



Jürgen Gerhardt

Director General de Viessmann
para España y Portugal



“Viessmann siempre ha tenido un enfoque claro en desarrollar productos que ahorran energía y con esto, costes. En los últimos 20 años toda nuestra gama está diseñanda con un enfoque en sostenibilidad y protección del medio ambiente...”

Fundada en 1917, el grupo Viessmann es uno de los líderes mundiales en la fabricación de sistemas de calefacción para el sector residencial, comercial e industrial. Cuenta actualmente con 12.200 empleados, 23 sociedades de producción en 12 países, sociedades distribuidoras y filiales en 74 países y 120 representaciones de ventas por todo el mundo. Jürgen Gerhardt, Director General de Viessmann para España y Portugal, nos desgana el recorrido de la empresa desde sus inicios hasta la actualidad, para convertirse en referente del sector.

¿Cuál es la historia de Viessmann y su trayectoria en España?

El Grupo Viessmann es uno de los fabricantes líderes en soluciones individuales de calefacción. El año pasado Viessmann cumplió 100 años. Este año también es especial para nuestra organización en España ya que cumplimos 25 años.

¿Cuáles son las principales áreas de negocio de Viessmann?

Igual que en nuestra casa matriz en Alemania, ofrecemos soluciones para instalaciones individuales, colectivas e industriales con todas las fuentes de energía. El programa completo de Viessmann ofrece soluciones individuales con sistemas eficientes para todo tipo de combustibles y aplicaciones.

Como empresa pionera en la protección del medioambiente, Viessmann produce desde hace décadas sistemas de calefacción eficientes y con bajos niveles de emisiones para gas y gasóleo, sistemas solares, bombas de calor y generadores de calor que funcionan con combustibles renovables.

¿Cómo han evolucionado los productos y la marca Viessmann en los últimos años?

En los últimos años hemos ampliado mucho nuestra gama, sobre todo para el mercado doméstico, con calderas murales de condensación y bombas de calor.

¿Qué importancia le dan en la compañía al I+D?

Es una de las claves de nuestro éxito como empresa. Solo quiero destacar unos hitos revolucionarios como



la primera caldera de pie de acero en lugar de fundición en los años 50 del siglo pasado, el quemador Matrix hace más de 30 años o mucho más reciente el Thermprotect en energía solar térmica. El año pasado en nuestro centenario inauguramos en Allendorf el nuevo Technikum, un centro de I+D único en nuestro sector. Con un presupuesto de 50 Millones de € ha sido la inversión más importante en 100 años de la historia de Viessmann.

¿Qué diferencia a la marca Viessmann de las otras firmas de su competencia?

Viessmann siempre ha tenido un enfoque claro en desarrollar productos que ahorran energía y con esto, costes. En los últimos 20 años toda nuestra gama está diseñanda con un enfoque en sostenibilidad y protección del medio ambiente.

¿Cuáles son los canales con los que llega al mercado la compañía?

Utilizamos los canales llamados tradicionales, tanto con nuestros partners en la distribución,



“En los últimos años hemos ampliado mucho nuestra gama, sobre todo para el mercado doméstico...”

como las empresas instaladoras. Sin olvidar en prescripción las ingenierías y promotoras.

¿Qué principales estrategias de marketing y de promoción se están siguiendo desde Viessmann para fomentar las ventas? Y, ¿qué hace Viessmann para fidelizar a los clientes?

Tenemos un paquete de medidas individuales para cada canal en que trabajan nuestros Partners. El año pasado creamos plataformas como Viessmann Plus o Viessmann Club que facilitan acciones de fidelización para nuestros clientes. Este año estamos lanzado medidas para aumentar el conocimiento de nuestra marca en el cliente final con la ayuda de los nuevos medios digitales.

¿Qué novedades concretas están lanzando o tiene previsto lanzar Viessmann?, ¿nos sorprenderán próximamente?

Últimamente hemos ampliado nuestra gama de bombas de calor, incluso con nuevos sistemas híbridos, como la nueva Vitocaldens, caldera de condensación y bomba de calor en una unidad muy compacta.

Pero también en el sector colectivo e industrial tenemos novedades como la caldera Vitocrossal con quemador Matrix hasta 1.000 KW que ya está disponible.

¿Cuáles son los planes de crecimiento de la compañía para España en el medio y largo plazo?

A pesar de la buena acogida que han tenido nuestros productos y servicios en los mercados de España y de Portugal, en el último cuarto de siglo, estamos convencidos que nos queda mucho de hacer en los próximos años para reforzar y consolidar nuestra marca en la península. Y en esto estamos trabajando con toda la ilusión.

