



*'In mei brengen we de nieuwe
generatie van de elektrische
IntElect op de markt'*

Gerd Liebig, ceo van Sumitomo (SHI) Demag: "De markt in Nederland en België is heel uitdagend. We moeten Thiele & Kor met hun marktkennis de vrijheid geven hierin te acteren." (foto HH)

De vier focuspunten van Sumitomo (SHI) Demag

Japans-Duitse fabrikant focust op vol-elektrische machines

Tijdens de open dagen van Thiele & Kor Plastics Machinery ter ere van het vijfjarig jubileum was een reeks van deskundige sprekers uitgenodigd. Onder hen was niemand minder dan Gerd Liebig, 'der Vorsitzender der Geschäftsführung' van Sumitomo (SHI) Demag. Hij werd na anderhalf dienstjaar bij de onderneming tot ceo benoemd want het Japans-Duitse bedrijf wil integratie van de twee zo verschillende culturen. Men denkt daar een Europeaan met een open karakter als Liebig voor nodig te hebben. Gerd Liebig kent Riekus Thiele al 27 jaar en hij kwam daarom in Nieuwegein met plezier een boekje open doen over de vier focuspunten van zijn onderneming."

TEKST EN FOTO'S: HENK HEUVELMAN

Gerd Liebig: "De aller belangrijkste focus voor ons is het verstand hebben van spuitgieten. Spuitgieten is bij ons branche-georiënteerd. Als wij naar de medische klanten gaan, is er sprake van een andere competentie als wanneer we naar de verpakkingsector gaan of naar de automotive sector. De taal die een deksel­fabrikant spreekt, is een heel andere dan die van een fabrikant van medische apparaten. Daar stellen wij ons in Duitsland op in. We hebben nu drie gespecialiseerde business development teams samengesteld die de verkoop, advisering en productontwikkeling doen, elk met de focus op hun eigen sector. Zo hebben we een team voor automotive, een team voor elektro/medical en een team voor verpakkingen om ons kompetenter te kunnen opstellen. De tweede centrale verandering is de sterke wijziging van onze processen om problemen van klanten sneller te kunnen oplossen. Op dit moment kunnen we twee derde deel van alle problemen en vragen binnen een tijdsbestek van 48 uur afhandelen, dat is op zich best een goede waarde. De beschikbaarheid van reserveonderdelen van machines die wij in de afgelopen tien jaar hebben geleverd, ligt op het moment op 95 procent. De centrale verandering in e-service is de procesintegratie zodat wij precies weten welke servicetechnicus ergens op de wereld beschikbaar is en welke competentie die precies heeft. Dus, hoe snel en met wie kunnen wij op de problemen ter plekke reageren?"

Vol-elektrisch platform

"De derde verandering is de productpolitiek. We hebben onze focus gericht op vol-elektrisch. We zijn een middelgrote onderneming, we zijn niet zo groot als

sommige andere dus we moeten ons focussen. We blijven zeker wel hydraulische machines bouwen maar we zetten in op vol-elektrisch. We willen op dit vlak de nummer 1 op de wereld zijn, samen met onze Japanse collega's van Sumitomo. We hebben inmiddels zestigduizend vol-elektrische machines geleverd en we hebben nu ook een serieus aanbod. En we zijn er de nummer 1 van de wereld mee. Het verschil in kosten dat nog bestaat tussen hydraulische en elektrische machines gaan we verder terugbrengen. Er zal een verschil blijven, de standaard elektrische machines zijn altijd nog vijftien procent duurder dan de hydraulische. Ons doel is dat dit prijsverschil zich binnen één jaar terugbetaalt. Wij willen dus dat de hogere investering voor een elektrische machine binnen één jaar al rendabel is en dat gaat ons lukken. We hebben een nieuw machine-aanbod, in mei brengen we de nieuwe generatie van de elektrische IntElect op de markt en die generatie zullen we in twee jaar tijd verder uitbreiden zodat we in de marktsegmenten van de kleine, middelgrote en meercomponentenmachines een goed aanbod van vol-elektrische uitvoeringen zullen hebben."

Duitsland en Japan

"Wat ook nog verandert, is dat we een platform hebben zodat zowel de Japanse als de Duitse machines nu op basis van één elektrisch platform worden gebouwd. Dus we hebben IntElect en Sumitomo en we hebben Duitse en Japanse speciale uitvoeringen. In Japan bouwen we bijvoorbeeld andere machines dan in Duitsland. In Japan bouwen we ook verticale machines, dat doen we in Duitsland niet. In Duitsland bouwen we EL-Exis verpakkingsmachines, in Japan niet.

Nr. 3 van de wereld

Gerd Liebig (56) is vanaf 1 januari ceo van Sumitomo Demag, als opvolger van Tetsuya Okamura. Liebig heeft 27 jaar ervaring in de spuitgietbranche en werkte lange tijd bij Engel. Twee jaar geleden stapte hij over en na anderhalf jaar werd hij benoemd tot ceo. Naast hem in het bestuur zitten Andreas Schramm als operationeel directeur en Hideki Kuroiwa als technisch directeur.

