



Adezz-directeur Van Hooff: ‘Wij zijn een geoliede machine’

Tuininrichtingsleverancier met gunstige prijs-kwaliteitverhouding dankzij eigen beheer binnen de keten

Adezz BV, de nieuwe content partner van NWST, is leverancier van inrichting voor de tuin en de openbare ruimte. Het gaat om producten op maat en kleur met een minimalistisch design en een scherpe prijs-kwaliteitverhouding dankzij een gunstige ketenbrede *total cost of ownership*. De producten gaan als warme broodjes over de toonbank, zowel in Nederland als in Europa. Maar het bedrijf en de directie blijven bescheiden. Van Hooff: ‘Onze producten hebben een dienende rol in de tuin en wij hebben een dienende rol voor hoveniers en tuinontwerpers.’

Auteur: Karlijn Santi Raats

Dit vakblad spreekt met Hugo van Hooff, zeer bescheiden en aimabel, maar aan het hoofd van een miljoenenbedrijf. Grote kans dat de banken, bakken, potten en vijverranden die je tegenkomt in de openbare ruimte of in de tuinen langs de weg van Adezz afkomstig zijn. Mede-eigenaar Hugo van Hooff beschrijft: ‘Vijftien jaar geleden ben ik begonnen met het maken van producten van aluminium, staal, en polyester. In 2005 kwam het huidige bedrijf tot stand, in samenwerking met hardhoutspecialist Luc van den Hurk.’

Vijf merken

De showtuin voor het kantoor en de showroom van Adezz tonen waar het bedrijf goed in is: vijvers, plantenbakken, bloempotten en tuinhaarden. De verschillende producten voor de hovenier en tuinarchitect zijn ondergebracht in vijf afzonderlijke merken. Het merk Adezz omvat onder meer kantopsluitingen, keurwanden, sokkels, muren, waterelementen en brievenbussen. Alles wat met buitenvuur te maken heeft, wordt verkocht onder het merk Forno; te denken valt aan buitenhaarden, kook-

faciliteiten, vuurschalen en houtopslagen. One To Sit is het tuinmeubelmerk; de tafels, loungezet en stoelen langs het zwembad ogen als designer-items. Furns-straatmeubilair is robuust en zwaar en is vooral geschikt voor toepassing in de openbare ruimte: plantenbakken, banken, picknicktafels, afvalbakken, boomspiegels, boomroosters, fietsbeugels, hekken en muren. Dipott betreft alle planten- en bloempotten, in de gewenste maat, vorm en kleur. Zelfs bij een kozijn in een specifieke kleur roze kan een plantenbak in precies dezelfde kleur geleverd worden, in de maat die het beste past bij de kozijnbreedte. Van Hooff: ‘De potten vielen voorheen onder Adezz, maar sinds we ze een eigen merk hebben gegeven, zien klanten beter hoe uitzonderlijk ze zijn. Het zijn beslist geen potten die je in het tuincentrum kunt halen.’

Groei

Op kantoor en in de distributie werken 35 mensen en bij het productiebedrijf in Polen 150 mensen. Met een omzet van een kleine 20 miljoen euro en vijfduizend kopende klanten is het bedrijf fors te noemen. Tijdens de recente



economische crisis groeide het bedrijf gestaag door. De afgelopen paar jaar groeide de omzet zelfs met 30 tot 35 procent per jaar. Van Hooff legt uit waardoor dit komt: 'Natuurlijk merkt iedereen in de markt de invloed van de import uit China, en we merken ook dat die import tegenwoordig kwaliteit heeft. Maar Adezz handelt in grote producten, ook de potten zijn groot. Die kunnen moeilijk geïmporteerd worden uit verre landen.'

Het merk Furns, dat nu vier jaar bestaat, groeit het hardst van de vijf merken, hoewel ze alle vijf in de lift zitten. 'De markt van de openbare ruimte groeit hard, omdat daar per project grote bedragen mee gemoeid zijn. Wij zijn vaak intensief bezig om een project binnen te halen en ook lang bij een project betrokken. Als er bijvoorbeeld een plein wordt aangelegd, zijn er in één klap veel van onze producten nodig', verklaart Van Hooff.

Volgens Van Hooff staat Adezz als een huis. 'We zijn niet een partij die maar wat in elkaar flanst. Mocht er ooit weer een crisis komen – voor mij

‘Adezz handelt in grote producten; die kunnen moeilijk geïmporteerd worden uit verre landen’

hoeft dat niet, maar de goede bedrijven komen dan wel bovendien – dan doorstaan we die ongetwijfeld opnieuw glansrijk.'

Eigen baas in de hele keten

Die flexibiliteit en scherpe prijs-kwaliteitverhouding haalt Adezz uit het eigen beheer in de gehele keten. Het bedrijf ontwerpt zelf, koopt zelf grondstoffen in, produceert in Polen en vermarkt zelf. Van Hooff vertelt over de marketing: 'De meeste hoveniers en tuinarchitecten kennen onze producten wel, maar je moet als marktpartij ook aanwezig zijn in de tekenpro-

gramma's die ze gebruiken. Tekenprogramma's worden überhaupt steeds belangrijker in het vak, zo zien wij. Als er een nieuw programma wordt ontworpen, mag je bijna gratis producten inzenden. Zo'n programma heeft namelijk input nodig om een bibliotheek aan te leggen, zodat gebruikers er makkelijk mee kunnen werken. Daar zijn wij altijd als de kippen bij. Daardoor komen onze producten automatisch in de meeste ontwerptekeningen naar voren.' Van Hooff maakt de meeste Adezz-ontwerpen zelf, in Autocad. 'Ik voel goed aan wat mensen willen. Dat is de basis van het ontwerp. Verder



