestructura con el cambio a SAP.

La reforma ya ha comenzado

Pero el traslado de los sistemas IT no es lo único que ha comenzado. Un equipo internacional de proyecto define y diseña actualmente el nuevo Navision-Template. Este primer proyecto de la reforma está previsto para la primera mitad de 2013. Los trabajos en el SAP-Template empezarán directamente tras el cambio de VBH Alemania a SAP, y tendrán como tema central la escalabilidad de los procesos SAP para pequeñas sociedades con procesos menudos. El primer *Rollout* SAP está previsto para la segunda mitad de 2013.

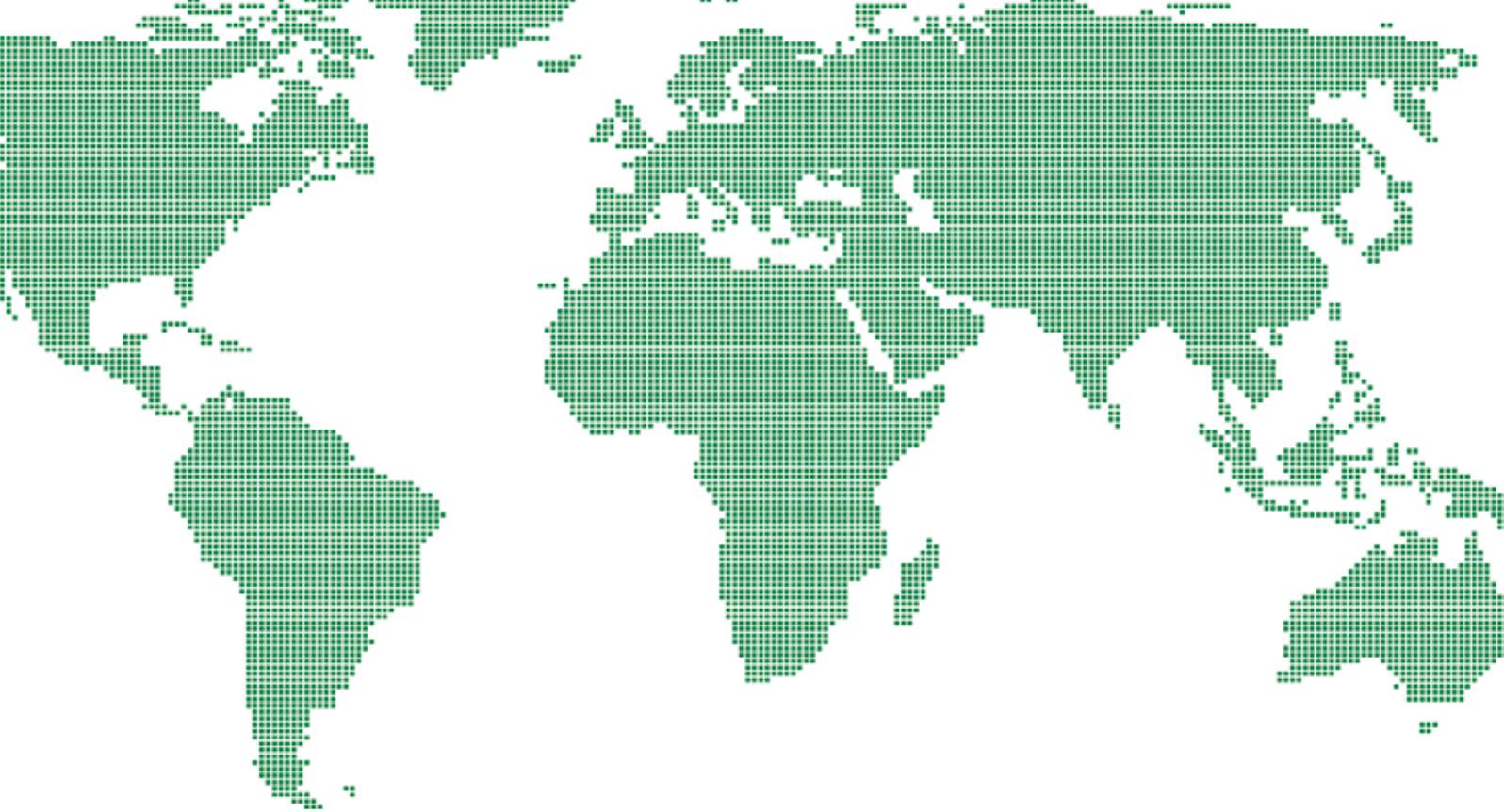
Esta y una lista de medidas anexas, así como la instauración de aplicaciones preparadas centralmente y disponibles globalmente, simplificarán aún más el trabajo conjunto en el seno del consorcio.



Los sistemas Template combinan las denominadas “*Best Practices*” de las distintas sociedades de VBH con la funcionalidad de las versiones ERP actuales y posibilitan así la continuación del desarrollo conjunto de los procesos representados para el aprovechamiento recíproco. En el futuro va a ponerse a disposición de todas las sociedades

sistemas críticos para el funcionamiento (en especial ERP y E-Mail) al socio de *outsourcing* para servicios de centro de cálculo. En Fujitsu/TDS en Heilbronn y en Neuenstadt se manejan en los centros más modernos de cálculo los sistemas de VBH con garantías de disponibilidad y tiempos de reacción asegurados. Con ello la ayuda instantá-





VBH en Alemania
www.vbh.de
www.esco-online.de

VBH en Argentina
www.vbh-holding.com

VBH en Austria
www.evg.at

VBH en Bélgica
www.vbh.be

VBH en Bielorrusia
www.vbh.by

VBH en Bosnia y
Herzegovina
www.vbh.ba

VBH en Bulgaria
www.vbh.bg

VBH en China
www.vbh.com.cn

VBH en Croacia
www.vbh.hr

VBH en los Emiratos
Árabes Unidos
www.vbhme.com

VBH en Eslovaquia
www.vbhslovakia.sk

VBH en Eslovenia
www.vbhtrgovina.si

VBH en España
www.vbh.com.es

VBH en Estonia
www.vbh.ee

VBH en Gran Bretaña
www.vbhgb.com

VBH en Grecia
www.vbh.com.gr

VBH en Hungría
www.vbh.hu

VBH en La India
www.vbh.in

VBH en Irlanda
www.vbh.ie

VBH en Italia
www.vbh.it

VBH en Kazajstán
www.vbh.kz

VBH en Kosovo
www.vbh-kosovo.de

VBH en Kuwait
www.vbh.com.kw

VBH en Letonia
www.vbh.lv

VBH en Lituania
www.vbh.lt

VBH en México
www.vbh.com.mx

VBH en Montenegro
www.vbh.co.me

VBH en los Países Bajos
www.vbh-nl.com

VBH en Polonia
www.vbh.pl
www.esco.com.pl

VBH en Portugal
www.vbh.com.es

VBH en la República Checa
www.vbh.cz

VBH en Rumanía
www.vbh.ro

VBH en Rusia
www.vbh.ru

VBH en Serbia
www.vbh.rs

VBH en Singapur
www.vbh.com.sg

VBH en Turquía
www.vbh.com.tr

VBH en Ucrania
www.vbh.ua



Sencillamente todo.

Todo sencillo.