



Het nieuwe Kraakman is weer up & running

Commerciële manager Wim van Remortele: 'Het huis staat weer. Nu gaan we bouwen aan de toekomst.'

Na het faillissement van Groen Noord in het voorjaar van 2024 is Kraakman, importeur van onder andere John Deere in Nederland, in korte tijd weer up & running. De landelijke organisatie telt nu 28 vestigingen, ruim 530 medewerkers en een servicedichtheid die binnen de sector uniek is. 'Het huis staat weer. Nu gaan we bouwen aan de toekomst,' zegt Wim van Remortele, commercieel manager tuin & park en regiomanager Zuidwest.

Auteur: Hein van Iersel

Kraakman beschikt op dit moment over een landelijke dekking en een netwerk van specialisten in tuin, park en landbouw. Vooral in tuin en park ligt de focus op regionale kennis en snelle service. 'We hebben ongeveer vijftig monteurs in tuin en park. Die zijn verspreid over vestigingen als Wolphaartsdijk, Hillegom, Dalen en Brummen,' vertelt Van Remortele. 'Maar feitelijk geldt: waar je ook binnenstapt, je kunt geholpen worden. Dat is ons grote voordeel.'

4 regiomanagers

Naast Van Remortele schoven ook Stefan Schmeitz (regio Zuid) en Erik Jansen (regio Noord) aan voor het gesprek op een plek die je bijna de thuisbasis van commercieel manager

tuin en park Wim van Remortele mag noemen: Goese Golf. Regiomanager Eduard van der Zwam (regio West) kon er niet bij zijn, maar maakt deel uit van hetzelfde team.

Het faillissement van Groen Noord sloeg in als een bom in de sector. Veel klanten hadden aanbetalingen gedaan voor machines die nog niet geleverd waren. 'Dat was natuurlijk een lastige periode,' zegt Van Remortele. 'Maar alle John Deere-klanten zijn financieel geholpen. Niemand is met lege handen achtergebleven.' Jansen vult aan: 'Je moet niet vergeten: veel klanten hadden jarenlang te maken gehad met dezelfde mensen. Klanten komen dus nog steeds bij dezelfde gezichten over de vloer. Dat zorgt voor continuïteit. Het personeelsbestand

ACHTERGROND

is grotendeels hetzelfde gebleven. Dat geeft vertrouwen.'

Structuur

Kraakman heeft voor tuin & park een structuur met vier regiomanagers, die elk verantwoordelijk zijn voor hun gebied. Onder die regionale paraplu werkt een groot team van verkopers, monteurs en productspecialisten. 'Die landelijke dekking is onze kracht,' zegt Schmeitz. 'Doordat we zelf demo- en inzetmachines beschikbaar hebben, kunnen we sneller schakelen dan organisaties die met dealers werken. We staan dicht bij de klant.'

De samenwerking met John Deere speelt daarin een centrale rol. 'John Deere heeft mensen in dienst die direct ondersteuning bieden in Nederland,' vertelt Van Remortele. 'Als wij een probleem hebben, komt er iemand van John Deere zelf. Dat is bij veel andere merken niet zo. Die werken via tussenlagen en dat merk je in de snelheid van service.'

Schaal

De regiomanagers zien dat schaalgrootte en professionalisering steeds belangrijker worden. 'In 2010 zeiden veel klanten: moet dat nou, zo groot? Vier jaar later waren ze eraan gewend,' zegt Jansen. 'De sector verandert en schaalvergroting houdt je niet tegen.' Volgens Van Remortele heeft de schaalgrootte van Kraakman vooral voordelen: 'Als wij ons uurtarief verhogen, volgt de rest vaak vanzelf. Niet omdat we de grootste mond hebben, maar omdat we een organisatie met 530 man zijn die landelijke service kan garanderen. We lopen voorop. Uurtarief is daarbij zeker niet allesbepalend. Voor dat geld leveren wij monteurs en productspecialisten die honderd procent op de hoogte zijn, constant worden bijgeschoold en – ook niet onbelangrijk – alle belangrijke onderdelen direct uit het schap kunnen halen.'