zijn alle producten goed doordacht en door-gerekend: een design moet sterk zijn, zo min mogelijk afval opleveren en er moet zo weinig mogelijk bij gelast worden. Alle productiestap-pen worden per ontwerp vastgelegd en toe-gepast in onze fabriek in Polen. Dan gaat het bijvoorbeeld om de lasaanduidingen: hoe vaak en hoe er gelast moet worden. Of over de vraag of er in bakken verstevigingsribben moeten komen, zodat ze een bepaalde gronddruk aan-kunnen. Uit alle ontwerpen ontstaat eerst een demo, die vervolgens uitgebreid wordt getest. We geven vijf jaar garantie, maar onze produc-ten gaan vele malen langer mee.'

Over de productie zegt Van Hooff: 'We kopen de grondstoffen op de wereldmarkt. Als bijvoor-beeld staal in Italië een paar cent goedkoper is, dan kopen we het daar met trailers vol. In Polen worden de staalplaten gelaserd en gebogen. Wij brengen veel verschillende stalen producten en productonderdelen onder in het laserprogram-ma; dat kan een halve plantenbak zijn, maar ook een haakje van een open haard. Daardoor hebben we maar 5 tot 10 procent laserafval. De staalplaat wordt dus goed benut. Andere par-tijen hebben gemiddeld 20 tot 30 procent afval. De fabriek in Polen draait 24 uur per dag, zeven dagen in de week, waardoor alle machines optimaal worden gebruikt. Om veel producten te kunnen inschieten, was bedrijfsgroei noodza-kelijk. Nu beheersen we alle onderdelen van het productieproces tot in de puntjes.'

'Standaardproducten zijn allemaal op voorraad, dus we kunnen snel leveren. We werken met drie transporteurs. We hebben een loods van 8500 m² en een gehuurde locatie. En er wordt bijgebouwd, dus binnenkort bedraagt onze opslagcapaciteit 24.000 m². De levering is gratis.' Gratis? Van Hooff lacht. 'Ja, gratis. We hebben goede omzetten, hoor. Dat komt doordat we alle prijzen goed hebben doorgerekend. Ze zijn altijd scherp. We werken nooit met kortingen, ook niet bij grote aantallen. Dat schept duide-lijkheid. Grote partijen kunnen natuurlijk wel direct vanuit Polen aan de klant worden gele-

verd, wat de prijs verder drukt. Klanten hoeven pas af te rekenen als de bestelling geleverd is. Ze weten hoe wij werken; bijna niemand onder-handelt.'

Rust door automatisering

Andere zaken die de prijzen van Adezz aantrek-kelijk maken, zijn de hoge mate van automa-tisering en de bijzonder vlakke organisatie. 'We maken gebruik van een op maat gemaakt ERP-systeem, waarin al onze bedrijfsproces-sen samenkomen. Orderafhandeling, logistiek, administratie en financiën vallen onder een informatie- en managementsysteem. Je kunt via de website maatwerk berekenen, de order invoeren. Op kantoor voeren we hier wel con-troles op uit en we adviseren af en toe. Maar bij ons is alles zo duidelijk, dat er weinig vragen te beantwoorden zijn. Ik redeneer altijd: als de telefoon vaak gaat, hebben we de boel niet onder controle. Er heerst dus een rustige, pret-tige sfeer op kantoor.'

Adezz heeft veel in het magazijn geïnvesteerd om de orderafhandeling zo snel mogelijk te laten plaatsvinden. 'Medewerkers krijgen precies te zien wat er op voorraad is en wat er direct uit kan. Ook de distributieruimte in het magazijn is goed voor elkaar. 's Morgens is er een team dat eerder begint. Deze mede-werkers zetten de producten in het laaddock klaar. Die worden vervolgens ingepakt en in de juiste vrachtwagens gezet. Elke avond worden de vrachtwagens opgehaald en wordt er een nieuwe trailer tegen het laaddock gezet.' Van Hooff klinkt overduidelijk trots op het bedrijf en de prestaties van zijn medewerkers. 'Het is een geoliede machine.'

Bescheiden, maar onderscheidend

De bescheidenheid van beide bedrijfseigena-ren is terug te zien in de producten. Van Hooff, die zich bezighoudt met het ontwerp van de producten, wil niet op de stoel van hoveniers en tuinontwerpers gaan zitten. 'Zij verstaan hun vak. Wij ondersteunen hen. De producten

zijn zichtbaar, maar zijn ondergeschikt aan het groen, dat op zijn beurt wordt bepaald door de tuinontwerper of de hovenier. Daarom vinden wij het belangrijk dat alle hoveniers bij ons terecht kunnen. Vroeger ging een hovenier naar een smid om iets te laten maken: een ornamen-taal hekje, poorten, een plantenrek. De hovenier moest lang op zijn bestelling wachten, de smid had veel afval en de verkoopprijs was hoog. De smederijen zijn verdwenen, maar wij hebben dit gat hopelijk voor een groot deel opgevuld. We maken alles voor de hovenier. We willen hem helpen om zich te onderscheiden met onze producten. We laten hem zien dat hij iets kan creëren wat de klant mooi vindt, maar niet zelf bij een tuincentrum kan halen.'

Streamers

'De smederijen zijn verdwenen; wij hebben dit gat hopelijk opgevuld'



Be social

Scan of ga naar:

www.stad-en-groen.nl/article/32364/adezz-directeur-van-hooff-wij-zijn-een-geoliede-machine