

SAMEN BIEDEN A.Z. HOLLINK EN CADMATCH HUN KLANTEN EFFICIENCYWINST BIJ ENGINEERING

Kruisbestuiving begint bij klauwkoppelingen

Machinebouwers maken steeds minder zelf, maar in hun engineering moeten ze vaak het wiel nog wel zelf uitvinden. Want 3D-tekeningen van de koopdelen die ze hebben geselecteerd, krijgen ze vaak niet los bij de fabrikanten. Leverancier van koppelingen A.Z. Hollink en Autodesk-dealer CADMatch willen daar verandering in brengen. Te beginnen met A.Z. Hollink's nieuwe, eigen productlijn van klauwkoppelingen stellen zij aan hun beider klanten, de machinebouwers, de complete tekeningen van die componenten beschikbaar.

A.Z. Hollink in Deventer is van origine een distributeur van koppelingen, lagers en hydrauliek. Daarmee maakt het bedrijf al jaren een stevige groei door, met telkens weer nieuwe vertegenwoordigingen in het assortiment en sinds kort ook geografisch. Zo opende A.Z. Hollink vorig jaar de aanval op de Belgische markt en de komende tijd wil directeur Dieter Spillebeen verder Europa intrekken. Een nieuw pand in Apeldoorn, dat volgend jaar wordt betrokken, biedt ruimte voor deze expansie. Tijdens de Industriële Week zal de voortgaande groei worden gemarkeerd met de ondertekening van een contract met een grote klant voor schroefkoppelingen van het sinds kort door A.Z. Hollink vertegenwoordigde Warner Electric. Deze kwalitatief hoogwaardige koppelingen verzorgen op bottellijnen het dichtschraven van de doppen op flessen (fris)drank.

SPANNINGSVELD

Hoe succesvol A.Z. Hollink als distributeur ook is – naast Warner Electric wist het vorig jaar bijvoorbeeld ook TB Woods aan zijn portfolio toe te voegen – het wil zich niet tot die functie beperken. Want directeur Spillebeen wil niet permanent verkeren in het spanningsveld dat blijkt bij de relatie tussen een distributeur en de fabrikanten wier merken hij vertegenwoordigt. Met 'zijn' fabrikanten, zoals Renk en Stieber, kan Spillebeen het goed vinden, maar in de markt ziet hij genoeg voorbeelden van fabrikanten die distributeurs zo maar terzijde schuiven ten gunste van andere partners – of om rechtstreeks de markt te gaan bewerken. 'Daarom gaan wij onszelf ook

positioneren als fabrikant', vertelt account & marketing manager Peter Schuurhuis. A.Z. Hollink heeft een eigen lijn klauwkoppelingen gelanceerd, die het 'ergens buiten West-Europa' laat maken. De kwaliteit doet naar eigen zeggen niet onder voor de (Duitse) concurrentie en er is een uitgebreide service voor onderhoud en revisie aan verbonden. Echt bijzonder is de nieuwe service die A.Z. Hollink gaat bieden in samenwerking met CADMatch uit Oosterhout, leverancier van oplossingen voor werktuigbouwkundig ontwerp en data-

CADMatch-directeur Corné Coremans (links) toont de tool die zijn bedrijf heeft ontwikkeld voor het intekenen van koopdelen. Naast hem account & marketing manager Peter Schuurhuis (midden) en directeur Dieter Spillebeen van A.Z. Hollink. Links enkele producten van de nieuwe, eigen lijn van klauwkoppelingen. Foto: Arjan Reef



management. A.Z. Hollink stelt aan de afnemers van de klauwkoppelingen namelijk de tekeningen van deze componenten in 3D CAD-formaat ter beschikking. CADMatch ontwikkelde een speciale tool voor het verwerken van de tekeningen. Het initiatief kwam van A.Z. Hollink en Autodesk-dealer CADMatch, maar op de achtergrond volgt Autodesk zelf het proces nauwlettend. De softwaregigant beschouwt het als een strategische ontwikkeling, weet CADMatch-directeur Corné Coremans.

Lagerhuisdebat tussen inkoop en marketing

Tijdens de Industriële Week in de Jaarbeurs in Utrecht organiseren NEVI en NIMA, gesponsord door VNU Exhibitions en Scenter, op 1 oktober het Nationaal debat Inkoop en Marketing in Business to Business. Tijdens dit debat zullen topinkopers de discussie aangaan met topmarketeers onder leiding van dagvoorzitter en Scenter-directeur Maarten Pieter van der Vlugt. De knelpunten van het inkoop- en verkoopproces zullen op scherp worden gesteld, maar ook de kansverhogende succesfactoren worden besproken.

