



INVESTEREN MOET

De laatste jaren was de markt voor Heesen Yachts letterlijk 'booming'. Een uitermate geschikte tijd voor het doen van grote investeringen. Heesen koos voor een perfectionering van de procesbeheersing, voor uitbreiding van de productiecapaciteit en dientengevolge voor een aanzienlijke groei van het aantal medewerkers. Managing director Hans Boerakker kijkt met genoegen terug op de afgelopen jaren hoe een en ander tot stand is gekomen en functioneert.

De crisis heeft in onze branche een wat vertragend effect door de lange productietijd van onze schepen. Maar als ik over de crisis heen kijk, zie ik vooral kansen waardoor zelfs in deze tijd investeringen gerechtvaardigd zijn."

Ook in 2005 werd een belangrijke stap gezet. Toen werd de openbare loswal aangekocht van de gemeente Oss en werden vier nieuwe hallen gebouwd. Na het uitdiepen van de Osse haven en het realiseren van een Basculebrug bij Macharen, waarin Heesen mede-investeerde, was de weg vrij voor de afbouw van grotere jachten op de eigen locatie. Boerakker: "De investeringen van de afgelopen jaren hebben ons beslist geen windeieren gelegd; onze orderportefeuille is tot eind 2010 goed gevuld. Toch ontkomen ook wij niet helemaal aan de economische crisis. Zeker niet nu zelfs de groten der aarde de hand wat meer op de knip houden. De crisis heeft in onze branche een wat vertragend effect door de lange productietijd van onze schepen. Maar als ik over de crisis heen kijk, zie ik vooral kansen waardoor zelfs in deze tijd investeringen gerechtvaardigd zijn. Zo zijn we volop bezig met de ontwikkeling van nieuwe producten

voor mogelijk nieuwe marktsegmenten. Heesen maakt twee soorten jachten: de romp is van staal of van aluminium. Dit laatste is een nichemarkt waarop we ons nu richten met de ontwikkeling van nieuwe, grotere types." "Ik ben ervan overtuigd dat er met ons huidige programma in combinatie met de nieuwe types die we in voorbereiding hebben, voldoende potentie is om de crisis met opgeheven hoofd te doorstaan. De kracht zit echter niet alleen in het product, maar beslist ook in de solide organisatie. Het in eigen huis ontwikkelde Heesen Integraal Management Systeem (HIS) is voor ons een belangrijk controle- en sturingsinstrument naast CATIA, een geavanceerd CAD-tekensysteem. Van elk jacht is op elk moment de productiestatus en financiële status tot in detail bekend. Met een goed managementinformatiesysteem heb je het proces in handen", besluit Boerakker.



Statement is een uitgave van de Osse Industriële Kring Nummer 2 - 2009

Inhoud

Denk in netwerken
Peter Swinkels

Izers in het vuur
Rob van den Ende

Scenarioplanning
Joep Kemkens

Kommer en Kwel
Jos Vaessen

Recesseren
Tiny van den Akker

Investeren moet
Hans Boerakker

Duurzaam
Richard Kampert

STATEMENT

DENK IN NETWERKEN!

"We beleven hectische tijden en de grote vraag is waar deze economische crisis toe zal leiden. De wereld is veranderd en dat is merkbaar in de regio en binnen uw bedrijf. Tijd voor bezinning: waar wilt u naar toe met uw bedrijf? Waar wilt u in 2015 staan?" We spreken met BZW-voorzitter Peter Swinkels over de actuele economische situatie en hoe ondernemers daar naar zijn idee mee zouden kunnen omgaan.

Swinkels ziet de wereld – zeker nu – als één groot netwerk waar ondernemers middenin zitten, of ze dat nu willen of niet. "Wat er ook in de wereld, in Nederland of in de regio Oss gebeurt: alles is van invloed op uw bedrijf. Als de beurs in New York onderuit gaat, zakken we ook in Amsterdam en Tokyo. Als de wereldwijde huizenmarkt instort, hebben we ook in Brabant niks meer te bouwen. En als de Mexicaanse griep uitbreekt moet u ook hier

scenario's maken om uw personeelsuitval op te vangen. Daar komt bij dat het creëren van waarde steeds minder tastbaar en steeds vluchtiger is geworden doordat technologische vernieuwingen komen en gaan met de snelheid van het geluid."

Tijdens zijn presentatie op de bijeenkomst voor ondernemers op 4 november is Swinkels gedetailleerd ingegaan op welke wijze ondernemers daar mee om kunnen gaan. Zijn eerste belangrijkste boodschap was: "Zit niet stil en zorg dat je alle ontwikkelingen nauwgezet volgt!" Op de tweede plaats vraagt deze tijd om een kritische blik op de eigen organisatie. "Zie je eigen onderneming niet als een hiërarchische organisatie, maar probeer het aan te sturen als een netwerk. Laat mensen interdisciplinair werken en maak veel meer gebruik van de verborgen talenten.

