



ÅRSRAPPORT WÜRTH NORGE AS 2005




Nok en gang har vi nådd alle målene våre med god margin. Etter et svært godt 2004 spurte mange seg om 2005 kunne bli enda bedre. En omsetningsvekst på 14,4 prosent forteller om enda et år hvor markedsandelen økte uten at det gikk på bekostning av resultatmarginene. **Spesielt** gledelig er det at alle divisjonene viste god vekst. Optimisme og glede preger hele organisasjonen, og investeringsviljen i Würth Norge har aldri vært større. **Arbeidet** med strategien fortsatte med uforminsket kraft i 2005. Satsningsområdene er godt kjent i hele bedriften, og det er verdt å nevne noen områder spesielt. **Bygg** og anlegg står helt sentralt for hele Divisjon håndverk og industri. Vi har tatt en mengde nye produkter til lager, og vi har erobret mange viktige nye kunder. Hele bransjen betrakter nå Würth Norge som en viktig aktør, og varemerket vårt er godt kjent innen bygg og anleggsbransjen. **Butikknett** er en del av denne satsingen. Gjennom butikkene bygger vi lokal tilhørighet og fungerer som et lokalt logistikk-senter for kundene. I 2005 etablerte vi fire nye butikker og planlegger et tilsvarende antall etableringer i 2006. **Bildivisjonen** fortsetter utviklingen av en egen underdivisjon som skal bearbeide verksteder for tyngre kjøretøyer. Vi kaller den nye underdivisjonen Cargo. **I 2005** har vi ansatt 7 nye salgskonsulenter med spesialkompetanse innenfor Cargo. Også satsingen på karosseri fortsetter. Her vil vi konsentrere oss om nye produkter, og i 2005 ble det ansatt en egen produkt trener med ansvar for karosseri. **Til** tross for stadig større enheter i verkstedbransjen, klarte Divisjon verkstedutstyr å beholde posisjonen som markedsleder. **I 2005** ble det investert i nye lokaler for serviceavdelingen, og kalibreringstjenesten for verkstedutstyr ble betydelig utvidet. Serviceavdelingen arbeider nå i moderne lokaler tilpasset de kravene kundene stiller til oss.

Kompetanseheving er en strategisk del av virksomheten i Würth Norge. I 2005 ble det gjennomført 99 hele dager med opplæring og videreutvikling av Würths medarbeidere. Kravet til kompetanse øker i takt med utviklingen i markedet, og i overskuelig fremtid vil kompetanse være en bærebjelke i Würths utvikling og drift. **Galleri** Würth fortsetter sin suksess. Mange spør seg nok hvorfor en spesialist på feste-materiell og verktøy har eget galleri. Vi er overbevist om at galleriet gir oss et særpreg, og at det sier noe om vårt forhold til innovasjon, kreativitet og kvalitet. **Dessuten** gir galleriet oss en møteplass og en god ramme for aktiviteter sammen med medarbeidere, kunder, lokalsamfunnet og pressen. **For** oss er det naturlig å arbeide med kunst og kunstnere. Galleriet er en virkeliggjøring av én av Reinhold Würths visjoner, å skape arbeidsplasser hvor arkitektur og kunst sammen gir trivsel og vekst for medarbeiderne og for dem som besøker virksomheten. Reinhold Würth mener i tillegg at kunstnere er fremragende håndverkere. **Galleriet** er i 2005 blitt et naturlig samlingspunkt for flere av våre kunders ledergrupper. De holder ledermøter i galleriets lokaler, vegg i vegg med kunsten, som gir en ekstra dimensjon i en ellers kommersielt preget hverdag. **Galleri** Würth har i 2005 hatt utstillinger med verker av Günter Grass, Max Ernst og studenter ved Kunstakademiet, samt en utstilling med barnetegninger fra skolene i Nittedal. **Totalt** har bort imot 5000 personer besøkt Galleri Würth i 2005. **Når** dette leses, viser galleriet utstillingen Fra kvadrat til gult, konkret kunst fra Sammlung Würth, og i mai åpner vi en utstilling med verker av den østerrikske kunstneren og arkitekten Friedensreich Hundertwasser. Høsten 2006 viser Galleri Würth en utstilling med bilder av Jakob Weidemann.

Holum skog, februar 2006

Svein Oftedal, adm. direktør



Reinhold Würth overtok etter sin far i 1952 og har siden drevet Adolf Würth GmbH & Co KG frem til et verdensomspennende konsern. Han startet sin karriere med å trille skruer på en kjerre til byggeplasser i et Tyskland i full gjenreising. Den enorme suksessen er basert på et unikt distribusjonssystem som til tross for dagens teknologiske utvikling, fortsatt har stor appell. Den oppsøkende virksomhet hvor det skapes menneskelige relasjoner, er kanskje vel så viktig i dag som for 50 år siden. Würths ca 27.000 selgere er grunnpilaren i systemet og gjennomfører ca 240.000 kundebesøk pr. dag. Kundeporteføljen omfatter i dag over 2,8 millioner kunder innen handel og industri. Det aller viktigste i organisasjonen er menneskene og den kulturen de representerer. Würth skaper lokal tilhørighet og nærhet til kunden og oppnår dermed sin målsetning om et partnerforhold til kundene. I Künzelsau, hvor det hele startet, ligger fortsatt moder-selskapets hovedkontor.

