

# Van huishoudtrapjes tot de

# hangbrug in de Grolsch Veste

(door Mario van Santen) Het gesprek is prettig, maar de rondleiding door de productielhal van Altrex in Zwolle vindt directeur Eugène Derksen nog leuker. Hij geniet ervan uitleg te geven over de werking van de productielijnen en heeft voor bijna alle medewerkers een persoonlijk woordje. Derksen is zichtbaar trots op de fabriek waarover hij sinds enkele jaren de scepter mag zwaaien. Als commercieel directeur nam hij een aandeel in het bedrijf en kwam op de bovenste trede te staan. Net als het bedrijf zelf trouwens, dat al jaren de absolute marktleider van de Benelux is in klimmaterialen.

Bijna zestig jaar geleden is het dat de heren Stedehouder en Bijlo in Den Haag hun ladderfabriek begonnen. Na enkele jaren gingen de heren uit elkaar en vertrok het bedrijf naar Nunspeet op de Veluwe. Niet alleen omdat oprichter Stedehouwer het daar prettiger vond vertoeven en zijn grootste afnemer Defensie er veel kazernes had, maar ook omdat er mensen woonden die van aanpakken hielden. Die werkmoraal hielp het bedrijf te groeien. Rondom de oorspronkelijke locatie verschenen door de jaren heen steeds meer loodsen met werkplaatsen en magazijnen. Heel Nunspeet wist dat Altrex een bloeiend bestaan leidde. Niet alleen verdiende veel inwoners er de kost, door de verschillende locaties moest er veel met goederen worden gesleept. Die werden met heftrucks door de openbare weg van de ene naar de andere hal gebracht.

"Wij willen worden gezien als een toonaangevende onderneming die kwaliteit levert en marktleider in klimmateriaal is. Het werken vanuit die oude panden paste niet meer bij dat beeld. Uiteindelijk is besloten in 2002 nieuw te bouwen op het industrieterrein Hessenpoort in Zwolle. Een compleet nieuwe fabriek waarbij de hele productielijn opnieuw is uitgedacht en neergezet. Ons bedrijf telt in totaal 140 fte's. De drie verschillende productielijnen opereren gescheiden maar naast elkaar."

## Marktleider

Altrex brengt haar klimmateriaal onder in drie segmenten: 'Home and Garden' voor het huis-, tuin- en keukengebruik, 'Heavy Duty' voor wat zwaarder kluswerk en professioneel gebruik, en 'Professional' voor intensief professioneel gebruik dat aan de zwaarste normen moet



Altrex-directeur Eugène Derksen: "Wat wij gewoon willen is het beste bedrijf in alles zijn."

voldoen. Bijna iedereen die het in de Benelux hogerop zoekt, maakt gebruik van klimmateriaal uit Zwolle. Altrex is namelijk de absolute marktleider met een aandeel van dik tachtig procent. "Dat komt omdat er voor iedereen wat wils wordt geproduceerd. Van het twee treden tellende huishoudtrapje tot en met een complete hangbrug die bijvoorbeeld in de Grolsch Veste in Enschede hangt. Daarbij proberen we continue de productiekostprijs zo laag mogelijk te houden. Als gevolg daarvan is het meeste werk in onze fabriek gerobotiseerd. Doordat de lonen in Azië een stuk lager liggen, wordt ongeveer dertig procent van de productie daar gedaan. Maar als het ook maar even tegenzit met de prijs voor aluminium of het transport, wordt de productie snel naar Zwolle verplaatst. We zitten nu eenmaal dicht bij onze eindgebruikers. Daardoor moeten we daar produceren waar dat het goedkoopst kan. Snel omschakelen is het devies in deze markt. Gelukkig zijn de mensen in onze fabriek daar op voorbereid en kunnen we heel snel mensen van de ene lijn naar de andere overzetten. Ik ben er heel trots op dat we dat voor elkaar hebben gekregen. Er is ook werkelijk niemand bij ons die daar een probleem van zal maken. Iedereen kent namelijk het belang ervan."

