

WATERTECHSECTOR OPMERKELIJK IMMUUN VOOR CORONACRISIS

TEKST HANS OERLEMANS | BEELD ISTOCKPHOTO E.A.



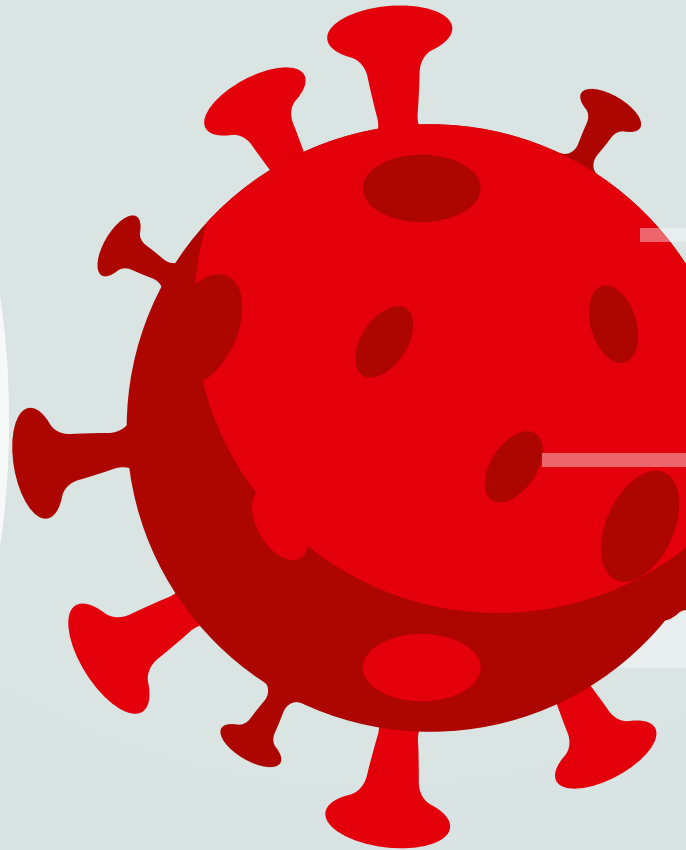
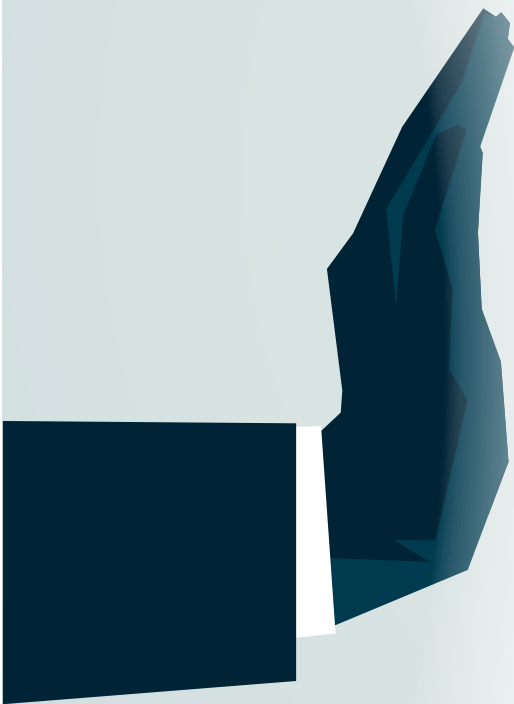
Ignaz Worm



Hein Molenkamp



Bianca Nijhof



‘Corona heeft een duidelijke watercomponent. De hele wereld wordt er nog eens aan herinnerd hoe belangrijk hygiëne is’

Grosso modo lijkt de schade mee te vallen. Bedrijven in de watertechnologie worden weliswaar geraakt door de coronacrisis, maar blijken ook bijzonder veerkrachtig. Echter, het is allesbehalve over. Hoe groot is het na-ijleffect in de orderportefeuilles? Vaststaat wel dat het oude normaal niet terugkeert. Corona ‘jaagt innovaties aan’ die verrassend snel worden omarmd.

“**D**e helft van onze leden ziet nauwelijks teruggang in omzet”, constateert directeur Ignaz Worm van ENVAQUA. “Zij werken voornamelijk in de publieke sector voor waterschappen, drinkwaterbedrijven, zorginstellingen en gemeenten. Daar is vrijwel niets afgeschaald. Vitale diensten moeten in de lucht blijven. Vaak hebben bedrijven wel een NOW-aanvraag voorbereid, maar uiteindelijk niet ingediend.”

ENVAQUA is de brancheorganisatie van bedrijven in milieu- en watertechnologie. Een derde van de ruim honderd leden houdt zich bezig met legionella-preventie. “Wij hebben er bij gemeenten en instellingen op aangedrongen legionella-inspecties onverkort doorgang te laten vinden. De inspecteurs konden gelukkig al snel weer overal binnen. Niemand wil een tweede gezondheids crisis op zijn geweten hebben.”

