

BEVLOGEN DIRECTEUR LUMIANCE IS KLAAR VOOR DE TOEKOMST

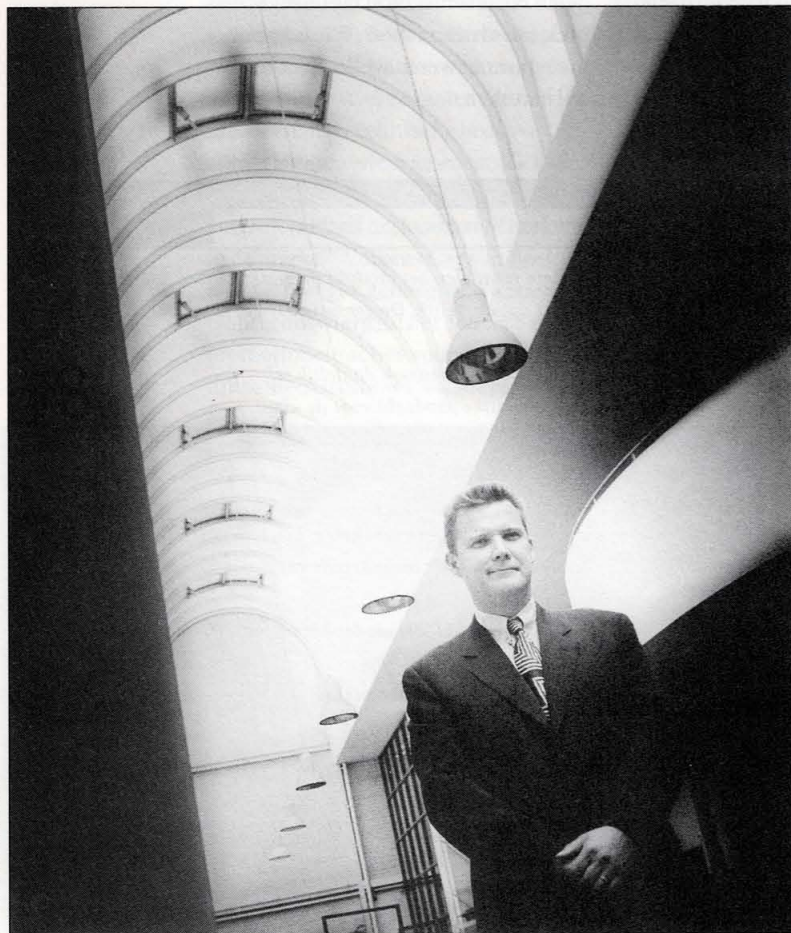
'Ik mis het ontwerpen absoluut niet'

De dagen worden weer korter en daarmee wordt het 'lichtseizoen' weer geopend. Reden genoeg om eens te praten met de nieuwe algemeen directeur Michel Krechting van Lumiance uit Haarlem. Een bevrologen man die graag het estafettestokje overneemt van zijn voorganger, Harry Swaak. "Door de overname door Sylvania ontstond er een ander bedrijf en dat vraagt om een andere directeur. Het zal een hele klus worden, maar ik ben er meer dan honderd procent klaar voor."