Reinholdt Würths store interesse for kunst preger anlegget både utvendig og innvendig. Würth Museum som ligger i administrasjonsbygget, er Tysklands mest besøkte hvor bl.a. kjente kunstnere som Christo (det var han som pakket inn hele Riksdagsbygningen i Berlin) har fått lov å utfolde seg. I museet henger det til enhver tid en del av Würth's personlige kunstsamling, men 30 - 40 % av plassen er alltid viet andre kunstnere. I september 2003 åpnet Galleri Würth ved hovedkontoret i Norge.





Alle Würth selskapene rundt i verden er medlemmer av Würth-gruppen som har sin tilknytning til moderselskapet Adolf Würth GmbH & Co KG i Künzelsau. Würth er representert med 350 selskaper i 81 land med en omsetning i år 2005 på NOK 56,6 milliarder.

Grunnprinsippene til moderselskapet videreføres i alle selskapene og produktspekteret tilpasses løpende de spesielle bransjekravene i hvert enkelt land. Forsknings- og utviklingsavdelingen i Künzelsau arbeider kontinuerlig med nyutvikling slik at konsernet alltid kan tilby de beste løsninger og kvaliteter. Produktsortimentet består totalt av 100.000 artikler innenfor områdene festemateriell (skruer, skiver, muttere, klips og nagler) monterings-systemer, verktøy (håndverktøy, luft- og elektroverktøy) samt slipemateriell, lagersystemer og kjemiske produkter.

Med dette omfattende og for svært mange bransjer aktuelle varespekter, er distribusjons-systemet delt inn i flere salgsdivisjoner for å kunne gi kundene råd og veiledning med basis i faglig kompetanse. Det kreves utstrakt kompetanse innen bransjer som bil- og karosseriverksteder, bygg- og anlegg, VVS, elektro og tre- og metallbearbeidende industrier.

Det fokuseres sterkt på kompetanse og samarbeid også på administrasjonssiden i Würth-gruppen. Det nyeste er STAR-prosjektet hvor IT-kompetanse fra 4 Würth-selskaper i Europa samarbeider om forbedringer innen SAP. Dette har gitt store fordeler og reduserte IT-kostnader for de involverte selskapene i Østerrike, Finland, Danmark og Norge. Målet var optimalisering av arbeidsprosesser som resulterer i en høyere fleksibilitet overfor endrede markeds- og kundekrav. For Norges vedkommende ble STAR-prosjektet ferdigstilt sommeren 2003.

Det er ingen tilfeldighet at FAGFOLK VELGER WÜRTH.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Omsetningsutvikling i Würth-gruppen (i mrd. NOK)	33,1	42,3	43,3	43,9	44,2	50,2	56,6
Antall ansatte i Würth-gruppen (selgere og totalt)	16616	18459	19239	21962	22000	26000	27000
	31191	36096	37395	39713	41952	46973	50300

STYRETS ÅRSBERETNING 2005 WÜRTH NORGE AS

VIRKSOMHETENS ART

Selskapets hovedvirksomhet er engros handel på området montasjeteknikk. De største kundegruppene finnes i bransjene bil, tradisjonelt håndverk, industri, bygg og anlegg.

Hovedkontoret ligger på Gjelleråsen nord for Oslo. Selskapets salgsfilosofi er basert på regionale selgere over hele landet, samt butikker i de største tettstedene. Würth har butikker følgende steder: Trondheim, Drammen, Lillehammer, Oslo, Gjelleråsen, Sandnes, Bergen, Skien, Tromsø, Ålesund, Fredrikstad, Kristiansand, Tønsberg, Hamar, Gjøvik, Bodø, Ski, Lillestrøm og Aukra. Over 220 selgere og 19 butikker gir selskapet en sterk posisjon i markedet.

FORTSATT DRIFT

I samsvar med regnskapslovens paragraf 3-3 bekrefter styret at forutsetningen for fortsatt drift er lagt til grunn ved avleggelsen av årsregnskapet. Bekreftelsen begrunnes med gode resultatprognoser og selskapets sunne økonomiske og finansielle stilling.

ARBEIDSMILJØ OG MEDARBEIDERE

Ved utgangen av 2005 beskjeftiget selskapet 395 personer. Det er en økning på 36 personer i forhold til året før. Av de 395 medarbeiderne er 75 kvinner. Selskapet praktiserer lik lønn for kvinner og menn der det er sammenlignbart arbeid. Styret anser arbeidsmiljøet som godt.

Bente Olsen er verneombud for lageret og Morten Stenseth for administrasjonen. Bedriften har dessuten et aktivt arbeidsmiljøutvalg.

Sykefraværet for året var på 4,9 prosent. Det ligger under gjennomsnittet for bransjen og tilsvarende 19 årsverk. Det inntraff ingen skader eller ulykker i bedriften i løpet av året.

