

# Детлеф ШУЛЬЦ — о новой стратегии VAN HEES RUS

Детлеф ШУЛЬЦ, исполнительный директор ООО «ВАН ХЕЕС РУС» (VAN HEES RUS) рассказал «Партнеру» о произошедших в компании изменениях.

— В российской компании VAN HEES RUS не так давно произошли серьезные коррективы, и не все, наверное, в курсе подробностей проведенной реформы. Давайте начнем с общей концепции. После открытия завода в Химках VAN HEES RUS была сосредоточена на производстве и продажах смесей, разработанных тут же, специально для российского рынка. При этом, (поправьте меня, если это не так) продажей ингредиентов «большой» VAN HEES французского и немецкого производства VAN HEES RUS не занималась. Сейчас, как я понимаю, схема изменилась и «импортный канал» заработал. С чем связаны такие изменения?

— Это действительно так, за последние пять лет многое у нас пришло в движение. Но давайте по порядку. Уже 20 лет VAN HEES известна на российском рынке. Да, так долго мы уже сотрудничаем с нашими клиентами из России, и это сотрудничество базируется на востребованности наших ноу-хау и качестве нашей продукции.

С 2014 года VAN HEES разрабатывает, производит и продает в России пищевые ингредиенты, созданные специально для местного рынка. В то время еще

под фирменным наименованием «Евроспайс Технолоджис».

Затем, в мае 2016 года, компания «Евроспайс Технолоджис» превратилась в VAN HEES RUS, и теперь она «носит фамилию» нашей международной группы компаний, VAN HEES. За рамками Европейского Союза Россия является самым важным для нас рынком: для нас имеет большое значение возможность не просто присутствовать здесь, а быть рядом с клиентами.

До апреля 2019 года производство располагалось в Беляниново (округ Мытищи, Московская область). Однако нами было принято решение о модернизации, расширении производственных мощностей и складских помещений, ввиду чего в апреле 2019 года компания переехала в «Индустриальный парк «Шереметьево» (Химки), предоставивший оптимальные возможности для функционирования с потенциалом для дальнейшего роста. Это событие было нами широко отмечено в мае 2019 года.

Следующий большой шаг мы предприняли в прошлом году: с мая 2020 года VAN HEES RUS является импортером нашей продукции немецкого и французского производства и может



продавать весь спектр продукции VAN HEES в России.

— За счет каких линеек расширяется в ходе этой реформы матрица смесей VAN HEES, которая доступна российским мясопереработчикам? В частности, до нас доходят сведения о больших усилиях, которые предпринимают в VAN HEES для закрепления на рынке веганской и вегетарианской продукции.

— Как я уже сказал, помимо производимых нами в Химках товаров марки SPEKO® и EUROSPICE®, теперь распространяем в России продукты европейских марок из Германии и Франции. К ним относятся, в частности, BOMBAL® (комплексные пищевые добавки для сохранения свежести и консерванты), ZARTIN® (КПД для целномышечных полуфабрикатов), PRALLO® (загустители и стабилизаторы), SCHINKO® (КПД для ветчин и деликатесов), VAN HEES® (КПД для вареной группы и колбасок для жарки). И это лишь некоторые из марок, что представлены в ассортименте. Российские

заказчики имеют полный доступ к ноу-хау и популярной продукции, разработанной для всех наших рынков сбыта. На важном примере нашей международной инновационной деятельности, развитии вегетарианских и веганских продуктов для домашнего потребления и гастрономии, я остановлюсь подробнее чуть позже.

— **Меняется ли ассортимент добавок и смесей, выпускаемых на заводе в Химках?**

— Продукты под нашими российскими марками EUROSPICE® и SPEKO® мыведем под единой маркой SPEKO®. Коллега из Германии, представитель международной команды технологов, будет эксклюзивно работать с нами, развивать новые продукты и рецептуры для SPEKO® и представлять их далее клиентам.

— **Расскажите, пожалуйста, о структурных и кадровых изменениях, новых отделах и департаментах, новой команде ООО «VAN HEES RUS» (VAN HEES RUS).**

— VAN HEES RUS не только переехала в здание большей площади и приняла на себя обязанности по импорту. Наша команда соответствующим образом выросла, появились новые функции, такие, как логистика, импорт и сбыт. Также выросли ранее существующие отделы — отдел исследований и разработок (R&D), финансовый отдел. Мы не только укрепились новым персоналом, коллеги получили новые и ответственные задачи. Например, Юлия Семковская была повышена до Менеджера по маркетингу. Технолог Ирина Овчаренко активно задействована в отделе закупок,

занимающийся работой с поставщиками моноингредиентов. Заведующий производством Николай Новиков примкнул к Управленческой команде (Management Team), что интегрировало и улучшило работу административного и производственного подразделений.

В этом и в следующем году мы хотим продолжить стратегию нашего укрепления и внедрения новых технологий. У нас в Москве находилось Представительство VAN HEES. Оно было официально переведено на адрес местонахождения VAN HEES RUS. Таким образом, мы получаем прямую поддержку коллег из Представительства.