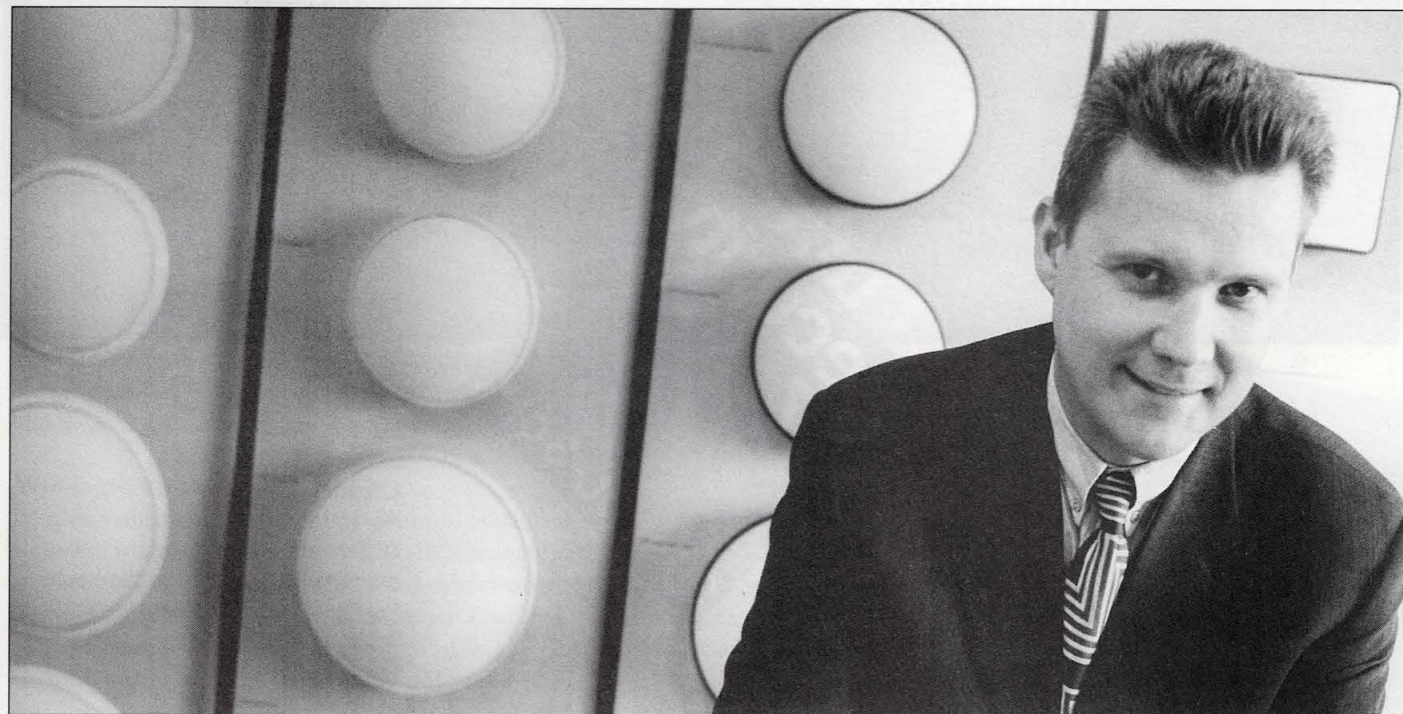
■ Michel Krechting (44), algemeen directeur Lumiance, heeft Harry Swaak per 1 maart 1997 opgevolgd. Swaak, die 27 jaar aan het lichtbedrijf verbonden was, vond dat de lamp zo langzamerhand bij hem aan het uitgaan was en dat de motivatie niet meer optimaal aanwezig

'Ik mis het ontwerpen niet'

was. Zelf is Krechting al sinds 1992 verbonden aan Lumiance in de functie van hoofd produktontwikkeling en kent hij het bedrijf dus van haver tot gort. "Ik had, net als Harry, al de nodige ervaring met de huidige moedermaatschappij, Sylvania. Het leek dus logisch dat iemand met kennis van het bedrijf en met de nodige ambities het estafettestokje over zou nemen, want ervaring is leuk, maar je zult ook ambitie moeten tonen wil je op deze positie kunnen functioneren. Ik ben ooit opgeleid als industrieel ontwerper op de Akademie Industriële Vormgeving in Eindhoven. Daarna ben ik twee jaar lang bedrijfsontwerper geweest bij Lundia, maar het eigen ondernemerschap trok mij ook wel aan. Samen met een partner heb ik drieëneenhalf jaar een eigen ontwerp-bureau heb gehad. Na die tijd scheidden onze wegen zich en ben ik partner geworden bij Van Dijk/Eger/Associates, een van de bekendste ontwerp-bureaus van Nederland. En in die functie werd ik na vijf jaar gevraagd voor de functie van hoofd produktontwikkeling bij Lumiance." Het lijkt een hele onderneming om iets over te nemen van iemand die al 27 jaar zijn stempel heeft gedrukt op het bedrijf, maar Krechting ziet dat niet als een probleem. "Ik vind dat niet moeilijk en dat bedoel ik niet aanmatigend. Dat heeft alles te maken met het feit dat ik me heel goed kan indenken dat Harry Swaak, die zo lang bij Lumiance is geweest en het bedrijf heeft groot gemaakt, binnen de setting die toen geboden werd, de motivatie niet meer kon vinden. Het bedrijf heeft heel lang een zeer autonome koers kunnen varen en heeft zich vanuit die koers ook kunnen ontwikkelen totdat we in 1993 werden overgenomen door Sylvania Lighting International en de bakens verzet werden. Daar had Swaak erg veel moeite mee en als gevolg daarvan was zijn motivatie niet echt groot meer. Dat is ergens natuurlijk ook wel te begrijpen. Voor mij betekent dit dat er nog genoeg goed werk te verrichten is. Zeker in deze cruciale periode waarin wij nieu-



FOTOGRAFIE: CHRIS HOESMUT



we produkten introduceren Ik kan dus eigenlijk niet anders zeggen dan dat dit een uitstekend moment is om het estafettestokje over te nemen."