**'Wij willen worden gezien als een toonaangevende onderneming die kwaliteit levert en marktleider in klimmateriaal is'**

## Grolsch Veste

Hoewel de Zwolse ladderfabrikant met een jaarlijkse omzet van dik zestig miljoen euro dus marktleider is in de Benelux, valt er in de rest van de wereld nog heel wat te winnen. "Probleem is echter dat wij enorm veel volume nodig hebben voor het transport," aldus Derksen. "We kunnen dan proberen zo goedkoop mogelijk te produceren, over export ervan moet je heel genuanceerd denken. Het heeft namelijk geen enkele zin om met een zeecontainer vol huishoudtrapjes de Amerikaanse markt te gaan bestoken. Het is nu eenmaal een gegeven dat ons productieproces eigenlijk niet meer inhoudt dan een dun laagje aluminium om

lucht heen te fabriceren. Je houdt dus veel te veel ruimte in die container over, waardoor dat trapje alsnog duur wordt. Wij maken ook bijna geen klimmateriaal dat ergens permanent moet blijven staan. Een steiger rondom een kerktoeren die twee jaar achtereen gebruikt wordt, zal bijvoorbeeld van staal worden gemaakt en dus niet van ons komen. Semi-permanente oplossingen bieden we wel. Zo kwamen we uiteindelijk toch in Amerika terecht. Een opdrachtgever kwam met een bouwtekening aan en vroeg ons een oplossing te bedenken voor de aannemer die al het stucwerk moest doen. Zo ontwierpen we een hangbrug die de markt zo goed beviel, dat we in de Verenigde Staten nu ook marktleider zijn op het gebied van hangbruggen. We hebben een eigen engineeringafdeling waar we dit soort producten ontwikkelen. Met zo'n opdracht kun je nog wel wat verdienen op de Amerikaanse markt, daar zit namelijk voldoende toegevoegde waarde. En als je zoiets maakt, zegt het elkaar ook weer aan, want er komen steeds meer van dat soort specifieke vragen binnen. Zoals van stadion De Galgenwaard in Utrecht, waar men een hangbrug wilde voor onder de overkapping. Doordat we die maakten, kregen we vervolgens weer de opdracht van FC Twente om een soortgelijke constructie te bouwen voor hun stadion. Overigens is de trap waarover de spelers het veld in de Grolsch Veste op komen, ook van ons. Ook maakten we een revolutionaire constructie voor het nieuwe gebouw van het Deltion-college in Zwolle en bouwden we complete helikopterplatforms. Dat zijn geweldige opdrachten waar we trots op zijn."

## Prestige

Hoewel deze projecten natuurlijk flink wat prestige opleveren, wil Derksen de markt voor 'Home and Garden' absoluut niet als minder belangrijk afdoen. "Je moet weten dat die afdeling voor speciale producten natuurlijk fantastisch is, maar de schoorsteen kan er absoluut niet alleen van roken. We hebben ook die kleine huishoudtrapjes - waarvan we er overigens elk jaar nog gauw 250.000 maken - heel hard nodig. Wat wij gewoon willen is het beste bedrijf in alles zijn. Zo helpen wij onze vijfduizend wederverkopers door met ze te overleggen op welke manier zij het beste onze producten kunnen verkopen. Dat gaat zelfs zo ver dat onze mensen meegaan naar hun klanten. Dat is absoluut uniek. Want maar al te vaak zijn die bedrijven bang dat hun

klanten door de leverancier direct worden benaderd. Wij zijn voor hen een betrouwbare partner omdat we niets vanuit de fabriek verkopen."

**'Over export ervan moet je heel genuanceerd denken'**

Met zoveel kennis van aluminium in huis zou je denken dat op het moment dat het in de klimmaterialen even wat tegenzit, differentiatie voor de hand ligt. "Dat is niet aan de orde. Daar ben ik heel erg duidelijk in. Er is zelfs geen 'ten-zij' gedefinieerd. Als je dat zegt, moet je jezelf afvragen hoe je nog beter dat kunt doen wat je al doet. We verkopen natuurlijk in heel veel landen in alle werelddelen, maar onze focus ligt vooral bij onze verkoopkantoren in België, Zweden en Spanje. Vooral in de laatste twee landen is nog veel extra omzet te realiseren. Door daar onderdelen naartoe te vershippen en ze daar in elkaar te zetten bijvoorbeeld. Duitsland daarentegen is voor ons niet interessant. Dat laten we bewust schieten omdat wij daar geen mogelijkheden zien om op korte termijn een marktpositie te verwerven. Het is een land waar enorm om de prijs wordt gevochten. Er is daar bovendien een concurrent die Duitsland min of meer volledig in handen heeft. Wil je die gaan bevechten, dan moet je daar zeker vijf tot zes jaar voor uittrekken. Maar zelfs dan denk ik niet dat we daar een fijnmazig netwerk kunnen uitrollen dat prijstechnisch rendabel te maken is. Toch zullen wij het de komende jaren vooral van de exportgroei moeten hebben, want in de Benelux zitten we aan het maximum. Dat kan volgens ons soms beter door export naar bijvoorbeeld Japan dan door een bouwmarktketen aan te vallen in Duitsland."

**'Het heeft geen enkele zin om met een zeecontainer vol huishoudtrapjes de Amerikaanse markt te gaan bestoken'**