

“TestDriver-campagne laat meerwaarde ervaren”

Interview Ruud Nijland, bij Apollo Vredestein verantwoordelijk voor Off Highway Tyres

Op de Agritechnica introduceerde Vredestein de opvallende TestDriver-campagne met bijbehorende app waarmee gebruikers hun efficiëntie kunnen meten. We praten met Ruud Nijland over de positie van Vredestein, deze campagne en de verdere plannen. Nijland is helder over het nut van de app en de noodzaak van banden met flextechnologie als aanvulling op het assortiment trekker- en implementbanden.



De Traxion-trekkerbanden en Flotation-implementbanden hebben al jaren een goede naam bij Europese loonwerkers en fabrikanten van landbouwmachines. De internationale positie van Vredestein kan nog verder worden uitgebouwd. Tot 2009 had het merk een beperkte productiecapaciteit in de fabriek in Enschede. In 2009 kwam er na de overname door de het Indiase Apollo Tyres ruimte om snel verder te groeien. De Traxion-band, die de reputatie heeft lang mee te gaan, krijgt een breder assortiment en het imago van laagste kosten per draaiuur wordt met de TestDriver-campagne ambitieuzer uitgedragen. De pilot daarvan wordt dit voorjaar in Duitsland gestart. Ruud Nijland, verantwoordelijk voor Off Highway Tyres voor Europa en Noord & Zuid-Amerika bij Apollo Vredestein, is helder over de positie van Vredestein en praat ons bij over de plannen.

Wat heeft de overname in 2009 door Apollo het merk Vredestein gebracht?

“We hebben gezien dat er door de overname geld vrijkwam voor investeringen in R&D en in de productie. Daardoor staan we nu met Vredestein aan de top in de bandentechnologie. Door het samengaan met Apollo kunnen we nu ook kennis uitwisselen en dat levert ons veel op. We hebben nu toegang tot de hele wereld, want Apollo heeft een sterke ambitie om de wereldmarkt te veroveren. Dat zijn twee elementen waarvan we zeven jaar geleden alleen maar konden dromen.”

Zal de productie van landbouwbanden door de verdere internationalisering naar India of Hongarije kunnen verschuiven?

“Nee, een gespecialiseerde landbouwband heeft een grote toegevoegde waarde. Het is beter dat research en ontwikkeling gebeuren daar waar de afzetmarkt is, in ons geval is dat met name West-Europa. Concreet testen wij bij Nederlandse loonwerkers in het veld. Dichterbij kan niet. Vergeet ook niet dat wij voor het ontwikkelen van banden nauw samenwerken met de toonaangevende OEM's, zoals Claas, New Holland,

John Deere en vele fabrikanten van landbouwmachines. Die bedrijven zitten allemaal in West-Europa. Grote, volumineuze banden verscheppen kost bovendien handen vol geld."

Waarom kost de ene band zoveel meer dan een vergelijkbare maat van een ander merk?

"De kosten van onderzoek en ontwikkeling zijn torenhoog voor firma's die zelf hun banden maken. Het duurt vele jaren voordat je een nieuw type hebt ontwikkeld en de concurrentie volgt meestal snel. Hoe beter je je productieproces op orde hebt, hoe minder uitval, hoe minder kosten en ook hoe minder extra kosten door claims achteraf. Of je grossiert of kiest voor een distributiekanaal en welke service je wilt bieden, zijn zaken die ook invloed op de kostprijs hebben. Verkoop je een band als een stuk rubber dat je doorschuift of als een transportoplossing inclusief bodemzorg en met de nodige service, ook dat is daarvoor mede bepalend. Een belangrijk onderscheid wordt gemaakt door de verschillen in constructie en materiaalkeuze. Aan de buitenkant zie je dezelfde kleur zwart, maar vanbinnen is die band wezenlijk anders, waardoor grote verschillen in prestaties en rendement optreden."

In het wegtransport wordt er met kilometercontracten gewerkt. Zien jullie dat bij landbouwbanden ook in één of andere vorm gebeuren?