Hannover Messe

Dit jaar was het voor de eerste keer dat Lumiance op de Hannover Messe aanwezig was onder de vleugels van haar moedermaatschappij. Samen met de zusterbedrijven presenteerde Lumiance zich als één geheel. Krechting: "Ik moet helaas zeggen dat we een erg bescheiden plek op de gezamenlijke stand hadden. We gingen een beetje op in de massa en dat gebeurt toch al zo snel op de Hannover Messe. Dat is even wennen, want voorheen hadden we een grotere en zelfstandige produktpresentatie op dit soort beurzen. We moeten natuurlijk wel blijven opletten dat we ook naar de internationale markt toe herkenbaar blijven. Op zich is het een kenmerk van onze huidige moedermaatschappij dat er gewerkt wordt met clustering. Daartussen moet uiteraard wel synergie bereikt worden en die ontstaat natuurlijk niet automatisch.. Je zult ook heel selectief moeten omgaan door die activiteiten te clusteren waarvan je vermoedt dat dat samenspel meer oplevert dan wanneer het twee afzonderlijke activiteiten zijn. De moedermaatschappij gaat er wel vanuit, maar als dochterondernemingen zul je hier selectief mee om moeten gaan. Er bestaan nu eenmaal binnen een internationale holding verschillende culturen. Als je bijvoorbeeld kijkt naar de produkten die ons zusterbedrijf in Engeland maakt, dan zie je dat dit produkten zijn op het hoogwaardige specialistenniveau, waar veel aandacht besteed wordt aan lichtprestatie. Het Engelse bedrijf heeft daar bijvoorbeeld grote accessoire-reeksen waardoor een veel langer traject nodig is om tot een aankoop over te gaan. Bij ons is die drempel veel lager. Wij maken de zogenoemde 'over the counter'-produkten die geschikt zijn voor de in-

stallateur, snel te installeren zijn en een hoogwaardige kwaliteit hebben. De installateur koopt deze produkten aan, installeert ze en wil ze vervolgens niet meer zien behalve dan bij de vervanging van de lampen. Hier is Lumiance altijd goed in geweest en als het aan mij ligt blijven we dat uiteraard in de komende jaren ook zeker." Een veel gehoorde klacht van de lichtfabrikanten is dat bij het invullen van het bestek er als eerste beknibbeld wordt op de armaturen. Is dat onvermijdelijk als je als lichtfabrikant aan het eind van de installatie-keten zit? "Tja, dat is inderdaad een probleem, maar ons bedrijf weet daar goed mee om te gaan omdat we een reactieve instelling hebben", gaat Krechting verder. "Wij reageren op de behoefte van de installateur door 'over the counter'-produkten te maken. Juist omdat er beknibbeld wordt op de armaturen, moet de installateur die meteen voorhanden hebben tegen een gunstige prijs. Ik kan het de installateur ook niet kwalijk nemen dat licht in zijn algemeenheid vaak een ondergeschoven kindje is. Ik denk niet dat we het beknibbelen in de hand werken als we dit soort produkten aanbieden. Integendeel, als de installateur om een ander produkt vraagt dan zullen we dat voor hem uitwerken. Dat bedoel ik met reactief. Daarnaast moeten wij er natuurlijk voor zorgen dan het produkt beschikbaar is. Vooral de groothandel die via onze separate maatschappijen bevoorrad wordt."

Duurzaamheid

Eén van de belangrijkste eisen waar een produkt tegenwoordig aan moet voldoen is naast veiligheid en lichtrendement, duurzaamheid. Je kunt het je vandaag de dag niet meer veroorloven om een produkt te maken dat niet lang bruikbaar blijft. De lichtsector weet daar natuurlijk alles van. Hoe speelt Lumiance daarop in? "Tijdens de ontwikkelingsfase onderwerpen we de produkten in ons labora-

'We proberen de installateur zoveel mogelijk middelen te geven'

torium aan allerlei testen en proefnemingen. Daarmee simuleren we een technische levensduur van om en nabij de tien jaar. We belasten al onze armaturen met overspanning bij een temperatuur van veertig graden Celsius waarin een aantal schakelmomenten zijn ingebouwd. We weten inmiddels uit ervaring dat dit een redelijk goede indicatie geeft van de levensduur van onze armaturen. En je moet ook wel blijven controleren en testen, want anders krijg je de armaturen onherroepelijk terug. We laten ze dan ook keuren door een onafhankelijk keuringsinstituut om te laten zien dat niet alleen wij onze produkten goed keuren, maar ook een onafhankelijke instantie. Die kwaliteitsgarantie staat bij ons hoog in het vaandel."

Wie is de klant?

