

SALLAND OLIE

GEVAT

DEC 2014

#12



IN GESPREK MET...

**BARRY EESTERMANS
JONH MARTENS EN
JOHN TROMMELEN**

PRODUCT

LANDELIJKE DEKKING BSP

INNOVATIE & INSPIRATIE

Vaak kijk je, samen met je team, aan het einde van het jaar vooruit naar het komende jaar. Voor de meeste Nederlandse ondernemingen lijkt het jaar 2015 zeer uitdagend te worden.

Verderop in dit nummer van GEVAT kunt u een indruk krijgen van hoe ik aankijk tegen de ontwikkelingen in de tankstationbranche. Een visie die in mijn beleving van toepassing is op vele andere branches. De basis van mijn visie luidt: innoveren in plaats van stilstaan.

De hedendaagse consument zal zich anders gaan gedragen en meer eisen aan de leverende partij stellen dan in het verleden. En dan maakt het niet uit of de afnemer een particulier of bedrijf is; indien er niet afdoende op de wensen van de klant wordt ingegaan, is er een grote kans dat die klant voor een andere leverancier zal gaan kiezen.

Mede hierom hebben wij een aantal initiatieven genomen die u in staat stellen uw klanten (nog) beter van dienst te zijn, uw kostenstructuur beter te beheersen, en – in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen – uw doelen makkelijker te halen. Bovendien tillen we, waar mogelijk, onze dienstverlening naar een nóg hoger niveau. Met deze totaalaanpak doen we er alles aan om uw organisatie volledig te ondersteunen.

Wij willen graag het partnership met u verstevigen, door ook te inspireren. Ik vertrouw erop dat deze editie van GEVAT u op nieuwe ideeën brengt.

Ik wens u goede kerstdagen en een zeer gezond en voorspoedig 2015!

Peter Groen



MIJN SALLAND OLIE

In de september editie van GEVAT (#11) nam Peter Hiele ons mee naar de wereld van de 'Klantenportal': een programma dat - op verzoek van klanten - in ontwikkeling is, om ieder van hen afzonderlijk inzicht te geven in zaken als actuele transacties, vertankingen, facturaties en tankpassen.

Peter is assistant manager accounting bij Salland Olie en tevens verantwoordelijk voor de ontwikkeling van de Klantenportal, die bij de introductie de naam 'Mijn Salland Olie' zal gaan dragen. Hij geeft een korte update over de voortgang van de ontwikkelingen van het programma.

Pilots

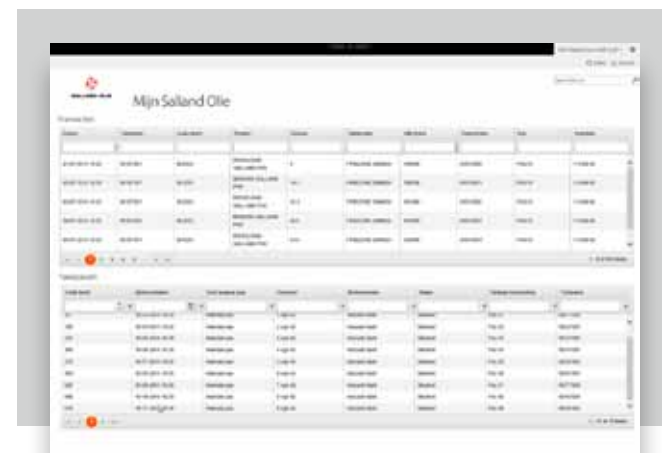
"Momenteel zijn we druk bezig met het draaien van pilots in diverse delen van het land en bij verschillende type klanten. Op die manier krijgen we een zo goed mogelijk beeld van hoe Mijn Salland Olie in de praktijk functioneert", onderbouwt Peter de huidige status.

"Op basis van de informatie die we van de vertegenwoordigers vanuit het veld hebben gekregen, zijn we de pilots gaan vormgeven. Immers, de wensen die de klanten naar onze buitendienst hebben uitgesproken, stonden én staan bij de ontwikkeling van het programma uiteraard centraal."

Sterkere relatie

Een bijkomend voordeel van de pilots is, dat de software tussentijds kan worden bijgesteld, mocht daar aanleiding toe zijn. "Mijn Salland Olie heeft ten doel een extra stukje dienstverlening te bieden aan onze klanten. Alles moet dus kloppen. Door goed te luisteren naar de specifieke klantwensen, groeien we bovendien meer naar elkaar toe. En een sterkere relatie is in het belang van alle partijen."

Begin 2015 gaat *Mijn Salland Olie* live. ♦



SALLAND OLIE BRENGT HAAR TOEKOMSTVISIE TEN GEHORE TIJDENS DE TANKSTATION VAKBEURS

“Alles of niets”

“Bij Salland Olie doen we iets voor de volle 100% of we doen het niet”

Met deze woorden richtte Peter Groen zich meteen op de kern van zijn boodschap, die hij op dinsdag 11 november jl. tijdens de eerste editie van de Tankstation Vakbeurs publiekelijk deelde.

