

Jo De Brauwer, directeur-eigenaar Vandaele Konstruktie:

'Geen jaarlijkse prijsstijging'

De Belgische fabrikant Vandaele zit in de lift. Het bedrijf groeit sinds de overname in 2002. Roland Vandaele verkocht het toen aan de onbekende koekjesproducent Jo De Brauwer.

Het gevoel dat de werknemers en het bedrijf in de juiste handen kwamen, is waarheid geworden.

De maaiarmen van Vandaele zijn al veertig jaar en de versnipperaars al ruim 25 jaar wereldberoemd in heel België. Maar ook in Nederland zijn de versnipperaars niet onbekend. Importeur Van Bommel machine-import verkoopt deze al sinds 1987. De relatie is dan ook prima. En dat typeert de Belgische fabrikant uit Oostrozebeke: een langetermijnrelatie. De werknemers zijn trots op hun machines, klanten en op hun werk. Met de overname door Jo De Brauwer in 2002 is dit niet anders geworden. De directeur-eigenaar (37) heeft in zes jaar tijd wel het een en ander teweeggebracht. Zo steeg de omzet van 6,5 naar bijna 10 miljoen euro. Opvallend is dat de prijzen van de machines zo goed als gelijk zijn gebleven.

Had je voor 2002 een versnipperaar gezien?
"Eigenlijk niet. Daarvoor had ik een productiebedrijf van koekjes voor warenhuizen. Ik kocht het bedrijf met geleend geld. Na zes jaar was het zo'n succes dat een groot merk het wilde kopen. Ze betaalden de prijs die ik wilde hebben. Daarna hoorde ik per toeval dat Roland Vandaele zijn bedrijf om gezondheidsredenen wilde verkopen. De bedrijfs-cultuur past bij mij. Dat ik toen niets van de sector wist, maakte niet uit. Het gaat om het commercialiseren van het product."

Je moet toch feeling met je product hebben?
"Vaak hoor je dat mensen van hun hobby hun werk hebben gemaakt. Bij mij ging het andersom. Ik heb van mijn werk mijn hobby gemaakt. Mijn partner, de dochter van Roland Vandaele, waarmee ik overigens pas na de overname een relatie ben begonnen, vindt dit niet altijd even leuk."

Heb je veel veranderd?
"In principe niet. De hele productie doen we nog steeds in eigen huis. De werknemers, een goed product en een lange relatie met de klant zijn het kapitaal. We willen ervaring en kennis binnenskamers houden. Zo kunnen we de klant te allen tijde helpen. Het lijkt namelijk eenvoudig om een versnipperaar te bouwen, maar dat is het niet."

'We komen de leveringstermijn na'

Waarom is de omzet dan gestegen?
"In 2003 heb ik een exportmanager aangehouden voor heel Europa, daarvoor zaten we voornamelijk alleen in België, Nederland en Frankrijk. Ook is de R&D uitgebreid en in 2004 hebben we de ISO-norm gehaald. Dit is overigens geen verkoopwapen, maar het geeft wel een soort garantie naar de klant. Ook de elektronica doen we volledig zelf. Verder is er gewerkt aan de relaties met de importeurs. We zijn bijvoorbeeld correct met de leveringstermijnen. Zo komen we in 95 procent de levering exact na, de overige 5 procent betreft slechts een overschrijding van enkele dagen."

Hoe komt het dat jullie op tijd leveren?
"Door vooral eerlijk te zijn. Beloven wat je ook na kunt komen. Belangrijk hierbij is dat al onze liquide middelen in voorraad gestopt worden. Betrof dit in 2002 een waarde van 750.000 euro, nu is dat al 4 miljoen euro. Zo hebben we een voorraad aan staal voor ruim een jaar. Hierdoor vlakken we ook de piekprijzen van grondstoffen af. Overigens is het wel de uitdaging voor de toekomst om de leveringsgarantie correct na te leven en zo kort mogelijk te houden."

Zijn de prijzen erg gestegen?
"Juist niet. Een jaarlijkse prijsstijging behoort niet tot onze strategie. Sinds 2003 is prijs van onze machines slechts met 2,75 procent gestegen. Met inflatie gerekend zijn ze in vijf jaar tijd eigenlijk goedkoper geworden. Dit spreekt vooral onze trouwe professionele klanten aan. Zij kopen na drie jaar weer een

nieuwe machine, met verbeteringen, voor dezelfde prijs. De kostenstijgingen vangen we op door meer machines te verkopen."

Wie zijn de trouwe klanten?
"De echte professionals. Deze willen een duurzame machine die niet na een jaar uit elkaar valt, zoals sommige Italiaanse. Goed voorbeeld is onze Flailmaster klepelmaaier waarop je een trekker kunt afsteunen in het talud. Onze machines zijn overigens niet de meest sexy en ook niet de lichtste, maar gaan wel lang mee. Ze zijn eigenlijk altijd oversized."

Welke machine is jullie bestseller?
"Onze bestseller is de TV180 versnipperaar. Hiervan maken we er z'n 80 per jaar. Totaal verlaten 400 versnipperaars per jaar de fabriek. De kleine 18 cm machines gaan vooral naar Zuid-Europa. Trendsettende landen, zoals Nederland met zijn verzuchtingen, vragen versnipperaars van 20 tot 40 cm. Trouwens, de eerste Vandaele versnipperaar, de TV250 uit 1985, destijds de grootste schijvenhakselaar, maken we nog steeds. De versnipperaars bepalen tweederde van de totale omzet van 10 miljoen euro. Bij de professionele versnipperaars hebben we in België een marktaandeel van 90 procent. We bouwen overigens geen machines om marktleider te worden, maar om de eindgebruiker aan te spreken."

Verzuchtingen?
"Nederlandse gebruikers hebben vaak specifieke verzoeken: een ander wielstel, iets langere invoer of hogere uitblaaspomp. Een Nederlander durft zijn eisen te uiten. Hier gaan we overigens vaak wel op in, en zit het later vaak standaard op de machines."

Hoe zit het met de maaiarmen?
"Wat Herder in Nederland is, is Vandaele in België. Hier hebben we een marktaandeel van 85 procent. We hebben een soort broederschap met Herder, maar ook met Vortex en Noremat. Wij doen de import hiervan. Bij een bestaande klant proberen we deze merken weer te verkopen. Overigens is een Herder om te maai-korven en een Vandaele arm om te maaien."

Wat zijn de nieuwste verbeteringen?
"Die zitten in details. Zo hebben onze versnipperaars nu nog meer kracht om hout in te voeren. Onder andere de hydraulische capaciteit van de invoerrollen is 25 procent groter. Ook hebben de nieuwe versnipperaars, vooruitlopend op de nieuwe norm, verbeteringen op het gebied van controles en veiligheid. Dit is moeilijk direct te commercialiseren, maar geeft op lange termijn wel resultaat." ■