“We zien wel teruggang bij bedrijven die veel werk halen uit sterk getroffen private sectoren als horeca, recreatie en toerisme. Daar werden projecten stilgezet, doorgeschoven of geschrapt. Dan kan de omzet ineens kelderen. Dit onderstreept hoe belangrijk het is om je niet eenzijdig met één product op één sector te richten.”

Rake klappen

In april, mei en juni heeft WaterCoalitie NL een enquête gehouden onder 45 bedrijven

die samen een dwarsdoorsnede vormen van de Nederlandse watertechnologiesector. Gemiddeld waren er dertig respondenten. In juni is het beeld duidelijk positiever dan in april en mei. Driekwart van de bedrijven heeft weer voldoende werk, de liquiditeit is op orde en het omzetverlies beperkt zich in de meeste gevallen tot 10 procent of minder. Verder is de toelevering van goederen en grondstoffen bijna op het oude niveau. De vacaturestop wordt hier en daar alweer losgelaten.

“Goed om regelmatig de thermometer in de sector te steken”, zegt Hein Molenkamp, directeur van Water Alliance.

“De trend is positief, maar toch vind ik het lastig om ‘generieke’ uitspraken te doen. Het mkb in de watertechnologie is een divers gezelschap: van startups tot honderd jaar oude familiebedrijven. Van exportkampioenen tot bedrijven met enkel de thuismarkt. Als het gemiddeld goed gaat, kunnen nichespelers nog wel rake klappen krijgen.”

“In onze sector hebben projecten een lange doorlooptijd, soms wel jaren. Medewerkers kunnen thuis achter hun laptop verdergaan met *engineering* en projectvoorbereiding. Wel is acquisitie veel moeilijker geworden. Klanten hebben nu even iets anders aan hun hoofd. Het effect van minder opdrachten blijkt vaak pas in de werkvoorraad voor de rest van 2020 en 2021. De crisis kan nog lang na-ijlen.” >

‘De crisis kan nog lang na-ijlen’

Directeur Bianca Nijhof van NWP (Netherlands Water Partnership) ziet dat internationale projecten tijdelijk zijn stopgezet, maar verwacht niet dat omzet definitief verloren gaat. “Integendeel, corona heeft een duidelijke watercomponent. De hele wereld wordt er nog eens aan herinnerd hoe belangrijk hygiëne is. Watertechnologie is geen luxe, maar een basisvoorwaarde voor de volksgezondheid.”

“Het is nu een stuk ingewikkelder om onze sector internationaal te presenteren. Voor succesvolle acquisitie was het vanzelfsprekend om ter plekke aanwezig te zijn en partners te ontmoeten. Dat is al maanden onmogelijk. Wij zouden in augustus het Nederlands paviljoen organiseren tijdens World Water Week in Stockholm. Een jaarlijks hoogtepunt voor de waterwereld. Daar hebben we nu digitaal aan deelgenomen.”

“Nederlandse diplomatieke posten zijn van grote waarde gebleken om toch contacten te onderhouden. Een missie naar Mexico werd afgeblazen, maar de geplande matchmaking hebben we samen met de ambassade digitaal georganiseerd. Ook bieden we samen met zeven ambassades in Zuid-Amerika een serie webinars aan. Het eerste trok meteen al 320 deelnemers.”

Nul vliegreuen

Hein Molenkamp zou ook dit jaar heel wat vliegreuen hebben gemaakt op weg naar beurzen, matchmaking-events of als deelnemer aan handelsreizen samen met het Nederlands bedrijfsleven. Hij is actief in het netwerk van internationale Water Tech Hubs (Singapore, Israël, VS, Zuid-Korea,



De algenbestrijder MPC-Buoy van LG Sonic

LG SONIC INNOVEERT ZICH UIT DE CRISIS

Al tien jaar noteert LG Sonic uit Zoetermeer onafgebroken groeicijfers. Dit jaar is alles anders. Corona heeft projecten abrupt onderbroken en verdere internationale expansie ernstig belemmerd. LG Sonic is een grote speler in een nichemarkt met een unieke techniek om algen te bestrijden in grote wateroppervlakten (meren, lagunes, drinkwaterbassins). Ultrasoon geluid vernietigt de algen en voorkomt nieuwe aanwas. De hardware bestaat uit boeien die werken op zonne-energie.

LG Sonic heeft dertig medewerkers, wereldwijd drie nevenvestigingen en exporteert naar 96 landen. CEO Yousef Yousef blikt terug: “Vanaf begin maart moest het ene na het andere project worden stilgelegd. Eerst in Europa, later in de VS, Zuid-Amerika en elders. We konden nergens meer heen om systemen te installeren. De omzet dook naar beneden. Door een buffer uit de goede jaren



Yousef Yousef

blijven we overeind en dankzij de NOW-regeling kunnen alle vaste medewerkers in dienst blijven.”

