



Mexico-City



Stuttgart



St. Petersburg



Peking



VBH Magazin 4/2011

Il marchio specializzato nel settore ferramenta per porte e finestre

- L'Ufficio "Recht und Compliance" di VBH
- Un sistema rapido e sicuro – E-Commerce di VBH



Semplicemente tutto.

Tutto semplice.



Care lettrici e cari lettori,

nonostante le numerose sorprese, turbolenze e i costanti tentativi di normalizzazione da parte delle più alte autorità governative, l'andamento dei mercati di nostra competenza si è sviluppato, nel corso del 2011, più o meno come previsto nel dicembre 2010.

Lo stress rilevato nelle riunioni per risolvere la crisi di certo non ha portato all'inversione dei trend a lungo termine. Forse, senza gli sforzi interventisti da parte di qualcuno sarebbe andata molto peggio e, per quanto concerne l'economia reale, finora i vantaggi si sono rivelati relativamente scarsi.

La Germania ha confermato di essere un ambiente positivo per il nostro settore di attività (grazie al basso tasso di disoccupazione, all'elevata sensibilità nei confronti del risparmio energetico, ai bassi tassi di interesse, ai finanziamenti per le ristrutturazioni, alcune interessanti opportunità di investimento), soddisfacendo pienamente le aspettative.

Per quanto riguarda l'Europa orientale abbiamo registrato una crescita più contenuta: i margini operativi sono stati posti, come temuto, sotto pressione. Tuttavia, quest'area si è contraddistinta in quanto caratterizzata da un potenziale che la rende il secondo ancoraggio più stabile dell'attività di VBH.

Al contrario, soprattutto nell'Europa meridionale non siamo riusciti a navigare contro la corrente del mercato. Abbiamo conseguito dei progressi, ma troppo lentamente. Di conseguenza, laddove riteniamo che non ci siano i presupposti per una ripresa economica, ci vedremo co-

stretti a separarci dalle nostre consociate. Data la situazione del mercato globale, VBH si ritrova quindi di fronte ad un quadro molto diviso. Le aziende che rappresentano oltre l'80% delle vendite sono molto solide e producono risultati di tutto rispetto.

Le altre aziende, al contrario, rivelano una scarsa produttività, richiedendo, al tempo stesso, massicci e costanti interventi di sostegno e di trasferimento di liquidità.

Le prospettive per il 2012 non sono migliori. In Europa, non esiste praticamente alcun mercato che sia in grado di promettere, per l'anno prossimo, tassi di crescita più elevati. In Germania ci aspettiamo un livello di stabilità più che soddisfacente, mentre, per quanto riguarda la maggior parte dei mercati esteri, la tendenza prevista è piuttosto al ribasso. Pertanto, diamo la massima priorità alla conservazione del nostro capitale e all'utilizzo delle nostre risorse finanziarie nei mercati che riteniamo più potenzialmente redditizi. Vogliamo rafforzare la nostra presenza laddove dove siamo già forti, il che significa che ci concentreremo sul nostro "core business", separandoci dalle società in perdita e mirando al consolidamento del bilancio attivo del Gruppo, allo scopo di "renderlo immune" dai danni causati dalle intemperie dei prossimi anni. Abbiamo l'obbligo di prendere in considerazione tutte le risorse, al fine di percepire le opportunità e per finanziare la nostra crescita, ma abbiamo anche il compito di fermare il flusso di cassa destinato alla copertura delle perdite.

Poiché i mercati non ci verranno in aiuto nel prossimo 2012, saremo costretti ad applicare il concetto di semplificazione dell'economia aziendale. Grazie alla collaborazione con le nostre solide aziende fornitrici, VBH è diventata un Gruppo molto competitivo. Inoltre, l'integrazione dei nostri sistemi di gestione degli ordini ci ha consentito di rafforzare ulteriormente la nostra filosofia e immagine aziendale basata sul motto "Tutto semplice - semplicemente tutto". Sempre più clienti riconoscono i vantaggi che siamo in grado di offrire loro, nonché la correttezza su cui si basa il nostro concetto. In questo numero troverete alcuni esempi che serviranno a confermare tutto ciò.

Desideriamo ringraziare i nostri clienti e fornitori, per la fiducia riposta in VBH! Dopo l'ennesimo anno caratterizzato da periodi turbolenti, auguriamo a tutti voi un buon Natale, qualche giorno tranquillo per raccogliere forze ed energia, e un felice 2012!