"We moeten in Nederland talent de ruimte geven om zich te kunnen blijven ontwikkelen, anders worden we door het buitenland ingehaald."

De tijd van hiërarchische top-down organisaties, eilandvorming en starre regels is voorbij. We begeven ons in continu veranderende wereld van netwerken. Speel daar op in, maak het verschil en zorg dat je klaar bent voor de toekomst."



DUURZAAM

Na een uitgebreid gesprek over investeringen in nieuwe technologieën, automatisering, uitbreiding werkgebieden, en natuurlijk duurzaamheid moet je even mee de werkvloer op. Daar laat Richard Kampert, directeur van Kampert Drukkerij graag zien hoe alle investeringen Kampert tot een toonaangevend bedrijf in de grafische industrie hebben gemaakt.

Richard Kampert zit al 20 jaar in het bedrijf waarvan zo'n 5 jaar als directeur. Afgelopen mei nam hij het stokje volledig over van zijn vader. Kampert jr. heeft veel ambities; daar doet de economische crisis geen afbreuk aan. "Ik wil juist nu versneld mijn plannen uitvoeren om tegen het einde van de crisis

klaar te zijn. De opgebouwde financiële buffers helpen me een handje." Kampert, van oudsher bekend als rotatiedrukker, heeft ook op het gebied van veldendruk veel capaciteit staan. Recentelijk is nog zo'n 5 miljoen geïnvesteerd waardoor de capaciteit met 20% toenam. Zo'n 2,5 jaar geleden is Nauta en Haagen overgenomen waardoor Kampert nieuwe functionaliteiten aan het programma kon toevoegen.

Duurzaamheid in de grafische wereld wordt nu vooral geassocieerd met FSC-papier: papier dat aan strenge voorwaarden voldoet en tot de bron herleidbaar is. Kampert heeft zelfs een FSC-deskundige in dienst.

"De grafische industrie heeft het imago een vervuiler te zijn, maar op alle fronten zijn inmiddels milieuvriendelijke oplossingen voorhanden."

Maar duurzaamheid is meer, vindt Kampert: "Wij zuiveren alle rookgassen. De daarbij vrijkomende warmte wordt gebruikt voor de verwarming van onze kantoren. We werken met alcoholvervangers, goede alternatieven voor wasmiddelen en chemicaliën en inktten op basis van plantaardige olie. Door combinaties van ritten te maken en te werken met bulk beperken we transporten. Duurzaam ondernemen is voor mij vanzelfsprekend."



OSSE INDUSTRIËLE KRING

Colofon

Concept, redactie en realisatie Sprangers Communicatie
Ontwerp en opmaak Circa Twee
Drukkerij Kampert Drukkerij BV

Statement is een uitgave van de Osse Industriële Kring en verschijnt 2 keer per jaar. De OIK is aangesloten bij de Brabants Zeeuwse Werkgeversvereniging
Postbus 90154, 5000 LG Tilburg
T 013-5944569, E oik@bzw.nl

www.osseindustrielekring.nl

IJZERS IN HET VUUR

Rob van den Ende, directeur van The Notepad Factory in Oss zal het niet ontkennen: ook zijn bedrijf krijgt tikken door de economische crisis. Toch is Van den Ende verre van pessimistisch. Want op het moment dat enkele grote opdrachtgevers besloten om de reguliere orders in de wacht te zetten, had hij nog voldoende troeven in handen voor het aanboren van nieuwe markten en het introduceren van nieuwe producten.