Zelfbouwpakket

Veel reguliere activiteiten liggen stil, maar het team LG Sonic zit allesbehalve stil. “Ik wil voorkomen dat dit een verloren jaar wordt. We hebben ons gefocust op wat nog wel te beïnvloeden is en dat is innovatie. Alle processen zijn doorgelicht en de productieafdeling werkt aan nieuwe concepten die klaar zijn voor de markt als de agenda's bij onze klanten weer open gaan. Ook hebben we handleidingen bij producten herschreven, zodat klanten zelf systemen kunnen installeren. Dat blijkt goed te werken. We zullen in de toekomst producten meer als ‘zelfbouwpakket’ aanbieden met digitale ondersteuning.”

China). “Begin maart maakten we allemaal een keiharde landing. Eerlijk gezegd voelde het ook wel als een zegen om even niet de wereld over te hoeven jakkeren. Dan blijkt er ineens heel veel meer online te kunnen. Elke crisis jaagt innovaties aan. Nu blijkt digitalisering het traditionele kantoor zowat overbodig te maken. Het is niet van belang waar je zit, maar wat je doet.”

“Ik spreek digitaal meer internationale relaties dan ooit. Hoewel we niet reizen, is de wereld toch kleiner

geworden. Een partner in Canada is net zo dichtbij als voorheen de collega tegenover je. Ook het koppelen van Nederlandse bedrijven aan potentiële klanten gaat door, zoals recent nog tijdens een sessie voor de Italiaanse markt. Lastig zijn soms de tijdzones. Als de een wakker wordt, gaat de ander naar bed.”

Molenkamp ziet ook dat het online managen van projecten een boost heeft gekregen. “Bedrijven kunnen steeds beter vanuit hun vestiging in Nederland systemen elders in de we-



Controlroom van Hydrologic

reld monitoren en bijsturen. Sensoren en satellieten leveren de benodigde data. Zeker als je mensen ter plekke goed opleidt, hoef je er minder vaak heen.”

Hybride werken

Reguliere taken vallen goed online te doen, maar op sleutelmomenten blijft face-to-face contact essentieel zoals bij contractbesprekingen, zwaarwegende beslissingen of de start van nieuwe projecten. Nijhof: “Lichaams-taal, nuances in de stem of subtiele gezichtsuitdrukkingen vallen online vaak grotendeels weg, zeker als beeld en geluid van matige kwaliteit zijn. Soms is ook een cursus “beeldbellen” aan te bevelen. Daar komt bij dat in andere culturen persoonlijk contact zwaarder weegt dan bij ons zakelijk ingestelde Nederlanders.” Ignaz Worm merkte na een tijd de nadelen van de snelle switch naar fulltime digitaal werken. “Ik had het gevoel mijn scherpheid kwijt te raken. Collega’s en verandering van omgeving geven energie en helpen om op nieuwe ideeën te komen. Ik vond het geweldig om weer met mijn team bij elkaar te komen in Zoetermeer. We gaan naar hybride werkvormen. Digitaal wat digitaal kan en fysiek als het een meerwaarde heeft zoals regelmatig een middag *quality time* met collega’s.” •



Leanne Reichard

HYDROLOGIC: WEL HINDER, GEEN OMZETVERLIES

Geen NOW of betaald verlof voor de veertig medewerkers van HydroLogic uit Amersfoort. Ze hebben sinds maart op volle kracht doorgewerkt. Weliswaar vanuit huis maar dat gaat verrassend goed, zegt directeur Leanne Reichard.

“Zeker in Nederland zijn alle projecten doorgedaan en komen er nieuwe klussen bij. We hebben veel expertise in huis rond droogte en verzilting. Daar is óók een crisis gaande. Belangrijkste opdrachtgevers zijn waterschappen en Rijkswaterstaat.”

Sinds vijf jaar is HydroLogic internationaal actief. Op vier continenten en in twaalf landen werken waterbeheerders met HydroNet, een informatie- en adviesstelsel. “Niet overal hadden onze klanten thuis hun digitale systemen meteen op orde. Dat leidde tot enige vertraging. Maar thuiswerken gaat nu overal steeds beter. Sinds juni trekken de internationale contacten duidelijk weer aan.”

“Het plan was in 2020 een flinke groeispurt te maken in het buitenland. Die ambitie is inmiddels bijgesteld.

Om compleet nieuwe klanten binnen te halen moet je eerst een relatie opbouwen. Persoonlijk contact is en blijft dan essentieel. Ik denk dat 2020 een jaar wordt van lichte groei.”

Zonder te vliegen

HydroLogic heeft vol ingezet op het gebruik van digitale tools bij het onderhouden van klantrelaties. “Het is prachtig om te zien hoe bij een training klanten uit diverse landen virtueel aanschuiven. Ze trekken er een uurtje voor uit en zijn na afloop een stuk wijzer. Zonder eerst uren te hoeven reizen naar een leslocatie.”

“We hebben een webinar-pakket aangeschaft om digitale meetings op hoog niveau te kunnen aanbieden. Met een internationaal webinar bereiken we nu meer relaties en potentiële klanten dan met een paar dagen ter plekke rondreizen. Zonder te vliegen kom je ook ver. Voor een bedrijf dat duurzaam en efficiënt wil opereren, is dit een mooie ontwikkeling.”

(Advertentie)