Selskapet driver ingen virksomhet som er til vesentlig skade for det ytre miljø.

FREMTIDSUTSIKTER

Den økonomiske situasjonen i Norge var i 2005 preget av oppgangskonjunktur med lav inflasjon. Spesielt innenfor bygg- og anleggsbransjen, hvor Würth har mange store kunder, har det vært stor aktivitet.

Innenfor boligbygging var det stor tilgang på nye prosjekter. Også bilbransjen hadde et godt år til tross for nedgang i antall solgte nye biler i forhold til 2004. Det merket vi særlig i avdelingen for verkstedutstyr, som økte omsetningen med 13 prosent.

Omsetningsutviklingen for de to første månedene i 2006 viser at den gode utviklingen fortsetter. Disse to månedene ga en omsetningsvekst i forhold til samme periode i 2005 på ca. ti prosent. Styret ser derfor lyst på fremtiden.

Selskapets kunstgalleri, som ble bygget i tilknytning til administrasjonsbygget i 2003, fortsatte sin suksess også i 2005. Det ble gjennomført tre godt besøkte utstillinger. Galleriet skal vise regelmessige utstillinger med kunstverk fra konsernets rikholdige kunstsamling. I tillegg kommer lokale kulturarrangementer. Galleriets konferansedel blir hyppig brukt til konferanser, kundetreff og andre arrangementer.

Würth Norge har utarbeidet strategien frem til år 2010. Forutsetningen for en virkningsfull strategi er at medarbeiderne tror på det vi skal gjennomføre. Strategien er godt forankret hos medarbeiderne.

DETTE ER NOE AV DET SOM ER AVGJØRENDE FOR AT STRATEGIEN SKAL LYKKE:

1. Utvidelse av produktsortimentet for bl.a. å kunne gjennomføre en målrettet bearbeiding av entreprenører.
2. Etablering av nye butikker hvert år frem til år 2010. Utbyggingen av butikknett er avgjørende for å opparbeide lokal tilhørighet og redusere leveringstiden til kundene.
3. Divisjon Cargo er en ny sub-divisjon som er etablert for å øke spesialiseringen rettet mot verksteder for tunge kjøretøyer som lastebiler og busser. Suksessen i 2005 bekrefter at spesialiseringen skal fortsette.
4. Divisjon Karosseri er også en bevisst satsning for å øke spesialiseringen. Bilene utvikler seg raskt i retning av rullende datamaskiner, men behovet for utbedring av karosseriskader



Svein Offedal
Adm. dir.



Thor Erik Gundersen
Salg H/I



Robert Bielecki
Marketing



Thor W. Melcher
HR/Personal



Terje Kristoffersen
Salg Auto



Håvard Hoel
Økonomi



Svein Erik Moen
IT

- forsvinner ikke i overskuelig fremtid. Da er det viktig å bidra til at slike reparasjoner blir utført så profesjonelt som mulig.
5. Kompetanse. For første gang har Würth Norge etablert kompetanse som en integrert del av strategien. I fremtiden kommer vi til å satse enda mer på videreutvikling av medarbeiderne. Det gjelder både produktkunnskap og fagkunnskap som ledelse og salg.

RESULTAT, INVESTERINGER, FINANSIERING OG LIKVIDITET

Året 2005 ble det beste året i selskapets historie både når det gjelder omsetning og resultat. Omsetningen på knappe 715 millioner kroner tilsvarer en vekst på 14 prosent i forhold til 2004.

Driftsresultatet ble på 88,7 mill. kroner og ligger 19 prosent over tilsvarende resultat i 2004. Etter at finanspostene på 4,4 mill. kroner er medregnet, har selskapet et resultat på 93,1 mill. kroner før beregning av skatter. Det er å anse som et meget godt resultat.

Selskapet har hatt god likviditet i hele 2005. Som en følge av konsernets pengepolitikk, blir selskapets overskuddslikviditet overført til konsernets finansieringsselskap i Sveits. Denne overskuddslikviditeten blir forrentet ut fra rentenivået på norske kroner.

Det er inngått leasingkontrakter for en del biler og for noe inventar og løsøre.

Det fremlagte regnskap med tilhørende noter gir etter styrets mening klar informasjon om driften og den økonomiske stilling ved årsskiftet. Det er heller ikke inntrådt forhold etter regnskapsårets utgang som er av betydning ved bedømmelse av selskapet.

KONSERNET HAR TRE FORHOLDSVIS NYE SELSKAPER I NORGE:

Würth Inox opprettet i 2002, er 100 prosent eid av Würth International AG i Sveits og selger rustfrie produkter.

Würth Modyf opprettet i 2002, er 100 prosent eid av Würth Norge AS og selger vernesko og arbeidsklær.

Tunap Norge AS opprettet i 2004, er 66,7 prosent eid av Würth Norge AS og selger kjemiske tilsetningsstoffer til bilindustrien.