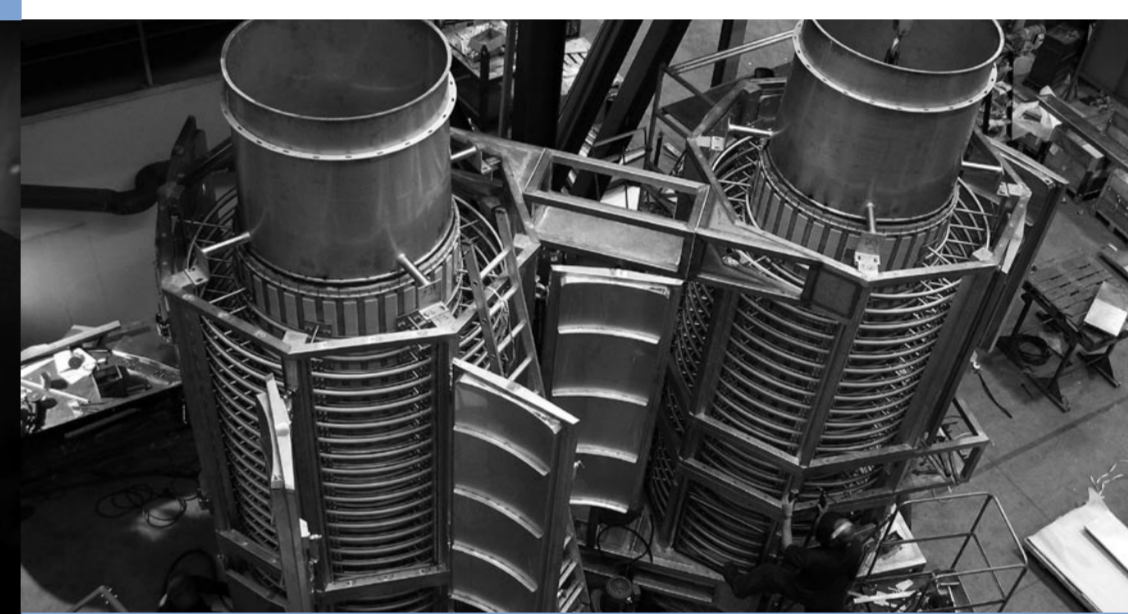
Praten met Van den Ende is praten over bijzondere innovaties. En over samenwerkingsmodellen die ontstijgen aan de platte concurrentie. Sinds jaar en dag is Van den Ende president van de International Club of Notes, een groep van 40 bedrijven die vergaand samenwerken op het gebied van

sales, innovatie, marketingcommunicatie en techniek. Deze wereldwijde krachtenbundeling is een geduchte concurrent voor marktleider 3M.

Hét antwoord van Van den Ende op crisistijden is dan ook: "Zorg in goede tijden voor voldoende vet op de huid, kies voor samenwerking én zorg te allen tijde voor voldoende ijzers in het vuur. Durf je grenzen te verleggen door echt op zoek te gaan naar nieuwe markten, nieuwe producten en nieuwe toepassingen. Denk out of the box." Soms ligt de oplossing gewoon voor je voeten, weet Van de Ende uit eigen ervaring en soms moet je het letterlijk ver zoeken. Zo ontwikkelde Van den Ende voor de horeca en restauratieve wereld zelfklevende placemats. Een unicum!

"Bedrijven moeten zich nú opmaken voor de volgende ronde. Als we straks uit de tunnel komen, moeten we klaar zijn qua ontwikkeling, techniek, marketing en sales."

Waar zowat de hele wereld bezig is met het digitaliseren van communicatie bedenken Van den Ende en consorten opmerkelijke staaltjes van communicatie door middel van zelfklevende memo's zoals de 'Onsert', een zelfklevende advertentie op een krant. Maar ook opmerkelijke schrijfblokken. Op FSC-papier voor wie kiest voor duurzaamheid.



SCENARIOPLANNING

Joep Kemkens is sinds 2003 directeur van Kemkens. Zijn ambitie is glashelder: marktaandeel vergroten in het bestaande werkgebied, met een versnelde groei in West-Brabant en Zuid Gelderland en op termijn wellicht richting Randstad. Kwalitatieve groei; autonoom of door overnames van bedrijven. Kemkens: "Dit laatste komt nu nadrukkelijker in beeld, omdat er meer bedrijven voor overname worden aangeboden." De gehanteerde groeistrategie ligt niet direct voor de hand. Kemkens: "In tegenstelling tot de concurrenten richten wij alle pijlen op service en onderhoud om van daaruit mee te dingen naar het installatiewerk. Een omgekeerde strategie dus als traditionele bedrijven uit de sector die zich eerst concentreren op installatiewerk en later pas geconfronteerd worden met service en onderhoud."

Het werkgebied telt inmiddels ruim 160.000 onderhoudsadressen. Verdichting binnen het bestaande werkgebied brengt bedrijfsmatig weinig extra kosten met zich mee; de servicetechnici zitten toch al in het gebied. Efficiëntie en kostenbeheersing maakt dat Kemkens prijstechnisch aantrekkelijke onderhoudscontracten kan sluiten. Dát is vandaag de dag een must. Zeker nu door de inzakkende huizenmarkt en stagnerende vastgoedmarkt installateurs vanuit de nieuwbouw en utiliteitsbouw hun werkveld verplaatsen naar het terrein waar Kemkens zit: bestaande bouw en renovatie. Kemkens: "De concurrentie vanuit die hoek wordt steeds groter, al verwacht ik dat dit tijdelijk is. Gezien de onvoorspelbare economische en politieke vooruitzichten moet je aan scenarioplanning doen en voor elk scenario je actieplan klaar hebben. Wij zijn er klaar voor."

