

EINDHOVEN

Het rentmeesterschap van Leolux

'Een goed merk

CEO Frank van Werkum en directeur-eigenaar Jeroen Sanders



'Je erft, bestuurt en geeft het daarna door.'

– Jeroen Sanders –

EINDHOVEN

is als een religie'

Wie Leolux hoort, denkt aan leren meubelen. Minder bekend is dat Leolux een oud Nederlands familiebedrijf is. Eigenaren Jeroen Sanders en Johan van Beek zijn zich bewust van hun rentmeesterschap. Ze beraden zich op de toekomst en de overdracht aan de nieuwe generatie.

Tekst: Froukje Wattel | Fotografie: Jeroen Kuit

'Een goed merk is een soort religie,' vindt Jeroen Sanders (62), directeur-eigenaar van Leolux. 'Ik denk daarbij aan het Bijbelse "Ik zal altijd met U zijn". Goede en duurzame producten die je lang bij je wilt houden, daar worden wij en onze klanten gelukkig van. Dat geeft een emotionele meerwaarde. Wij kiezen niet voor de goedkope massamarkt, in China zijn ze toch altijd nog goedkoper. We produceren gewoon hier in Nederland.'

Jeroen Sanders en zijn CEO Frank van Werkum geloven heilig in de markt. 'Er is echt nog wel publiek en geld voor duurzame meubelen, voor banken die goed zitten, er mooi uitzien en lang meegaan. Het aantal huishoudens en het aantal ouderen groeit, net als de markt voor ergonomisch goede meubelen. We vergrijzen, dus straks zit de eerste Mick Jagger-fan in het bejaardentehuis. Die wil goed zitten, op mooi design.'

Familiegeschiedenis

De geschiedenis van Leolux gaat terug tot 1934, als de Zuid-Nederlandse Clubmeubel-fabriek (ZNC) wordt opgericht. ZNC maakt klassieke meubelen en wordt in 1948 opgekocht door Jan en Ton Sanders. Ze veranderen de naam in Leo (het fabriekslogo was een

leeuw) en Lux (luxe meubelen) en kiezen een nieuwe koers: modern design naar Italiaans en Deens voorbeeld. Na de oorlog is er veel vraag naar meubelen en Leolux timmert flink aan de weg. De crisisjaren 1973-1981 zijn een moeilijke tijd. De familie gelooft er niet meer erg in en zoon Jeroen Sanders neemt samen met zakenpartner en econoom Johan van Beek de aandelen over. Met hun toenmalige 120 (nu bijna 500) medewerkers zetten zij de zoektocht voort naar de perfecte mix van design en ergonomie.

Frank van Werkum doet in 2007 zijn intrede bij Leolux en is sinds 2009 CEO. 'Wat mij aanspreekt is dat dit familiebedrijf continuïteit vooropstelt. Ik kende de wereld van de *short term cash*, maar dat wil ik niet meer. Dit is duurzamer, het gaat niet alleen om cijfers en strategie, maar ook om de operatie en de creativiteit. De operatie is hier goed geregeld. Vernieuwen, maatschappelijke stromingen vertalen in nieuwe creaties en iets maken wat er nog niet is. Dat is de echte uitdaging.' Voor zijn aantreden bij Leolux heeft bedrijfskundige Frank van Werkum ervaring opgedaan in de stoffenbranche, ook een 'maakindustrie'.

Jeroen Sanders: 'Ervaring in het maken van collecties is het belangrijkste. Daarom heb ik Frank benaderd om hier te komen. >>

In crisistijd moet je aanvallen. Oppotten doe je in hoogconjunctuurtijden.



Rentmeesterschap

Tussen de dagelijks besognes door zijn Jeroen Sanders en Johan van Beek al enkele jaren bezig de bedrijfsopvolging voor te bereiden.

Jeroen: 'Ik ben nu 62. Mijn zakenpartner Johan is in 2006 afgetreden als directeur, maar we zijn nog wel samen eigenaar en financier. Ik heb vier kinderen, Johan twee. Deze twintigers en dertigers weten nog niet precies of ze dit willen. We hebben een familieraad waar alle kinderen in zitten. Ze kunnen een tijd met Frank meelopen om het vak te leren. Je bent toch pas op je veertigste toe aan een directiefunctie.'

Frank: 'Jeroen en Johan zijn op tijd begonnen met het zoeken naar nieuw management. Het is prettig dat er een nieuwe generatie is die de tijd krijgt om te kijken of ze in het bedrijf wil. Continuïteit is belangrijk voor dit bedrijf. Dat moet je goed voorbereiden.'

'We hebben nog ongeveer drie jaar tot de volgende fase, waarbij Johan en ik er helemaal uitstappen,' zegt Jeroen. Aan verkopen denkt hij niet. 'Nee, nee, we willen hier geen managers die belangrijk komen doen, de zaak leegroven en weer vertrekken. Je hebt dit bedrijf geërfd, je bestuurt het een tijd en daarna geef je het door. Ik geloof in dit bedrijf en ik wil aandeelhouders die er vanuit datzelfde geloof geld in willen laten zitten. Wij gaan voor rentmeesterschap, niet voor grote bonussen en eigenaren die een privé-eiland willen kopen.'

www.leolux.nl

Het is belangrijk dat je vakmanschap weet te koesteren. Als bedrijf moet je ook een groot eigen vermogen hebben, zodat de organisatie wendbaar is en je in crisistijd niet meteen bij de bank hoeft aan te kloppen. Frank trof het niet. Meteen toen hij begon brak de crisis uit.'

In crisistijd: aanvallen!

Sinds 2008 kampt de meubelbranche met een krimpende markt. Immers, minder mensen verhuizen. Veel fabrikanten hebben hun verkopen met een kwart zien dalen. 'Bij ons viel het gelukkig mee,' vertelt Frank van Werkum. 'In 2010 maakten we al weer winst.

Wij vinden dat je in crisistijd niet minder, maar juist meer nieuwe concepten moet lanceren. Je moet aanvallen. Oppotten doe je in hoogconjunctuurtijden.' 'Structureel vooruitdenken,' beaamt Jeroen. 'Wij gaan nu de Zwitserse markt veroveren, dat wilden we al een tijdje.'

Een andere originele aanvalstechniek was de Tweede Leven Campagne, waarbij klanten hun oude bank konden inleveren om met korting een nieuwe Leolux-bank te kopen. De oude banken werden schoongemaakt en vervoerd naar weeshuizen in Hongarije. 'Mensen mochten ook banken van concurrenten inleveren, want dan weten wij meteen wie dat zijn,' aldus Jeroen. 'De campagne kostte veel geld, maar bracht ons veel, net als de Hongaren. Bovendien laat je de markt en de dealers zien dat je sterk staat als je de aanval kiest.'

LIVE FOR GREATNESS

EVERY ROLEX IS MADE FOR GREATNESS. THE DAY-DATE, INTRODUCED IN 1956, WAS THE FIRST WATCH TO DISPLAY THE DATE, AS WELL AS THE DAY IN ITS ENTIRETY. A POWERFUL EXPRESSION OF ELEGANCE AND STYLE, ITS CLASSIC DESIGN QUICKLY BECAME A FAVOURITE AMONG WORLD LEADERS.

THE DAY-DATE



GASSAN
d a m s q u a r e

Rokin 1-5 (Dam Square), 1012 KK Amsterdam, Holland.

T +31(0)20 6245787 E info@gassandamsquare.nl

Open 7 days a week and shopping nights


ROLEX