Alle de tre selskapene forbedret sine posisjoner i markedet noe, men styret er ikke fornøyd med utviklingen. Würth Inox oppnådde en omsetning på knappe fem mill. kroner og et resultat på 462.000 kroner. Würth Modyf hadde en omsetning på ca. fire mill. kroner og et underskudd på ca. 767.000 kroner. Tunap Norge fikk en omsetning på 3,6 mill. kroner og et underskudd på ca. 3,5 mill.

FINANSIELL RISIKO

Ca. 80 prosent av selskapets vareinnkjøp gjøres i fremmed valuta. Av dette skjer ca. 60 prosent i EUR. Et tett samarbeid med konsernets finansieringsselskap i Sveits har gjort at risikoen for valutatap har vært

liten. Selskapet har verken vesentlig gjeld eller fordringer i fremmed valuta.

De rentebærende fordringene overfor konsernets finansieringsselskap i Sveits påvirkes av det generelle rentenivået.

ÅRSRESULTAT OG DISPONERING AV OVERSKUDD

Regnskapet for 2005 ble avsluttet med et overskudd på 66.536.572 kroner, som av styret er forslått disponert slik:

Utbytte: 25.600.000 kroner
Annen egenkapital: 40.936.572 kroner

Selskapets frie egenkapital utgjør etter dette 358.333.498 kroner.

Gjelleråsen, den 10. mars 2006

Svein Oftedal
adm. direktør

Christian B. Herlofson

Reinhold Würth

Bettina Würth

Michael Coffey



Rune Embre
Kvalitetssikring



Henning Kolstad
Produkt



Lise Krogseth
Innkjøp



Anita Aarhaug
Ordrekontor



Helge Høgsveen
Salg Verkstedutstyr



Rune Clasen
Butikk



Roger Haug
Lager

RESULTATREGNSKAP PR. 31. DESEMBER 2005 (i hele 1000)



Driftsinntekter	2005	2004
Driftsinntekter	714 811	625 579
Andre inntekter	2 848	1 910
Sum driftsinntekter	717 659	627 489

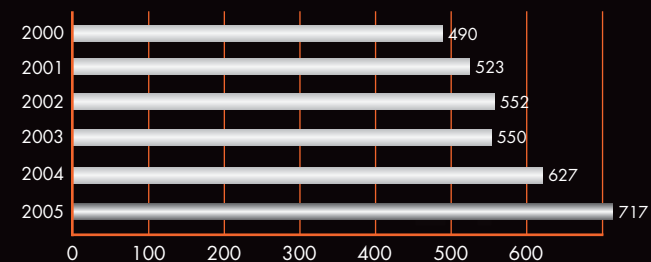
Driftskostnader	2005	2004
Varekostnader	275 859	244 658
Personalkostnader	198 644	163 280
Andre driftskostnader	131 321	120 979
Ordinære avskrivninger	23 068	24 115
Sum driftskostnader	628 892	553 032
Driftsresultat	88 766	74 475

Finansinntekter og -utgifter	2005	2004
Inntekt fra invest. i konsern	-1 636	-1 685
Finansinntekter konsern	-3 033	-2 618
Andre finansinntekter	-1 183	-353
Rentekostnad konsern	8	59
Andre rente-/bankomkostninger	1 436	1 791
Resultat finansposter	-4 408	-2 806

Resultat før skattekostnad	93 175	77 263
Skattekostnad	26 638	22 184
Årets resultat	66 536	55 078

Disponering av årets resultat	2005	2004
Konsernbidrag	-	-
Utbytte	25 600	23 072
Disposisjonsfond	40 936	32 006

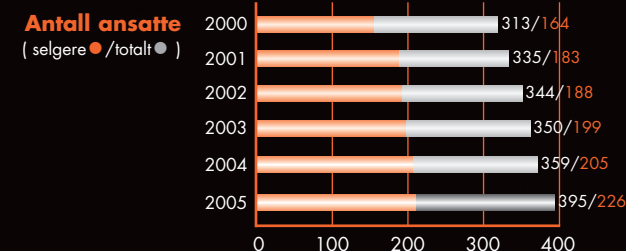
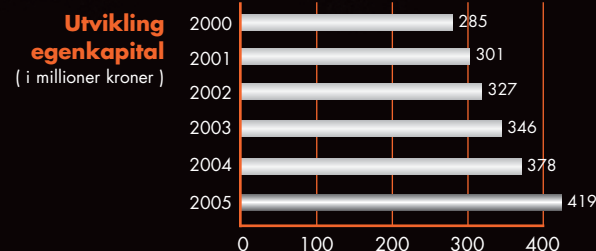
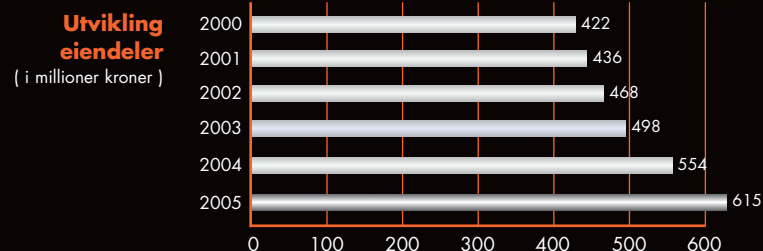
Omsetningsutvikling (i millioner kroner)