Cordiali saluti

Rainer Hribar



Indice



IL GRUPPO

Intervista a Rainer Hribar - L'Ufficio „Recht und Compliance” di VBH

04 - 06



SOTTO I RIFLETTORI

Un sistema rapido e sicuro – E-Commerce di VBH

07 - 09



TUTTO SEMPLICE

La Fresand di Reddelich: la preparazione ottimale contro le intemperie

10 - 11



SEMPLICEMENTE TUTTO

greenteQ La nuova schiuma invernale per pistole

12

Il VBH Magazin è pubblicato quattro volte l'anno.

Redazione:
Johannes Rave
VBH Holding AG
Siemensstraße 38
70825 Korntal-Münchingen
E-mail J.Rave@vbh.de
Telefono 0049 7150 15279



„Unsere Strategie steht und bewährt sich jeden Tag aufs Neue.“

Ein Interview mit Rainer Hribar

Signor Hribar, per il 2011 lei ha annunciato un risultato di bilancio negativo. Inizialmente, questo è stato colto con sorpresa, in quanto i numeri relativi all'anno in corso sono stati sempre interpretati positivamente -soprattutto quelli relativi al mercato tedesco. Quali sono quindi i motivi di questo risultato negativo?

Nonostante le difficili condizioni che caratterizzano il mercato internazionale, quest'anno siamo stati in grado di conseguire utili! Anche al netto di tutti gli ammortamenti, interessi e imposte, siamo stati in grado di produrre risultati positivi.

Soprattutto nelle nostre regioni principali -Germania, Europa centro-orientale e paesi della CSI- ci troviamo in una posizione strategica e i risultati sono ancora molto buoni. Questo è gratificante, perché in quest'area viene generato oltre l'80% del nostro fatturato. D'altro canto, la crisi ci ha particolarmente colpito soprattutto nei paesi dell'Europa meridionale. Tutti conosciamo le notizie che ci giungono ogni giorno da questa regione. Attualmente, nessuno è in grado di valutare fino a quando questa brutta situazione economica interesserà questi paesi, o se addirittura sarà destinata a peggiorare. Quindi, la situazione generale non è da considerarsi molto buona per un Gruppo che si occupa della distribuzione di prodotti di ferramenta per infissi!

Che senso ha continuare ad investire risorse in paesi in cui non è più possibile pensare di realizzare profitti? Dal momento che in questi paesi non ci aspettano una ripresa dell'economia, abbiamo deciso di cedere alcune società controllate che non fanno parte del nostro "core business" o che non soddisfano fino in fondo le nostre aspettative.

Con questa misura, siamo in grado di riservare più risorse da destinare ai mercati in crescita e alla nostra attività principale.

L'uscita dal mercato di un paese e la conseguente chiusura di una filiale sono operazioni molto costose, in quanto vanno persi gli investimenti fatti in passato, nonché i prestiti correnti che abbiamo concesso alle nostre consociate dalla Germania. Questo ci obbligherà ad apportare alcuni "aggiustamenti" nei nostri libri contabili e comporterà purtroppo una forte, ma unica, perdita per quanto riguarda il 2011. Tuttavia, VBH rimane un'azienda sana e in grado di digerire queste perdite. Anche il mercato azionario conferma questa tesi. La solidità del nostro Gruppo è dimostrata, per esempio, dal fatto che il nostro rating investment grade è stato confermato.

Da parte nostra, intraprendere queste misure decisive allo scopo di rafforzare la nostra società e di renderla "impermeabile" è una decisione che rispetta il nostro interesse primario.

Che la via condurrà all'estero è ormai un fatto chiaro e questa strategia è stata sottolineata nelle pubblicazioni di VBH Magazine, nelle relazioni aziendali e in occasione dell'assemblea degli azionisti. Le faccio una semplice domanda: se in Germania abbiamo successo, mentre, tutto sommato, all'estero no, perché continuiamo ad essere attivi a livello internazionale?

L'estesa presenza internazionale e la ripartizione contemporanea dei rischi sono i punti di forza di VBH. Negli ultimi 10 anni quello considerato problematico era l'attualmente acclamato tedesco, mentre, allo stesso tempo, all'estero abbiamo guadagnato molto bene. Nella nostra crisi esistenziale, 10 anni fa non avremmo certamente potuto sopravvivere senza le nostre consociate estere! Naturalmente dobbiamo tenere regolarmente sotto controllo le nostre attività internazionali, cosa che ci ha portato alla separazione dalle consociate di cui abbiamo parlato prima. Tuttavia, è molto





più facile oggi, in un periodo di debolezza dei mercati, rinunciare a società e a mercati contraddistinti da una certa debolezza, piuttosto che predire quali saranno i mercati deboli del futuro. A nostro avviso, alcuni paesi oggi considerati "critici" e che stanno generando scarsi risultati, un domani potrebbero rappresentare l'opportunità e il potenziale di generare profitti. Alcune delle potenziali e maggiori fonti di oggi, quindi, sono in grado di sostenere il nostro utile netto solo perché le abbiamo mantenute in modo proattivo e strategico, anche in tempi difficili. La nostra strategia è fondata su numerosi e solidi pilastri. In questo modo siamo sicuri di non cadere, se uno di questi pilastri dovesse cedere.