Maar liefst 750 mensen, allen afkomstig uit de tankstationsector, vonden hun weg naar de beurs in Maarssen. Daarvan namen 140 bezoekers tevens deel aan het Nationaal Tankstation Congres: de plek waar diverse topsprekers hun visie blootgaven op de huidige ontwikkelingen in de tankstationbranche. De indrukwekkende opkomst en dito toespraken stonden garant voor een succesvol debuut van de vakbeurs.

Prikkelende presentaties

Met een totaal van 40 exposanten, 18 workshops en volop mogelijkheden om te netwerken, was de organisatie er duidelijk alles aan gelegen om er een geslaagde dag van te maken.

Pomphouders werden onder andere geïnformeerd over de nieuwste ontwikkelingen en innovaties op het gebied van alternatieve brandstoffen, zoals: CNG, LNG, waterstof, elektrisch en GTL. Bij het Nationaal Tankstation Congres konden gasten bovendien rekenen op prikkelende presentaties van markante sprekers.

Succesvol in een krimpende markt

Waaronder die van Peter Groen. Te midden van een grote groep branchegenoten, deelde de directeur namens Salland Olie zijn visie op hoe pomphouders en brandstofhandelaren de komende jaren succesvol kunnen zijn in een krimpende markt. Een markt die bovendien flink in beweging is, met een serie overnames en een bundeling van krachten door kleinere exploitanten.

“De afgelopen jaren hebben we te maken gehad met forse dalingen in de brandstofverkopen. Je moet daarom als ondernemer duidelijke keuzes gaan maken”, verklaarde Peter in zijn toespraak. “Bij Salland Olie doen we iets voor de volle 100% of we doen het niet.”

Onbemand & onderscheidend

Als voorbeeld noemt Peter de bemande en onbemande locaties: “We zijn ervan overtuigd dat, zodra je doorgaat met bemande tankstations, je ook complete service moet bieden, op elk moment van de dag dat je open bent. Onbemande locaties bieden andere

mogelijkheden: 24 uur per dag open en een scherpe prijs. Daarmee onderscheiden zij zich.”

Met Firezone kiest Salland Olie duidelijk voor het laatste. Het merk wint snel terrein met inmiddels 130 locaties, verspreid over heel Nederland. Dat aantal verwacht Peter de komende tijd uit te breiden.

Ondernemersgeest

Belangrijke uitgangspunten bij nieuwe stations zijn het potentieel van een tankstation en de kosten. “We kijken niet zozeer naar de resultaten van dat moment, of een station reeds winst of verlies maakt. De potentie van een locatie is vele malen belangrijker.”

“Bovendien moet het gevoel goed zijn”, vervolgt Peter. “Zo hadden we laatst de mogelijkheid om een station over te nemen. Uit alle berekeningen bleek dat het een prima keuze zou zijn. Echter, het voelde niet goed. Uiteindelijk hebben we die locatie daarom laten gaan.” Zo zie je maar weer: ondanks alle veranderingen en innovaties, is en blijft de ondernemersgeest toch de belangrijkste factor. Ook in deze branche. ♦



♦ Peter Groen (fotografie Pieter Muusse)

MAAK KENNIS MET MANAGER VERKOOP SALLAND OLIE, JAN SIPKE HULZINGA

EEN MENSENMENS



“Salland Olie past gewoon bij mij”

Jan Sipke Hulzinga (46) groeide, samen met zijn ouders, broer en zus, op in het Friese Lemmer. De middelbare school volgde hij in Emmeloord. Daarna de HEAO in Leeuwarden. Inmiddels is hij 13 jaar samen met Martine, waarmee hij een zoon en twee dochters heeft, van respectievelijk zes, acht en drie jaar oud.

In zijn vrije tijd is Jan Sipke fanatiek hardloper en daarbij tennist hij nagenoeg iedere week. Je gaat je haast afvragen: heeft de man nog wel tijd om te werken? Jazeker. Immers, niet alleen op sportief en persoonlijk gebied, maar juist ook op carrièrevlak nam Jan Sipke door de jaren heen een aantal serieuze stappen. Niet geheel verassend overigens, aangezien hij zelf al aangeeft dat werk en privé bij hem grotendeels overlappen. “Zolang er maar een gezonde balans is en ik elke dag kan genieten van wat ik doe”, sprak de kersverse, doch zeer ervaren manager verkoop van Salland Olie.

Van groente naar brandstof

Jan Sipke is van meerdere markten thuis. Letterlijk en figuurlijk. Het begon allemaal in zijn studententijd. “Ik stond ieder weekend in de supermarkt bij de groenteboer. Dat vond ik prachtig werk. Sindsdien is het ‘verkoop’ wat de klok slaat.”

Bij zijn tweede werkgever, Berghuizer Papierfabriek, deed Jan Sipke ervaring op in de grafische wereld, om vervolgens vier jaar lang de in- en verkoop van vis in zijn geboorteplaats Lemmer te verzorgen. “Van Staveren haalde mij daar weg.” Een carrière in de brandstofsector was wat volgde. En ook daar heeft de Lemmenaar zeer recentelijk een belangrijke stap in genomen. Door naar Salland Olie te gaan, waar hij sinds 5 oktober jl. de functie van manager verkoop vervult.