Met het verdwijnen van de traditionele bedrijfskolom in de installatie-sector en de bouw in zijn algemeenheid (zie vorige publikaties in *Installatie Journaal* en het rapport van de Exponentenvereniging Elektrotechniek) wordt het steeds moeilijker om te zien wie nu eigenlijk de klant is of wordt. "Gelukkig vragen we ons altijd al af wie nu eigenlijk de klant is. Is dat de installateur, de eindgebruiker, de groothandel of onze eigen verkoopmaatschappij? Er hangt natuurlijk veel af van het soort project en van wie onze gesprekspartner daar is. Je ziet steeds vaker dat we met één persoon te maken hebben en doorgaans is dat dan de installateur die ons goed advies kan geven over welke produkten wij moeten ontwikkelen. Maar omdat we eigenlijk alleen maar leveren aan de groothandel, zou je kunnen zeggen dat zij onze directe klant is en dat indirect de installateur en eindgebruiker onze klanten zijn. De installateur weet ook dat al onze produkten bij de groothandel te verkrijgen zijn en ze altijd op voorraad zijn. Wij verspreiden onze produkten ook doelbewust via de groothandel. Als je rechtstreeks aan de installateur gaat leveren, dan ontstaat er een schisma in de markt waar je je vanaf moet vragen of partijen daar wel beter uit zullen komen. Wij denken vooralsnog van niet. Ondanks dat de groothandel verweten wordt dat het dozenschuivers zijn, vervullen ze wel regionale functies van waaruit vele produkten, waaronder verlichting, verspreid worden. Het is gebleken dat de installateur daar toch grote waarde aan hecht en dat ze hun produkten dus kopen bij de groothandel. Dus waarom zou je dan moeilijk gaan doen om iedereen rechtstreeks bij jou te laten bestellen met alle logistieke problemen van dien als de groothandel die functie van jou kan overnemen? En als je die keus gemaakt hebt, dan moet je daar ook aan vasthouden tenzij je bereid bent je hele organisatie aan te passen, maar dat lijkt me nu nog geen goed plan."

Installatie-middelen

Als de installateur steeds meer een adviseur-rol gaat vervullen zal er nog heel wat moeten veranderen. Ook aan de fabrikanten-zijde zal meer input gegeven moeten worden aan de installateur. "Wij zijn er eigenlijk al vier jaar mee bezig de installateur meer middelen te geven om de juiste produkten te installeren", zegt Krechting. "Alleen maar

om de installateur goede voorstellen te laten maken bij zijn opdrachtgever. In onze catalogus besteden we al vele jaren veel aandacht aan technische informatie over lichtopbrengst en dergelijke. Verder voeren we sinds vier jaar het 'SLI-win' programma waarmee de installateur computersimulaties kan maken over lichtopbrengst door heel eenvoudig een aantal referenties in te geven zoals reflectie, lux-niveau en wat dies meer zij. Binnenkort zal het programma afgerond zijn en volledig draaien onder Windows. Allemaal gereedschappen die wij de markt aanbieden om op basis van zelfwerkzaamheid snel en eenvoudig tot een keus te kunnen komen welk produkt geschikt is voor het desbetreffende project. Het programma is zo ontwikkeld dat iemand met minimale kennis van computers ermee om kan gaan. Als laatste geven we op ons kantoor in Haarlem genoemde hands-on-trainingen waarbij onze verkooporganisatie diverse installateurs trainen in het installeren van onze produkten. Daar worden alle produktgroepen doorgenomen in de hoop dat de installateur daar in de praktijk mee uit de voeten kan. Gezien het feit dat de opleidingsruimte steeds vaker bezet is, blijkt er toch veel animo voor dit soort trainingen zijn."

Ontwerpen

Veel mensen hebben het hem al gevraagd, maar je komt er eenvoudig weg niet onderuit om het hem weer te vragen. Mis je als ontwerper waar je toch met je handen werkt niet het werk op de vloer, het ontwerpen zelf? "Inderdaad, iedereen vraagt me dat. Maar in mijn vorige functie was ik daar ook al niet meer mee bezig. Maar om een antwoord te geven op uw vraag: nee, ik mis het niet, want anders zou ik deze functie nu niet bekleden. Ik heb grote affiniteit met ontwerpen en ik denk ook zeker dat ik er een menig over heb, maar ik bemoei me er nu niet meer mee. Ik heb wel eens een suggestie, maar er zijn zeer kundige mensen bij ons in dienst, dus die moeten het zelf doen. Het zou toch niet zo kunnen zijn dat ik mijn mening doordruk over wat ik mooi vind terwijl de markt daar eigenlijk helemaal niet op zit te wachten? En ik heb gewoon andere verantwoordelijkheden waar ik mijn handen aan vol heb." □



'Wij reageren op de behoefte van de installateur om 'over the counter'-produkten te maken'