



Marc Vercammen (Desso Sport Systems) Kunstgrasmarkt is door en door verziekt

Voor Desso blijft kunstgras belangrijk, maar de ambities zijn naar beneden bijgesteld

Marc Vercammen, General Manager van Desso.

Voor de kunstgrasdivisie van Desso was 2012 een matig jaar. Zeg maar gerust: een rotslecht jaar. De bedrijfsleiding had zelfs al het besluit genomen om de totale activiteiten te verkopen aan branche- en streekgenoot Domo. Deze verkoop ging op de valreep niet door en Desso was verplicht om haar verkoop en productiestrategie duchtig te heroverwegen.

Auteur: Hein van Iersel

Desso Sports is historisch gezien een van de grote spelers in kunstgras. Tien, vijftien jaar geleden was er maar een handjevol bedrijven actief in deze markt en Desso Sports was er daar een van. Het waren gouden jaren voor de afdeling Sport. Ieder jaar werden vele miljoenen meters kunstgras verkocht voor een brede range sporttoepassingen: tennis, voetbal en zeker ook hockey. In hockey stak het bedrijf zelfs lange tijd met kop en schouders boven de rest van de markt uit. De laatste jaren is de markt sterk veranderd: de volumes zijn gedaald en er zijn veel meer kapers op de kust gekomen. Op het gebied van tuften en backen al helemaal, maar ook het aantal aanbieders van garens heeft zich in de laatste tien jaar minimaal verdubbeld. Vercammen is sinds 2007 general manager bij Desso Sports Systems, maar daarvoor werkzaam bij branchegenoten Fieldturf en Cabrita Synthetic Grass.

Dat wij zijn afgeslankt wil niet zeggen dat we niet winstgevend zijn

Overname door Domo

Al voor 2012 waren er geruchten over een matig draaiend Desso Sports. Medio dat jaar bracht Desso naar buiten dat het onderhandelingen had geopend met streekgenoot Domo. Het aanvankelijke idee was dat Desso Sports voor het tuften en afwerken van Desso Sports-kunstgrasmatten een overnamepartner zou zoeken. Verkoop zou binnen het Desso-concern blijven. De gesprekken die onder andere met Domo werden gevoerd, gingen al gauw veel verder en behelsden een complete overname van alle kunstgrasactiviteiten, inclusief Grassmaster.

Het liep allemaal anders als gepland. Hoewel de champagne voor het tekenen van het overnamecontract al was ingeschonken, ketste de deal op het allerlaatste moment af. Vercammen zegt niet te weten wat de reden achter deze plotselinge koerswijziging van Domo is geweest. Vercammen: 'Dat zul je hún moeten vragen. Het enige wat ik me voor kan stellen, is de onhandige tijd in het jaar dat de overname zou gaan plaatsvinden. Zij zouden ons overnemen in november. Dan duurt het dus weer bijna zeven maanden voordat het verkoopseizoen begint en er dus een serieuze cashflow op gang komt.'

Vercammen: 'Nogmaals, dit is speculatie van mijn kant. Voor het juiste antwoord moet je bij Domo zijn. Wat telt, is dat zij de stekker uit de deal hebben getrokken.'

Omschakelen om te ontsnappen aan de ongezonde markt

Marc Vercammen - de CEO van Desso, Alexander Collot D'Escury, zal het later bevestigen - zijn achteraf eigenlijk wel blij met die beslissing van Domo. Desso zag de kans om een andere oplossing te bedenken om aan de ongezonde markt te ontsnappen.

Vercammen: 'Het is geen geheim dat de kunstgrasindustrie door enorme overproductie zwaar ziek is. We zien echter nog steeds nieuwe kansen door een nieuwe kunstgrasstrategie: door te gaan afslanken en ons te gaan specialiseren. Je moet nu constateren dat je met tuften en backen geen geld meer kunt verdienen. Die activiteiten hebben wij dus grotendeels uitbesteed naar een Colombiaans bedrijf dat speciaal hiervoor is opgestart, en naar bestaande loontuften in Noord-Amerika en Europa die voor andere bedrijven tuften.'

De tweede activiteit die Desso Sports heeft afgestoten, is de fysieke aanwezigheid in een aantal landen. In landen als Duitsland, maar ook Noorwegen en incidenteel ook in Nederland werden onder eigen naam projecten aangenomen, die vervolgens ook nog eens door eigen verleggers werden geïnstalleerd. Aan die aanpak is definitief een eind gekomen.