Compleet andere wereld

Van groenten naar olie. Het lijkt een opvallende stap; naar een compleet andere wereld. “En toch, in basis is de handel exact

hetzelfde”, legt Jan Sipke uit. “Althans, dat was het geval toen ik 19 jaar geleden de overstap maakte. Het product deed er toentertijd minder toe. Ik moest alleen een test afleggen. Verder was het een kwestie van goed met mensen om kunnen gaan en commercieel denken. Nu is dat wel anders: ik zou geen ander product meer willen verkopen.”

Wat alle tijd onveranderd is gebleven, is zijn menselijke aanpak. “Ik ben een echt mensenmens. Voortdurend houd ik me bezig met wat er in het personeel omgaat, hoe de thuissituatie is en wat hen motiveert en beweegt, of juist niet. Op die manier probeer ik te achterhalen wat er speelt, zodat ik daar rekening mee kan houden.”

Groeïende bandbreedte

De vertegenwoordigers van Salland Olie, de mensen die Jan Sipke per oktober aanstuurt, hebben natuurlijk al kennis kunnen maken met zijn kenmerkende werkwijze. “Ik ben begonnen met het voeren van gesprekken met elk individu binnen mijn team. Zo leren ze mij als persoon kennen en weten ze gelijk wat ze aan mij hebben. Ik ben daar heel open in. Hiermee zet ik de deur wagenwijd open, en kunnen we van daaruit een goede start maken. De eerste stap op weg naar een prettige samenwerking.”

De nieuwe manager verkoop benadrukt de significantie van een gezonde werksfeer. “De reden dat ik 19 jaar werkzaam was voor dezelfde werkgever, komt grotendeels voort uit het feit dat ik me er vanaf het begin als een vis in het water voelde. Naarmate dit gevoel



• Verkoopteam Salland Olie

aanhield, groeide de bandbreedte. Het bedrijf was groeiende en ik groeide mee. Totdat zich een kans voordeed bij Salland Olie: eentje waar ik simpelweg niet omheen kon.”

Familiebedrijf

Twee jaar geleden kwam Jan Sipke voor het eerst in gesprek met Peter Groen, directeur Salland Olie. “Gevoelsmatig was ik destijds nog niet klaar voor een andere werkkring, maar het zette me wel aan het denken. Ik was me ervan bewust dat ik goed moest nadenken over wat ik wilde met mijn toekomst. Enige tijd later sprak ik Peter weer, waarna een kennismaking met het Management Team van Salland Olie volgde. Daarna ging het snel en werd de definitieve knoop doorgehakt.”

Niet in de laatste plaats vanwege het bedrijf zelf. “Wat mij zo aanspreekt aan Salland Olie, is dat het een groot familiebedrijf lijkt en het ook zo voelt. Hoe er met mensen wordt omgegaan, hoe direct de lijnen zijn en hoe professioneel het wordt gerund. Hoe hoog de betrokkenheid is van het personeel en hoe goed er wordt gefunctioneerd; dit bedrijf past gewoon bij mij.”

Overtuigd van kwaliteit

Zo kort als dat Jan Sipke in dienst is van de oliemaatschappij, zo'n goed beeld heeft hij van de manier waarop hij met het bedrijf het verschil kan maken in de markt. “Op de eerste plaats moeten we overtuigd zijn van de kwaliteit die wij leveren. Daarnaast moeten we duidelijk zijn in hoe wij onze klanten kunnen ondersteunen en

faciliteren, en welke servicegraad wij daarbij hanteren. Dat kan Salland Olie als geen ander. Iedere afdeling van het bedrijf is groot en professioneel genoeg om aansluiting te vinden bij de gevestigde orde.”

Eenstemmig

Bij een dergelijke ambitie komt het menselijke aspect, waar Jan Sipke om bekend staat, uitstekend van pas. “Mijn doel is om continu in contact te staan met mijn team van vertegenwoordigers en hun klanten. Immers, alleen op die manier leer ik alle betrokkenen kennen en krijg ik een helder beeld van wat zich afspeelt in de markt. Van belang is ook dat de vertegenwoordigers voldoende vrijheid en de passende tools hebben, zodat ze optimaal kunnen functioneren. Bovendien zal ik ze voortdurend stimuleren, om op het niveau te blijven waar we als bedrijf horen.”

Jan Sipke besluit: “Tijdens dit hele proces zal ik erop toezien dat wij onze innovatieve producten en dienstverlening continu onder de aandacht blijven brengen. Onze uitstraling naar buiten toe en het verhaal dat we daarbij vertellen, moet kloppen. Als we dat doen, dan zijn we waar we willen zijn.”

Het is overduidelijk: Jan Sipke staat op scherp, en is net zo gedreven als dat hij enthousiast is. “Ik heb er zin in!” ♦

SALLAND OLIE BREIDT BEDRIJVEN SERVICE PUNTEN UIT

Zoek dekking!



♦ Paul Olde Dubbelink en Vanessa Nieman

Zo luidde de boodschap naar het team van Salland Olie. Niet omdat de oliemaatschappij onder vuur zou staan. Integendeel: het was tijd om het vuur zélf te openen. En wel door middel van nieuwe Bedrijven Service Punten (BSP's), verspreid over heel Nederland. In gesprek met Salland Olie vertegenwoordigers Vanessa Nieman en Paul Olde Dubbelink, wordt de doordachte strategie achter de landelijke dekking van BSP's uiteengezet.