Vuole dire che, in un certo senso, il dovere della gestione di una società, riguarda anche l'analisi dei mercati potenziali e di essere lì presenti, in quanto si potrebbe verificare una limitazione del mercato interno così come la mancanza di profitto?

VBH è diventata una forte azienda perché siamo entrati in nuovi mercati molto presto, in particolare in quelli dell'Europa orientale. Questo ci ha dato l'opportunità di acquisire esperienza e di adattare il nostro modello aziendale per soddisfare le esigenze dei mercati locali. Siamo stati in grado di occupare

campi importanti rapidamente e di evolverci in sintonia con i mercati. Molti hanno avuto questa opportunità, ma bisogna anche approfittare delle opportunità! Molti ci sono riusciti, altri no. Il successo è quindi il risultato di un duro lavoro e dell'assunzione di rischi che è necessario prendere. Solo una gestione pragmatica della situazione contingente è sicura così poco come la via verso l'espansione a tutti i costi. Pertanto, è importante perseguire lo sviluppo delle vendite e ottenere da questa evoluzione gli opportuni insegnamenti, fino al momento amaro in cui bisogna uscire.

Sono stati definiti da VBH i criteri che stabiliscono se opererà in un paese, quali sono le prospettive economiche e quali obiettivi sono da considerare realistici? E anche criteri che stabiliscono cosa fare, nel caso in cui questi obiettivi non venissero raggiunti?

Naturalmente! Attraverso regole chiare, creiamo trasparenza. Questo aumenta l'equità e possiamo imporre difficili decisioni in modo più semplice e veloce. Prima di conquistare un nuovo mercato, dobbiamo essere in qualche modo certi che questo mercato presenti un determinato e sufficiente potenziale e che ci dia la possibilità di guadagnare. Questo lo diamo soprattutto per scontato se il segmento relativo al PVC e/o legno/alluminio è attraente. Noi ci concentriamo sul commercio all'ingrosso e non sul mercato immobiliare. È anche importante che almeno uno dei nostri principali fornitori tedeschi abbia gli stessi nostri interessi e che sia pronto a sostenere il nostro ingresso in quel mercato. Inoltre, deve esistere in questo mercato la possibilità di utilizzare a medio termine i nostri punti di forza, allo

scopo di raggiungere una posizione di azienda leader (n° 1 o n° 2). La richiesta di redditività sarà soddisfatta dal fatto che noi chiediamo ai nuovi mercati di raggiungere il Break-Even al massimo dopo 3 anni. Al contrario, una società che sta perdendo soldi da diversi anni e che ha registrato un cash flow negativo, non ha alcuna possibilità di rimanere per sempre nel nostro portafoglio.

Tuttavia, la pazienza di VBH nei confronti di alcune delle società in questione è grande. Perché?

È la verità, questa responsabilità è tutta mia. Quando si tratta di ammortizzare tali ingenti somme, vuol dire che le cose sono andate male anche internamente. A volte abbiamo riposto troppa fiducia alla persona responsabile della gestione delle attività in un determinato paese e creduto troppo a lungo di poter conseguire un successo tramite operazioni di ristrutturazione. Specialmente quando in gioco ci sono un sacco di soldi, non ci si arrende tanto facilmente. Tuttavia, col senno di poi, emettere un verdetto è sempre più facile, naturalmente.

Vuole intendere che è in vista un cambiamento radicale nella politica estera di VBH?

No, non ci sarà assolutamente alcun cambiamento di direzione nella nostra politica estera. La nostra strategia rimane la stessa ed è testata tutti i giorni. Tuttavia, siamo pronti ad agire con determinazione non appena diventa evidente che gli obiettivi sono stati mancati. Questo vale sia per le società tedesche che per le società estere!



Welf Kramer

Ufficio legale & Compliance L'affidabilità produce fiducia e incrementa la soddisfazione della clientela

In un difficile contesto di mercato, come il settore dell'edilizia, non è sempre facile garantire il corretto comportamento di tutti i soggetti coinvolti nel mondo degli affari. Presso VBH vigono quindi chiare regole di condotta e principi etici in grado di consolidare i rapporti di fiducia con partner, clienti e fornitori di tutto il mondo.

