

Jeden z liderów polskiego rynku w obszarze produkcji profili zimnociętych

FACT BOX



PEŁNA NAZWA: LANDSBERG sp. z o.o. sp. k.
Wolental 15 i, 83-213 Skórcz, Polska, +48 58 582 51 41

PREZES:
Tomasz Landsberg

PRZEMYSŁ: przemysł metalowy, produkcja profili stalowych, dachów, elewacji, konstrukcji stalowych

ROK ZAŁOŻENIA:
2001 r.

PRACOWNICY:
120 osób

www.landsberg.pl
www.stahlberg.pl
www.sunberg.eu

Grupa LANDSBERG jest jednym z liderów polskiego rynku w obszarze produkcji kształowników zimnociętych. Dzięki dynamicznemu rozwojowi Grupy, została poszerzona jej działalność o produkcję stalowych pokryw dachowych i elewacyjnych pod marką STAHLBERG, a w ostatnim roku również o produkcję wsporczy konstrukcji do montażu paneli fotowoltaicznych pod marką SUNBERG. Dumą firmy jest nowoczesny i stale rozwijany zakład produkcyjny zlokalizowany w Wolentalu w województwie pomorskim. Jakość produktów marki LANDSBERG jest doceniana nie tylko w Polsce, ale również na wielu rynkach międzynarodowych, czego dowodem jest wieloletnia współpraca z licznymi kontrahentami z przeszło 30 krajów na całym świecie.

Specjalnie dla BusinessPL obszernych informacje na temat działalności Grupy LANDSBERG udzielił Roman Szczepan Kniter Dyrektor Zarządzający i Wiceprezes Zarządu Grupy LANDSBERG.

Grupa LANDSBERG działa na rynku już 22 lata. Jaka jest jej historia i kluczowe etapy rozwoju firmy?

Początki firmy sięgają roku 2001, kiedy pan Tomasz Landsberg (Założyciel, Właściciel oraz niezmiennie Prezes Zarządu) rozpoczął działalność handlową na rynku wyrobów z metalu. Początki to przede wszystkim budowa sieci klientów oraz kompetencji produkcyjnych, a kluczowe lata w rozwoju to 2003-2006. Wtedy nabyty został teren w Wolentalu, na którym w kolejnych latach rozbudowywano zakład produkcyjny oraz magazyny. Pierwszy park maszynowy wyposażony w linie profilujące oraz rozkrawające powstał w latach 2004-2009. Te inwestycje pozwoliły firmie rosnąć, podnosić kompetencje oraz budować markę dostawcy – sprawnego i wiarygodnego partnera. W kolejnych latach potencjał firmy połączony z możliwościami wsparcia projektu inwestycyjnego z budżetów UE pozwolił na rozwój fabryki o jeszcze bardziej zaawansowane technologicznie linie profilujące. W latach 2014-2018 w Grupie uruchomiono, a następnie rozbudowano produkcję pokryw dachowych oraz elewacyjnych pod marką STAHLBERG. Równolegle budowana była organizacja i procedury działania: certyfi-





kacja ISO 9001 w roku 2009 czy wdrożenie systemu ERP w 2010 roku. Tuż przed wybuchem pandemii, w latach 2018-2019 firma ukończyła, przy udziale dotacji z UE, największą inwestycję w swojej historii – rozbudowę fabryki o kolejną halę oraz zakup specjalistycznej linii Dreistern do profilowania zimnogiętego. Linia ta oprócz profilowania w dużym zakresie grubości blach i szerokości taśm, daje możliwość regularnego otworowania, otworowania prasą ze sterowaniem CNC oraz spawania techniką laserową, co czyni tę ofertę ekskluzywną na rynku.

Z tych inwestycji wyłania się zatem szerokie portfolio produktowe, proszę o jego krótką charakterystykę.