Optimale service

Het is inmiddels alweer 30 jaar geleden dat het eerste Bedrijven Service Punt door Salland Olie werd gelanceerd. Sindsdien zijn de BSP's als paddestoelen uit de grond verzeen, met als doel: "Optimale service bieden aan het zakelijke verkeer", vat Vanessa kort en krachtig samen. "De BSP's beschikken over zogenaamde 'High Speed' pompen; deze zijn specifiek gericht op transport. Daarnaast worden er speciale middelen als AdBlue en alternatieve brandstoffen waaronder LNG (Liquid Natural Gas, red.) aangeboden. Gebruikers kunnen er uitsluitend met onze tankpas terecht, in tegenstelling tot bijvoorbeeld de Firezonestations, waar met een normale bankpas wordt betaald."

Concreet betekent dit dat particulieren niet bij BSP's kunnen tanken. "Dit is echter een bewuste keuze", verduidelijkt Paul. "Als vrachtwagens staan te tanken, belemmert dit het zicht van bestuurders van personenauto's, waardoor zij de tankstations in veel gevallen over het hoofd zien. Vandaar dat Firezonestations altijd direct langs de kant van de weg te vinden zijn, terwijl de BSP's over het algemeen iets verderop liggen. Tevens willen we hiermee voorkomen dat particulieren per ongeluk de verkeerde pomp gebruiken, aangezien dit schade kan veroorzaken aan het voertuig. We bouwen hiermee dus ook een stukje veiligheid in."

Uitbreiding in heel Nederland

De BSP's van Salland Olie staan in dienst van meerdere gebruikers en zitten in heel het land gevestigd. "De gedachte hierachter is dat

een vrachtwagenchauffeur niet om hoeft te rijden om te tanken. Dat voorkomt dus extra kosten," aldus Vanessa.

De locaties van BSP's zijn daarmee van cruciaal belang. En juist daar wordt onvermoeid hard aan gewerkt. "Momenteel hebben we de beste dekking en het beste BSP-netwerk in Noord-Oost Nederland", aldus Paul, de man die datzelfde district vertegenwoordigt. "Echter, dat is slechts het begin. We hebben namelijk flink uitgebreid in heel Nederland, zodat onze BSP's ook in andere delen van het land op de route van de chauffeurs liggen."

Vanessa, vertegenwoordiger van West-Nederland, noemt de locatie in Moerdijk als mooi voorbeeld van de uitbreiding: "Deze ligt op de kruising van de belangrijke snelwegen A16, A17 en A59. Inmiddels beginnen onze klanten de nieuwe BSP te ontdekken en stijgt het volume."

BSP versus eigen pomp

"Een ander voordeel van de BSP's is dat je alleen voor je brandstof betaalt wanneer je je tank vult." De opmerking van Paul klinkt als vanzelfsprekend, echter dit ligt toch iets gecompliceerder. "Als je over een eigen tank beschikt, heb je namelijk te maken met een stukje kapitaalbeslag."

Collega Vanessa licht toe: "Tankbezitters hebben te maken met allerlei regelgeving en vergunningen. Om milieutechnische redenen dienen ze aan belangrijke voorwaarden te voldoen, zoals het gebruik van vloeistofdichte vloeren en het scheiden van vet, olie en water. Dit soort zaken brengen allemaal extra kosten met zich mee. Daarnaast neemt een tank veel ruimte in beslag. En uiteraard zit je met de aanschaf, het onderhoud en de jaarlijkse keuring. Alles bij elkaar komt het erop neer dat het gebruik van een BSP die op de route binnen jouw netwerk ligt, een voordeligere oplossing is voor de zakelijke rijder dan het houden van een eigen tankstation."

Tag & app als hulpmiddel

Hulpmiddelen als de zogenaamde Tag, die in het vorige nummer van GEVAT reeds uitgebreid aan bod kwam, en de BSP-applicatie van Salland Olie, zijn daarbij tevens van toegevoegde waarde voor een transporteur.

Paul: "Dankzij invoering van de unieke Tag betaalmethode en de 'BSP finder'-app wordt het straks nóg makkelijker voor de chauffeurs om bij één van onze BSP's te tanken. Terwijl de app fungeert als routebegeleider naar de dichtstbijzijnde BSP binnen het Benelux-netwerk, en op die manier brandstof, tijd én kilometers bespaart, versnelt en vergemakkelijkt de Tag de betaalwijze. Bovendien kunnen chauffeurs rekenen op een schone tankomgeving en goed functionerende installaties.



♦ BSP Apeldoorn



♦ BSP Deurningen



♦ BSP Hapert



♦ BSP Heerenveen



♦ BSP Moerdijk



♦ BSP Zwolle

Onze onderhoudsdienst houdt namelijk alles perfect bij. En als er eens iets kapotgaat, dan lossen we dat snel op. Bij ons moeten klanten altijd kunnen tanken. Immers, stilstand betekent tijdverlies. En tijd is geld. Zeker in de transportwereld."