Compliance (conformità) è lo slogan inglese che descrive le relazioni ottimali con i dipendenti, clienti e fornitori. Tradotto letteralmente, vuol dire pressappoco "conforme, a norma", oppure "agire in conformità a tutte le norme applicabili." In concreto, si tratta di un concetto che implica l'adozione di chiare regole su come, nell'ambito di un'organizzazione, può essere assicurata la correttezza di tutti i dipendenti. Welf Kramer, Direttore dell'Ufficio legale & Compliance di VBH questo concetto lo ha illustrato in questi termini: "Qui a VBH, consideriamo questo concetto come la somma delle misure organizzative atte ad assicurare che i dirigenti e dipendenti si comportino correttamente. Si tratta di molto di più la semplice osservazione di norme giuridiche e regolamenti. Piuttosto, è un concetto che implica l'adozione di principi di carattere etico." Dal 2007, questi principi sono parte integrante di una politica di comportamento adottata da VBH, il cosiddetto Codice di Condotta, una politica che viene adeguata e modificata costantemente in base alle esigenze. Tra l'altro, in questa linea di condotta da seguire sono compresi il principio generale "a quattr'occhi" da adottare in sede contrattuale, l'atteggiamento da seguire quando si tratta di doni e quando si ha

a che fare con i dati sensibili dei clienti, ma anche il comportamento corretto da tenere fra colleghi. "L'obiettivo della Compliance è quello di rendere tutti i dipendenti e dirigenti consapevoli di questi principi, in modo che si rispettino nelle loro azioni al fine di garantire una condotta irreprensibile. Per questo motivo il Codice di Condotta di VBH deve essere rispettato da tutti i dipendenti e dal personale delle consociate estere del Gruppo." Il Codice è integrato da un regolamento aziendale che disciplina la responsabilità dell'organo dirigente.

Standard uniformi in base alle differenze culturali

Soprattutto in un'organizzazione attiva a livello internazionale, è importante garantire standard uniformi di condotta validi a livello globale. A volte, le differenze culturali nel mondo degli affari sono piuttosto grandi, seppure non sempre si abbia a che fare con i "soliti sospetti". Negli Stati Uniti, per esempio, i "pagamenti per accelerare delle procedure" sono perfettamente accettati dalle autorità. "Tuttavia, abbiamo chiaramente indicato nel nostro Codice di Condotta, che tutto ciò non permesso da VBH in qualsiasi paese in cui opera" -ha puntualizzato Kramer Welf. "Perfino nei paesi critici abbiamo conseguito buoni frutti. Anche in questo caso, i clienti apprezzano la qualità e il comportamento corretto di VBH." Gli aggiornamenti regolari al personale informano sulle norme giuridiche attuali e richiamano costantemente la questione Compliance. "È importante che ogni dipendente di VBH sappia, che in caso di problemi non sarà mai lasciato solo" -ha riferito Welf Kramer. Per

questo motivo è stato istituito un help desk che servirà a fornire sostegno a tutte le questioni relative ai problemi di Compliance. I dipendenti possono quindi concentrarsi sul proprio "core business". Una "whistle-blower-hotline" consentirà inoltre la segnalazione anonima di incidenti.

I clienti traggono vantaggi da norme uniformi

Oltre ad un obbligo di carattere legale, sono numerose le ragioni che hanno determinato l'introduzione di un Compliance-Management-System (Sistema di gestione della Compliance). Gli studi dimostrano infatti che attraverso regole chiare di condotta e il rispetto di esse contribuiscono ad incrementare la soddisfazione dei dipendenti. Per quanto invece riguarda il cliente, ad aumentare è la fiducia nei confronti della società. Inoltre, le conseguenze di un comportamento inadeguato in seguito alla mancanza di un Codice di Condotta sono imprevedibili. A parte la perdita di reputazione, si corre il rischio di incorrere anche in sanzioni elevate. A causa del particolare regime giuridico, come, ad esempio in Inghilterra, anche gli incidenti di minore entità che avvengono in una filiale internazionale possono recare conseguenze globali all'intera azienda. Ecco perché a Welf Kramer e al Consiglio di Amministrazione di VBH è molto importante avvalersi di un sistema funzionante di Compliance. "Confermiamo a tutti i nostri partner e ai nostri azionisti, banche e investitori che siamo un partner affidabile. Tutti i clienti e fornitori di tutto il mondo possono contare sul fatto di essere trattati da VBH allo stesso modo."

Per tutti coloro che fossero interessati, il Codice di Condotta di VBH è disponibile nella versione scaricabile su www.vbh.de.

