



Hanzestrohm: Relatiebehoud in de COVID- pandemie

Dick van Ginkel

81

‘Never waste a good crisis’, is een bekende uitspraak van Winston Churchill. De Britse staatsman doelde hiermee op het feit dat de Verenigde Naties haar bestaan te danken had aan een ellendige periode, die aan de oprichting van het orgaan voorafging. Zonder de Tweede Wereldoorlog was het instituut er namelijk nooit geweest, aldus de Britse premier. Tijdens een crisis worden we vaak vindingrijk, zien we mogelijkheden die we anders laten liggen en komen we technische ontwikkelingen in een stroomversnelling terecht. In dit artikel de ervaringen van Hanzestrohm, een familiebedrijf met diepgaande knowhow op het gebied van building-, industrial- en infra solutions; een gesprek met Matthijs Breel (algemeen directeur) en Gijs Hemmink (directeur duurzaamheid en innovatie) over hoe je de cruciale relaties met klanten en ketenpartners in crisistijd kan behouden.

Hanzestrohm is een familiebedrijf, opgericht in Zwolle in 1951 door G.J. Hemmink onder de naam 'G.J. Hemmink Electro Agenturen'. In de afgelopen zeven-tig jaar is het bedrijf uitgegroeid tot een groep van ondernemingen met vestigingen door heel Nederland, en sinds 2020 de nieuwe naam Hanzestrohm. In het hart van het bedrijf staat nog altijd 'Hemmink', nu de werkmaatschappij die zich richt op producten, oplossingen en concepten die toegepast worden in de woningbouw, utiliteitsbouw en industrie en waarbij onder andere technische groothandels, installateurs, woningbouwverenigingen, diverse industrieën, aannemers en ijzerwaren- en bouwmaterialenhandel van de juiste oplossingen op elektrotechnisch gebied worden voorzien. Daarnaast bestaat Hanzestrohm uit de werkmaatschappij 'KWx' die gespecialiseerd is in (vermogens)elektronische componenten voor de maritieme en transportsector. Als derde 'Kairos' een investeringsmaatschappij gericht op het (als actieve aandeelhouder) ontwikkelen van samenwerkingsvormen en scale-ups waarmee innovatie voor nieuwe producten, marktsegmenten of technologieën gezocht wordt. En sinds begin 2022 bestaat Fortona, gericht op opslag en beheer van energie. De familie Hemmink is nog altijd groot aandeelhouder in Hanzestrohm, en de driekop-

pige directie heeft sinds kort ook weer een telg van de familie als directeur, Gijs Hemmink, die trots is op de wijze waarop het bedrijf hem de afgelopen jaren heeft gegeven zijn 'roots and wings' te ontwikkelen.

'Kijk in je meterkast of achter het plafond, daar kom je de producten en toepassingen van Hanzestrohm tegen. Wij zorgen met onze componenten en systemen ervoor dat je veilig en comfortabel in je woning op of je werkplek kan verblijven en we bieden de installateur de mogelijkheid om slim en snel te kunnen installeren, met montagesystemen tot aan rook, hitte en koolmonoxide melders. Onze producten zitten bijna overal in je huis, bijna overal in huis, maar je moet een kast opendoen of systeem-plafondplaat oplichten om ons product werkelijk te zien', aldus Matthijs Breel. Hanzestrohm ziet zichzelf als schakel in de keten van producent, groothandel, installateur en opdrachtgevers, en probeert de

vragen, verwachtingen en kennis van alle partners in de keten in beeld te brengen en in concepten en toepassingen te verbinden. Een mooi voorbeeld is veiligheid en rookmelders (de 'Keten van Brandveiligheid'): de installateur wordt geleerd hoe rookmelders geïnstalleerd moeten worden, de groothandel wordt geholpen met de planning, voor inkoop en optimale distributie, de opdrachtgever bijvoorbeeld de woningcorporatie wordt geholpen met beleidsplannen, en bewoners worden geholpen met informatie over wat te doen als de rookmelder afgaat en hoe te onderhouden.

Op mijn vraag of en zo ja hoe Hanzestrohm de nieuwe minister van Volkshuisvesting Hugo de Jonge kan helpen bij zijn ambitieuze woonagenda, glimmen de ogen van zowel Matthijs Breel als Gijs Hemmink. 'We zijn heel erg blij met de nieuwe ambitieuze minister en we gaan hem zeker helpen die te realiseren', vertelt Matthijs de Breel. 'Wel moeten we

*“Dr. Mira Bloemen-Bekx
[Hanzehogeschool Groningen]: ‘
Als je de intentie hebt om je bedrijf
door te geven aan je kind(eren),
is het belangrijk om ze roots and
wings te geven’*

hem een beetje met beide voeten op aarde houden, want 100.000 woningen per jaar is echt niet haalbaar maar voor 80.000 willen wij ook onze schouders er onder zetten. En we zien met name kansen voor alle expertise die we hebben opgebouwd rond 'snel installeren'. Om snelheid in het bouwproces te krijgen en houden moeten oplossingen eenvoudig, simpel zijn, niet alleen in het ontwerp maar ook op de bouw, omdat we te weinig vakmannen zijn.' Gijs Hemmink vult aan: 'Sterkerbaar is het nieuwe toverwoord voor toekomstige oplossingen. Bij *sterkerbaar* installeren worden kabels en elektrisch (schakel)materiaal kant-en-klaar aangeleverd: op maat gemaakt en voorzien van de juiste connectoren. De installateur hoeft zelf geen producten in elkaar te zetten en kan direct aan de slag met installeren. Op deze manier wordt de kans op aansluit fouten verminderd en kan de installateur sneller werken.'