Behalve de speciale onderhoudsdienst, zien ook de vertegenwoordigers van Salland Olie er op toe dat de BSP's doen wat er van hen wordt verlangd. Zo ook Vanessa: "We maken regelmatig een rondje langs de tankstations wanneer we in de buurt zijn. Puur ter controle."

Brandstofbesparing = kostenbesparing

De werkwijze van Vanessa, Paul en hun collega's getuigt van betrokkenheid. Een trend die we terugzien in het productaanbod van Salland Olie. In tijden van economische tegenwind, denkt de organisatie namelijk graag mee met de klant. Ook op het gebied van kostenbesparing: bijvoorbeeld door het toevoegen van additieven, die het brandstofverbruik inperken.

"Momenteel heerst een toenemende vraag naar milieuvriendelijke brandstoffen, waaronder biobrandstoffen", verklaart Vanessa. "Deze brandstoffen hebben echter als bijwerking dat ze de injectoren in een motor 'verstopten'. Een verstopping resulteert in een hoger brandstofverbruik. Speciaal hiervoor bieden wij het product Techron aan: een injectiereiniger die zorgt voor een betere verneveling, waardoor het brandstofverbruik weer daalt."

"We zijn voortdurend op zoek naar nieuwe én betere locaties"

Paul benadrukt de meerwaarde van brandstofbesparing: "Brandstoffen zijn hoge, zo niet dé hoogste kostenposten voor

onze klanten. Als leverancier willen wij desondanks een positieve bijdrage leveren aan de bedrijfsresultaten. Ons doel is daarom niet alleen brandstoffen te verkopen, maar onze klanten de beste prijs/kwaliteitverhouding te bieden. We zien hen graag in gezonde en rendabele toestand."

Alles in eigen beheer

Terugkomend op de Bedrijven Service Punten, wordt het 'Service'-gedeelte nog eens extra belicht: "Wij doen alles in eigen beheer en zijn 24 uur per dag bereikbaar", verklaart Paul. "Van tankpassen maken tot aan onderhoud plegen. Hierdoor behouden we het overzicht en zijn we niet afhankelijk van externe partijen."

Vanessa benoemt de positieve gevolgen: "Dankzij deze constructie kunnen we sneller schakelen en ontzorgen we de klant; zij kunnen voor al hun vragen bij één en dezelfde organisatie terecht. En dat zijn wij."

Hoewel er afgelopen periode reeds sprake is geweest van grootse uitbreiding, geven Vanessa en Paul aan dat suggesties vanuit transporteurs, voor het bouwen van BSP's op eigen grondgebied, van harte welkom zijn. "Wanneer er goede locaties beschikbaar zijn, horen wij dat vanzelfsprekend graag. Dan komt er nog meer dekking", besluit Vanessa. ♦

MARTENS BETON B.V.

IN BETON GEGOTEN

Martens beton b.v. ontwikkelt, produceert en levert betonnen elementen en materialen waar onder rioleringsbuizen, -putten en verharding. Dankzij de inzet van innovatieve productieprocessen, is het bedrijf in staat op uiterst efficiënte wijze kwalitatief hoogwaardige producten te leveren. En dat tegen een scherpe kostprijs.

Het betreft exact het punt waarop Martens beton en Salland Olie elkaar vijf jaar geleden vonden. Om elkaar sindsdien niet meer los te laten. Want hoe belangrijk de nieuwste technieken, machines en systemen voor Martens beton ook zijn, de interne bedrijfsspreuk ‘Mensen maken Martens’ benadrukt de menselijke aanpak van de betonfabrikant. Hetgeen impliceert dat de lange termijnrelatie tussen Martens en Salland Olie op meer dan ‘alleen’ product en prijs is gebaseerd.

Van alle markten thuis

John Martens (49) behoort tot de vierde generatie van het gelijknamige concern Martens beton. Als directeur van het bedrijf heeft John de dagelijkse leiding over maar liefst 500 medewerkers, verdeeld over zeven zelfstandige werkmaatschappijen in Nederland en België. Deze maatschappijen lopen uiteen van prefab beton, tot aan kunststoffen, plastics en zelfs product- en schapconcepten voor retailers in de Doe Het Zelf markt.

Martens beton is duidelijk van alle markten thuis. En dat al 133 jaar lang. “De vader van mijn opa is het bedrijf in 1881 begonnen.



♦ V.l.n.r.: John Trommelen, John Martens en Barry Eestermans

Ik ben hier nu inmiddels ruim 20 jaar in dienst”, legt John uit. “In die tijd heb ik veel meegemaakt. Met name de afgelopen 10 jaar zien we de markt enorm veranderen. Dit houdt ons erg bezig, op een manier van: waar moet je als bedrijf staan, waar wil je naartoe, waar liggen je krachten, wat zijn je zwaktes et cetera. Kortom: er heerst een andere sfeer dan in begin jaren ’90, toen ik hier net begon.”

Vol overgave

Wat daarentegen niet is veranderd, is het enthousiasme waarmee Martens beton wordt bestuurd. “Mijn vader was van de generatie dat het op 65-jarige leeftijd tijd was om het ‘rustiger’ aan te doen. Hij ging daarom één dag in de week minder werken: de zondag. Al komen dit soort praktijken tegenwoordig minder voor, ook voor mij geldt dat ik dit werk niet ben gaan doen omdat het ‘toevallig’ op mijn pad kwam. Immers, als je de verantwoordelijkheid hebt over 500 mensen, dan moet je dit wel vol overgave kunnen doen. En dat doe ik.”