Il giro di affari in Germania è stabile

Sistema rapido e sicuro – E-Commerce di VBH

Finora, gli ordini inoltrati a VBH tramite il sistema informatico rappresentano un terzo del totale, facendo così registrare un brusco incremento della quota di ordinazioni online effettuate nel corso degli anni precedenti. Grazie all'Online Shop di vb24.de, al sistema di ordinazione "logos" e alla connessione diretta ai centri logistici dei clienti, VBH offre numerose opportunità per la semplificazione e la sicurezza della gestione degli ordini.

Quello che una volta era esclusivamente un Online Shop, si è sviluppato fino a divenire un portale clienti completo e un forum informativo per l'intero settore. Tramite il sito www.vbh24.de i clienti di VBH sono in grado di accedere rapidamente e facilmente a tutti i servizi e Servicetool offerti da VBH. Inoltre, a tutto ciò va aggiunta la banca dati, la piattaforma di sistema CE-fix, il Product-finder "Trovare invece di cercare" e altri strumenti utili, come il catalogo automatizzato e una esposizione interna virtuale. Nell'Online Shop, gli utenti di VBH hanno a loro disposizione l'assortimento completo dei prodotti VBH, con circa 200.000 articoli, oppure la possibilità di andare direttamente al loro "catalogo individuale" contenente gli articoli che ordinano più frequentemente. Ogni mese migliaia di clienti utilizzano



Simon Sibert, Oliver Maisch e Thomas Erhardt, i responsabili del comparto "Sviluppo dell'E-Commerce" di VBH.

questo sistema di ordinazione. Molti clienti addirittura utilizzano la data esatta di consegna in sede di pianificazione della produzione o del montaggio. Assieme alla quantità, il cliente ha la possibilità di visualizzare il prezzo, disponibilità e tempi di consegna. Immediatamente dopo l'invio dell'ordine il cliente riceve una conferma dello stesso e, successivamente, gli sarà possibile seguire costantemente lo stato dell'ordinazione fino alla consegna.

Ordinare senza possibilità di errore

Non importa quali opzioni di ordinazione elettronica selezioni un cliente, in quanto tutte convergono su un obiettivo comune: un processo di ordinazione più rapido, semplice e privo di errori. Dato che l'ordine viene inviato utilizzando lo scanner, tramite il catalogo VBH o le liste di ordinazione elettronica, non è più necessario inserire i codici dei prodotti. Grazie a questo si possono evitare errori di battitura e di trasposizione delle cifre. La richiesta di utilizzo delle opzioni di ordinazione elettronica è in aumento anche a livello internazionale. Oltre che in Germania, il sistema di scansione logos di VBH si è rivelato un successo anche in Gran Bretagna, Estonia, Francia, Grecia, Paesi Bassi, Italia, Lussemburgo, Austria, Polonia, Svizzera, Spagna, Svezia, Turchia e Ungheria, paesi in cui, naturalmente, è sempre disponibile nella lingua locale. Più di recente, sono state introdotte le versioni del software in croato, sloveno e serbo.



Novità: il Kit-finder e la stampa di etichette personalizzate

Sono già circa 750 le aziende che utilizzano un sistema di connessione fissa per processare gli ordini inviati a VBH e gli sviluppatori sono costantemente al lavoro per apportare ulteriori miglioramenti. Con il nuovo software per le ordinazioni logos EasyScan, l'acquisto dei prodotti è reso ancor più confortevole. I dati scansionati vengono visualizzati in tempo reale sul PC e, se necessario, possono essere modificati, integrati o modificati, durante la procedura di ordinazione e prima dell'invio definitivo della stessa. Inoltre, gli utenti possono creare i propri elenchi di codici a barre e stampare le etichette direttamente dal sistema. "Un'altra novità è l'integrazione di Kit-finder per articoli di ferramenta per infissi ad apertura a scorrimento o basculanti della Roto, Siegenia-Aubi, Hautau e Baco" -ha dichiarato Simon Seibert. "I nostri

clienti hanno solo bisogno di inserire l'altezza e la larghezza della porta e il software trova tutti gli articoli corrispondenti e necessari, per poi metterli a disposizione dei clienti".

Attualmente il sistema logos EasyScan è disponibile solo in Germania e Belgio, ma a breve termine è prevista l'introduzione in altri paesi. Inoltre, è in fase di progettazione uno strumento di configurazione per i pannelli per porte-ingresso della marca greenteQ. VBH offre anche tutte le interfacce necessarie per la connessione interna a specifici sistemi di gestione logistica (Mawi), mantenendole costantemente aggiornate secondo gli ultimi standard tecnologici. Tramite i sistemi Mawi si possono elaborare non solo le conferme d'ordine, ma anche gli ordini stessi, le notifiche di spedizione e le fatture. Anche per quanto riguarda

questo sistema, Simon Seibert ha registrato un numero crescente di richieste ed è quindi certo che la percentuale di ordini online salirà costantemente: "L'interesse e la domanda di soluzioni di E-Commerce è grande, perché i sistemi sono pratici, facili da usare e sicuri. Abbiamo iniziato già molto presto a sviluppare soluzioni appropriate per i nostri clienti e il vantaggio derivante da questo know-how può ora essere utilizzato per espandere ulteriormente la nostra gamma di soluzioni convenienti."



