

CPC Coevorden versterkt de Multinal Group in meerdere opzichten

Beste beentje vóór zetten

Niet iedereen zal middenin de kredietcrisis op het idee komen maar eens een industriebedrijf erbij te kopen. Als exportland heeft Nederland echter een voorhoedepositie waar het de klim uit het dal betreft. Een bedrijf erbij kopen dat al met een been in een buitenlandse markt staat, is dan misschien wel een stap in de goede richting. Als daarmee ook een omvang en landelijke dekking bereikt worden, die eigen transportservice door het hele land mogelijk maken, wordt het allemaal nóg logischer. Bovendien is door de overname werkgelegenheid gered en vakmanschap voor de oppervlaktetechniek behouden. CPC is een gevestigde naam in de markten voor verlichtings-, sanitair-, winkelinrichting-, motoren- en fietsenbranche.

Het is een hectische, spannende, veeleisende en uitdagende tijd voor Diana Stroeven. Naast de externe communicatie en beurzen zoals uiteraard de Surface 2010 van 12 tot en met 14 oktober, heeft ze nu ook haar handen vol aan de toevoeging van CPC te Coevorden aan de Multinal Group. CPC is een galvanisch bedrijf dat ontstaan is uit Koninklijke Kempen en Begeer, een gerenommeerde naam dus. Aan Stroeven nu de schone taak de integratie in goede banen te leiden en ervoor te zorgen dat de goede naam bij de klanten ook herkenbaar blijft. "Er komt veel op ons af: veel administratieve zaken als gevolg van de overname, het integreren van de automatisering en de bedrijfsprocessen binnen de uitgezette lijn van Multinal Group, nieuwe collega's en een vernieuwde huisstijl van onder andere de website CPCcoevorden.nl. En ondanks alle veranderingen moet natuurlijk de klant wel centraal blijven staan. Maar de veertien medewerkers zijn er heel erg blij mee, dat is echt geweldig. Ik vind het echt een warm bad als je hier binnenkomt," zo legt ze ongemerkt de link naar de galvano-reeks. "Iedereen is multifunctioneel, en zet de schouders eronder om te zorgen dat de overname succesvol verloopt." Dat nodigt uit tot een nadere bespreking...

Is het een kwestie van 'hoe completer hoe beter'? Op welke wijze versterken de verschillende bedrijven elkaar?

"Die versterking is er heel duidelijk omdat je veel oppervlaktebehandelingmethoden kunt aanbieden, zoals beitsen en passiveren, elektrolytisch polijsten, verchromen, verzinken, poedercoaten, vergulden en alles er tussenin. Dat vult elkaar dus aan. En je hebt een betere landelijke dekking, dus je kan je markt nog beter bedienen. Men kan iets afgeven in Amsterdam (de vestiging Heijchroom – red.) en als dat dan bijvoorbeeld het beste in Coevorden uitgevoerd kan worden, kan dat intern geregeld worden. Eén aanspreekpunt voor alle oppervlaktebehandelingen is dan ook ons motto."

Is het gewaagd of juist veilig om zich in tijden van economische stagnatie te verbreden met aanvullende technieken?

"Ik zie het echt als een kans. Wat je nu in de markt zet, is een dynamische organisatie die aangeeft: 'we stáán voor kwaliteit in chemisch-technische dienstverlening'. We zijn ook beter in staat onze transportfaciliteiten kracht bij te zetten. Desgewenst komen we de producten bij de klant ophalen en, na onze behandelingen, weer afleveren;

want het ligt al op de route naar een van onze vestigingen in Almere, Amsterdam, Coevorden, Maassluis, Ridderkerk en Weesp. Zo kun je ook meer ondersteuning en toegevoegde waarde bieden aan de klant. Als de klant meerdere oppervlaktebehandelingen wenst, die niet op één productielocatie uitgevoerd kunnen worden, dan regelen wij het transport tussen de vestigingen. Het maakt niet uit om hoeveel behandelingen het gaat, en of het nu om enkele stuks of seriematige productie gaat: één aanspreekpunt is immers onze kracht.”

Hoe verhoudt deze galvanovestiging zich tot Heijchroom Amsterdam?

“Als het gaat om vergulden is het een goede aanvulling op de oppervlaktebehandelingen die al bij Heijchroom worden uitgevoerd. Maar zowel bij CPC als Heijchroom kun je seriematig onder andere verchromen en vergulden of enkelstuks werk onderbrengen. Met proefstukken kunnen we eventueel kijken welke processen het beste aansluiten op bijvoorbeeld de kleurwensen van de klant, dan kijken wij wel of het naar Amsterdam moet, naar Coevorden of waar ook. Wij maken het onze klanten graag makkelijk”

Er is een vacature voor accountmanager voor de Duitse markt. Hoe krijgt een Nederlands bedrijf daar voet aan de grond, wat is het aanvalsplan?

