

Wim de Pundert over Knaus Tabbert: 'Overleven in een sterk teruglopende markt'

08 mrt 2013

1 reactie



Wim de Pundert: "Bij stilvallende markten kun je niet anders dan maatregelen nemen."

"Het gaat er nu om te overleven in een sterk teruglopende markt." Dat stelt Wim de Pundert van [HTP Investments](#), sinds januari 2009 eigenaar van onder meer de [Knaus Tabbert Group](#), samen met zijn kompaan Klaas Meertens. Aanleiding tot zijn uitspraak zijn de directiewisselingen en reorganisatieplannen, die onder meer betekenen dat er soms fors gesneden wordt in de uitgaven, maar dat gaat naar zijn zeggen niet ten koste van de kwaliteit. "Wij willen de beste zijn", aldus De Pundert.

Sinds eind januari is Knaus Tabbert regelmatig in de media te vinden, al waren er binnen de branche reeds eerder waarschuwend geluiden te horen. Zo hield perswoordvoerder Alexander Wehrmann tijdens het [congres](#) van Bovag en KCI (Kampeervan en Caravan Industrie) op 26 november een inleiding om duidelijk te maken dat er zwaar weer aan zat te komen en dat Knaus Tabbert daarop wilde inspelen.

De buitenwacht kwam erachter toen eind januari plotseling afscheid werd genomen van Giovanni Marcon, onder wiens leiding het productenpallet van Knaus Tabbert helemaal vernieuwd werd. Knaus kwam de laatste paar jaar bijvoorbeeld met een nieuwe lijn van kampeerauto's.

Meer continenten

Marcon wilde verder ontwikkelen, ondanks het economisch zware weer. De Pundert: "Hij wilde op vijf tot zes nieuwe continenten mikken, tegelijk en dat kan niet. Uitbouwen van de markt is prima, maar pak er dan steeds een gebied bij en niet vijf of zes in één keer. En al helemaal niet als de Europese markt zo onder druk staat. Je kunt dus wel zeggen dat we een fors verschil van inzicht hadden."

Dat



Wolfgang Speck.

betekende exit Marcon. Wolfgang Speck, directeur van HTP Automotive, nam het roer over en ging verder met Michael Tregner, die op 1 februari 2011 het directieteam was komen versterken. Samen gaven ze vlak na het vertrek van Marcon een interview aan een Duitse krant over Mottgers, een van de twee Duitse productieplaatsen van het concern. Beiden zetten een helder verhaal neer over de toekomst van de fabriek daar. Uit niets bleek, dat Tregner de volgende afscheidnemer zou zijn, maar dinsdag meldde hij dat hij weg wilde, om persoonlijke redenen. "Dat klopt", aldus De Pundert. "Dat is wat hij ons vertelde. Met hem hadden we geen verschil in strategische visie. Ik ga er dus vanuit dat het werkelijk om persoonlijke redenen gaat. Te zijner tijd wordt er een opvolger voor Tregner gezocht."

Blijven investeren

Kijkend naar de markt in Europa, stelt De Pundert dat Duitsland 'booming' blijft, maar dat hij allang blij is als er in Nederland dit jaar zeventuizend caravans worden verkocht. "En dat waren er 22 duizend. En ik heb het dan nog niet over het nagenoeg stilvallen van de markten in Spanje, Frankrijk en ga zo maar door. Dan kun je niet anders dan maatregelen nemen om de kosten naar beneden te brengen. Daarin zijn wij geen uitzondering. Hetzelfde moeten Hymer, Hobby en alle andere camper- en caravanbouwers doen."

De kosten terugdringen betekent scherp naar het uitgavenpatroon kijken en dan keuzes maken. Zo is afscheid genomen van 87 medewerkers, maar De Pundert wil dat aantal wel relativeren: "Toen wij in 2009 Knaus Tabbert doorstartten, begonnen we met 750 medewerkers. Dat aantal is tot ruim boven de twaalfhonderd gegroeid. Met het ontslag van de 87 hebben we alleen maar de overcapaciteit weggehaald en gaan we verder met circa twaalfhonderd medewerkers, nog steeds fors meer dan waarmee we begonnen zijn."

