

CONTEYOR MIKT OP INTERNATIONALE EXPANSIE EN OVERNAMES

‘We leven van besparingen’

ConTeyor is twintig jaar actief in herbruikbare textielverpakkingen voor de automobielindustrie. Oprichter Jos van Bree bouwde zijn eenmansbedrijf uit tot een internationale speler. In de jongste drie jaar boekte ConTeyor een omzetgroei van 38 procent door geografische expansie, acquisities en nieuwe sectoren aan te boren. *Kurt De Cat, fotografie Thomas De Boever*

Om de efficiëntie op te krikken en de kosten te drukken, bannen assemblagebedrijven wegwerpverpakkingen uit hun supply chain. Toeleveranciers gebruiken de flexibele transportverpakkingen van spelers zoals ConTeyor om hun onderdelen *just-in-time* en schadevrij in de montagefabrieken aan te leveren. ConTeyor realiseerde in 2014 met 199 werknemers een omzet van 32,8 miljoen euro en een bedrijfskasstroom (ebitda) van 6 miljoen euro. De internationale groep, met hoofdkwartier in Merelbeke en productie in Polen, haalt 80 procent van haar omzet in de automobielbranche.

“Al zien we nu ook meer en meer andere industrietakken volgen”, zegt Jos van Bree (57), oprichter en CEO van het bedrijf. “Ik heb bijna twintig jaar bij Volvo gewerkt. Als verantwoordelijke voor de terugkerende goederenstromen ervoer ik dagelijks hoe lastig wegwerpverpakkingen zijn. Een flexibele, herbruikbare verpakking die bescherming biedt, bestond toen niet. Met dat idee ben ik in 1995 een bedrijf gestart, de Nederlandse familiale groep

Hugenholtz participeerde voor de helft in het kapitaal.”

ConTeyor ontwikkelt en produceert hybride transportverpakkingen voor schadegevoelige onderdelen. Voorbeelden zijn de binnenbekleding van auto's, dashboards, deurpanelen, hemelbekledingen, spiegels en zijkappen enzovoort. Die componenten gaan in op maat gemaakt

“De segmentering in de automobielindustrie is goed voor ons”

te zachte omhulsels van beschermend technisch textiel en vervolgens passen die hangsystemen in een robuuste oploobbare box die met een heftruck kan worden verplaatst. De verpakkingen zijn vouwbaar om de retourlogistiek efficiënt te organiseren.

“We stemmen onze oplossingen af op de transporteurs om de vrachtwagens zo optimaal mogelijk te laden. Als we met onze herbruikbare verpakkingen geen 20 procent méér in een vrachtwagen krijgen, zijn we niet tevreden over het project. Daar moeten we het van

hebben: onze klanten verdienen hun investering in de herbruikbare verpakkingen terug door de daling van de transportkosten.”

Zuurstof en schwung

In 2013 nam Jos van Bree samen met vier directieleden via een management-buy-out (MBO) het bedrijf opnieuw in handen. “Down 2 Earth Capital (D2E) stapte mee in.” Het was de eerste participatie van het investeringsfonds van onder andere Alain Keppens (ex-Gimv) en Ivo Maréchal (vroegere CEO van H. Essers). Ze investeerden 3,5 miljoen euro en namen een belang van 55 procent in ConTeyor. “Dat was de beste beslissing van de jongste jaren”, zegt Van Bree.

Met de intrede van D2E in het kapitaal is er een nieuwe wind in het bedrijf gekomen. “We hebben de organisatie meer losgelaten. Vroeger werd alles centraal aangestuurd, nu werken we met zelfsturende teams in de verschillende markten. Die zuurstof hebben we in de organisatie geïnjecteerd en dat heeft geresulteerd in die sterke groei. Als je mensen ruimte geeft, dan zie je dat ze tot veel meer in staat zijn dan als ➔



JOS VAN BREE
"We moeten wakker blijven."

JOS VAN BREE
“We zeggen al lang dat onze oplossingen ergonomisch, ecologisch en economisch zijn. Vroeger lag niemand daar wakker van”

➤ je ze van bovenaf aanstuurt als marionetten. We hebben de touwtjes doorgeknipt en zo komt er weer schwing in het bedrijf”, zegt Jos van Bree.

Transportketen optimaliseren

De herbruikbare textielverpakkingen van ConTeyor worden ontwikkeld en geproduceerd in Polen. Het is een arbeidsintensief productieproces met veel stikken en naaien. “Al zitten we niet alleen voor de kostprijs in Oost-Europa”, merkt Van Bree op. “Ook voor de textielkennis van de mensen daar, ze zijn heel gedreven en goed opgeleid. De ontwikkelaars in Merelbeke werken meer aan innovaties op iets langere termijn.”

ConTeyor heeft specialisten in dienst die constant op zoek zijn naar nieuwe materialen en nieuwe technieken. “We werken onder andere samen met een producent als Sioen om nieuwe textielmaterialen in onze oplossingen te integreren. We werken op lichtere materialen, een betere oppervlaktebescherming, antistatische oplossingen, enzovoort. Dat is nodig om de kopieerders die een graantje willen meepikken van ons succes voor te blijven. De kwaliteitseisen stijgen ook altijd, krassen op de producten die wij verpakken, worden niet meer getolereerd”, weet Van Bree.

Door op verschillende fronten innovatief te zijn, probeert ConTeyor heel de transportketen tussen toeleveranciers en assemblagebedrijven te optimaliseren. “In samenwerking met Van Hool ontwikkelen we een trailer waar goederen in een hangstelsel rechtstreeks in en uit de vrachtwagen kunnen worden gerold. Zo zijn er geen kisten of boxen meer nodig. De wereld staat niet stil en wij moeten wakker blijven”, oordeelt Van Bree.

