Tekst en foto's: Patrick Medema

Hans de Kort, mededirecteur Imants:

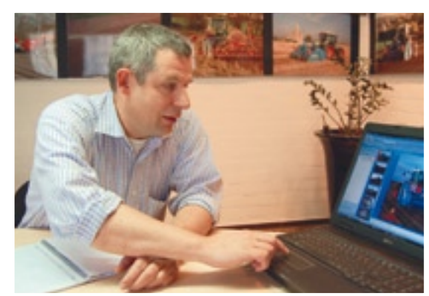
'Mooier, beter en goedkoper'

Voor Imants wordt 2010 een spannend jaar. Dan wil de fabrikant doorgroeien in de groensector. Zo is het contract met Redexim opgezegd. Imants gaat de verkoop weer onder eigen naam doen. Ook Koro machines en bladblazers zitten nu in het pakket.

Hans de Kort zit vol energie. Zijn bedrijf Imants draait goed. Het heeft dit jaar geen last van de crisis gehad. De omzet komt namelijk op hetzelfde niveau als vorig jaar wat een topjaar was. Hans runt samen met Felix Peters de fabriek waar zo'n 40 man werken. In 2004 kocht hij van Felix een kwart van de aandelen. Daarvoor werkte Hans in de automobielsector en bouwde delen van autofabrieken zoals lasstraten. De samenwerking met Felix loopt uitstekend. Hans stuurt de organisatie aan, Felix is vooral extern bezig met de verkoop. Voor 2010 staat er veel op stapel. De dan 125-jarige fabrikant van met name landbouwspitmachines gaat breder in de groensector. Het contract met Redexim loopt begin februari af waarna Imants de schudbeluchter en Rotoknife weer onder eigen naam gaat verkopen. Verder is Koro overgenomen en rollen er nu ook bladblazers uit de fabriek. Waar nu nog de omzet voor 80 procent uit de landbouwtak met spitmachines komt, kan dit in de toekomst weleens meer uit de groentak komen.

Waarom is de samenwerking met wereldspeler Redexim gestopt?
"In 2003 zijn we gaan samenwerken met Redexim. Wij maakten de Shockwave schudbeluchters en Rotoknife schijvenbeluchter voor Redexim die het bedrijf via zijn wereldwijde netwerk kon meeverkopen als Verti-Quake en Verti-Knife. Dit leek goed voor Imants. Onze verkopers hoefden niet meer te demonstreren met de groenmachines en konden spitmachines verkopen. Het eerste jaar nam Redexim zo'n 150 stuks af. Dit was voordelig voor de productielijnen. We konden ze maken wanneer het uitkwam, dit drukte de prijs. Elke jaar liep de omzet helaas terug. Dit jaar verkocht Redexim helemaal niks meer. En dit is raar, want het ligt niet aan onze machines."

Waar ligt het dan aan?
"Daar hebben we ook nog steeds onze vraagtekens over. We denken zelf dat Redexim onze machines niet genoeg heeft gedemonstreerd. Dat ze liever bij klanten hun eigen machines lieten zien. Maar dat is gissen, we hebben geen inzicht gekregen in hun verkoopstrategie."



Waarom ligt het niet aan de machines?
"Heel simpel. In Engeland hadden we zelf een verkooppunt en een grote dealer die wel steeds meer verkochten. Nu zijn we met die dealer Campey Turfcare voor Europa in zee gegaan. Campey heeft een groot Europees netwerk met een goede naam in 'turf'-renovatie. Ook hun ingangen bij grote voetbalclubs, tennisclubs (Wimbledon) en golfbanen zijn goed. Eigenlijk zitten ze in hetzelfde gebied als Redexim. Zij gaan onze hele groenlijn in Europa verkopen, van veegwagens, verticuteerder, schudbeluchters tot de Koro machines. In de Benelux loopt die via Verschoor Almkerk. Verder hebben we een steunpunt in Amerika via Aqua Aid en in Australië. Azië, Afrika en het Midden-Oosten lopen ook via Campey."