“Sono numerose le vie che conducono all’obiettivo” all’obiettivo”

Thomas Erhardt, Direttore dell’Ufficio Marketing di VBH, è anche responsabile dello sviluppo e implementazione dei vari sistemi di accesso elettronico da parte dei clienti internazionali. In questa intervista, ci illustrerà quali sono le opportunità e le sfide che caratterizzano questo progetto.

Sig. Erhardt, quali sono secondo il suo punto di vista i veri vantaggi derivanti dall’E-Commerce?

Il più grande vantaggio derivanti dalle soluzioni di E-Commerce è il risparmio di tempo, in quanto, grazie alla semplificazione delle possibilità di comunicazione per mezzo di un buon sistema, i nostri clienti possono controllare i loro ordini in qualsiasi momento, verificare la data di consegna oppure ottenere ulteriori informazioni. Ciò consente di risparmiare tempo favorendo entrambe le parti, cioè il cliente e noi. Da parte nostra, il tempo risparmiato può essere sfruttato dal nostro personale di vendita per svolgere il compito primario, la consulenza professionale e completa. I nostri clienti, a loro volta, dall’elaborazione elettronica degli ordini potranno godere di un doppio vantaggio. La cosa importante è che il sistema online sia così efficiente e in grado di fornire specifiche informazioni così come lo è un nostro consulente impegnato al telefono. Per questo motivo, quindi, destiniamo allo sviluppo di nuovi sistemi tutto il tempo necessario, allo scopo di fornire ai nostri clienti soluzioni qualificate. Infatti, a nostro avviso, un Online Shop non rappresenta solo una ulteriore soluzione di vendita, ma soprattutto un sistema di comunicazione per i clienti. La sfida consiste quindi nella qualità dei dati offerti da un sistema di E-Commerce. Se il codice di produzione di un articolo è noto, si può ordinare qualsiasi cosa ovunque. Diventa tuttavia un’impresa difficile se si conoscono solo le caratteristiche del prodotto. Dopodiché bisogna considerare le descrizioni del prodotto e le sue caratteristiche. Solo in questo modo ognuno può trovare l’articolo che sta cercando, e questo è un processo che valorizziamo.



Attualmente, il sistema di scansione logos è già stato introdotto in numerosi paesi. Seguirà l’allestimento di Online Shop nei paesi in cui è presente VBH?

Stiamo costantemente lavorando al lancio di tutte le possibili soluzioni di E-Commerce in altri paesi e, naturalmente, anche a diverse versioni di Online Shop da adattare a questi paesi. In Inghilterra, Russia, Ungheria e Polonia sono già attivi, mentre per quanto riguarda il Belgio e il Kazakistan sono tuttora fase di progettazione. I requisiti specifici di ciascun paese sono tuttavia sempre un po’ diversi, ed è per questo motivo che il sistema non può essere semplicemente implementato 1:1. Pertanto, abbiamo deciso di procedere un po’ alla volta, paese per paese, in modo da ottenere alla fine una soluzione ottimale per quanto concerne il fattore “Qualità” di VBH.

Quale ulteriore sviluppo è in grado di prevedere? Pensa che, un giorno, ogni ordine sarà inviato online?

A dir la verità, questa è una domanda che non ci poniamo. Per noi è più importante il detto “tutte le strade portano a Roma”. Dobbiamo sempre essere in grado di raggiungere i nostri clienti laddove si trovano e di proporre loro soluzioni adeguate alle loro esigenze e seguendo un approccio individuale. Quindi, nell’ambito di VBH non esiste un’unica soluzione di ordinazione, ma numerose; noi consideriamo sempre molto attentamente le esigenze dei nostri clienti e ci adeguiamo di conseguenza. E-Commerce è sicuramente un importante canale di distribuzione destinato a non scomparire, proprio come il servizio email, telefono e fax.

