

GRAYDON
openheid van zaken

Onze klanten

Vekoma





Fasten your seatbelts, veilig achtbanen leveren over de hele wereld

Vekoma is een van de wereldleiders in grote én kleine attracties. Vanuit het Limburgse Vlodrop werken dagelijks ruim 370 mensen waaronder 150 engineers, designers en servicemedewerkers aan het ontwerpen en bouwen van attracties van de hoogste kwaliteit. De achtbanen van Vekoma zijn inmiddels over de hele wereld te vinden, van Alaska tot in Australië. Tijdens een bezoek aan de Efteling kan een ritje in de Python of Villa Volta niet ontbreken. Maar ook in het gigantische themapark Energylandia in Polen trekken de achtbanen van Vekoma grote bezoekersaantallen: in vier jaar tijd al bijna twee miljoen. In de periode van 2016-2020 verkocht Vekoma tien achtbanen aan dit park.

Een achtbaan produceren, met al het technische werk dat hierbij komt kijken, is een groot project. Een kleine attractie kan al in 6 maanden klaar zijn, maar bij een grote achtbaan neemt dit proces al snel 1 tot 2 jaar in beslag. Gemiddeld levert Vekoma 20 achtbanen per jaar, waarvan veel aan buitenlandse opdrachtgevers. Het bouwen van achtbanen is dus een lang en kostbaar proces. Hoe beperkt Vekoma de risico's die komen kijken bij opdrachten van dit formaat en het zakendoen over de grens? Hierover spraken we met divisie manager sales en marketing Peter van Bilsen.

Vekoma en internationaal zakendoen

"Onze focus ligt al heel lang op de internationale markt. We hebben veel bestaande klanten, waar we bijvoorbeeld al tientallen jaren een relatie mee hebben. Zo'n 70-80% van onze klanten zijn vaste klanten. Dat is heel positief, maar we doen natuurlijk ook ons best om nieuwe klanten aan ons te binden."

Vekoma stelt zich proactief op tegenover hun markt. "Iedere maand zitten we wel bij een klant in het buitenland. We hebben een actieve marktbenadering: we staan geregeld op een beurs en doen mee aan tenders. Anderzijds krijgen we ook enorm veel aanvragen binnen, dankzij onze naamsbekendheid."

Checks bij een nieuwe samenwerking

Juist omdat het vaak om lange trajecten gaat, probeert Vekoma het risico vooraf goed in te schatten. Bij het aangaan van een nieuwe samenwerking kijkt Vekoma daarom eerst zelf wat ze over het bedrijf kunnen vinden: ziet de klant er betrouwbaar uit?

"Wanneer we bij een klant op bezoek gaan, vullen we altijd een checklist in. We letten op een aantal zaken, zoals in welk land de klant gevestigd is, of het een bestaande of nieuwe klant is, hoelang het pretpark bestaat, wie de belanghebbenden achter het bedrijf zijn en wat de mogelijkheden in de financiering zijn. Afhankelijk hiervan bepalen we welke (externe) checks we moeten doen."

Het is niet altijd nodig om de klanten te checken. In sommige gevallen zijn er genoeg redenen om aan te nemen dat een nieuwe klant betrouwbaar is. "Voor ons is het betalingsrisico het belangrijkste. Het komt ook weleens voor dat er vrijwel geen risico gelopen wordt, en dat we dus geen aanvullende checks hoeven uit te voeren. Dit was bijvoorbeeld het geval bij twee bekende pretparken in Frankrijk die al tientallen jaren bestaan."

Internationale kredietinformatie inzetten

Wanneer Vekoma besluit wel externe bronnen in te schakelen om de risico's in te schatten, maken zij ook gebruik van de informatie van Graydon.

"In sommige gevallen is er aanvullende informatie over een bedrijf nodig om daadwerkelijk een samenwerking aan te gaan. Dit is met name het geval wanneer er een financiering aangevraagd moet worden: de bank verplicht ons dan om aan te tonen dat onze zakenpartner betrouwbaar is. Hiervoor raadplegen we de database van Graydon. Hoe meer goede informatie we bij de bank kunnen aanleveren, des te groter de kans dat de kredietaanvraag van de klant geaccepteerd wordt."

Maar buitenlandse kredietinformatie wordt niet alleen ingezet om de kredietwaardigheid van een specifieke klant aan te tonen. "We doen ook onderzoek naar nieuwe interessante segmenten. Zo is de cruiseschepenindustrie op dit moment een potentieel interessante markt. Het komt steeds vaker voor dat men attracties wil laten bouwen op een cruiseschip. We kijken in dit geval naar marktinformatie van een voor ons interessant segment, om te achterhalen welke kansen hier voor ons liggen."

