

50% van de omzet van Zoontjens Beton zou export moeten zijn



Paul Heerkens MBA (43) is nu twee jaar commercieel directeur bij Zoontjens Beton en flink op dreef van Zoontjens Beton een Europees getint bedrijf te maken. Hij maakte in 2000 een kleine uitstap, maar keerde met rasse schreden terug in de schoot van de dakenbranche. Sinds het aantreden van de heer Heerkens is er veel aan het veranderen bij Zoontjens Beton. De markt wordt anders gedefinieerd en benaderd, in lijn met hoe Europa veroverd moet en gaat worden. Reden voor Roofs om eens met hem van gedachten te wisselen over zijn functioneren binnen het bedrijf en de toekomstplannen van Zoontjens Beton.

• Dirk Lindeman

Hoe is jullie marktpositie in Nederland met betrekking tot parkeerdaken?

'In Nederland zijn wij marktleider op het gebied van dakbestrating en parkeerdaken, met voor beide een aandeel van 70 tot 80%.'

Kunt u aangeven waarom jullie marktleider zijn? Hoeveel vierkante meter verkopen jullie ongeveer per jaar?

'Dat is afhankelijk van de projecten, met name voor parkeerdaken. Het aantal meters varieert per jaar sterk. Zonder een groot project, bijvoorbeeld een megastore, kan het zijn, dat we dat jaar enkele tienduizenden vierkante meters minder verkopen. Dit is ook meteen het verhaal van parkeerdaken: de omzet is zeer afhankelijk van het aantal grote projecten dat wordt gerealiseerd. Nederland is een klein gebied: zulke mega projecten worden er bijna niet meer uitbesteed.'

Dit brengt mij direct op de volgende vraag: hoe gaat Zoontjens zich qua verkoop op de toekomst richten?

'Naast de gebruikelijke aandacht voor de Nederlandse markt, zal de nadruk in de toekomst liggen op de export. Wij zullen ons met name richten op grote parkeerdaken; want daar liggen de beste scoringskansen. In landen als Duitsland, Oostenrijk, Engeland, Frankrijk, Spanje en Portugal groeit het aantal warenhuizen nog steeds. Onder 'warenhuizen' wordt ook verstaan: supermarkten en grote opslagplaatsen. We hebben nu juist Europa's grootste centrum voor gebruikte auto's van BMW Munchen, een cargo centrum in Frankfurt (Panalpina) en een renovatie van een groot winkelcentrum in New Castle opgeleverd. Als je kijkt naar alle grote supermarktketens in Europa, is duidelijk dat daar de groei nog zit.

En dit is allemaal nieuwbouw. Er zijn daarnaast in de afgelopen 20, 30 jaar ontzettend veel parkeerdaken

waarmee we samenwerken, of die ons ondersteunen in het verder uitbouwen van onze contacten, en ons voorzien van marktinformatie.'

De toekomst van Zoontjens ligt dus in Europa.

'Ja, die ligt in Europa.'

Hoeveel tijd denkt u nodig te hebben om alle plannen te realiseren?

'Ik verwacht dat al mijn plannen in twee of drie jaar gerealiseerd zijn. Dat is ook het uitgangspunt van mijn strategisch plan geweest, dat ik presenteerde toen ik bij Zoontjens begon. Mijn statement en onze visie voor de toekomst is, dat Zoontjens Beton binnen drie jaar een van de meest toonaangevende leveranciers van parkeerdaksystemen in Europa moet zijn.'

Hoeveel procent van de Europese markt willen jullie in bijvoorbeeld 2010 bedienen?

'Ik kan daar geen percentage op vast plakken, omdat wij nog in zoveel landen moeten gaan opereren. Veel daarvan heb ik nog niet eens genoemd: Polen, Noord-Italië en de Scandinavische landen. In al die landen hebben wij al contacten die we nog verder moeten uitbouwen. Dat is nog een geweldig karwei, maar het zal ons zeker lukken voor 2010 een flink percentage marktaandeel te verwerven.'

Dit lijkt allemaal zeer ambitieus, maar van de totale dakenmarkt is het parkeerdak maar een klein segment. Voor Zoontjens Beton bevat die kleine markt een gigantische potentie. Als wij in elk land kunnen samenwerken met één of twee strategische partners, dan kunnen wij onze doelstelling op korte termijn realiseren. Het enige probleem dat er nu aan zit te komen, is dat de productiecapaciteit op peil gehouden moet worden.'

Zijn jullie nog van plan andere productielocaties op te zetten in Europa?

'Dat kan, maar dan moet je eerst onderzoek gaan doen in welk deel van Europa de meeste potentie ligt; daar kan vervolgens gestart worden met een nieuwe productielocatie. Het zou voor de hand liggen te starten in Engeland, want daar ligt een potentie van 40.000 m² per jaar. Nu moeten we steeds het kanaal over. Maar tegelijkertijd groeien we ook richting Oost-Duitsland. En wat te denken van Frankrijk, Spanje en Portugal. We zijn nu aan het onderzoeken waar we als eerste moeten beginnen, wellicht in Tilburg.'

Is die plotselinge groei uw persoonlijke verdienste?

'Zonder onbescheiden te willen zijn, denk ik wel dat ik degene ben geweest die deze ontwikkelingen binnen Zoontjens heeft benadrukt. We waren nog te veel met alleen de Nederlandse markt bezig, de Europese marktpotentie was nog niet in kaart gebracht. Daar

is nu verandering in gekomen. Ik vind dat binnen enkele jaren 50% van de omzet van Zoontjens Beton voor de export zou moeten zijn.'

Hoe ziet u de toekomst van de dakenmarkt?