Duurzaamheid staat hoog in het vaandel bij Hanzestrohm. Als familiebedrijf heeft het al generaties lang vanuit verantwoord maatschappelijk ondernemen banden met cultuur, sport en onderwijs in de regio, en zetten medewerkers zich (samen met een eigen MVO-commissie) ook regelmatig fysiek in om activiteiten mogelijk te maken. In de breedte van onder meer het eigen wagonpark, de

logistiek, materialen ontvangen en versturen, energievoorziening scoort Hanzestrohm hoog in de ratings en werd het begin 2022 beloon met een Gouden EcoVadis-rating. De grootste uitdaging is natuurlijk de verduurzaming, hergebruik en vergroting van circulariteit van de producten. Daar worden goede stappen gezet maar zijn de uitdagingen voor de toekomst groot.

Hoe is Hanzestrohm met de COVID-pandemie omgegaan en wat is er geleerd?

Matthijs Breel: 'Ook wij voelden ons natuurlijk overvallen door de lockdownmaatregelen in maart 2020. Maar terugblikkend hebben twee zaken ons behoed voor een grote crisis. Allereerst hebben we direct na de lockdown verschillende scenario's opgesteld met betrekking tot wat er met de business zou kunnen gebeuren, en daarbij hebben we de zwartste scenario's niet geschuwd. We hebben veel profijt gehad van de brancheorganisaties zoals 'Techniek Nederland' en 'Bouwend Nederland' die binnen enkele weken goede doorwerkprotocollen hebben ontwikkeld en in samenwerking met de overheid in hebben weten te voeren. Na een stevige dip werd er al snel weer in de bouw en aan projecten gewerkt. Na zes á zeven weken was de business weer redelijk op niveau gekomen.'

FACTSHEET HANZESTROHM

Opgericht 1951

Anno 2022 vier werkmaatschappijen: Hemmink, KWx, Kairos en Fortona.

Holdingdirectie: Matthijs Breel, John Pannen, Gijs Hemmink

Vestigingen/locaties: Zwolle, Alphen aan de Rijn, Vorden, Oud-Beijerland

Jaaromzet: €65 miljoen

Aantal medewerkers: 140

Management van medewerkers: World Class Workplace 2022

Maatschappelijk actief (MVO) o.a. Voedselbank Zwolle e.o., Hart voor Zwolle, Zwolse Theaters

Verbindingen met onderwijs: o.a. Windesheim, Saxion, Deltion college, Fedet, Techniecpact, Vrienden van Techniek

Duurzaamheid: Ecovadis Sustainability rating 2022 Gold

Kernwaarden: Innovatie, Plezier, Persoonlijke ontwikkeling, Betrokkenheid, Resultaat, Klant, Vertrouwen

Intern leiderschapsprogramma: 'Hanzeboost'

'Daarnaast moest er in onze organisatie ineens vanuit huis worden gewerkt en we hebben op dit vlak erg veel profijt gehad van onze ICT-afdeling die ons goed op weg heeft geholpen. Iedereen had al een laptop en hoewel we weinig thuiswerkervaring hadden, waren we vrijwel direct in staat om vanuit huis te werken. Het is gelukt om iedereen heel snel van ICT-benodigdheden te voorzien en

tijdens de implementatie kon de organisatie gewoon blijven functioneren en hebben weinig klanten wat gemerkt van deze omschakeling. In de logistiek is thuis werken natuurlijk niet mogelijk en hebben we snel ingegrepen met onder meer strikte maatregelen over bezetting, onderlinge afstanden, hygiëne bij zowel in als uitgaande zendingen. Terugkijkend zijn we redelijk rimpelloos dankzij deze maatregelen door de coronacrisis gegaan. Waar we dan maar wel even aan voorbijgaan is de pijn in het hart die we allemaal hadden van het elkaar niet meer zien en dat had wel, zo konden we later vaststellen, best impact op de medewerkers.’