BALANSE PR. 31. DESEMBER 2005

Eiendeler	2005	2004
Anleggsmidler		
Imaterielle eiendeler		
Utsatt skattefordel	15 152	12 947
Sum imaterielle eiendeler	15 152	12 947
Varige driftsmidler		
Tomter og bygg	143 063	149 861
Maskiner	3 768	2 044
Inventar og biler	17 650	16 985
Akt. Pl. Leasingkontrakter	5 320	6 799
Sum varige driftsmidler	169 802	175 689
Finansmidler		
Investering i konsern	15 624	15 624
Aksjer i datterselskaper	2 048	2 048
Sum finansielle anleggsmidler	17 672	17 672
Sum Anleggsmidler	202 628	206 310
Omløpsmidler		
Lagerbeholdning	56 490	55 009
Fordringer		
Kunder	60 602	52 639
Fordringer konsern	253 386	204 084
Andre fordringer	2 622	1 524
Sum fordringer	316 610	258 248
Kasse, bank, Postgiro	39 298	34 473
Sum omløpsmidler	412 399	347 730
Sum aktiva	615 028	554 041

Egenkapital og gjeld	2005	2004
Egenkapital		
Aksjekapital	5 000	5 000
Annen egenkapital	414 836	373 899
Sum egenkapital	419 836	378 899
Gjeld		
Avsetninger		
Pensjonsforpliktelser	11 357	12 917
Andre avsetninger	11 384	9 161
Sum avsetninger	22 741	22 078
Gjeld		
Annen langsiktig gjeld		
Gjeld leasingkontrakter	5 320	6 705
Kortsiktig gjeld		
Leverandørgjeld	34 515	28 186
Gjeld konsern	18 166	18 579
Betalbar skatt	28 229	18 781
Skyldig offentlige avgifter	20 530	17 329
Skyldig konsernbidrag	691	495
Utbytte	25 600	23 072
Annen kortsiktig gjeld	39 395	39 913
Sum kortsiktig gjeld	167 129	146 357
Sum gjeld	195 191	175 141
Sum egenkapital og gjeld	615 028	554 041



KUNDENÆRHET



NÆRHET TIL KUNDEN

Uavhengig av divisjoner, så er vår filosofi at våre kunder og partnere til enhver tid skal ha riktig vare i riktig mengde til riktig tid på plass i sin produksjon. Det er først når våre kunder og partnere opplever at deres kostnader synker ved valg av oss som leverandører, at også vi lykkes. I tillegg til topp produktkvalitet er tilgjengelighet og leveringsdyktighet derfor to av våre viktigste fokusområder. Med mer enn 220 salgskonsulenter og 19 butikker rundt om i Norges land er det nettopp tilgjengeligheten som er så viktig. Det er først når våre kunders mekanikere eller håndverkere må stoppe sitt daglige virke for å få tak i "ubetydelige" forbruksartikler at kostnadene øker. Dette vil vi hjelpe til med. Derfor sørger vi for orden og system i kundenes lagerhold, og mer enn 9000 ORSY lagerreoler er allerede montert. Kunden låner reolene og våre salgskonsulenter sørger for at reolen inneholder det kunden har behov for til enhver tid.

Würth Norge AS er tilknyttet et spennende konsern hvor utviklingen av nye produkter er en kontinuerlig prosess. Våre kunder er sikret det siste innen nyskapning og kan dra nytte av dette forspranget ved planlegging av produksjon. Det er ingen tvil om at norske produksjonsbedrifter utviklingsmessig ligger langt fremme sammenlignet med bedrifter ute i verden.

Vi måler leveringsdyktighet i servicegrad. Denne målefaktoren er uttrykt i hvor mange bestilte ordrelinjer som fulleverses og målet er å holde 98 prosent.





DIVISJON HÅNDVERK/INDUSTRI

Divisjon håndverk/industri ble etablert for 27 år siden. Divisjonen har vokst til i dag å være firmaets største. Salgskorpset er i dag på 140 personer og gjennomfører mer enn 1000 kundebesøk hver eneste dag gjennom hele året.

Ved starten i 1979 ble salget basert på produkter som lå i lager for Divisjon auto. Dette ble raskt endret. Allerede i 1980 startet divisjonen arbeidet med å bygge opp et eget varelager tilpasset våre kunders behov. Våre kunder, eller samarbeidspartnere som vi gjerne kaller våre kunder, har bidratt sterkt til at vi i dag fremstår som en meget dyktig leverandør til alle de bransjer som vi betjener. Vi har gjennom 27 år skreddersydd vårt varespekter etter våre kunders behov. Vi er en partner med servicegrad på 98 prosent som leverer de rette produktene til rett tid.

Omsetningen i Divisjon håndverk/industri består av det vi kaller C-artikler, artikler som isolert sett har liten verdi, men som har stor betydning når behovet melder seg hos kunden. Disse C-artiklene kan være "tua som velter stort lass".

