

Directeur Bert Verlaan:
'Wij zoeken klanten die
juist níét technisch zijn'

Metaalplan weet wel raad met design 'Wij zijn een kop- staartonderneming'

Bij design denken mensen vaak aan een 'gek meubeltje' of iets dergelijks. Maar in feite is elk ontwerp 'design'. Het Udense Metaalplan is een metaalbedrijf dat technisch en creatief design levert in, of op basis van, metaal, RVS of aluminium. Met oplossingen die gefundeerd zijn op technische kennis en tegelijkertijd creatief en vernieuwend zijn. "Wat wij hier doen? Ik vrees dat ik voor mijn elevator pitch een heel hoge flat nodig heb. Iemand zei ooit: wat jij doet is 'metaal met een verhaal.'"

Directeur Bert Verlaan is ook de creatieve kracht achter Metaalplan Uden, dat in april alweer het vijftienjarig bestaan vierde. Verlaan werd in Arnhem geboren, maar verhuisde al jong naar Woerden. "Ik volgde een metaalopleiding en werkte

vervolgens in een bedrijf dat winkelinrichtingen maakte: stellingen en rekken voor grootwinkelbedrijven. Daar zag ik hoe je met staal niet alleen constructieve dingen maakt, maar ook met stijl en design kan werken."

I amsterdam

Midden jaren negentig besloten Bert en zijn vrouw een wereldreis te maken. Bij hun terugkeer in 1997 startte hij zijn eigen onderneming. "Vóór de reis hadden we letterlijk álles verkocht. Bij mijn schoonouders in Uden konden we intrekken en zo kwam het dat ik hier ook mijn bedrijfsruimte vond. In het begin was het wennen: je merkt dat het heel naïef is om te denken dat klanten wel naar je toe zullen komen. Wat ik óók bemerkte, was dat ik met klanten

die met een 'kant-en-klare' opdracht aankwamen, nooit echt uit de voeten kon. Ik wilde het liefst met ze sparren. Juist daardoor kreeg ik veel klanten uit de designwereld en dat is intussen ons handelsmerk." Een bijzondere en in het oog springende opdracht was het vervaardigen van het beeldmerk 'I amsterdam', een jaar of zes geleden. Het zesduizend kilo zware, drie meter hoge en 26 meter lange kunstwerk is onderdeel van het citymarketingplan van onze hoofdstad

en staat intussen permanent op het Museumplein. "We hebben nog een tweede gebouwd, dat men rond laat trekken. En vorig jaar nog een derde, dat op Schiphol staat. Een opdracht die ons heel veel spin-off heeft opgeleverd." Recent is het kunstwerk Spoorzone in Mill opgeleverd. Ook voor de Schaijse carnavalvereniging Moesland maakte Metaalplan een object.

Aansluiten

"Onze manier van denken sluit perfect aan bij onze opdrachtgevers", vervolgt Bert Verlaan. "Problemen bij de ontwikkeling van een product of project zijn het beste te ondervangen in de beginfase. De opdrachtgever of ontwerper weet precies wat het beoogde eindresultaat moet zijn, maar de vakinhoudelijke kennis die bepaalt of dingen realiseerbaar zijn ontbreekt. Een voorbeeld: een softwareproducent wil een relatiegeschenk laten maken in de vorm van een miniatuur oliedrum, met een klokje erin. Wat zegt een gemiddeld metaalbedrijf? 'Ok, geef maar een tekening, dan maken we het.' Maar een softwareproducent is geen technisch tekenaar..."

"Op dat moment moet advies aansluiten op de beleving van de opdrachtgever. Ontwerp en uitvoering moeten iets kunnen toevoegen en niet alleen maar tot technische realisatie leiden. Alleen dan ontstaat meerwaarde." Verlaan en zijn vier medewerkers pakken zo'n

project op, van begin tot eind. Wat wij maken, vind je niet zomaar op internet."

Pingpongen

Bert Verlaan heeft een reden voor deze benadering: "In de metaalbranche hangen alle bedrijven aan elkaar. Bijna allemaal werken ze direct of indirect voor dezelfde paar grote opdrachtgevers. Ik wil daaruit wegblijven. Ik zoek klanten die juist níét technisch zijn. Wij produceren zelf, maar zorgen ook voor aanvullende onderdelen, regelen het graveer- en spuitwerk, enzovoorts. We doen het niet allemaal zelf, maar houden wel de eindverantwoordelijkheid. Dat wil de klant. Op een bijeenkomst van de Metaalunie (Bert Verlaan is bestuurslid voor onze regio, red.) noemde een spreker dergelijke ondernemingen 'kop-staartbedrijven'. Welnu, dan zijn wij het allerkleinste voorbeeld van zo'n bedrijf in Nederland." "Voor de toekomst wil ik dit bedrijf consolideren. Ik zie dat grotere ondernemingen het moeilijk hebben. Ik zie dat onze maatschappij verandert en dat communicatie anders gaat verlopen: bedrijven die het van de massa moeten hebben, krijgen het lastiger. Omdat wij een netwerkbedrijf zijn, leven we van het feit dat we eindeloos pingpongen met anderen. Door dat spel krijgen wij opdrachten die bedrijven uit de 'oude economie' niet kunnen binnenhalen. En zo wil ik blijven manoeuvreren op de economische stroming."