'Ik verwacht dat de dakenmarkt binnen twee jaar uit de recessie zal komen. Als ik zie wat er alleen al op het gebied van de parkeerdaksystemen nog allemaal op ons af komt, heb ik geen angst voor de toekomst. De Nederlandse opdrachtgevers kiezen gelukkig nog steeds voor kwaliteit. Wat nu op de markt komt en niet goed is, verdwijnt vanzelf wel weer: alleen kwaliteitsproducten zullen het overleven en als winnaars uit de recessie komen.'

We hebben in Nederland eerst producten verkocht, toen zijn we systemen gaan verkopen, waarbij wij ook regelmatig als onderaannemer van dakdekkersbedrijven de dak-, galerij- of parkeerdakbestrating in eigen beheer leggen. Nu is het de hoogste tijd dat we concepten gaan verkopen. Daar zien we ook de toekomst in voor Zoontjens Beton. Een concept is meer dan alleen een systeem, daar komt bij: de service, advisering, logistiek, aftersales en noem maar op, alles wat de afnemer van je product nodig heeft om er lange tijd niet meer naar om te kijken. Met andere woorden: er moet veel meer aan dienstverlening worden gedaan. Daarnaast zal Zoontjens blijven investeren in innovatie, waardoor we met nieuwe systemen en concepten op de markt zullen blijven komen. Als marktleider zijn we dit verplicht.'



gemaakt, die op dit moment aan renovatie toe zijn. Destijds zijn veel parkeerdaken met verouderde systemen uitgevoerd, vergeleken met de huidige stand van de techniek. Alleen al in Duitsland is het aantal vierkante meters parkeerdak minimaal het tienvoudige van Nederland en daarom is Duitsland een van onze belangrijkste exportlanden. Jammer genoeg zijn we daar nog geen marktleider: als we daar 10 tot 15% van de markt kunnen pakken, zijn we dik tevreden.'

Ik heb vernomen dat er een samenwerkingsverband bestaat tussen Soprema, Smac Acierode en Zoontjens Beton in Frankrijk. Hoe zit dat in elkaar?

'De contacten met Soprema zijn tot stand gekomen via het Nederlandse kanaal. Peter Paul Janssens, directeur Soprema Nederland, bood ons de mogelijkheid in contact te komen met het Franse moederbedrijf. Soprema is in Frankrijk, naast een van de grootste fabrikanten, ook het op één na grootste dakdekkersbedrijf, met 32 filialen door heel Frankrijk. Wij zijn in de mogelijkheid gesteld om in Strassbourg een presentatie te houden bij de directie van Soprema. Deze was zo enthousiast, dat daar direct een samenwerkingsverband uit ontstond. Tevens wordt nu een definitief samenwerkingscontract afgesloten met Smac Acierode, het grootste dakdekkersbedrijf in Frankrijk. Als de beide Franse bedrijven met een parkeerdak te maken hebben, worden daar nu automatisch Zoontjens systemen op aangeboden.

In Duitsland hebben we een soortgelijke samenwerking met Novadach. Novadach heeft in Duitsland een hele sterke naam en werkt alleen projectmatig. Het levert niet aan de dakhandel, maar werkt uitsluitend met grote dakdekkers en grote projecten; zoals voor Mercedes, SAP, BMW, ATP en andere grote bedrijven. Dus: bedrijven die met grote regelmaat een parkeerdak hebben, waar wij dan mogen leveren. Daarnaast hebben wij nog een samenwerking met Steinbacher, een EPS fabrikant in Oostenrijk, die een automatenplaat heeft ontwikkeld die toepasbaar is onder parkeerdaken. In Oostenrijk en Duitsland bestaat hiervoor een goedkeuring. In Nederland wordt deze plaat nog niet toegepast: het is een warmdakconstructie en dat concept van drie partijen (Zoontjens, Novadach en Steinbacher) wordt op dit moment in de markt gezet.

In Engeland zijn samenwerkingscontracten afgesloten, met als belangrijkste partij Pardek UK Ltd, dat als verlengstuk van Zoontjens niet alleen de systemen landelijk promoot en verkoopt, maar ook de applicatie, onder supervisie van Zoontjens, voor haar rekening neemt. Hieruit ontstaan weer samenwerkingsverbanden met de diverse grote marktpartijen, zoals Kingspan, Phoenix, Axter, etc.

Met die samenwerkingsverbanden in Frankrijk, Duitsland en Engeland hopen wij een stevige greep te krijgen op de Europese projectenmarkt. Op dit moment zijn wij in Europa op zoek naar strategische partners, waarmee wij verdere samenwerkingsverbanden kunnen opzetten.'



Geldt dit ook voor de Zuid-Europese landen?

'Ja, dit geldt ook voor bijvoorbeeld Spanje. Het Franse Smac heeft daar een zusterbedrijf en daar zijn wij op dit moment ook mee in onderhandeling. Smac is onderdeel van Bouygues, een van de grootste bouwbedrijven van Europa, dat bovendien wereldwijd opereert. Door met deze bedrijven samen te werken, ontstaat er een groot netwerk van contacten, waar wij in de nabije toekomst, meer nog dan nu het geval is, van hopen te profiteren.

In Portugal hebben wij contractafspraken met een bedrijf dat het grootste dakcontingent van Portugal heeft: Imperialum. Dit is de grootste dakrollenfabrikant van Portugal. Dit bedrijf zocht ook exportmarkt in Spanje, en zag ons systeem dermate zitten, dat men het zowel in Spanje als in Portugal wil vermarkten en plaatsen. Met dit bedrijf willen wij de Spaanse en de Portugese markt opzetten zoals in Duitsland, Frankrijk en Engeland.'

Helpt het dat jullie nu onderdeel zijn van CRH?

'Ja, buiten het eigen opgezette netwerk liggen er in de diverse landen nauwe contacten met CRH bedrijven,