Fresand – Azienda produttrice di finestre, porte e balconi invernali

La protezione ottimale contro il vento e le intemperie

Sia in caso di tempesta, pioggia o sole, sulla costa baltica del Meclemburgo-Pomerania Anteriore settentrionale il tempo lo si accetta così com'è. Per il comfort ci pensano le finestre, porte e facciate prodotte dalla Fresand GmbH. L'azienda, che nel suo campo è una delle maggiori della Germania settentrionale, è situata nella piccola città di Reddelich (vicino a Rostock) produce porte e finestre in PVC, legno e alluminio, così come elementi in materiale ignifugo e balconi invernali. Il tutto viene prodotto dalla stessa azienda.

Cosa hanno in comune il Grand Hotel a 5 stelle Heiligendamm e la gigantesca facciata finestrata di Rostock, che con i suoi 17 piani e 140 metri di lunghezza è probabilmente la più grande del mondo? La risposta è chiara: finestre di marca Fresand. Sia che si tratti di finestre in legno per ambienti di carattere storico o di componenti in alluminio per l'industria, facciate e finestre, da Amburgo a Rostock e Berlino i clienti si affidano alla qualità e al servizio di

questo produttore di infissi. Con la sua vasta gamma, l'azienda offre a imprenditori, commercianti e consumatori le giuste soluzioni. Tra i clienti figurano cooperative edilizie, muratori, falegnami, commercianti di prodotti per l'edilizia e proprietari di immobili. A differenza della concorrenza, Fresand offre anche un servizio completo di progettazione, dalla consulenza fino al montaggio, qualsiasi siano le dimensioni dell'immobile. "Produciamo tutti i tipi di infissi, da quelli per grattacieli fino a quelli per gazebo e forniamo a ciascuno dei nostri clienti un servizio adeguato" -ha dichiarato Harald Frehse, proprietario e fondatore di Fresand GmbH. Come è facile intuire, l'elenco delle referenze va dal faro sulla costa baltica fino all'edificio residenziale o ad uso ufficio di Amburgo.

Da costa a costa

Ogni anno vengono prodotti circa 70.000 infissi in legno, alluminio-legno e PVC, con la possibilità di produrre fino a 1.400 finestre in PVC alla settimana. Queste ultime rappresentano con circa il 65% la principale produzione. I profili vengono forniti da Schüco. L'area di fornitura si estende da Meclemburgo-Pomerania Anteriore fino a Berlino e Amburgo (Schleswig-Holstein), che tuttora rappresenta il più grande mercato di Fresand. "Attualmente, nel Meclemburgo-Pomerania Anteriore Occidentale la maggior parte del settore delle ristrutturazioni è coperto" -ha spiegato Harald Frehse, aggiungendo "questo lo avevamo intuito prima del nuovo millennio e, quindi, abbiamo deciso di espandere ulteriormente la nostra attività in direzione di Amburgo." E così l'imprenditore ha dimostrato ancora una di aver un buon intuito -come già nel 1989, quando ha fondato l'azienda. A quel tempo, Harald Frehse si rese conto della forte richiesta di finestre moderne





e iniziò con la vendita e l'installazione. Ben presto i tempi di consegna si rivelarono troppo lunghi e fu così che optò per la produzione in proprio. Nel 1992 fondò un'azienda produttrice di finestre in PVC a Steffenhagen, dove dal 1994 vengono prodotti pure elementi in alluminio. Nel 1997 venne avviata la produzione di finestre in legno a Rostock. L'azienda impiega attualmente 160 dipendenti, compresi i due figli, Stefan e Christian Frehse. La supervisione dei progetti è affidata a 15 dirigenti. Ogni anno la Fresand realizza circa 3.000 opere di montaggio. "Abbiamo una solida base costituita da montatori esterni, ma a causa della varietà dei progetti, naturalmente, ne abbiamo sempre bisogno di nuovi".

Un partner affidabile

Quasi fin dall'inizio VBH è un partner fisso della Fresand ed entrambe le aziende sono cresciute condividendo successi e rafforzando le relazioni. Fresand acquista ferramenta per tutti gli usi di marca Winkhaus tramite VBH, comprese le vernici per legno, ferramenta per montaggio e davanalli. Il camion della VBH arriva due o tre volte alla settimana e, se necessario, anche tutti i giorni. "Naturalmente per noi è molto importante un approvvigionamento affidabile" -ha affermato Harald Frehse, aggiungendo "tuttavia, VBH non è solo un'azienda commerciale, ma anche un partner che promuove l'utilizzo della tecnologia - come, per esempio, il nuovo sistema per soglie greenteQ che combina tutte le porte e materiali. Noi ci avvaliamo della consulenza professionale degli esperti di

La più moderna esposizione della Germania settentrionale ha aperto i battenti

VBH anche in fase di progettazione, per la selezione degli utensili, per questioni di conformità CE o per questioni di montaggio corretto degli infissi. Da soli non potremmo affrontare tutte queste cose." A parte la produzione vera e propria di infissi, Fresand offre ai propri clienti anche numerosi servizi, come per esempio, la distribuzione di materiale informativo contenente suggerimenti per la manutenzione degli infissi, al fine di mantenerne l'efficienza, oppure occupandosene di persona delle operazioni di manutenzione. L'impegno di VBH è quindi particolarmente apprezzato da Harald Frehse: "VBH ha riconosciuto, i casi in cui è necessario fornire assistenza al cliente. Questo ci permette di concentrarci meglio sul nostro vero lavoro. E, se a volte si blocca, c'è sempre qualcuno pronto a fornire una soluzione immediata."