Подобно сестринским компаниям в Германии и Франции, мы владеем всеми функциями и возможностями для предоставления российским клиентам производственных и рецептурных ноу-хау. Конечно, мы еще не достигли совершенства, но с каждым днем становимся лучше. Я очень горжусь новой командой и тем, чего мы достигли и добились с начала года. В связи с этим я хочу искренне поблагодарить коллег!

— **Планируется ли смена подходов к формированию дилерской сети в России и странах СНГ? Предполагает ли бизнес-стратегия поставки продукции клиентам напрямую, не через дилеров?**

— Мы выбрали новую стратегию для VAN HEES RUS: непосредственное представление продуктов импорта из Германии и Франции. Наряду с нашими существующими дилерами, мы хотели бы привлечь больше клиентов или быть к ним ближе, стать в первую очередь

партнером с инновационными возможностями для крупных мясоперерабатывающих предприятий и групп компаний.

Однако мы будем и впредь сотрудничать с многолетними партнерами по сбыту в России, Беларуси и Казахстане. Также, мы хотим привлечь новых партнеров на севере и северо-западе, например, в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

VAN HEES RUS будет концентрироваться на крупных промышленных регионах и группах. Мы верим в то, что таким образом мы лучше и быстрее сможем донести наши инновационные идеи до потенциальных клиентов. Путем прямого сотрудничества с крупнейшими переработчиками мы пойдем и в других странах — в Испании, Чехии, Словакии и Финляндии — как только будут сняты ограничения по поездкам, связанные с коронавирусом. При этом мы можем рассчитывать на поддержку немецких внешнеторговых палат. В России, к примеру, с 2020 года мы являемся членом Российско-Германской Внешнеторговой палаты.

Как вы можете представить, такая переориентация не проходила без «турбулентности». К сожалению, не все наши российские деловые партнеры были готовы присоединиться к новой стратегии VAN HEES RUS. Мы об этом сожалели и сожалеем. Однако, если есть уверенность в том, что поступаешь правильно, нужно действовать. Пусть порой это бывает болезненно. В связи с этим также хочу искренне поблагодарить всех наших деловых партнеров, которые идут вместе с нами по новому пути!

— **Что касается новых дилеров... Вы предпочтете сотрудничать с опытной компанией, которая представляет помимо вашей продукции также смеси и добавки других производителей, или с новым игроком рынка, который будет сосредоточен исключительно на VAN HEES?**

— Выбор дилеров — это всегда сложное решение. Возможны оба варианта, которые вы обозначили. Необходимо начать диалог с конкретным кандидатом, выяснить его торговую стратегию, понять, согласен ли он с нашей философией и готов ли он ей следовать.

— **Есть ли общий критерий (или критерии), по которому вы будете выделять из общего числа клиентов тех, с которыми работаете напрямую, не через дилеров?**

— На российском рынке есть немало мясоперерабатывающих компаний, которые ранее не контактировали ни с нами, ни с нашими дилерами. Так что работы хватит всем. Главное тут — прозрачность в отношениях с дилерами. Мы будем сообщать им о новых клиентах и о том, как те хотят организовать поставки. Конечно, если объем заказов большой, есть смысл прямых поставок с завода в Химках. Но в любом случае дилеры для нас — партнеры, и мы намерены защищать их интересы, работать с ними, а не против них. Так, возможно разделение задач. Например, дилер может взять на себя услуги склада, трансфера, технологической поддержки.

— **Колебания валютных курсов очень существенны и болезненны для российской пищевой промышленности. Вместе с ними колеблются, а на практике — пропорционально**

**растут цены на все, что доставляется из-за рубежа: оборудование, комплектующие, сырье, ингредиенты. Какова политика VAN HEES в данном вопросе, учитывает ли она финансовые трудности российских клиентов?**

— За 20 лет работы в России мы не раз сталкивались с экстремальными колебаниями курсов валют, как, например, в 2014/2015 годах. И смогли пережить их вместе с клиентами, которых поддерживали индивидуальными программами. Мы тоже зависимы от колебаний курса евро к доллару США, приходится учитывать и сильные ценовые флуктуации на рынке сырья. Спрос растет по всему миру, а предложение становится более скудным (например, аскорбиновой кислоты или аскорбата). Приправы также имеют только одну тенденцию по цене — вверх. Из-за этого мы вынуждены постоянно снижать собственные расходы или же мириться с выросшими ценами на сырье.

Благодаря VAN HEES RUS у нас есть возможность больше и выгоднее для всех производить продукты для российского рынка. Тем не менее, стандарты качества VAN HEES должны соблюдаться, вне зависимости от локации.

— **Пандемия коронавируса ускорила или скорректировала глобальные тенденции по многим направлениям. Человечество уже никогда не будет прежним. Отразился ли этот фактор на работе компании, производстве, ассортименте, взаимоотношениях с клиентами, долгосрочных и среднесрочных планах, маркетинге и пр.?**



— Пандемия сильно повлияла и на нас. Все сотрудники, которые прямо или косвенно не заняты в производстве, могут работать из дома. Видеоконференции среди коллег в пределах международной группы VAN HEES и с клиентами стали частью будней, представляют собой в целом эффективную трансграничную и прямую коммуникацию.