Marketeers en inkopers handelen op basis van dezelfde achtergronden en tegelijk zijn hun doelstellingen tegengesteld, zo formuleert de debatorganisatie in een persbericht. Marketeers proberen zoveel mogelijk te verdienen door waarde toe te voegen aan hun producten of diensten. Inkopers proberen zoveel mogelijk te verdienen door de prijzen van producten, diensten en processen zo laag mogelijk te houden. Een marketeer wil het liefst

een uniek product in de markt zetten om zich op deze manier goed te kunnen onderscheiden. Een inkoper wil juist het liefst een commodity bestellen om daardoor de inkoopkosten te kunnen drukken. De marketeer beweert dat door de werkwijze van de inkoper de marges onnodig onder druk komen te staan en dat productontwikkeling en -verbetering hierdoor stil blijven staan. De inkoper beweert daarentegen dat de marketeer door zijn werkwijze het inkoopproces onnodig ondoorzichtig maakt en dat de kosten daarom onnodig hoog zijn, waardoor innovaties niet naar de markt stromen.

DEELNEMERS

Aan het debat wordt aan de zijde van de topinkopers deelgenomen door Cris Bijker (Imtech), Erik de Bruine (Rabobank), Frank Steller (NS), Remko van Hoek (Nuon) en Wim Dressel (GTI, NEVI-voorzitter). Het marketingperspectief wordt vertegenwoordigd door Jac Sandberg (Corus IJmuiden), Erik Jan Hultink (TU Delft), Jos Ahlers (Brandsters), Charles de Klerks (SITA Nederland), Marcel Nijveldt (Speer reclame en communicatie, bestuurslid NIMA Industriële Marketing), Gert Jan Prins (Bouwen aan innovatie, bestuurslid NIMA Industriële Marketing), Harold Plettenburg (Kader, bestuurslid NIMA



De Jaarbeurs in Utrecht zal op 1 oktober het toneel zijn voor een confrontatie tussen inkopers en marketeers. Foto: VNU Exhibitions

Industriële Marketing), Marinus Schimmel (Strukton WorkSphere), Arie Barendregt (Somfy Nederland) en Peter de Ries (Nedac Sorbo).

Voor meer informatie en het bijwonen van het debat: www.industrieleweek.nl

DIGITAL PROTOTYPING

Gebruikers van 3D CAD-software zoals Autodesk Inventor vragen steeds vaker om libraries met tekeningen van koopdelen, verklaart Coremans. 'In Nederland ontwikkelen machinebouwers zich tot bedrijven die alleen engineering en assemblage doen. Zelf onderdelen maken of aanpassen is er niet meer bij. In hun engineering kunnen ze veel tijd besparen als ze de tekeningen van de koopdelen compleet op maat van de fabrikant ontvangen of uit een bibliotheek kunnen halen.' Ook koppeling met het ERP-systeem van de klant en het opnemen van de koopdelen in de stuklijst wordt met de nieuwe tool van CADMatch eenvoudiger. Bovendien wordt digital prototyping steeds belangrijker, vervolgt Coremans. Machinebouwers willen hun ontwerpen digitaal al kunnen testen, bijvoorbeeld door berekeningen uit te voeren aan de overbrenging van krachten of aan de trillingen die kunnen optreden in een machine. Daarvoor hebben de engineers ook alle gegevens nodig van de koopdelen die ze in hun ontwerp opnemen, zoals de exacte dimensies en materiaaleigenschappen.

HUIVERIG

Een grote speler als lagerfabrikant SKF biedt klanten al libraries met zijn producten, maar veel fabrikanten van componenten zijn nog huiverig om die gegevens beschikbaar te stellen, signaleert Dieter Spillebeen van A.Z. Hollink. 'Ik loop al jaren te lobbyen bij fabrikanten, maar ze willen er nog niet aan.' Vandaar dat de directeur nu zelf maar het voortouw heeft genomen, in eerste instantie voor

de eigen productlijn. Zonder meteen alle informatie weg te geven, zo tekent hij aan. Met de beschikbaar gestelde informatie zijn de componenten in een ontwerp namelijk wel testbaar, maar niet produceerbaar. Dus het intellectueel eigendom van de fabrikant c.q. leverancier blijft beschermd en uiteindelijk zal de klant toch met zijn bestelling komen. Intussen heeft hij zich dan al wel een gefundeerd oordeel kunnen vormen over de

'Wij leveren niet meer alleen producten, maar willen ook problemen oplossen voor klanten'

geschiktheid van de betreffende component. Dat kan teleurstellingen voorkomen bij eindgebruikers. Met zijn boodschap voelt Spillebeen zich een roepende in de woestijn. Reden om op de beurs Aandrijftechniek & Factory Automation tijdens de Industriële Week flink aan de weg te gaan timmeren. In zijn stand zal A.Z. Hollink samen met CADMatch de nieuwe service demonstreren.

VERBREIDING

CADMatch-directeur Coremans betitelt de samenwerking tussen A.Z. Hollink en zijn bedrijf als kruisbestuiving. 'Als wij libraries met hun componenten beschikbaar hebben, zullen klanten die producten eerder gaan toepassen.' Omgekeerd

levert A.Z. Hollink zijn klanten nu Autodesk-tekeningen en dat is natuurlijk interessant voor de dealer, CADMatch. Voor beide bedrijven past het initiatief in de verbreding van activiteiten die ze nastreven. Account & marketing manager Peter Schuurhuis: 'A.Z. Hollink levert niet meer alleen producten, maar wil ook problemen oplossen voor klanten. Onder meer door tekeningen op maat te leveren.' En CADMatch

www.azhollink.eu
www.cadmatch.nl