Il produttore di porte e finestre è così ben preparato per affrontare il futuro e prevedono ulteriori successi. All'inizio di quest'anno, a Glindede (nei pressi di Amburgo) la Fresand ha inaugurato la più moderna esposizione di porte e finestre della Germania settentrionale. Dal lato cliente, si è già rivelata una iniziativa alquanto apprezzata. Il prossimo anno sarà lanciata una nuova serie di porte montante pannelli greenteQ. Prima, Harald Frehse aveva visitato perfino il centro di produzione in Portogallo, dove si è convinto di persona dell'alta: "L'offerta di VBH nell'ambito dei pannelli per porte va dal modello più semplice fino a quello di qualità molto elevata, il tutto con un buon rapporto qualità-prezzo. Inoltre, i pannelli per porte greenteQ offrono il massimo in fatto di colori personalizzati e design. La nostra impressione è stata molto positiva, nessun altro può offrire tutto ciò."



Neuer greenteQ 1K Winterpistolenschaum polar XXL B2

Il montaggio ottimale di finestre in condizioni di clima polare

La nuova schiuma invernale per pistole greenteQ 1K Winterpistolenschaum polar XXL B2 consente di effettuare un montaggio professionale di porte e finestre fino ad una temperatura pari a -18°C. VBH completa così la sua offerta, rendendo questo prodotto disponibile, oltre in Germania, anche in determinati paesi, come Polonia, Russia, Siberia, Kazakistan e Paesi Baltici.

Con l'arrivo della stagione fredda, VBH presenta la schiuma invernale per pistole greenteQ 1K Winterpistolenschaum polar XXL B2, una schiuma monocomponente in grado di resistere all'umidità e di assicurare adesione e rapidità anche in situazioni di clima estremamente rigido, fornendo quindi una notevole praticità d'uso. Anche in condizioni estreme, con temperature fino a -18° C, la schiuma è ideale per il fissaggio pulito e controllato di pannelli, per l'isolamento e sigillatura dei giunti di raccordo di finestre, tapparelle e serramenti esterni e per l'applicazione su aperture parietali di piccole dimensioni e altre cavità.

Elevati valori di protezione termica e acustica

Con valori testati di isolamento acustico fino a 63 dB e una conducibilità termica pari a 0,0374 W/mK la schiuma invernale per pistole greenteQ Polarschaum offre la migliore protezione in

fatto di isolamento termico e acustico. Questo prodotto è in grado di aderire a tutti i comuni materiali edili come quelli solidi e privi di polvere e grasso, ad eccezione di silicone, polietilene, oli e grassi. Una volta asciutta/indurita, questa schiuma resiste a temperature da -40° C a +100° C, mantiene una certa elasticità, mantiene prevalentemente una chiusura cellulare, è anti-muffa e

resistente all'umidità. La resistenza al calore (classe di infiammabilità) corrisponde alla classe E, in conformità alla norma DIN EN 13501-1.

La schiuma invernale per pistole greenteQ 1K Winterpistolenschaum polar XXL B2 è distribuita in bombole da 750 ml e compatibili con tutte le pistole dosatrici. Grazie all'ottimale abbinamento alle pistole dosatrici di marca greenteQ, questa combinazione consente di ottenere i migliori risultati. Il rendimento è pari a fino a 65 litri e il materiale rimanente nella bombola è ridotto al minimo. La miscela è composta da elementi che non recano danni allo strato di ozono e non contiene gas fluorurati che favoriscono l'effetto serra (CFC, HCFC, HFC e HFC-free).

In Europa centrale, ma soprattutto nelle regioni orientali e settentrionali, con la schiuma invernale per pistole greenteQ 1K Winterpistolenschaum XXL B2, VBH offre un'adeguata estensione dell'assortimento disponibile in determinati paesi e la possibilità di conseguire risultati ottimali di applicazione anche in condizioni di "freddo siberiano". La schiuma greenteQ Polarschaum è quindi disponibile non solo in lingua tedesca e inglese, ma anche in quella russa e polacca.