Важно отметить, что наши продукты «живут» благодаря сенсорным ощущениям, наши рецептуры востребованы благодаря тестированию, совместной дегустации с клиентами. Мы хотим сохранить личный контакт и нуждаемся в нем. Так как пандемия затрудняет его или даже делает невозможным, мы и тут опробовали новые пути к нашим клиентам: вебинары и видео продукции на YouTube (ссылки в конце интервью — С. Б.). Продукты для дегустации доставлялись в охлаждающей емкости на дом.

— **Конкуренция на российском рынке ингредиентов усиливается. Западные производители конкурируют и между собой, и с российскими компаниями. Думается, чтобы быть успешным в таких условиях, надо четко понимать свои преимущества и не скрывать их из, как говорят в России, «ложной скромности». Какие конкурентные преимущества VAN HEES вы бы выделили?**

— Мы объединяем ноу-хау международной группы, опираясь на знание специфики

российского рынка. Мы являемся самостоятельной семейной компанией в четвертом поколении и независимы от внешнего капитала. Мы принимаем решения без влияния извне и реагируем на все вызовы гибко.

Стоит особенно выделить наши инновационные возможности: мы делаем базовые исследования, например, в отношении продуктов на растительной основе, кооперируемся с датской лабораторией, которая специализируется на безопасности и сроках годности продуктов питания.

Кооперация включает анализ потенциальных рисков бактериологического фона на производстве и доходит до оптимизации долговечности продуктов питания. В 2018 году VAN HEES была включена авторитетным деловым журналом «WirtschaftsWoche» в десятку самых инновационных компаний среднего бизнеса Германии.

— *И последний вопрос традиционный — планы. Ожидать ли российскому и мировому рынкам мясопереработки интересные и, может быть, неожиданные новости от VAN HEES в ближайшее время?*

— Я уже несколько раз использовал слово «инновации». Мы компетентны в вопросах вкуса, цвета, функциональности и надежности продукта. В мощном векторе развития вегетарианских и веганских продуктов в Европе мы сыграли значительную созидательную роль. Судьба продуктов на растительной основе предопределена для предприятий мясоперерабатывающей промышленности. Данная отрасль обладает всеми возможностями для их производства. Продукты на растительной основе

в настоящее время значительно способствуют росту оборота предприятий в Германии и других европейских странах.

То, что такая компания, как Danish Crown покупает наши комплексные решения для производства веганского бекона и осуществляет его эксклюзивное продвижение в ЕС, вполне имеет свои причины. Разработанные нами вегетарианские и веганские продукты представлены частной маркой в сети супермаркетов Lidl в Германии, или под брендом продукции Ruegenwalder Muehle почти во всех супермаркетах в Германии, в ритейлерах Швеции, Ирландии, в фаст-фуд ресторанах в Турции. С помощью новых идей для продуктов мы охватываем все большее число рынков сбыта. Так, например, благодаря веганским рыбным палочкам мы представлены в сети супермаркетов Jer nimo Martins в Португалии.

А вообще предлагаю составить свое собственное мнение о нашей новой веганской линии продуктов VECAN на канале YouTube. Вот ссылки:

- <https://youtu.be/yfGR5LGS6uE> (веганская салями),
- <https://youtu.be/a-NHY7U2IPE> (веганское мясо для шаурмы/донер-кебаб)
- <https://youtu.be/WBQjjFTnj8A> (веганский хот-дог),
- <https://youtu.be/TH1s-07mkLU> (веганский бургер-патти),
- <https://youtu.be/YNcbiUPyEnk> (вебинар для клиентов из Германии).

Но мы не исключили мясо и мясные продукты. Пельмени и котлеты — главные полуфабрикаты, на которых мы сконцентрированы в России. Также,

в центре нашего внимания — донер-кебаб, готовая к употреблению продукция, деликатесы и барбекю для гриль-сезона, а также другие полуфабрикаты.

— *Какие каналы информации вы намерены использовать для связи с нынешними и потенциальными клиентами? СМИ и другие масс-медиа, выставки, технологические семинары, что-то еще?*

— Мы будем больше представлены в классических печатных изданиях через наши продукты и рецепты. Наш российский веб-сайт обновлен, новый каталог продукции будет представлен летом. Также, заглядывая в будущее, можно сказать, что продвижение через Instagram, Twitter или Facebook также последует. В 2021 году нас ожидает дебют, впервые будем представлены со своим собственным стендом на выставке «Агропродмаш».

Беседовал Семен БОРЗЕНКО



### Визитная карточка

ООО «ВАН ХЕЕС РУС»

141400, Московская область,  
Химки, квартал Клязьма,  
1 Б, строение 1

Тел.: (495) 137-53-17

Менеджер по продажам:  
Груздева Елена Львовна  
gruzdeva@van-hees.ru

Менеджер по маркетингу:  
Семковская  
Юлия Александровна  
semkovsky@van-hees.ru