Core business firmy to oczywiście wzmocnienia okienne i drzwiowe, które oferujemy do wszystkich obecnych na rynku systemów. Co roku wprowadzamy wszystkie istotne nowe wzmocnienia podążając za rozwojem systemodawców, których częścią to również nasi klienci. W tym asortymencie kluczowe jest zapewnienie dobrego serwisu naszym klientom i dlatego cały czas mamy do dyspozycji prawie 3 mln mb wzmocnień na stanie magazynowym, aby móc realizować zamówienia nawet w ciągu 24h. Produkujemy i oferujemy również profile specjalne do różnych branż instalacyjnych i różnych zastosowań montażowych (np. linia profili STRUT). Ta gama produktów cały czas rośnie wraz z powiększaniem się portfola naszych klientów. Pracujemy tu, bowiem w dwóch modelach – proponujemy nasze katalogowe rozwiązania, ale również podejmujemy się wdrożeń specjalnych zgod-

nie ze specyfikacją techniczną klienta. Oddzielnym segmentem produktowym i zarazem innym biznesem są pokrycia dachowe i elewacyjne pod marką STAHLBERG. Tutaj asortyment obejmuje zarówno blachy trapezowe, modułowe, panele na rąbek oraz wszelkie potrzebne akcesoria dekarские. Odmiany pokryć oraz kolorystyka sprawiają, że mamy kilkadziesiąt produktów w tej kategorii.

Ostatnio wystawialiście się Państwo z nową marką SUNBERG na targach ENEX w Kielcach. Czy to nowy kierunek rozwoju?

Rzeczywiście zaprezentowaliśmy się na tych targach i jesteśmy bardzo pozytywnie zaskoczeni ich skalą. Pokazywaliśmy własne konstrukcje naziemne do montażu paneli fotowoltaicznych. Widzimy duży potencjał w tym segmencie – inwe-



stycje w zieloną energię, farmy fotowoltaiczne to na pewno segment rozwojowy na kilka następnych lat. Chcemy zaoferować swoje doświadczenia w produkcji profili zimnogiętych i wykorzystać je do zaoferowania ergonomicznych w montażu oraz jednocześnie bardzo trwałych konstrukcji. Nasze rozwiązania powstają na bazie prac i obliczeń wykwalifikowanych konstruktorów, a dodatkowo weryfikujemy je we współpracy z naukowcami z Politechniki Poznańskiej.

Kim są Państwa kluczowi Klienci i czy działacie głównie na rynku polskim?

Największą grupę klientów stanowią producenci okien PVC oraz drzwi, bo w tych produktach wykorzystywane są nasze wzmocnienia stalowe. Jesteśmy dumni, że potrafimy dobrze obsługiwać największych producentów w Polsce, zamawiających całe tiry naszych wyrobów. Równolegle bardzo sprawnie serwisujemy również wszystkich mniejszych producentów. Profile specjalne to już inna grupa klientów bazująca na systemodawcach i dużych hurtowniach. A nasze rozwiązania dachowe oferujemy poprzez sieć hurtowni oraz dekarzy. Grupa LANDSBERG wyrosła w Polsce, ale od kilku lat rozwijamy eksport i aktualnie sięga on już 25% całych przychodów. Widzimy duży potencjał rozwoju sprzedaży zagranicznej i nasze marzenia sięgają uzyskania 50% sprzedaży zagranicznej w kolejnych kilku latach. Sprzedajemy do przeszło 30 krajów, tych bliskich: Niemcy, Francja, Włochy czy Słowacja, ale też odległych, bo nasze towary płyną kontenerami do Brazylii, Meksyku czy Chile.

Jak chcecie to osiągnąć?

Poprzez systematyczną pracę, wzmocnianie naszego zespołu międzynarodowych doradców technicznych i budowę marki wiarygodnego dostawcy. To proste hasła, ale wypełnianie ich treścią wymaga systematycznej pracy każdego dnia i to przynosi nam efekty. Bardzo ważne są również nasze działania w obszarze marketingu, które w ostatnim czasie zintensyfikowaliśmy. Z początkiem roku wdrożyliśmy nową i spójną identyfikację wizualną naszych marek, nowe serwisy internetowe (www.landsberg.pl, www.stahlberg.pl oraz www.sunberg.eu) i pracujemy nad dotarciem z naszymi usługami do nowych klientów. Ten pierwszy kontakt z naszą marką jest teraz dużo łatwiejszy.