In tegenstelling tot zijn vader, die gelijk na de HTS bij de fabriek begon, had John er al een hele carrière opzitten voordat hij bij Martens terecht kwam. “Na de middelbare schooltijd ben ik civiele techniek in Delft gaan studeren. In Enschede behaalde ik mijn MBA Bedrijfskunde, om vervolgens als infrastructuurprojectvoorbereider aan de slag te gaan bij de luchtmacht. Na mijn militaire dienstplicht kwam ik bij scheepswerf ‘De Schelde’ in Vlissingen te werken. Twee jaar later vertrok ik naar Martens beton.”

Een hart voor inkoop

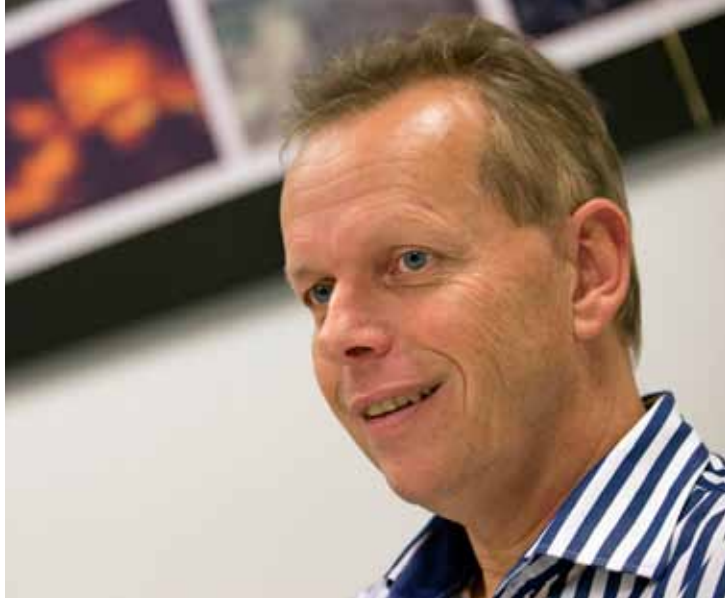
Voor collega Barry Eestermans was de weg naar Martens beton een stuk korter. Na zijn opleiding kwam hij 15 jaar geleden bij Martens kunststoffen terecht, op de werkbegeleiding. “Daar heb ik allerlei werkzaamheden gedaan: van sanitairreparatie tot aan voorraadbeheer”, aldus Barry. “Ik wilde graag verder in de commercie, daar was mijn opleiding ook op gericht. Mijn hart lag meer bij de inkoop dan bij de verkoop. Al gauw kreeg ik bij Martens kunststoffen de kans om de functie van inkoper te vervullen. Drie jaar later stapte ik over van de kunststoffendivisie naar Martens beton. Daar verzorg ik nu 12 jaar de inkoop, waaronder brandstoffen en smeermiddelen.”

Lees verder op pagina 10.



“Onze bedrijfsfilosofie moet bij je passen”

– JOHN MARTENS



“Doe wat je moet doen, doe wat je zegt en doe wat je belooft”

Vervolg van pagina 8.

Dat brengt ons bij John Trommelen, vertegenwoordiger bij Salland Olie en tevens leverancier voor Martens beton. John is sinds 2012 werkzaam voor Salland Olie. “Mijn historie ligt in een hele andere branche. Na acht jaar in de buitendienst te hebben gezeten in dienst van Philips, ging ik op zoek naar een andere uitdaging en kwam ik bij Salland Olie terecht.”

Lange termijnrelatie

Als vertegenwoordiger van Salland Olie kwam John in contact met Barry, inkoper van Martens beton. Het concern was op dat moment al drie jaar klant bij de oliemaatschappij. “De prijs-kwaliteitverhouding was gewoonweg veruit de beste”, motiveert Barry zijn toenmalige keuze. “Er komt nogal wat kijken bij een overstap, zeker als het om zoveel volume gaat als bij ons. Desondanks verliep alles vlekkeloos. Sinds die overstap levert Salland Olie zowel smeermiddelen als brandstoffen aan al onze bedrijven die onder de holding vallen. Hun prijs is simpelweg marktconform. Bovendien hechten wij bij Martens beton veel waarde aan een lange termijnrelatie. Met personeel, maar ook met onze leveranciers.”

Mensgerichte aanpak

Deze mensgerichte aanpak is kenmerkend voor de bedrijfsfilosofie van Martens beton. “Ik zeg weleens gekscherend: die installatie die bij ons in de fabriek staat, bestaat uit een hoeveelheid ijzer die je bij de machineleverancier kunt kopen. Een dergelijke installatie maakt ons echter nog geen succesvolle puttenfabriek. Dat doen onze mensen. We zien er dan ook op toe dat zij iedere dag opnieuw een belangrijk steentje bijdragen aan dit succes. Daar ligt de kern van onze resultaten.”