Investeringskosten

Als we de groeicijfers van ConTeyor bekijken – over de jongste drie jaar een



“Als we met onze herbruikbare verpakkingen geen 20 procent méér in een vrachtwagen krijgen, zijn we niet tevreden”

gemiddelde omzetstijging van 14 procent – dan lijkt het bedrijf geen last te hebben van de crisis in de automobielenindustrie. “Als het economisch moeilijker loopt, zijn bedrijven net op zoek naar besparingen. Wij leven daarvan, we zorgen dat de kosten bij onze klanten dalen”, zegt Jos van Bree.

ConTeyor is niet zo afhankelijk van de hoeveelheid nieuwe auto's die worden gebouwd. Het gaat vooral om de nieuwe modellen. “De segmentering in de automobielenindustrie is goed voor ons. Er komen heel veel nieuwe modellen. Elk nieuw model heeft nieuwe verpakkingen nodig en dan komen wij in beeld. Jaguar Land Rover – we zijn daar hofleverancier – heeft vijftig nieuwe modellen op de kalender staan de komende vijf jaar. We werken nu al aan verpakkingen voor modellen die binnen twee jaar in productie gaan”, bevestigt van Bree.

Het Oost-Vlaamse bedrijf is succesvol in de automobielenindustrie omdat zijn verpakkingsopties aansluiten op de *lean manufacturing*-filosofie die daar in zwang is. Geen verspillingen op de werkvloer, werknemers stoppen geen tijd in activiteiten die geen waarde

toevoegen, zoals een stroom wegwerpverpakkingen beheren. Jos van Bree ziet nu dat deze aanpak ook in andere sectoren ingang vindt. ConTeyor is ook in de huishoudelektronica actief voor spelers als BSH Hausgeräte en Miele. “Specialisten van de automotive worden ook actief in andere industrietakken en ze brengen hun concepten en knowhow mee.”

Maar het concept kan niet zomaar een-op-een worden overgezet. “De automobielenindustrie voorziet daar budgetten voor. De toeleveranciers moeten investeren in de herbruikbare verpakkingen en ze kunnen die investering terugverdienen via de stukprijs van de onderdelen”, legt Van Bree uit. In andere sectoren is men het niet gewoon om voor verpakkingen met investeringen te werken. Ze gebruiken liever wegwerpverpakkingen die worden geboekt als operationele kosten.

Jos van Bree zoekt naar oplossingen om dat verschil te overbruggen. “Via D2E hebben we contacten met de mensen van Contraload. Zij poolen palletten en zo zouden we een oplossing kunnen uitwerken om onze herbruikbare verpakkingen via een poolingsysteem

aan te bieden. Zo hoeven de eindgebruikers niet te investeren.”

Het vermijden van wegwerpverpakkingen is ook een troef in een omgeving waar duurzaamheid hoger op de agenda komt. “We zeggen al lang dat onze oplossingen ergonomisch, ecologisch en economisch zijn. Vroeger lag niemand wakker van ecologie, vandaag moet het alle drie zijn. Voor een klant als Philips was de duurzaamheid doorslaggevend om naar herbruikbare verpakkingen te gaan in de productie van tv-toestellen”, weet Van Bree.

Internationale expansie

De verdere groei wordt niet alleen in nieuwe industrietakken gezocht, ConTeyor mikt ook op internationale expansie. In Europa is de groep goed vertegenwoordigd. “We zijn ook opgestart in Rusland. Op dit moment niet *the place to be*, maar we verwachten wel dat die markt opveert en dan staan we als eerste in de startblokken om de

automobiellindustrie daar te ondersteunen”, meent Jos van Bree. Ook in de Verenigde Staten is de vestiging in Detroit weer actief. Bij ConTeyor verwachten ze dat de markt in de VS stevig groeit. “Nog voor het bedrijf daar weer opgestart was, hadden we onze eerste orders al binnen. We willen ook in Mexico aanwezig zijn met een eigen productievestiging.” Voor Azië heeft ConTeyor voorlopig geen plannen.

Het opgehaalde kapitaal van D2E wordt ook ingezet om acquisities te financieren. Zo werd vorig jaar Storenizer overgenomen. Het Nederlandse bedrijfje pioniert met nieuwe opslagsystemen die inspelen op de

groeierende e-commercelogistiek. “In een klassieke magazijnstelling hangen we een verrolbaar railsysteem op zodat je goederen tot drie rijen diep kan opslaan. Dat zorgt voor een betere benutting van de opslagruimte. De eerste installaties bij logistieke bedrijven zoals DHL, Nike en H. Essers zorgen voor een ruimtebesparing van 40 procent”, zegt Jos van Bree.

Een nieuwe overname die momenteel afgerond wordt, is een Duits bedrijf, een specialist in de productie van twin-sheetkunststof vormen. Met deze techniek worden gelijktijdig twee platen gevormd waardoor holle producten geproduceerd kunnen worden. “Daarmee spelen we in op de trend dat stalen en houten dragers meer en meer vervangen worden door kunststoffen opslagsystemen. Met de technologie van het Duitse bedrijf zullen we heel sterke en licht hanteerbare oplossingen kunnen aanbieden”, voorspelt Jos van Bree. ©

CONTEYOR PACKAGING Bron: ConTeyor

In miljoen euro	2014	2013	2012
Omzet	32,8	26,0	23,7
Bedrijfsresultaat	6,0	5,2	4,7
Eigen middelen	5,8	3,8	11,1
Personeel	199	165	149



siesgo.be

Ook De Vreese Logistics schonk ons het vertrouwen!

Klant: **Filip & Mia De Vreese** | Oppervlakte: **15.000m²** | Plaats: **Oudenaarde** | Architect: **Vandekerkhove Dominique**

www.willynaessens.be