Tilgjengelighet og leveringsdyktighet er derfor to viktige krav til Würth som leverandør. Würth sørger for orden og system i kundens lagerhold og mer enn 9000 ORSY lagerreoler er allerede montert. Kunden låner reolene og våre salgskonsulenter sørger for at reolen inneholder det kunden har behov for til enhver tid.

Tilgjengelighet og leveringsdyktighet sett sammen med vårt enorme produktspekter, vil gjøre at vi kan følge med i den rivende utviklingen som skjer i markedet, og møte kundenes fremtidige behov.

PRODUKTGRUPPENS % - VISE ANDEL AV OMSETNINGEN

0,5% Kantineprodukter	1,5% Cargo/Firstec	3,3% Lagersystem	6,0% Verneutstyr	6,2% Maskiner	
6,4% Verkstedutstyr	8,7% Elektro	11,4% Avsponing	12,8% Verktøy	18,3% Kjemi	23,8% Festemateriell



DIVISJON AUTO

Divisjon Auto er som tidligere beskrevet, Würth Norges første etablering i Norge. Salgskorpset teller for tiden 88 selgere og 10 serviceteknikere.

Divisjonen har gjennom hele sin eksistens hatt en ekspansiv utvikling og står igjen foran nye og spennende satsningsområder.

Konsernet startet for noen år siden en egen Cargo-divisjon. Denne satsningen har vært svært vellykket og etableres nå i flere land, deriblant Norge. Vi har nå på plass 8 salgsrepresentanter som spesialiserer seg på Cargo (lastebilverksteder) både med kunnskap og tilpassede produkter.

Karosseri er også en prioritert bransje for konsernet. Würth Norge sin Auto-divisjon vil være med på denne satsningen og kommer til å legge ned mye tid og ressurser innenfor dette fagområdet i tiden som kommer.

Satsningsområdene som nevnt ovenfor, utviklingen innen diagnose og feilsøking (WoW) samt vårt store produktsortiment, vil gjøre at vi også i fremtiden vil være i stand til å møte kundenes ønsker og behov.







LAGER

Lagerløsningen i Gjelleråsen Næringspark er utviklet av Würth-selskapene i Østerrike, Danmark og Norge. Samarbeidet over landegrensene har gitt et system som er prosjektert for fremtiden.

Hovedidéen bak hele lageret er at bestilte varer skal leveres kunden så raskt og med så høy servicegrad som overhodet mulig. Vi har nådd målsetningene. Servicegraden er på 98 prosent og pakkene er på vei ut av lageret senest 24 timer etter ordremottak. Dagens produksjonsnivå er på ca 2.200 forsendelseskartonger pr. dag, men med full utnyttelse kan produksjonskapasiteten økes til 3.400 forsendelser.

AUTOMATISK ER STIKKORDET

På vårt 9.000 kvadratmeter store lager, holder et dynamisk-kaotisk automatisert lagersystem orden på ca 13.000 varenummer, 33.000 plukkbeholdere og 7.000 palleplasser. Transportbåndet er på 1,4 kilometer. Begrepet dynamisk-kaotisk betyr at et datasystem styrer innlagring / utlagring etter det mest optimale mønster. Varene blir plassert slik at de mest solgte produktene får den gunstigste plassen i forhold til ekspedienten. (ABC-klassifisering).

Ut fra en ordreseddel finner datasystemet riktig forsendelseseske, esken transporteres rundt i pakkeområdet hvor den fylles med bestilte varer og veies underveis som en kontrollfunksjon.

Alle varene på lageret er lagt inn med vekt og volum, og feil plukking vil derfor bli oppdaget før varen sendes. Forsendelsene blir til slutt sortert for riktig transport-gruppe. Datasystemet vet hele tiden hvor ordren befinner seg. Alt er automatisk og basert på "pick and pack and check" systemet. Det eneste som skjer manuelt er lossing av containere og selve plukkingen av varen.

TEKNISKE DATA:

- **7.000** Palleplasser
- **13.000** Varenummer
- **33.000** Plukkbeholdere
- Servicegrad **98%**
- Varene er ute av lageret innen **24 timer**
- **2.200** Forsendelseskartonger pr. dag





Ved utgangen av 2005 hadde Würth Norge AS 395 fast ansatte, en økning på 36 fra året før. 225 medarbeidere jobber direkte med salg, og 45 betjener butikkene. De øvrige utgjør operative støtte- og administrative stabsfunksjoner. Ved utgangen av 2005 er det totalt 75 kvinner ansatt i bedriften. Bedriften vektlegger å øke andelen kvinner innen salg, i butikkene og på ledernivå.

Det er i løpet av året gjennomført en arbeidsmiljøundersøkelse på hovedkontoret i samarbeid med bedriftshelsetjenesten. Denne viser en fortsatt positiv utvikling med hensyn til både det fysiske og psykiske arbeidsmiljøet. Dette understrekes også ved at bedriften har svært gunstige tall med hensyn til medarbeider turnover.