Met deze gedachte streeft Martens beton ernaar de eindeloze mogelijkheden van een groot concern te combineren met de goedmoedigheid, hechtheid en betrokkenheid van een familiebedrijf. John Martens legt uit: “We zijn een zogenaamde ‘staffloze’ organisatie. We hebben hier geen afdeling

personeelszaken. Elke teamleider binnen ons bedrijf is verantwoordelijk voor zijn eigen team. Ons doel is om mensen zich thuis te laten voelen op de werkvloer, om ze vervolgens zo lang mogelijk aan ons te binden. Onze filosofie moet bij je passen.”

Elkaar scherp houden

Eenzelfde aanpak zien we terug in de relatie met leveranciers als Salland Olie. “Ik ben ervan overtuigd dat als je van de één naar de ander hobbelt, je er commercieel gezien nooit het optimale uit gaat halen”, verklaart John Martens. “Natuurlijk moeten we elkaar scherp houden, zodat we er zeker van zijn dat we ook krijgen waarnaar we op zoek zijn. En uiteraard is het niet de bedoeling dat we het gevoel krijgen vastgeroest te zitten aan leveranciers, zoals dat 20 jaar geleden het geval was. Echter, ik ben van mening dat iets voor elkaar over hebben en elkaar de gelegenheid geven ergens samen naartoe te werken, ons nog steeds het verste brengt.”

Barry deelt deze mening: “We zijn open en eerlijk naar onze leveranciers toe en verwachten van hen hetzelfde. Is er bijvoorbeeld een leverancier in het spel die beweert hetzelfde te kunnen doen voor de helft van het geld, dan lopen we niet meteen bij onze relatie weg, maar gaan we met de huidige leverancier in gesprek om dat bespreekbaar te maken, en – indien mogelijk – om samen op zoek te gaan naar een oplossing.”

Gunfactor

Wat dat betreft hebben de heren van Martens beton aan John Trommelen een hele goede. “Mijn uitgangspunten zijn altijd geweest: doe wat je moet doen, doe wat je zegt en doe wat je belooft. Met andere woorden: afspraak is afspraak. Kom je deze na, dan pas schep je vertrouwen. En vertrouwen heb je om te koesteren, in de hoop dat er een gunfactor ontstaat.”

Dat een dergelijke aanpak John Martens kan bekoren, mag inmiddels duidelijk zijn: “Afspraken die met Salland Olie worden gemaakt, zijn als in beton gegoten.” ♦

CHEVRON PRESENTEERT GROEP II BASISOLIËN

DÉ PARTNER VOOR DE TOEKOMST

Er is de laatste jaren veel te doen over Groep II basisoliën. In 2008 schreef Anton Franken van Chevron Nederland in de *Smeeroliekroniek*: ‘Het prestatieniveau van veel industrie-olieformuleringen kan spectaculair verbeterd worden door het gebruik van Groep II basisolie.’ Toch heeft het nog een tijd geduurd voordat Groep II echt doorbrak en kon uitgroeien tot de norm die het nu is. In deze uitgave van GEVAT gaan we in op de nieuwe hydrauliekolie en gasmotorolie van Chevron Lubricants, op basis van Groep II basisolie.

Zoals in meer gevallen, wordt de trend richting Groep II onder andere gedreven door strikte milieuriichtlijnen. Motorenleveranciers hebben te maken met steeds strengere eisen als het gaat om milieubelasting en uitstoot. Het gebruik van smeermiddelen op basis van Groep II basisolie biedt hen de kans hieraan te voldoen. Maar dat niet alleen: Groep II geeft tevens antwoord op de toenemende vraag naar oliën met een betere thermische stabiliteit én een langere levensduur.

Ideale basis voor eindproducten

Dankzij een lagere vluchtigheid (met als voordeel minder olieverbrijnging), een minimale hoeveelheid zwavel en een uitstekende oxidatiestabiliteit, vormt Groep II basisolie de ideale basis voor eindproducten die aan alle nieuwe specificaties kunnen voldoen. Tevens beschikt het product over uitstekende eigenschappen bij lage temperaturen, met daarbij minder onzuiverheden en een hogere viscositeitsindex ten opzichte van Groep I.

Chevron is onlangs gestart met de productie van premium Group II basisoliën in een nieuwe productiefaciliteit in Pascagoula, Mississippi. Deze olie wordt geleverd aan klanten in de V.S., Europa en Latijns-Amerika. Daarnaast wordt het product als hoofdbestanddeel gebruikt voor industrieoliën als Texaco Rando HDZ hydraulische olie en HDAX gasmotoroliën.

Voorschriften aangescherpt

Van moderne hydraulische systemen wordt meer gevraagd dan ooit tevoren. Niet alleen worden de systemen compacter en reservoirs kleiner, ze maken ook meer draaiuren, werken met een hogere systeemdruk en hogere temperaturen. Deze ontwikkelingen hebben ertoe geleid dat de voorschriften omtrent de hydrauliekolie continu worden aangescherpt: gebruikers vragen een verbeterde bescherming tegen slijtage en oxidatie, en tegelijkertijd een betere thermostabiliteit en antiroestbeveiliging. En dat alles bij een langer verversingsinterval en een lager energieverbruik.



