

Als een forel tegen de recessiewaterval op

Secans grijpt naast High Growth Award

Het Eerbeekse bedrijf Secans greep vorige week net naast een High Growth Award. In het Duisenberg Auditorium van de Rabobank Utrecht werden prijzen uitgereikt aan snel groeiende Nederlandse ondernemingen door Port4Growth, een platform voor ondernemers. Secans was een van de genomineerden in de regio Oost-Nederland, maar werd uiteindelijk derde. Eén van de criteria om in aanmerking te komen voor een High Growth Award is

een gemiddelde omzetgroei van ten minste tien procent in de afgelopen drie jaar. Secans realiseerde een groei van zes miljoen euro sinds 2008 met het opzetten van nieuwe winkels voor grote internationale retailers en het beheren van hun winkelbenodigdheden.

door Gerwin Nijkamp

Als een forel springt Secans op tegen de recessie die als een waterval het ene na het andere bedrijf wegvaagt. Het Eerbeekse bedrijf spint zelfs garen bij de economische malaise.

In deze onzekere tijden pakken grote internationale retailers maar al te graag de helpende hand die Secans biedt. In drie jaar tijd groeide de omzet van drie naar negen miljoen euro. De nog jonge onderneming bevaakt het proces bij het bouwen van nieuwe winkels en beheert de voorraad winkelbenodigdheden van bedrijven in met name de mode- en voedingsbranche. Bekende merken als Tommy Hilfiger, Victoria's Secret en Unilever behoren tot de klantenkring. Directeur en grootaandeelhouder Jeroen Scholten verklaart het succes: „Onze kracht is de kennis van re-

gionale markten waardoor wij nauwkeurige voorspellingen kunnen doen voor multinationals. Daar is zeker nu veel behoefte aan.” Het magazijn op industriegebied Kollergang in Eerbeek staat vol met kledingrekken en hippe bankjes die je in vele modewinkels vindt, maar ook zijn er koel-



kasten, koffiezetapparaten en prullenbakken te vinden. Met al deze artikelen worden nieuwe winkels ingericht en daarnaast heeft Secans producten op voorraad om verouderd interieur te vervangen. Vanuit Eerbeek, Shanghai in China, Dubai en Columbus in de Verenigde Staten worden de klanten beleverd. Zij kunnen daarbij gebruik maken van wat Scholten de 'bol.com' van Secans noemt. „Deze online catalogus is er niet alleen om producten te bestellen, maar dit systeem houdt ook bij wanneer bepaalde artikelen aan vervanging toe zijn. Bijvoorbeeld als de garantie van een koelkast is verlopen.” Secans heeft als doel om binnen achttien dagen de bestelde artikelen te leveren. „Omdat wij door ons systeem ruim op tijd weten dat een winkel om bepaalde producten gaat vragen, kunnen wij de artikelen ook nog eens goedkoop inkopen en op de meest goedkope manier vervoeren: veelal over het water. De kwaliteit is dan eveneens door ons gecontroleerd.”

Bij het openen van een nieuwe winkel komt echter meer kijken dan alleen het verschepen van kledingrekken of een vitrine. Scholten legt uit wat de rol van zijn bedrijf is. „Stel dat het Amerikaanse kledingmerk Tommy Hilfiger als doelstelling heeft om in een jaar twintig nieuwe winkels in Duitsland te openen. Dat is een beslissing die de top van zo'n bedrijf neemt. Deze

managers hebben vaak niet de focus op lokale aspecten.” Factoren die invloed hebben op de snelheid waarmee een nieuwe vestiging geopend kan worden, zijn bijvoorbeeld de verguningsprocedures van gemeenten.

Ook zijn veel bedrijven volgens Scholten niet op de hoogte van de cultuurverschillen. „Omdat wij juist veel energie steken in het in kaart brengen van de situatie van zoveel mogelijk lokale markten, kunnen wij vaak beter voorspellen of de doelstelling van het management haalbaar is. Wij gaan zelfs zo ver dat we eisen dat onze mensen een tijdje meelopen in een winkel.” Al die kennis zorgt er volgens de directeur voor dat op een verant-

woorde wijze materiaal ingekocht wordt. Zo wordt voorkomen dat bij vertraging grote bedragen op vitrines, banken, stoelen en kasten worden afgeschreven. De voorspellingen van Secans kloppen in 75 tot 80 procent van de gevallen, zegt Scholten. „Als een bedrijf het zelf doet, dan ligt dat percentage meestal aanzienlijk lager.”

Secans verzamelde van veertig landen de relevante marktgegevens. „Er werken bij ons bedrijf dan ook mensen met veel verschillende nationaliteiten die de situatie ter plekke nauwkeurig analyseren.”

In 2015 moeten er 78 landen in kaart gebracht zijn en dan moet de omzet dertig miljoen euro bedragen.

„Vooralsnog liggen we op schema”, zegt de Secans-directeur. Hij verwacht dat op korte termijn nog meer multinationals gebruik gaan maken van de 'glazen bol' die Secans heet. „De investeringen die gedaan moeten worden bij het openen van nieuwe winkels zijn groot. Bedrijven besteden de

risico's liever uit. Zeker in deze tijden van crisis willen bedrijven niet dat ze hun voorraad moeten afschrijven.”

De economische malaise is nu nog een kans voor het Eerbeekse bedrijf, maar kan omslaan in een bedreiging. Ook deze jonge forel merkt dat de stroming steeds sterker wordt. „In steeds meer landen leidt de crisis tot marktprotectie.” En als gevolg daarvan kunnen bedrijven ervoor gaan kiezen om lokaal in te kopen. „Dat zou voor Secans nadelig zijn.”

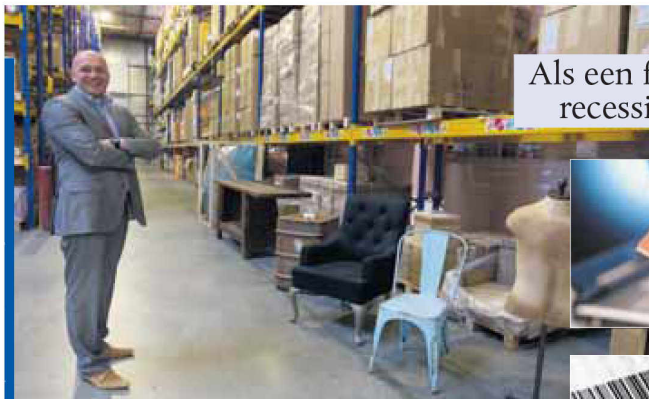
Mochten de markten weer aantrekken, dan zal dat zijn onderneming zeker geen windeieren leggen, verwacht Scholten. „De keuze om gebruik te maken van onze kennis en diensten wordt dan juist nog makkelijker.”



In 2015 moeten de lokale markten van 78 landen in kaart gebracht zijn en dan moet de omzet van Secans dertig miljoen euro bedragen.



Secans bewaakt het proces bij het bouwen van nieuwe winkels in met name de mode- en voedingsbranche.



Secansdirecteur en grootaandeelhouder Jeroen Scholten: „Onze kracht is de kennis van regionale markten waardoor wij nauwkeurige voorspellingen

kunnen doen voor multinationals.”

foto Ronny te Wechel