Een voorbeeld van een lange relatie is de samenwerking tussen Kemkens en Essent; inmiddels op basis van 49% participatie. "Deze samenwerking heeft niets met de crisis te maken. Wel met de behoefte van Essent om bij het openbreken van de energiemarkt, in 2004, klanten toegevoegde waarde te bieden door onderhouds- en servicecontracten aan haar aanbod toe te voegen."

"Ondernemers moeten nog scherper zijn dan voorheen, alert blijven en nog dichter op hun klanten en bedrijfsprocessen zitten."

RECESSEREN

De recessie tot werkwoord maken. Dat doet Tiny van den Akker, directeur bij Verhoeven Oss, specialisten in het automatiseren van transportsystemen voor de internationale markt. Voor hem is 'recesseren' gelijk aan verantwoordelijkheid nemen en gedurfde keuzes maken. Dé wijze waarop Van den Akker wil ondernemen; ook in barre tijden.

"Een crisis is een tijdsbeeld dat zich om de zoveel jaren voordoet. Dat weet je als ondernemer, dus heb je er ook vanuit je eigen verantwoordelijkheid naar te handelen."

Van den Akker heeft reeds enkele serieuze crisistijden meegemaakt. Iedere keer was zijn antwoord verrassend, maar steeds vanuit dezelfde drijfveren: "koester je klanten en blijf trouw aan eigen ambities en passies. Alleen dan kun je gedurfde keuzes maken", stelt Van den Akker. Deze houding motiveerde hem om

Economisch is het naar zijn mening echt niet alleen maar kommer en kwel. Vaessen: "De crisis biedt Philips Lighting zeker ook kansen. Zo wordt er meer dan ooit, ook gestimuleerd door de overheid, geïnvesteerd in nieuwe technologieën. In crisistijden worden scherpe keuzes gemaakt waarbij men in versneld tempo afscheid neemt van oude technologieën. De ontwikkeling van innovaties wordt naar voren gehaald. Ledverlichting is zo'n kansrijke technologie. Als wereldwijde marktleider moeten wij natuurlijk zorgen dat we koploper blijven."

"Na een relatief korte periode van hevige terugval eerder dit jaar, ervaren we nu weer een duidelijke opleving; met name in Europa."

Vaessen herkent dat veel bedrijven gefocust zijn op louter overleven. Voor de korte termijn biedt volgens de plantmanager het (ingrijpend) snijden in de kosten de meeste soelaas. Maar deze bezuinigingen mogen beslist niet gericht zijn op de parels die voor de toekomst van belang zijn. Daarin moet hoe dan ook geïnvesteerd worden," vindt Vaessen. "Het vraagt lef van ondernemers om in barre tijden de juiste keuzes te maken", concludeert Vaessen.

Nieuw Elan

Op woensdag 4 november spraken zo'n 160 Osse ondernemers in de nieuwe publiekshal van het gemeentehuis met elkaar over nieuw elan in crisistijden. Een initiatief van de gemeente Oss en de Osse ondernemersverenigingen als tegengeld op de sombere berichten van de afgelopen maanden. Het werd een boeiende avond over de kansen die er zijn; ondanks of wellicht dankzij de crisis. De vele aanbevelingen die sprekers en ondernemers elkaar deze avond gaven waren doorspekt van begrippen als: markt- en klantkennis en maatwerk, samenwerken en netwerken.



Zit niet stil

"Durf buiten de gevestigde kaders te denken. Zit niet stil", zo was de aanbeveling van Peter Swinkels, voorzitter van de BZW. Al vond Arno Smits, directeur van Smits Opleidingen het niet geloofwaardig om het nu opeens heel anders te gaan doen. "Ik was altijd al goed voor mijn klanten en dat ben ik nu nog steeds", stelt Smits. "Alhoewel prijs een kritische factor is geworden in het gunningsproces, is een goede relatie nog altijd van grote waarde."



Vertrouwen

Frans van den Heuvel van Van den Heuvel Makelaardij heeft zelf aan den lijve ondervonden wat de meerwaarde van samenwerking kan zijn in een project als "Wonen in Oss." Dit initiatief gaat voorbij aan de concurrentie. Het maakt ons scherp en slagvaardig." Frank Nooijen van de Nooijen Groep hamert, zoals vele anderen, op het goed kennen van je markten en je opdrachtgevers. En hij voegt daar aan toe: "Blijf vooral ook vertrouwen; in de markt én in je eigen product."