Gijs Hemmink: ‘Aan de kant van de markt was het herstel zoals gezegd vrij snel zichtbaar, maar aan de kant van de leveranciers was er hier en daar ook wel sprake van paniek. Bijvoorbeeld in Italië, waar de crisis begon, waren er leveranciers die hun productie gingen sluiten en dat bracht natuurlijk weer reacties op gang verderop in de keten. De doorwerkprotocollen hebben geholpen de paniek aan de marktkant te verkleinen, en met onze snelle thuiswerkstrategie waren we in staat de relaties met de ketenpartners te blijven onderhouden. In maart 2020 hebben we al onze eerste webinars georganiseerd. Dat was op zich niet iets nieuws voor ons (in 2017 waren de eerste pogingen gedaan) en dat liep vanaf het begin heel goed, en maakte dat we de relaties konden

blijven onderhouden. Sinds maart 2020 hebben we inmiddels 45 webinars gehouden met een hele goede opkomst, waarbij negentig procent de webinars tot het einde volgt. Ook hebben we mooie terugkijkaantallen. Op die manier hebben we zonder lijfelijk contact toch onze informatie kunnen delen en relaties warm kunnen houden. Dat heeft zoals gezegd wel veel energie gekost van onze medewerkers, en dat kunnen zien in de verzuimcijfers van Q1 in 2022. Na een lange periode doorbikkelen is het effect van de inspanning in corona-tijd wel zichtbaar.’

Op mijn vraag naar de lessen vanuit de COVID-crisis noemen Matthijs Breel en Gijs Hemmink drie belangrijke punten. ‘Je moet scherp zijn en blijven op de parameters, de financiën en kpi’s, zodat je heel goed weet wat wel en wat niet gedaan moet worden. Op ICT-gebied is maar weer eens gebleken dat een goed niveau en voorop lopen je als bedrijf een versnellingsmogelijkheid biedt in onzekere tijden. En als derde maar zeker niet laatste, zowel intern als extern contact houden met medewerkers en leveranciers en klanten. Wij zijn een bedrijf waarin we gewend zijn persoonlijk met elkaar om te gaan, en dat doen we ook met onze klanten en leveranciers. Daarom hebben we tijdens de coronapandemie veel energie gestoken in contact houden met elkaar, even een belletje op z’n tijd. Dat heeft de kwaliteit van onze verbinding intern en we denken ook extern versterkt.’

‘The perfect storm’ is een prachtige film (2000), met in de hoofdrol George Clooney die kapitein Billy Tyne speelt, de schipper van de Andrea Gail. Een avontuurlijk verhaal over de bemanning van een vissersboot met als thuishaven Gloucester Massachusetts, die uitvaart naar de Grand Banks of Newfoundland voor de grote vangst van Mar-lins. De boot komt na de vangst van hun leven terecht in een meteorologisch unieke storm waarin drie orkanen samen komen. De bemanning doet er alles aan om die storm te overleven, maar legt het af tegen zoveel natuurgeweld, inclusief George Clooney, de held, vreemd eigenlijk, een film met een held die doodgaat. In de management-sliteratuur is de ‘Perfect Storm’ de metafoor geworden voor de niet voor te stellen meest bedreigende ontwikkeling waar je als bedrijf mee te maken kan krijgen, en of je je daarop kan voorbereiden?

Wat zou voor Hanzestrohm een Perfect Storm kunnen zijn?

Matthijs Breel: ‘Ik ben over het algemeen een heel positief ingesteld mens. Voor de komende periode zijn de ambities groot. Een van de belangrijkste ontwikkelingen die Hanzestrohm voor zich ziet is de transformatie van hardware naar data. De missie om ‘veilig en comfortabel wonen en verblijven te faciliteren’ blijft onveranderd maar



“Het elkaar niet meer zien tijdens de COVID-periode had meer impact dan we hadden verwacht”

er wordt rekening mee gehouden dat dit gepaard zal gaan met een transformatie van leveren van hardware (oplossingen) naar het ontwikkelen van datagestuurde toepassingen en platforms. Het belangrijkste waar ik aan denk als het gaat om de perfect storm is de demografische ontwikkeling en of we in staat blijven voldoende deskundigheid op de been te brengen en houden om alle grote thema's zoals duurzaamheid, energietransitie, zorg en veiligheid op te lossen. Ik heb het gevoel dat we dit in Nederland te weinig prioriteit geven. Voor Hanzestrohm is de

toekomstige beschikbaarheid van gekwalificeerd personeel een topprioriteit en staat de samenwerking met onderwijs aan de ene kant en employee branding aan de andere kant daarom hoog op de agenda.'

'Daarnaast is het nodig om te accepteren dat de ontwikkelingen ook bij andere ondernemingen snel gaan, en dat je dus als organisatie heel scherp moet blijven op de meerwaarde die je kan leveren. Als andere bedrijven blijken sneller of beter te zijn, moet je bereid zijn je businessmodel aan te

passen. Die mentaliteit proberen we bij Hanzestrohm van hoog tot laag ten toon te spreiden, en dat is wat we onszelf bij onze ambities voor 2030 voor ogen houden. Daarmee proberen wij een perfect storm te voorkomen.'

Welke tips hebben jullie voor andere ondernemers?

Matthijs Breel gelooft in ieder jaar een crisis simuleren. 'Je blijft scherp door af en toe het 'worst-casescenario' onder ogen te zien. Niet als pessimist, maar juist om van te leren.' Gijs Hemmink voegt toe: 'Blijf vooral leren van de crisissen die eerder hebben plaats gevonden. Wij hebben in 2020 ook teruggekeken naar voorgaande crisissen en als het zich onverhoopt weer eens zou voordoen, nemen we ook de lessen uit deze crisis weer mee.'

Dick van Ginkel is organisatieadviseur bij Consort.