

PIONIER VEROVERT DE WERELD

De wereld veroveren. Dat is de ambitie van A.P. van den Berg. In Heerenveen stoppen vijftig nuchtere, gedreven en veelal Friese werknemers het gros van hun tijd in voortdurende verbetering van de 'eigen' sondeertechnologie, de basis voor bodemonderzoeken in alle uithoeken van de wereld. "We willen voorop blijven lopen."

TEKST: ERIC PANHUIS || BEELD: JEROEN VAN KOOTEN

De FME International Business Award 2013 werd in de wacht gesleept door A.P. van den Berg. Het voelde als blijk van waardering voor de pioniers- en uitvindmentaliteit waarmee het bedrijf al zo lang aan de weg timmert, zegt commercieel directeur Mark Woollard aan het begin van het interview in Heerenveen, en waarmee het de basis legde voor de diverse patenten en octrooien die het de afgelopen decennia liet noteren.

Woollard is verantwoordelijk voor het commerciële beleid bij het in 1968 door Arie Pieter van den Berg opgerichte familiebedrijf, waar innovatie als dé succesfactor geldt. De onderneming loopt sinds jaar en dag voorop in de ontwikkeling én productie van geavanceerde instrumenten en systemen voor onshore en offshore bodemonderzoek, vooral gebaseerd op de oer-Hollandse

sondeertechnologie. Die groeit mede dankzij A.P. van den Berg gestaag uit tot een wereldwijd begrip.

STAGNATIE

De in Friesland gevestigde onderneming is de recessie goed doorgekomen. Grote groei bleef uit, voornamelijk door stagnatie in onshore, zegt Woollard. Met Nederland als belangrijkste markt laten de effecten van de crisis in de bouw zich voelen. "Door de recessie zijn de investeringen in Nederland en de rest van West-Europa op een lager niveau komen te liggen en hebben we meer focus gelegd op de versterking van onze exportactiviteiten buiten deze gebieden", zegt hij. "Aan de andere kant: groei op zich is geen doelstelling. Rendement is een veel belangrijker criterium. En op dat punt hebben we niet te mopperen."

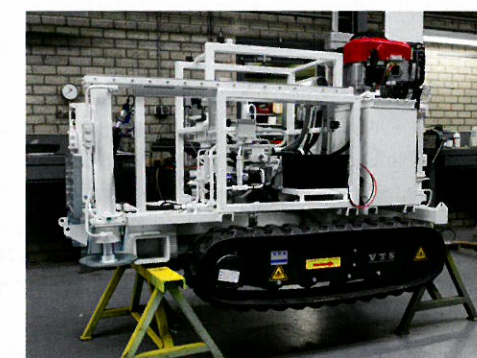
Verdere expansie realiseerde A.P. van den Berg de afgelopen crisisjaren wel

"We proberen vooruit te kijken en de vraag vóór te zijn"

in de snelgroeiende offshore markt. Hier legt het bedrijf de accenten op mondiaal niveau, zowel wat betreft meetapparatuur voor infrastructuur ten behoeve van de olie- en gaswinning als voor offshore windparken. "De offshore wordt gekenmerkt door een zeer beperkt spelersveld, dat we zoveel mogelijk direct bedienen", zegt Woollard. "Het serviceaspect speelt daar een rol in, net als het trainingsaspect. Goede contacten zijn in die wereld zeer belangrijk. Daar investeren we dan ook volop in. Met name in Azië is het aantal offshore operators snel gegroeid. Dat is dan ook een markt waar we inmiddels redelijk vertrouwd zijn."

DOORBRAAK

A.P. van den Berg hoopt de komende jaren te kunnen profiteren van de groeiende internationale acceptatie (on- en offshore) van de sondeertechnologie. Die wint steeds meer terrein ten opzichte van conventionele technieken, door de hogere nauwkeurigheid en betrouwbaarheid van de data die bij het sonderen vrijkomen. Al blijft de definitieve doorbraak in een aantal regio's tot nu toe uit, aldus Woollard. "Het gros van de leveranciers zit in Nederland en internationaal wordt de technologie nog vaak als relatief duur bestempeld. Wij hebben daarom ook een leveringsprogramma ontwikkeld voor alleen de elektronische meetinstrumentaria en software, die in tegenstelling tot de hydraulische componenten niet tot nauwelijks zijn na te maken. Dat vraagt een kleinere investering. Ook hebben we een 'instapmodel' ontwikkeld voor verre markten. Dat systeem is simpeler en aanmerkelijk goedkoper dan een volledige sondeertruck." Woollard noemt het als voorbeeld van hoe de markt vraag het innovatiebeleid voor een groot deel bepaalt. "Onze medewerkers hebben veel ruimte en vrijheid. Vindingrijkheid moet je benut-



ten, dat is een van de redenen waarom dit bedrijf door de jaren heen is gegroeid. Kleinere productverbeteringen komen vaak voort uit eigen initiatief. Soms gevoed door een signaal vanuit de klantenkring, maar zeker niet altijd. Bij de ontwikkeling van compleet nieuwe producten ligt het anders. Als we iets maken, dan moeten klanten er wel wat mee kunnen. We leggen ons oor voortdurend te luisteren, maar proberen ook vooruit te kijken en de vraag vóór te zijn. We gebruiken continu onze voelsprietten. Ook trekken we veel op met internationaal toonaangevende kennisinstellingen zoals het Norwegian Geotechnical Institute in Oslo."

HANDELSMISSIES

De inspanningen moeten A.P. van den Berg helpen internationaal verder terrein te winnen, iets wat het bedrijf tot nu toe prima afaagt. Groei mag dan geen harde doelstelling zijn, de

wereld (verder) veroveren blijft wél de ambitie. Woollard is in dit verband zeer te spreken over de kleinere, zakelijke, niet-politieke handelsmissies die FME organiseert en die helpen nieuwe markten aan te boren. "We voelen ons daar zeer comfortabel bij. Meer dan bij de handelsreizen waar grote multinationals de toon zetten. Kleine missies, met een vaak homogene groep bedrijven, leveren voor ons vaak het hoogste rendement."

GOUDEN GREEP

De toegevoegde waarde vanuit FME's initiatief 'Powered by Dutch Technology' ziet Woollard voornamelijk in de promotie-effecten. "De slogan spreekt absoluut aan, marketingtechnisch is het een gouden greep."

www.apvandenbergh.com