Merkenbeleid

Opvallend is de duidelijke koers in het merkenbeleid. Kraakman voert momenteel meerdere merken naast John Deere, waaronder Yamaha, Tru-Turf, GKB Machines, Kramer, Trilo en Giant. 'Dagelijks krijgen we telefoontjes van leveranciers die met ons in zee willen,' zegt Van Remortele. 'We zijn nu eenmaal een landelijke organisatie. Dat maakt ons interessant voor merken. Maar wij willen niet per se met zo veel mogelijk merken werken.' Van Remortele: 'Als je het mij persoonlijk vraagt, zou het ideaal zijn om met slechts één merk te werken. Je verkopers hoeven dan maar één product te kennen, je magazijnman maar één onderdelenlijn te beheren. En je monteurs worden echte specialisten. Maar dat kan nu eenmaal niet.'

Die keuze komt niet alleen voort uit voorkeur, maar ook uit ervaring. Zo is Kraakman gestopt met een bekende Duitse aanbieder van knikshovels. 'Zij wilden dat we 130 machines op voorraad namen en elke maand bij hen op het matje kwamen,' legt Van Remortele uit. 'Tegelijkertijd verkochten ze via andere kanalen ook aan onze klanten. Dan zit je als Kraakman met de voorraad en de kosten. Dat doen we dus niet meer.'

Ontzorging

Een belangrijke trend komt rechtstreeks uit de landbouw: klanten willen zekerheid over kosten. 'Steeds meer aannemers en gemeenten willen weten wat een machine kost per draaiuur,' zegt Jansen. 'Ze willen niet alleen geholpen worden als er iets stukgaat, maar ook weten wat de totale kosten zijn over de levensduur. Restwaarde, onderhoud, garantie – dat moet helder zijn.' Kraakman speelt daarop in met PowerGuard-contracten van John Deere. Daarmee kunnen klanten het risico afkopen en krijgen ze vooraf inzicht in de kosten. 'Dat geeft rust,' zegt Jansen. 'Een aannemer zei laatst let-

terlijk: 'Onder de 70 euro per draaiuur ga ik niet rijden. Dan werk ik voor niks.' Dat is precies waar het naartoe gaat.'

Ook digitalisering gaat daarbij een grotere rol spelen. 'Systemen als ProVolv en MyJohnDeere zorgen ervoor dat we machines beter kunnen volgen en storingen sneller oplossen,' zegt Van Remortele. 'Het wordt een beetje zoals in de melkveehouderij met melkrobots: je krijgt geen service als je geen contract hebt. Dat klinkt misschien streng, maar het geeft de klant uiteindelijk zekerheid.'

Down Time

Schmeitz ziet dat ook terug in het dagelijkse werk. 'Doordat wij onderdelen uit de landbouw-tak kunnen gebruiken voor tuin en park, hebben we de spullen snel in huis. We kunnen in 24 uur een machine weer laten draaien. Dat is iets wat niet elke dealer kan bieden.'

Nu de basis staat, ligt de focus op consolideren en verbeteren. 'We zijn in korte tijd van heel veel losse bedrijven naar één organisatie gegaan,' zegt Van Remortele. 'Dat kost tijd, energie en geld. Maar het huis staat nu. Nu gaan we het verder verwarmen.' Voor klanten moet dat zich vertalen in betrouwbaarheid en voorspelbaarheid. 'Wij willen gewoon dicht bij de klant staan, met sterke merken en duidelijke afspraken,' zegt Schmeitz. 'Niet twintig verschillende merken met vijf verschillende servicemodellen. Rust en focus, daar draait het om.'

En ook al klopt de markt dagelijks aan, Kraakman kiest bewust. 'Iedere leverancier wil met ons samenwerken,' zegt Van Remortele. 'Maar wij kijken heel kritisch: wat voegt het toe? Past het bij onze organisatie? Kunnen we er geld mee verdienen? Alleen omzet is niet genoeg.'

Vijftig tuin park monteurs, 530 medewerkers en 28 vestigingen



Scan, lees & deel!