Het geslonken volume heeft met de huidige aanlegcapaciteit te maken

Vercammen: 'Je moet concluderen dat je alleen nog geld kunt verdienen met hoogwaardige constructies en vezels. Daar zullen wij ons op concentreren. We nemen niet meer rechtstreeks projecten aan, maar verkopen ze nog wel. Tuften en installeren laten wij hoofdzakelijk bij externe partijen. De focus komt daarbij te liggen op voetbal, rugby en American football, omdat in die sporten gelijksoortige vezels nodig zijn en omdat we ons hier met hoogwaardige vezels uit de eigen extrusie kunnen onderscheiden. Ook voor andere sporten als hockey en tennis blijft de productie overeind, maar Vercammen laat

doorschemeren dat hier minder de nadruk op zal komen te liggen. Vercammen meldt dat er nu ongeveer dertig verschillende constructies onder de merknaam Desso Sports op de markt gebracht zullen worden in plaats van de voorheen 85 constructies.

'Daar waar alle concurrenten door de terugvallende markt hongerig naar volumes zijn om de fabriekscapaciteit te vullen, zorgt de nieuwe strategie van Desso Sports ervoor dat het de fabriek niet meer hoeft te "vullen",' aldus Vercammen. 'Een zorg minder dus. De eerste maanden van dit jaar hebben al aangegeven dat deze strategie lijkt te slagen.'

Je kunt concluderen dat je alleen nog geld kunt verdienen met hoogwaardige constructies en vezels.

Uitbreiding GrassMaster

De enige activiteit die juist wordt uitgebreid, is Desso Grassmaster. Vercammen: 'Voor ons is Grassmaster altijd een pr-instrument van formaat geweest. Toen wij konden melden dat Grassmaster in het San Siro of het Bernabeu werd gelegd, was dat wereldnieuws. Dat effect krijg je nooit met een kunstgrasveld. Waar bij kunstgras de afstand tot de markt juist wordt vergroot, wordt deze bij Grassmaster verkleind. Desso Sports wil zich als het om Grassmaster gaat, juist in detail bemoeien met het onderhoud van het systeem. Vercammen: 'Het succes van een Grassmaster-veld staat of valt bij de kwaliteit van het onderhoud en dus de lokale groundsman. Als wij het idee hebben dat dit niet goed geborgd is, leveren wij geen veld.' Vercammen duidt hier op het gegeven dat in het verleden nogal eens GrassMaster-constructies na relatief korte tijd zijn verwijderd omdat ze niet zouden voldoen. Dit is volgens Vercammen altijd terug te voeren op het onderhoud en hij ziet zich in die mening gesterkt door een club als Arsenal, die zojuist opdracht heeft gegeven voor het zevende Grassmaster-trainingsveld. 'Dat zou men niet doen als het geen topkwaliteit was.'

Hogere transport- en aanlegssnelheid, kleinere aantallen

In 2012 is nog geïnvesteerd in vier nieuwe machi-

nes die Grassmaster-velden kunnen installeren. Het unieke aan deze machines is dat ze vervoerd kunnen worden in 40 voets-containers. Het grote voordeel hiervan is dat de machines veel sneller en flexibeler ingezet kunnen worden. Transport met een roll-on-roll-off-schip naar Zuid-Amerika duurt zes weken; met een containerboot duurt het ongeveer twee weken.

Op het moment dat kunstgras een massaproduct wordt, moet je niet de illusie hebben dat je door de hele productieketen geld kunt verdienen.

Over vele tientallen velden gaat Grassmaster niet. Vercammen verwacht dat in 2013 zo'n vijftien tot twintig velden verkocht en geïnstalleerd zullen worden bij gerenommeerde clubs. Een relatief klein aantal in vergelijking met aantallen uit het verleden. Vercammen reageert: 'Dit volume heeft ook met onze huidige maximale aanlegcapaciteit te maken.'

Winstgevend en gezond blijven

CEO Collot D'Escury plaatst de stap van Desso Sports afsluitend nog even in een breder perspectief. 'Op het moment dat kunstgras een massaproduct wordt, moet je niet de illusie hebben dat je door de hele productieketen geld kunt verdienen. Dat is een illusie. Daarom moet je als bedrijf op een bepaald moment besluiten om in te zetten op innovatie en ontwikkeling van niches. Daarmee kun je, ook in de huidige kunstgrasmarkt, winstgevend en gezond opereren.'



Stuur dit artikel door!

Scan of ga naar:

<http://www.fieldmanager.nl/artikel.asp?id=17-3943>



Alexander Collot D'Escury, CEO van Desso.