“Nou ja, echt aanvalsplan... op dit moment wordt al een deel van de Duitse markt bediend vanuit Coevorden. Doordat je een bedrijf overneemt, ga je kijken waar je groeimogelijkheden liggen. Dan pak je niet alleen de telefoon, maar ga je ook bedrijven bezoeken. We zoeken iemand die voor extra



De badenreeks in Coevorden kan in drieploegenbedrijf een gigantische doorzet realiseren, maar is ook inzetbaar voor kleinschalig werk. (Foto: CPC Coevorden)

groei en export gaat zorgen. Dat spreidt de afhankelijkheid over meer markten. In onder andere de verlichtingsmarkt doen we al een hele hoop voor de Duitse markt. Ik vond het grappig dat dit ook onderschreven werd op de Kick Off van de vakbeurs Surface 2010 (zie de rubriek Nieuws uit de Markt: “Eigen klaren en trompet” – red.), door de cijfers van de Metaalunie: exporterende bedrijven komen sneller uit de kredietcrisis, doordat de wereldhandel alweer aantrekt. Dan wil je er iemand naartoe kunnen sturen die ervaring heeft en goed kan adviseren op die markt. Het moet natuurlijk wel iemand zijn die weet waar hij het over heeft.”

Op de werkvloer moeten de mensen óók weten waar ze mee bezig zijn. Medewerkers met ervaring zijn gewild in de oppervlaktetechniek, maar hoe worden ze hier eigenlijk opgeleid?

“Onze focus ligt bij het waarborgen van kwaliteit en de wensen van de klant. Belangrijk daarbij is te onderzoeken hoe we onze klanten nu en in de toekomst goed kunnen blijven bedienen. Het bijhouden van kennis is daar een continu onderdeel van. In ons opleidingsplan zetten we op een rij wie welke expertise heeft en waar (aanvullende) opleidingen nodig zijn om onze toegevoegde waarde te kunnen blijven waarborgen. Dat daarbij tevens gekeken wordt naar de mogelijkheden die het Scholingsfonds daarvoor biedt is vanzelfsprekend.”

De Surface 2010 komt eraan, en de Multinal Group is uiteraard van de partij. Wat zijn de verwachtingen, en komen jullie met een verrassing die we eigenlijk nog niet bekend mogen maken?

Wellicht door de doorzichtigheid van deze

primeurjacht schiet ze spontaan in de lach. “Oh, dát is leuk, ja een verrassing... we hebben er een aantal in petto. Er komt een productintroductie aan, maar hoe en wat... een gróene nog wel, een groenere oplossing dan er nu is. En het geheimpje over *Lean and Mean* produceren, daar loopt nu de *pilot* nog van. Daar zullen we binnenkort zeker meer over kunnen melden. En er zou zomaar eens een nieuw lid bij de Multinal Group kunnen komen... Wat de Surface 2010 zelf betreft, heb ik vooral grote verwachtingen van de combinatie met de Materia. Dat brengt ons in contact met ontwerpers en anderen die beslissen welke technieken uiteindelijk in het maakproces toegepast gaan worden. En voor het beursvoorbeschouwingsnummer (september, in verhoogde oplage – red.) hebben we dus vast wel weer wat nieuws te melden. Er zit genoeg in de pijplijn,” zo legt ze nog juist de link naar Excelsium, het bedrijf binnen de Multinal Group dat onder andere pijpleidingen reinigt. Met de poedercoatspecialisten van Snouck is het setje dan compleet.

MEER INFORMATIE

Multinal Group
Snouck Coating Maassluis, Snouck Coating Weesp, Heijchroom Amsterdam, Heijchroom Ridderkerk, Excelsium Industrial and Marine Services Almere en Ridderkerk, CPC Coevorden.

Hoofdvestiging:

Dukdalfweg 57, 1332 BL Almere

www.multinal.com / info@multinal.com

CPC

Modem 32, 7441 MJ Coevorden

www.cpccoevorden.nl

info@cpccoevorden.nl



Ook in een geautomatiseerd bedrijf komt er nog genoeg handwerk bij kijken.



Diana Stroeven en Patrick van der Weg maken Multinal steeds multinationaler.