Groeien door standaardisatie

Maar vanwaar die positieve visie?
"Je moet natuurlijk altijd geloven in je eigen producten. En als de omzet dan ook goed is word je steeds enthousiaster. Vorig jaar hadden we een topomzet van 5,5 miljoen euro, daar komen we nu ook weer op uit. En dat in een soort crisisttijd. Verder beginnen de gevolgen van de omslag van het productieproces in 2004 te werken. De ingenieurs werken volgens 'First Time Quality'. Oftewel we proberen dat de eerste versie van een machine meteen goed is. We gebruiken parameters met werkende systemen. Dit scheelt enorm in dure herstel- en aanpassingskosten van prototypen. Verder moeten de nieuwe ontwerpen voldoen aan: mooier, beter en goedkoper. Als een nieuwe machine aan minstens twee van die parameters voldoet, dan is het goed. Dat versnelt elkaar."

Ook de concurrentie zit niet stil...
"Dat klopt. Maar we hebben dan ook graag concurrentie. Je moet een concurrent niet uit de markt drukken met bijvoorbeeld een te lage prijs. Want als je geen concurrent meer hebt, dan wordt er niets meer over je geschreven. Dan verdwijnt de aandacht voor je product. Een ander punt is het totaalplaatje. Want al heb je een eersteklas machine, ook de marketing moet succesvol zijn. Zo hopen we dan ook dat Redexim weer een schudbeluchter in het pakket opneemt of bijvoorbeeld de oranje-blauwe tegenhangers van Koro."

Waarom Koro machines erbij?
"De Koro machines passen goed bij onze machines. Ze draaien bij dezelfde klanten. De verkopers hebben dan een breder pakket om te verkopen. Dat is efficiënt en ook interessant voor een dealer. Momenteel werken we er aan om de productie van deze machines te integreren in onze productielijn. De merknaam Koro blijft met de toevoeging 'by Imants'. De kleur wordt metalic licht- en donkergrijs. Eerst wilden we de kap van roestvaststaal doen, maar dit werd te duur. "

Wat is jullie topper?
"Dat is de schudbeluchter. Hier maken we zo'n honderd stuks per jaar van. Qua omzet is dit overigens de spitmachine waarvan we er per jaar zo'n zeventig maken. Deze zijn echter per stuk veel duurder en omvatten circa 80 procent van de 5,5 miljoen euro omzet. Circa 20 procent komt dit jaar van de groenmachines. Overigens rollen er dit jaar zo'n 450 machines uit de oude fabriek in Reusel. Een ondergewaardeerde machine vind ik de Rotoknife schijvenbeluchter. Deze bestrijdt vilt, belucht en je kunt alle fairway's op een 18 holes golfbaan in een dag doen. Misschien zetten we die wel te goedkoop op de markt."

Hoe zit het met de bladblazer?
"Deze hebben we eigenlijk ontwikkeld om dealers in onderhandelingen bij grote machines iets weg te kunnen laten geven. We leveren deze aan in een bouwpakket. Een sociale werkplaats verpakt de onderdelen in een doos en er gaat een soort Ikea handleiding mee. Dit scheelt enorm in de kostprijs voor de dealer, de brutoprijs is 3,600 euro. De blazer blijkt overigens goed te werken. De eerste versie stond op de Demo-Dagen Papendal."

Lukt groeien in de huidige fabriek?
"De fabriek is inderdaad oud. Verkassen naar elders is echter te duur. Nieuwbouw kost al snel 4,5 miljoen euro en verdien dat maar eens terug. De huidige locatie voldoet nog prima. We zijn groot geworden door flexibiliteit, maar doorgroeien kan alleen via standaardisatie. Wil iemand een speciale machine, dan moet hij er extra voor betalen. Onze potentie ligt in verbreding van de groenlijn. De speciale machines, zoals de Sandcat dresservuller, zullen langzaam groeien. Bij de Koro machines komt wellicht pas groei als we met een eigen ontwerp komen." ■