Sumitomo (SHI) Demag is in 2008 ontstaan door een fusie tussen het Japanse Sumitomo en het Duitse Demag. Het is in grootte de derde fabrikant van spuitgietmachines ter wereld en is belangrijk in de verpakkingsmachines en focust op vol-elektrisch. De onderneming heeft 115 duizend machines in de markt waarvan 60 duizend vol-elektrische.

Het bedrijf heeft wereldwijd drieduizend medewerkers en heeft vestigingen in Schwaig en Wiehe in Duitsland, in Ningbo in China en Chiba in Japan. Sumitomo Demag heeft wereldwijd tien dochterondernemingen plus 23 sales- en servicelocaties. De wereldwijde jaaromzet was in het afgelopen boekjaar 650 miljoen euro, waarvan 237 miljoen is gerealiseerd op de thuismarkt Duitsland - de omzet in Duitsland wordt voor dit lopende boekjaar overigens ingeschat op 270 miljoen euro. In Nederland wordt Sumitomo Demag sinds 2012 vertegenwoordigd door Thiele & Kor Plastics Machinery in Nieuwegein.

In Duitsland maken wij Systec hydraulische machines, in Japan niet. We gaan ons in Duitsland en Japan wederzijds aanvullen."

Culturele uitdaging

"Het vierde thema: integratie. Dit is de culturele uitdaging waarvoor ik naar Sumitomo Demag ben gehaald. Sumitomo wil een goede integratie op managementniveau hebben met het voormalige Demag. Er is al wel integratie met Japan maar wij zien nog een groot potentieel in de service, in de verkoop en in de technische advisering. Dit proces gaat natuurlijk jaren duren want de culturen zijn erg verschillend. De Japanners bouwen uitstekende, heel precieze machines en in de productie zijn ze ook heel ver. Wij in Duitsland kunnen op dit gebied veel van hen leren. We kunnen ook leren hoe je op basis van kpi's een onderneming managet. Zij hebben in dezen een zeer strikte houding, ik weet altijd elke maandag alle kpi's. Mijn stijl van managen heeft zich voor mij wat dit betreft wel enigszins in Japanse richting verplaatst."

Bevruchten

"Het bedrijf Sumitomo Demag loopt heel goed, we hebben een twintig procent hogere omzet gerealiseerd in het afgelopen boekjaar met name door de verpakkingsmachines en de vol-elektrische machines. We hebben nu veel power om te investeren, we steken twaalf miljoen in onze productiefaciliteit in Schwaig en anderhalf miljoen in de verbeteringen van de processen van de klantenserviceorganisatie. Wat wij in Duitsland goed beheersen, samen met onze partners in Europa natuurlijk, is vooral de techniek van de toe-

passing, de branche-specifieke knowhow. Daarmee bevruchten wij als het ware onze Japanse collega's, dus er is sprake van kruisbestuiving. Het is een ontwikkeling die ik persoonlijk heel fijn vind en ik was aangenaam verrast over de rationele benadering van de Japanners. Wij Duitsers zijn in onze communicatie vaak geneigd een beetje emotioneel te zijn, om het zo uit te drukken. Maar de communicatie met de Japanners gaat op een uiterst rationele manier, heel kalm, extreem zakelijk en op het doel georiënteerd. Heel goed."

Eerste niet-Japanner

"Ik ben in die zin bijzonder dat ik de eerste niet-Japanner ben die ceo van een Sumitomo-bedrijf is geworden. En ik was nog geen twee jaar binnen. Normaal gesproken, krijgen alleen Japanners met dertig dienstjaren dit soort functies. Dus, dit zegt wel het een en ander over de grote wens die het bedrijf heeft om te veranderen. Ik bedoel, neem nou Nederlanders en Belgen, die zijn ongeveer zo verschillend als Duitsers en Oostenrijkers. Maar ze kunnen qua mentaliteiten wel degelijk samen functioneren, het gaat meestal heel goed. Wat niet functioneert, is een Japanse manager die veranderingen tot stand moet brengen maar de lokale mentaliteit gewoon niet begrijpt. Mijn voorganger meneer Okamura was echt super, zeer intelligente man, van hem heb ik ontzettend veel geleerd. Maar we hebben gewoon een Europees management nodig om de dingen sneller te begrijpen en sneller te kunnen veranderen. Voor de techniek hebben we wel een Japanner in de directie vanwege de integratie met de techniek bij Sumitomo. Bij de techniek functioneert het wel."