Würth Norge AS har vært IA-bedrift siden april 2004. Sykefraværet i 2005 var under fem prosent, og har ligget stabilt på dette nivået de siste årene. Korttidsfraværet har blitt redusert, mens langtidsfraværet har øket noe. Gjennomsnittlig antall egenmeldingsdager per egenmelding ligger stabilt under to. Bedriften har god oversikt over årsakssammenhengene, og jobber målrettet med tiltak for å forebygge disse.

Würth Norge AS har også i 2005 arbeidet med å forbedre våre rekrutteringsrutiner. Det er blant annet lagt vekt på en bred og enhetlig profilering i annonsering etter nye medarbeidere, og vi registrerer en positiv holdning til bedriften i arbeidsmarkedet.

Arbeidet med kompetanseutvikling er videreført og utvidet fra 2004. I 2005 har blant annet alle butikkansatte gjennomgått et program for salg og kundebehandling. Det legges stor vekt på praktisk trening ved bruk av interne instruktører. Det er også gjennomført ledertreningsaktiviteter både internt og eksternt i løpet av året.

Det har ikke vært behov for å gjennomføre vesentlige organisatoriske endringer i 2005.

KVALITETSSIKRING OG MILJØ

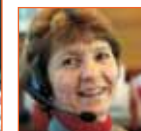
Würth Norge AS er sertifisert etter N-EN ISO 9001:2000 (sertifisert første gang i 1995). Würth Norge AS er sertifisert av Teknologisk institutt Sertifisering AS, som foretar en revisjon av bedriftens system hvert halvår. Hovedmålet er å leve opp til kundenes forventninger både når det gjelder service og kvalitet.

FOR KUNDENE BETYR DETTE:

- Riktig vare
- Til rett tid
- Rett kvalitet
- Kundeservice ved kjøp
- Oppfølging og service etter kjøp

Det er viktig for bedriften å ha fokus rettet mot kunden. Det er kunden som er oppdragsgiver, og det er kundens krav og forventninger som skal tilfredsstilles. Sertifiseringen skal ikke være noen "sovepute", men en spore til videre utvikling. Kvalitetssystemet er en kontinuerlig forbedringsprosess som krever innsats fra alle i bedriften.

Alle produsenter/importører av elektriske og elektroniske produkter er fra 1.juli 1999 forpliktet til å ha et godkjent system for innsamling, transport, behandling og rapportering for de varene man sender ut på det norske marked. Dette er iht. forskrift om kasserte elektriske og elektroniske produkter (EE-forskriften). Würth Norge AS har meldt seg inn i elektrobransjens eget returselskap for næringsselektro – RENAS AS, og oppfyller dermed myndighetenes krav iht. EE-forskriften. Bedriften er godkjent som leverandør til oljeindustrien gjennom en kvalifiseringsordning som heter Achilles, til energiforsyningen i Norge gjennom Sellicha og til skandinaviske transportselskaper gjennom Trans Q og til bygg og anleggsnæringen gjennom Start BANK. Würth Norge er også medlem i Materialretur AS (innsamling og gjenvinning av emballasje).





MERKEVAREBYGGING OG SPONSORFILOSOFI

Selskapets resultater og veivalg høster stadig oppmerksomhet både nasjonalt og internasjonalt. Dette stiller stadig større krav til våre aktiviteter og hvordan vi opptrer i markedet. Vi er opptatt av å opprettholde et godt omdømme og ikke minst etablere en tydelig posisjon i våre kunders og samarbeidspartneres bevissthet. I Würth Norge mener vi at kvalitet, service, leveringsdyktighet og profesjonalitet i alle ledd i organisasjonen fører seg inn i rekken av selvfølgeligheter. Vår filosofi strekker seg langt utover dette!

Vi ønsker ikke kun å være en leverandør, men også en samarbeidspartner. En partner som forstår kundenes behov og evner å dekke disse med relevante produkter og tjenester. Produktsortimentet vårt suppleres i henhold til satsningsområdene våre. Nettopp med tanke på å dekke kundebehovene.

I 2005 har vi gjennomført et stort antall kurs med tanke på HMS opplæring, brannretning, fallsikring, samt trygg og sikker bruk av elektroverktøy. Dette for å imøtekomme myndighetenes krav til utøvende håndverkere og ikke minst med tanke på sikkerhet på arbeidsplassen. Vår motivasjon for nettopp dette er å skape arbeidsglede og å ha kontinuerlig fokus på våre kunders sikkerhet.

Kundemagasinet PåAv har vært en viktig del av vår kommunikasjonsprosess i markedet. Redaksjonelt gir magasinet en god blanding av stoff basert på artikler med variert innhold. Det blir produsert med tanke på interessante temaer både På og Av jobb. Målet er at magasinet skal gjøre leserens hverdag mer effektiv og sikrere. Vi skal gi praktisk informasjon og arbeidsglede. Kanskje til og med noen drømmer!