"Er zullen dingen verschuiven, maar landbouwbanden afrekenen met kilometer- of draaiuurcontracten is nog niet voor morgen. Bij vrachtwagens wordt dat gedaan omdat die in tamelijk gelijksoortige situaties werken; voor trekkers en landbouwmachines is dat veel bedrijfsspecifieker en daarom moeilijk te becijferen. Om de gebruiker toch inzicht te geven in de kosten per draaiuur zijn we gestart met de TestDriver-campagne."

Wat is het directe nut van de TestDriver-campagne voor de klant?

"Wat we onze klanten graag voorrekenen, is de total cost of ownership, ofwel niet alleen de aanschafprijs, maar de totale kosten. Dat is een uitstekende manier om de werkelijke verschillen te laten zien met banden die er aan de buitenkant vergelijkbaar uitzien, maar die veel minder lang meegaan of minder trekkracht bieden. De belangrijke verschillen in constructie en materiaalkeuze die niet goed zichtbaar zijn, maar wel merkbaar in prestatie, krijg je hard als je meetgegevens uit het veld kunt overleggen. Dat is wat we willen bereiken."

Waar ligt de belangrijkste focus?

"Vredestein zet in op banden die lang mee gaan, minder slippen en dus minder brandstof verbruiken en ook efficiënter zijn qua werkuren. Die bovendien een grote footprint bij lage bandspanning hebben en concurrerend zijn in aanschafprijs. De Traxion-banden gaan langer mee dan de rest en dat is

TestDriver-campagne

Vredestein start dit jaar in Duitsland met de TestDriver-campagne, waarbij de gebruiker banden kan kopen met korting. Deze banden zullen door Vredestein worden gevolgd met een app waarin gebruikers de efficiëntie van Vredestein-bandens kunnen meten. Deze app registreert alle gereden afstanden en snelheden en berekent de kostenbesparing die met Vredestein Traxion-bandens te behalen is. De gebruiker kan elke dag zien hoe hoog zijn besparing op brandstof en investering is. Op deze manier wil de fabrikant de klant laten ervaren wat het verschil is in kosten per draaiuur ten opzichte van andere merken banden. Als de pilot in Duitsland komend jaar positief verloopt, is het mogelijk dat Vredestein de TestDriver-campagne ook in Nederland uitrolt. Begin maart zal de Vredestein TestDriver-app beschikbaar zijn in de appstores van Apple en Android



voor de gebruiker een belangrijk argument voor de keuze. Al deze factoren bepalen mede de totale kosten van een band. Het is niet één aspect, het gaat altijd om de combinatie."

Welke stappen mogen de eerstkomende jaren van Vredestein verwachten?

"Wij zullen eerst een serie oogstmachine banden op de markt brengen onder de naam Vredestein Traxion Harvest. Deze maken we in de standaard karkasconstructie én in de meest courante maten komt deze nieuwe band er vanaf dit voorjaar ook met Cyclic Harvesting Operation-technologie. Banden met deze technologie verdragen bij cyclische werkzaamheden tot veertien procent meer belasting én een twintig procent lagere bandspanning. We hebben in het assortiment al een IF-band, de Traxion Cereall. Deze band kan tot twintig procent meer inveren dankzij de Vredestein F+-technologie (Increased Flexion; red.).

"De belangrijke verschillen in constructie en materiaalkeuze die niet goed zichtbaar zijn, maar wel merkbaar in prestatie, krijg je hard als je meetgegevens uit het veld kunt overleggen."

We werken verder aan uitbreiding van het assortiment van dit type tractorbanden. Daarnaast blijven we natuurlijk de range Flotation Trac-radiaal-implementbanden vergroten en de nieuwe lijn Agri-Industriebanden, die we sinds een jaar uitbrengen, zal ook verder worden uitgebreid. Deze Traxion Versa- en Endurion-bandens zijn een groot succes en klanten vragen nu om meer beschikbare maten.

TEKST EN FOTO'S: Peter Menten en Gert Vreemann