

NEDAP DOET HET AUTONOOM

Nedap haalde in de eerste helft van het jaar een autonome groei van 14 procent en is ondanks de crisis hoopvol over de toekomst. Een interview met topman Ruben Wegman.

TEKST: MARTIN VOORN; FOTO'S: AGNES BOOIJINK

De crisis kwam Nedap, het bedrijf dat vooral bekend werd door de stemmachines maar geen stemmachines meer levert, niet slecht uit. Terwijl concurrenten groei kochten door overnames en zich daaraan vertilden, investeerde Nedap in eigen productontwikkeling. Topman Wegman gelooft meer in autonome groei.

Hoe is Nedap uit de crisis gekomen?

“Wij zijn zonder meer beter uit de crisis gekomen, al is dat nog niet helemaal in de cijfers terug te zien, in 2007 hadden we een hogere omzet en winst. We hebben de laatste jaren veel geïnvesteerd in nieuwe groeimogelijkheden en dat ga je ook zien. Ik kijk dus met veel vertrouwen naar de toekomst. Over die crisis: iedereen had het toen over een scherpe dip en daarna zou het allemaal weer goed komen. Ik geloofde daar toen niet zo in. En inderdaad, het is nog steeds crisis.”

ID RUBEN WEGMAN

Geboren: 14 augustus 1966

Functie: algemeen directeur Nedap

Basissalaris: 321.000 euro (2010)

Koersrendement:

-32,1% sinds aantreden op 1-3-2008

Externe functies: geen

Opleiding:

informatica, Radboud Universiteit Nijmegen

Werkervaring:

1990 – 1997 Shell Nederland Verkoopmij. bv
1997 – heden Nedap

Burgerlijke staat: gehuwd, 4 kinderen

Hoe wapende u zich tegen de crisis?

“Belangrijk was dat we door een hoge solvabiliteit altijd beslissingen konden nemen die ook op lange termijn verstandig zijn. In de eerste plaats hebben we gekozen voor activiteiten met een hoge toegevoegde waarde. We zijn gestopt met de toeleveranciersactiviteiten, zoals de besturing van schuifdaken, die handel gaat naar China. Er zijn andere activiteiten waar we meer mee verdienen. We kiezen voor activiteiten waar we ons mee onderscheiden, en dat is niet productie. Wij hebben gekozen voor een kleine kern van vaste medewerkers met een grote schil van flexwerkers. Van onze productiemedewerkers is 80 procent flexwerker. Wij willen ons vooral richten op productontwikkeling en het vermarkten/verkoppen van producten. Ook in de tijd dat het slecht ging, is er veel geïnvesteerd in innovatie en het verhogen van onze commerciële slagkracht.”

Wat deed de concurrentie?

“Veel concurrenten hebben met name voor 2008 met goedkoop geld vrij dure overnames gedaan. Nu blijkt het geld veel duurder te zijn en die overgenomen bedrijven veel minder waard. Die bedrijven hebben het geld niet meer om te investeren in innovatie. We hebben afgelopen jaar dus een gat kunnen slaan met de concurrentie, door met nieuwe producten te komen en nieuwe markten in te gaan.”

Twee concurrenten zijn gefuseerd, gaat u daar last van krijgen?

“Wij juichen het vaak toe als twee concurrenten fuseren. De kans dat hierdoor problemen ontstaan is vrij groot. Vaak blijkt dat veel aandacht dan intern is gericht en niet op de klant. En verschillende gekochte technologieën blijken in de praktijk toch niet zo eenvoudig te koppelen te zijn in één geïntegreerde oplossing. Nedap heeft geen

overnames nodig, wij geloven in autonome groei, wij geloven dat je zelf groei moet creëren en niet moet kopen. Bij 70 à 80 procent van de overnames is er sprake van waardevernietiging. Ik begrijp het ook wel: als je niet in staat bent autonoom te groeien heb je een probleem en met een overname of fusie kun je dat vaak verdoezelen. Ook maken de IFRS-regels overnames aantrekkelijk. Een bedrijf dat continu investeert moet een groot deel van deze investeringen als kosten meenemen in zijn resultaat. Een bedrijf dat zo'n bedrijf overneemt mag deze investering als goodwill op de balans opnemen en hoeft hierover niet of slechts over veel jaren af te schrijven. Nu is de goodwill bij veel bedrijven geëxplodeerd, soms bestaat 60 procent van het eigen vermogen uit goodwill.

ID NEDAP

Nedap is een fabrikant van intelligente technologische oplossingen voor relevante thema's. Voldoende voedsel voor een groeiende bevolking, schoon drinkwater over de hele wereld, slimme netwerken voor duurzame energie zijn slechts een paar voorbeelden van onderwerpen waar Nedap zich mee bezighoudt.

Nedap creëert toegevoegde waarde met producten die relevante problemen oplossen. Daarom spreken we over technologie die er toe doet. Niet de technologie, maar de manier waarop er dagelijks gebruik van wordt gemaakt staat daarbij centraal. De oplossingen van Nedap onderscheiden zich dan ook doordat nieuwe technologieën op creatieve en innovatieve wijze in elegante, gebruiksvriendelijke producten verwerkt worden.

Naast gedetailleerde kennis van technologische ontwikkelingen heeft Nedap ook een diep inzicht in verschillende marktsegmenten in huis. Nedap bestaat daartoe uit verschillende marktgroepen, ieder gericht op een eigen marktsegment. Elke marktgroep is verantwoordelijk voor zowel de ontwikkeling als het vermarkten en verkopen van haar producten.