Plezierige verrassing

"De beslissing om mij al na twee jaar het vertrouwen te geven en tot ceo te benoemen, was een heel plezierige verrassing voor mij. Voor de Japanners is het trouwens best lastig als ik daar ben voor vergaderingen bij SHI (moederbedrijf Sumitomo Heavy Industries, red), want zij hebben nu ineens te maken met een

Alles wordt anders

Sumitomo Demag focust sterk op vol-elektrische spuitgietmachines. Waarom eigenlijk? Directeur Riekus Thiele van Thiele & Kor Plastic Machinery weet het: "Het is omdat wij denken dat elektrisch de toekomst is. Het energieverbruik is lager maar het is ook ergonomisch beter omdat het stiller is en heel schoon. Wij zitten op dit moment op een percentage van 25 aan elektrische uitvoeringen bij de verkoop van nieuwe machines maar dat percentage loopt steeds verder op. Neem van mij aan: de wereld ziet er over tien jaar echt heel anders uit, ook hier bij ons in de spuitgietwereld."

Jubileum Thiele & Kor Plastics Machinery



In hun pand in Nieuwegein ontvingen Riekus Thiele en Jan Eiko Kor op 12 en 13 april hun gasten ter ere van het vijfjarig jubileum van Thiele & Kor Plastics Machinery TKPM. Voor de gelegenheid had men een reeks van deskundige sprekers uitgenodigd.

Midden in de recessie, op 1 december 2010 om precies te zijn, hebben de zakenpartners Riekus Thiele en Jan Eiko Kor hun businessplan binnen de bank geregeld gekregen. "En daar zijn wij de bank (Rabo, red) dankbaar voor", zo meldde Riekus Thiele aan zijn publiek. En nadat men vervolgens in juli 2012 het pand aan de Celciusbaan in

Nieuwegein betrok, werden de eerste contractbesprekingen met spuitgietsmachinefabrikant Sumitomo Demag gevoerd. "Dat moest noodgedwongen gebeuren op een setje tuinstoelen. We hadden helemaal niks toen, behalve dan onze kennis van de markt. We moesten eerst kapitaal opbouwen want ons credo is altijd geweest dat we eerst geld verdienen en daarna pas uitgeven. Daarom hebben we nu geen schulden en onze rentabiliteit is goed."

Gebruikte machines en vacatures

TKPM begon met gebruikte machines en met het geld dat Thiele & Kor daarmee verdiende, kon de onderneming bijvoorbeeld gereedschappen kopen voor de service-engineers. Daarna volgde de verkoop van nieuwe spuitgietsmachines van Sumitomo Demag en aansluitend breidde men het productaanbod geleidelijk aan uit met een compleet programma randapparatuur van merken die tot de top-3 van de leveranciers moeten behoren. Na vijf jaar actief te zijn geweest, zegt TKPM nu een naamsbekendheid te hebben van negentig procent. "Maar die moet je natuurlijk wel opbouwen, we doen veel aan marketing."

Volgens Jan Eiko Kor stelt zijn bedrijf te allen tijde de klanten en de medewerkers voorop. "Zonder klanten en zonder deskundige medewerkers zijn we nergens." Thiele & Kor Plastics Machinery had ten tijde van het jubileum dertien medewerkers op de loonlijst en twee vacatures: een service-engineer voor de Benelux en een voor sales-engineer voor de BeLux. (zie www.tkpm.nl)

Sprekers

De sprekers voor de twee open dagen waren niemand minder dan Gerd Liebig (ceo) en Andreas Holzer (after sales service) van Sumitomo Demag, Olaf Stahl en Mario Müller (Wemo), Paolo Silva van Plasdan, Thomas Maier van TIG, Carsten Weidel van Wanner Technik en Daniel Ambrosy van Koch Technik.

bestuurslid dat geen Japans spreekt. Dat zijn ze niet gewend en omdat zij niet of nauwelijks Engels spreken moet er steeds een tolk aanwezig zijn want de voertaal is Japans. Het is een heel nieuwe ervaring voor hen – en voor mij natuurlijk ook. Ik heb nog even overwogen de Japanse taal te leren maar ach, ik ben ook al 56. En zo simpel is het natuurlijk allemaal niet, dat Japans. Het Japanse topmanagement wil een Europeaan in het management, dus met deze taalconsequentie zullen ze moeten omgaan. Ik weet niet zeker of alle anderen onder de top het ook altijd zo graag willen want ik ben natuurlijk wel heel anders. Ik ben open en direct, ik ben onconventioneel, in die zin ben ik meer een Nederlander dan een Duitser, als je begrijpt wat ik bedoel. Een Japanner is juist bijzonder conventioneel en die heeft een totaal andere stijl. Bij

mij zijn de dingen duidelijk, ik ben extreem klantgericht en ik denk in toepassingen. De Japanners weten inmiddels dat ze met alleen hun kwalitatief hoogwaardige en zeer betrouwbare machine niet verder zullen komen. Ze hebben naast betrouwbaarheid en kwaliteit ook klantgerichtheid nodig."

"Je merkt het wel, ik ben enthousiast. De zaken lopen goed. SHI verwacht nu van ons strategieën om verder te kunnen investeren, dat is wel een groot verschil met een jaar of zeven geleden. We kunnen wel tevreden zijn, geloof ik."

www.sumitomo-shi-demag.eu
www.tkpm-nl