Imagoschade voorkomen

Naast het achterhalen van kredietwaardigheid en verkennen van nieuwe marktsegmenten, kan de juiste informatie ook ingezet worden om imagoschade te voorkomen. "Het is van groot belang om te weten met wie je zakendoet. Hoe zijn de mensen, wie zit er achter de onderneming? Wij proberen zelf zoveel mogelijk vooraf te checken. Zelfs als het volgens de wetgeving niet verplicht is. Maar omdat Vekoma onderdeel is van een beursgenoteerd bedrijf, is negatieve publiciteit voor ons heel schadelijk."

"Een land als Rusland is een mooi voorbeeld van een land dat veel risico's met zich meebrengt. Naast dat je hierbij te maken krijgt met de MH17 crisis, moet er bij de douane een controle uitgevoerd worden met betrekking tot *dual use* goederen. Dat zijn goederen die mogelijk ook voor militaire doeleinden kunnen worden gebruikt, zoals wapens. Bij een aanvraag vanuit Rusland hebben wij bij de Nederlandse douane een formulier moeten invullen en de componenten laten checken op mogelijke dual use. Gelukkig bleken onze onderdelen niet gebruikt te kunnen worden voor militaire doeleinden en kon de levering doorgaan. In het geval van Rusland is het met name van belang dat je vooraf goed onderzoekwerk verricht om problemen achteraf te voorkomen. Hier kunnen namelijk straffen op staan."

Een betrouwbare zakenpartner zijn

Het gebeurt nog steeds geregeld dat bedrijven negatief in de media komen omdat ze zaken hebben gedaan met een bedrijf waar een criminele organisatie achter bleek te zitten. Een manier om erachter te komen of het bedrijf waarmee je zakendoet betrouwbaar is, is door het achterhalen van de Ultimate Beneficial Owner (UBO). Voor een commercieel bedrijf als Vekoma is het niet verplicht om een UBO-check uit te voeren, maar soms is het toch verstandig.



"Voor ons bedrijf is het heel erg belangrijk dat we gezien worden als betrouwbare zakenpartner. Daarom doen we er alles aan om aan te tonen dat de partijen waarmee wij handelen betrouwbaar zijn. Mocht dit uiteindelijk toch niet het geval blijken, kunnen we de imagoschade alsnog beperken door te laten zien dat we wel degelijk ons onderzoek gedaan hebben, maar het niet hadden kunnen weten."

Lokale productie

Bij zakendoen over de grens komen vaak transportkosten en invoerrechten kijken, wanneer onderdelen elders geproduceerd zijn. Lokale productie en assemblage kan soms een uitkomst zijn.

"China is momenteel onze grootste markt, we hebben hier lokaal ook een fabriek staan. Engineering en productie van kernonderdelen vindt wel altijd in het Nederlandse Vlodrop plaats. In landen waar we geen fabrieken hebben, kijken we vaak of een deel van de onderdelen bij een lokaal bedrijf geproduceerd kan worden. Als zoiets wordt besloten, komt er altijd een expert van Vekoma naar het bedrijf. Zo garanderen we de kwaliteit en veiligheid. In veel gevallen blijft productie in onze Nederlandse fabriek echter het goedkoopst, door onze ervaring en expertise."

Goed relatiebeheer

De klanten van Vekoma zijn verspreid over de hele wereld, en kennen dus eigen culturele gebruiken. "Relatiebeheer is voor ons heel belangrijk. Als ik op bezoek ben bij een buitenlandse klant, probeer ik me zo goed mogelijk aan te passen aan de plaatselijke cultuur. Het respecteren van mensen, hun cultuur en hun manier van zakendoen is van groot belang."

Misschien nog wel de grootste uitdaging is het creëren van intern begrip voor de gang van zaken met verschillende klanten. "Bij klanten in China merken we bijvoorbeeld dat het veel tijd kost om tot een deal te komen. Er gaan veel gesprekken met verschillende personen binnen de organisatie overheen, je bent dan zo een half jaar verder. De communicatie met de klant is dan niet zozeer het struikelblok, maar eerder het creëren van intern draagvlak: leg intern goed uit met wat voor klant en daarbij behorende cultuur je te maken hebt, zodat je collega's in Nederland begrijpen waarom de ene deal langer duurt dan de ander."

Meer informatie over Vekoma kunt u vinden op hun website: www.vekoma.com.

GRAYDON
openheid van zaken