Czy prowadzicie prace badawczo-rozwojowe? Jak wygląda Wasze zaplecze w tym obszarze?

Wprowadzanie nowych produktów wymaga opracowywania nowej technologii dla każdego nowego wyrobu. Efektywna technologia to również dedykowane narzędzia produkcyjne (zestawy rolek profilujących i dystansów) pozwalające zagwarantować jakość i stabilność procesu. Obszar rozwojowy realizowany jest przez zespół technologów, którzy na bazie doświadczeń oraz wsparcia specjalistycznego oprogramowania są w stanie podejmować się trudnych wdrożeń. Z uwagi na liczbę nowych produktów oraz coraz większą chęć budowania szerszych kompetencji w zespole uruchomiliśmy w roku 2022 własną narzędziownię. Jej ciągła rozbudowa istotnie wspiera możliwości badawczo-rozwojowe firmy.

Jak przedstawiają się aktualne możliwości produkcyjne przedsiębiorstwa? Czy zakład w Wolentalu wpisuje się w trend Przemysłu 4.0 i jest wyposażony w najnowocześniejsze maszyny oraz technologie?

Rocznie przetwarzamy około 30 tys. ton stali dostarczając na rynek dziesiątki milionów metrów bieżących profili zimnogiętych. Oprócz tego naszymi wyrobami marki STAHLBERG pokrywamy setki tysięcy m2 powierzchni dachów i elewacji. Bez sprawnego i nowoczesnego parku maszynowego nie byłoby to możliwe. Praktycznie co roku inwestujemy w nowe maszyny podnoszące zarówno



możliwości technologiczne fabryki jak i poprawiające ergonomię pracy. Aktualnie prowadzimy projekty zmierzające do większej automatyzacji konfekcji naszych wyrobów, bo wraz z rozwojem sprzedaży widzimy wiele różnych potrzeb klientów, którym chcemy sprostać.

Odpowiednio wykwalifikowana kadra pracowników jest jednym z kluczowych aspektów, stanowiących o przewadze konkurencyjnej firmy i zarazem kluczem do jej sukcesu. Ile osób zatrudnia obecnie organizacja? Czy mogą Państwo opowiedzieć o kadrze specjalistów Grupy LANDSBERG?

Zatrudniamy łącznie ok. 120 osób – głównie w fabryce, ale również w biurze handlowym w Gdańsku, a także w modelu pracy zdalnej (pandemia pokazała



jak wiele prac, które nie wymagają bezpośrednich wizyt w fabryce, może być wykonywana praktycznie z dowolnego miejsca na ziemi). Oczywiście serce firmy bije w Wolentalu i tu mamy skupiony cały obszar technologii, produkcji, logistyki, obsługi sprzedaży i administracji. Wielu specjalistów pracuje z nami wiele lat, a nasza marka pracodawcy w regionie jest dobrze rozpoznawalna.

To bardzo ważne, bo realizacja naszych planów rozwojowych skutkować będzie kolejnymi rekrutacjami.

Jak zatem przedstawiają się plany na najbliższe miesiące, lata? Czy inflacja, kryzys w budownictwie nie zmienia nastawienie w prowadzeniu biznesu raczej na oszczędzanie i optymalizację kosztową niż inwestycje i rozwój?

Rzeczywiście ostatnie lata to bardzo niestabilny czas – wiele problemów, ale też wiele niespodziewanych szans. Najpierw pandemia COVID-19 i związane z nią problemy, potem początek wojny w Ukrainie, a teraz dochodzą problemy globalne – inflacja i rzeczywiście znaczący kryzys w branży budowlanej. Oczywiście odczuwamy te wszystkie uwarunkowania makroekonomiczne, czujemy rosnące koszty energii, wielu usług oraz presję płacową. Przyjmujemy jednak zasadę, że to, co w czasach prosperity przychodzi łatwiej, w czasach kryzysu wymaga cięższej pracy, szybszego działania i często te trudniejsze czasy stwarzają zupełnie nowe możliwości. Mamy swój plan i na nim jesteśmy skupieni. Chcemy zwiększyć potencjał fabryki, aby dojść w ciągu najbliższych lat do 50 tys. ton