I tillegg til dette har vi en bevisst holdning til vårt samfunnsansvar både lokalt og nasjonalt. Vi greier ikke å imøtekomme et stadig økende antall sponsorforespørsler. En naturlig konsekvens av å være synlig i markedet. Derfor forsøker vi å velge nøytrale samarbeidspartnere som for eksempel Rudskogen Motorsenter og Ungt Entreprenørskap Akershus. Felles for disse er at de kommer mange til gode og at de i stor grad er samfunnsnyttige. I 2005 inngikk vi en avtale med NITHAK. Denne også med tanke på å støtte flest mulig i lokalmiljøet.

Galleri Würth er en satsning som har blitt en stor suksess både lokalt og nasjonalt. Vi har gjennomført flere utstillinger til glede for både store og små. En utradisjonell satsning! For hvilken sammenheng har kunst med håndverkere? For oss er den helt åpenbar: Bak ethvert kunstverk står det en profesjonell håndverker.

Akkurat som våre kunder.





HOVEDKONTOR

Morteveien 12, 1481 Hagan
 Tlf: 46 40 15 00
 Fax: 46 40 15 01
 Ordrekontor:
 Tlf: 46 40 16 00
 Fax: 46 40 16 01

BUTIKKENE

ØKERN
 Lørenveien 68,
 0580 Oslo
 Tlf: 46 40 15 00
 Fax: 22 72 98 52

GJELLERÅSEN
 Morteveien 12,
 1481 Hagan
 Tlf: 46 40 15 00
 Fax: 46 40 15 01

SKI
 Kjeppestadveien 4,
 1400 Ski
 Tlf: 46 40 14 17
 Fax: 64 87 41 10

ØSTFOLD
 Dikeveien 34,
 1661 Rolvsøy
 Tlf: 46 40 14 10
 Fax: 69 34 39 81

LILLESTRØM
 Depatgata 10,
 2000 Lillestrøm
 Tlf: 46 40 14 18
 Fax: 63 89 51 50

HAMAR
 Midtstranda,
 2306 Hamar
 Tlf: 46 40 14 15
 Fax: 62 52 15 19

LILLEHAMMER
 Hovemoyn. 39,
 2624 Lillehammer
 Tlf: 46 40 14 03
 Fax: 61 25 27 57

GJØVIK
 Ringveien 11,
 2815 Gjøvik
 Tlf: 46 40 14 12
 Fax: 61 10 85 30

DRAMMEN
 Bjørnstjerne
 Bjørnsonsgt. 86,
 3044 Drammen
 Tlf: 46 40 14 02
 Fax: 32 81 39 78

TØNSBERG
 Halfdan
 Wilhelmsens allé 48,
 3117 Tønsberg
 Tlf: 46 40 14 14
 Fax: 33 36 29 14

BUTIKK

For å bygge opp lokal tilhørighet ute i distriktene har Würth Norge AS adoptert moderselskapets butikk-konsept, og fra 1988 og frem til i dag er det allerede etablert 19 butikker. Som tidligere nevnt i denne årsrapporten er vårt selgerkorps grunnpilaren i distribusjonssystemet, og butikkene er ment som et supplement for lokale håndverkere med straksbehov.

Grunnet vårt utmerkede datasystem innen direkte markedsføring, har vi kunnet gjennomføre detaljerte distrikts-analyser for å følge omsetningsutviklingen i de distrikter hvor butikkene er etablert og dermed fått bekreftet at butikkene virker positivt inn på den totale omsetningen i distriktene. Würth Norge AS har satt opp klare retnings-linjer for hvordan man må samarbeide i et distrikt for å imøtekomme kundenes krav på best mulig måte. Würth-butikkene skal være det naturlige valg for profesjonelt innkjøp av verktøy, festemateriell, kjemi og elektronikk.

GRENLAND

Telemarksvegen
30, 3734 Skien
Tlf: 46 40 14 08
Fax: 35 53 40 62

KRISTIANSAND

Kongsgård allé 53,
4632 Kristiansand
Tlf: 46 40 14 13
Fax: 38 09 89 94

SANDNES

Jacob Askelandsv.
2, 4301 Sandnes
Tlf: 46 40 14 06
Fax: 51 63 07 26

BERGEN

Kanalveien 88 ,
5068 Bergen
Tlf: 46 40 14 07
Fax: 55 29 20 75

ÅLESUND

Fremmerholen,
6011 Ålesund
Tlf: 46 40 14 11
Fax: 70 14 33 28

AUKRA

Nyland
Industriområde,
6480 Aukra
Tlf: 46 40 14 19
Fax: 71 17 30 70

TRONDHEIM

Baard Iversens
veg 2, 7037
Trondheim
Tlf: 46 40 14 01
Fax: 73 96 54 74

BODØ

Tjeldberget 4,
8012 Bodø
Tlf: 46 40 14 16
Fax: 75 51 43 30

TROMSØ

Terminalgt. 68,
9019 Tromsø
Tlf: 46 40 14 09
Fax: 77 68 59 46



WÜRTH NORGE AS

Gjelleråsen Næringspark • Morteveien 12, 1481 Hagan • www.wuerth.no • Telefon: 46 40 15 00 • Telefax: 46 40 15 01