Ook blijft Knaus Tabbert investeren: "De geruchten dat Mottgers toch dichtgaat, zijn onzin. Dat zou ons een dubbele hoeveelheid geld kosten. We investeren daar nog steeds voor zeven miljoen in een nieuwe fabriek. Los van het feit dat het klanten zou kosten als we Mottgers zouden sluiten, we zouden ook gek zijn om het te doen. We zouden dan in Jandelsbrunn minimaal hetzelfde moeten investeren als in Mottgers, omdat we daar de

capaciteit zouden moeten uitbreiden en waar halen we daar de driehonderd medewerkers vandaan, die we in Mottgers zouden moeten ontslaan? Waar hebben ze het dus over?"



De Knaus Van in integraaluitvoering werd op de Caravan Salon in Düsseldorf als laatste noviteit gepresenteerd.

Productvernieuwing

De investering in Mottgers is lager dan in eerste instantie gedacht, maar daar waar de kosten omlaag kunnen, doet Knaus Tabbert dat. Ook op het gebied van de productvernieuwing. "Het is toch te gek, dat in deze branche elke jaar minstens één nieuw product gepresenteerd moet worden en als je dan al die nieuwe caravans en campers bekijkt, waar zitten dan de verschillen? Deze branche mag een voorbeeld nemen aan de automobiellindustrie. Daar zijn minder beurzen en ook minder compleet nieuwe voertuigen. Daar krijgt een product de tijd om verder uit te ontwikkelen. Dat willen wij ook gaan doen. Er blijft dus vernieuwing, maar we gaan niet elke keer roepen dat we het Ei van Columbus hebben uitgevonden, want dat is echt onzin."

Beurzen

Een aanleiding om steeds weer iets nieuws te brengen, zijn voor veel producenten de vele beurzen. De Pundert heeft wat dat betreft een helder beeld: gewoon snijden in deelname eraan. "Waarom moeten we met een breed pallet op een beurs in Italië staan als we in dat land nauwelijks een product van ons verkopen? En waarom moeten beurzen elk jaar gehouden worden?"

Op de vraag of Knaus Tabbert in oktober wel op de de Kampeer en Caravan Jaarbeurs in Utrecht te vinden is, stelt De Pundert: "Die beslissing is nog niet genomen."



Wim de Pundert (midden) op 2 maart 2009, de dag dat de productie in Jandelsbrunn werd herstart. Thomas Dickenberger (links) deed toen het woord. In april van dat jaar lag het nieuwe plan voor de K op tafel. Dickenberger vertrok op 20 april.

Enorme inhaalslag

Knaus Tabbert heeft sinds 2009 een enorme inhaalslag gemaakt, stelt De Pundert. "We hebben 36 miljoen euro gestoken in nieuwbouw en nieuwe producten. Ik durf te stellen dat we het best uitgeruste productenpakket in de branche hebben. Wij willen niet de grootste zijn, wel de beste. En dat betekent, dat productontwikkeling belangrijk blijft. Het gaat dan voorlopig om detailaanpassingen. Want wat we hebben, is goed."

Merken blijven overeind

De merken die Knaus Tabbert nu voert, blijven overeind. Vooralsnog, aldus De Pundert: "De hoofdmerken zijn Weinsberg als instapmerk, Knaus voor het middensegment en Tabbert, voor wie een luxe caravan wil. Daarnaast hebben we nog drie andere merken –T@b, Wilk en Bavariacamp – die we vooralsnog in het pakket houden."

Het luxe merk Morelo, dat niet onder Knaus Tabbert hangt, maar waarin HTP Investments wel een meerderheidsbelang heeft, is evenmin op dit moment in het geding. "Maar als iemand komt en een goed bod doet, kan het zijn dat we verkopen. We zijn uiteindelijk een investeringsmaatschappij."

En dat kan ook gelden voor de Knaus Tabbert-groep. "Ja, maar Knaus Tabbert staat niet in de etalage. In een laagconjunctuur ga je geen bedrijven in de verkoop zetten, dus ook Knaus Tabbert niet. Wie roept dat we dit doen, is idioot."

De Pundert voegt daar nog aan toe: "Voor alle duidelijkheid: wij investeren

met eigen middelen en zijn dus niet afhankelijk van banken c.q. andere stakeholders. Knaus Tabbert is een investering die wij hebben gedaan voor de lange termijn. Om dezelfde reden zijn we in Morelo gaan deelnemen. Wel is het zo dat mocht er iemand langskomen met een interessante aanbieding, wij daar altijd naar zullen kijken.”