SALLAND OLIE IS 'AUTHORIZED TEXACO LUBRICANTS DISTRIBUTOR'



5% méér efficiency

Deze uitdagingen worden ondervangen door de herformulering van Chevron's premium hydraulische oliën, op basis van Groep II basisoliën. Met als resultaat: Rando HDZ. Naast de nieuwe basisolie, is Rando HDZ samengesteld aan de hand van een geavanceerd additievenpakket. Deze combinatie heeft tot gevolg dat Rando HDZ niet alleen een langere levensduur van de systemen mogelijk maakt, maar hydraulische systemen ook nog efficiënter laat werken. In laboratoriumtests bleek Rando HDZ goed voor 5% hogere efficiëntie van de hydraulische pomp, in vergelijking met een standaard *monograde* hydraulische olie.

HDAX gasmotoroliën goedgekeurd

Ook aan gasmotoren worden steeds hogere eisen gesteld. Terwijl er aan de ene kant van ze wordt verwacht dat ze milieuvriendelijker gaan opereren en minder schadelijke stoffen uitstoten, zien we aan de andere kant de belasting ieder jaar weer stijgen. Door Groep II basisoliën als fundament te gebruiken voor de HDAX gasmotorolie, zorgt Chevron ervoor dat deze oliën een langere verversingsinterval aankunnen en daarbij de levensduur van componenten verlengen. Ook in situaties waarin extreem corrosieve gassen worden gebruikt.

Aangezien het aantal leveranciers van gasmotoren maar zeer beperkt is, zijn goedkeuringen cruciaal voor succes. GE Jenbacher heeft de HDAX 6500 LFG Gas Engine Oil SAE 40 goedgekeurd voor gebruik in zijn gasmotoren type 2, 3, 4B, 4C, 6C en type 6E in brandstofklasse C. Jenbacher heeft ook een goedkeuring afgegeven voor HDAX 5200 Low Ash Gas Engine Oil SAE 40 voor gebruik in al zijn motoren die brandstof van klasse A verbranden. Motorenbouwer MWM heeft een goedkeuring afgegeven voor HDAX 5200 Low Ash Gas Engine Oil SAE 40 voor zijn grote gasmotoren.

Verdubbeling van productiecapaciteit

Smeermiddelen zitten wereldwijd in de lift. Bepaalde nieuwe eisen vanuit de markt kunnen alleen met Groep II basisoliën worden vervuld. De nieuwe Chevron-raffinerij in Pascagoula produceert straks zo'n 25.000 vaten premium Groep II basisoliën per dag. Hiermee verdubbelt de productiecapaciteit van Chevron en wordt het bedrijf in één klap de grootste producent van premium basisoliën. Dit maakt het dat Chevron Lubricants dé stabiele partner voor de toekomst is. ♦

FOTOMOMENT VAN: BERT VAN DEN DOL

Het mag geen verrassing heten dat onderstaande foto mede mogelijk is gemaakt door een automan in hart en nieren. Of zoals Bert zichzelf omschrijft: "Een klassieke automan." De GEVAT lezer mag er hierbij van uitgaan dat hij daarmee niet doelt op zijn eigen leeftijd, maar op die van de auto's...

Moderne (hybride)technologie is namelijk niet zijn wereld. "Nee, ik ben van mening dat je motoren moet kunnen horen en benzine moet kunnen ruiken. Een Porsche die geruisloos voorbij komt razen, dat is voor mij geen echte Porsche."

Des te meer heeft hij met de oldtimers op onderstaande foto, die zich op 9 oktober jl. vóór aanvang van de Ronald McDonald Rally verzamelden op het TT-circuit van Assen. Het betrof de vierde editie van de jaarlijkse rally, die wordt gereden voor het goede doel: het Ronald McDonald Huis in Zwolle.

Reeds vanaf de eerste editie was Bert de man die – met zijn zo typerende en enthousiaste spreekstalmeesterstijl – de rally opluisterde. "Dit soort klassieke auto's zijn er om mee te rijden! Bovendien komen alle sponsor- en inschrijfgelden op een heel bijzondere plek terecht: het Huis in Zwolle. Daarom loop ik extra warm voor deze rally. En als er in de toekomst ook nog een Bentley Speed Six meerijdt, dan vind ik dat helemaal geweldig." De 5^e editie van deze rally vindt plaats op donderdag 15 oktober 2015. Bentley rijders: ook jullie zijn van harte welkom!



In het vat

Vrijdag 23 en
zaterdag 24 januari

Salland Olie Indoor
tractor pulling

IJsselhallen, Zwolle
www.indoortractorpulling.nl

Dinsdag 17 t/m donderdag
19 maart 2015

Transport Compleet

Dé vakbeurs voor de totale
transportbranche.
Evenementenhal, Hardenberg
www.evenementenhal.nl

GEVAT



colofon

GEVAT verschijnt exclusief voor Salland Olie. Oplage: 11.000 exemplaren.
Coördinatie: Unlimited Communication, Tromplaan 1, 3742 AA Baarn, Nederland. Redactie e-mailadres: redactie@sallandolie.nl
of telefoonnummer: 088-0123600. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of op enigerlei wijze openbaar gemaakt, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Salland Olie Maatschappij B.V.



100% gerecycled papier



SALLAND OLIE