

There is always a better way

September betekent niet alleen terug naar school, het is ook de start van het nieuwe ADM-werkjaar. Met zo'n veertig activiteiten op de agenda belooft het een druk zestiende jaar te worden met workshops, infosessies en foyers om te netwerken en ... jawel kennis te delen.

Dat laatste deed Ronnie Leten tijdens de eerste ADM foyer van dit jaar met verve.



Hij heeft een ambitieus doel, namelijk nummer één worden op zijn terrein. Differentiëren is daarbij een belangrijke factor: er is geen plaats voor me too's. Wees dus een innovatieve leider in alles wat je doet. Innovatie brengt de volgende innovatie met zich mee. Idem zo met efficiëntie.

Begin dit jaar nog door Trends uitgeroepen tot manager van 2013, voorzitter en CEO van de Group Atlas Copco, verantwoordelijk voor 44.000 mensen, een omzet van 22 miljard euro en klanten in 180 landen overal ter wereld. Een mens zou gaan zweven, maar Ronnie Leten blijft met z'n beide voeten op de grond. Voor hij het vliegtuig opstapte, kwam de bescheiden Belg uitleggen waarom een internationaal productiebedrijf als Atlas Copco nog investeert in België met zijn hoge loonkosten.

Het geluk en het verdriet van België

Ons land heeft, zo stak hij van wal, zeer goeie competenties: universiteiten in Antwerpen, Brussel, Gent, Hasselt, Leuven en Luik. Er zijn verschillende technologische centra voor wetenschappelijk onderzoek, denk maar aan FMTC, FWO, IWT, Sirris en VITO. Qua onderzoek en ontwikkeling staan we dus sterk. Ook komen mensen graag naar hier omdat het hier veilig is en tot slot: de mensen spreken hier goed hun talen.

De grootste uitdaging is de al genoemde hoge loonkost. Twee keer per jaar vergelijkt Atlas Copco in al zijn vestigingen de lonen van drie profielen: development engineers, processing

engineers en arbeiders. Voor de eerste twee blijft België competitief, maar in vergelijking met Duitsland bijvoorbeeld, zijn onze arbeiders 15% duurder. Als er een nieuwe lijn geplaatst moet worden voor een nieuw product, valt België sneller uit de boot. Eenvoudig werk is gewoon veel te duur in ons land. Tweede uitdaging: het gebrek aan flexibiliteit in ons land. Drie: een te logge administratie en een complexe wetgeving met overdreven veel regels en uitzonderingen. We kunnen op dat vlak nog wat leren van China en de VS.

3-3 dus. Al is de grootste uitdaging dat de troeven niet langer voldoende zijn om je te onderscheiden. Je moet durven veranderen, en dat is de kern van Ronnie Leten zijn betoog.

Pas je aan de omgeving aan

De reden waarom Atlas Copco nog altijd in België investeert, is de overtuiging dat je je moet aanpassen aan de omgeving. In Zweden zeggen ze: There is no bad weather, only bad clothing. Pas je dus aan. Concreet voor België: jawel, de loonkosten zijn er hoog, maar net daarom focussen we ons hier op iets anders: zeer hoogopgeleide mensen. Zo compenseert het ene het andere. De drijvende krachten in het bedrijf zijn mensen, gepassioneerd door innovatie. Innovatie is voor Atlas Copco belangrijk, in die mate dat er ruimte is voor experimenteren: er is geen druk dat alle innovatie meteen toegevoegde waarde moet bieden. Atlas Copco heeft een innovatiecentrum in Antwerpen met 700 mensen. Daar zet het bedrijf volop op in en het is niet toevallig dat 's werelds meest geavanceerde R&D-centrum voor perslucht, The University of Compressed Air, in België ligt.

We kunnen aan flexibiliteit werken door de digitale technologie volop te gebruiken in al wat we doen. Ronnie Leten heeft geen bureau meer en werkt van overal en vooral altijd. Je moet je aanpassen aan de digitale wereld. Durven openstaan, samenwerken met anderen.

Gelukkig, niet voldaan

Ronnie Leten legt de lat voor zichzelf en zijn medewerkers hoog. Erg hoog. Ik ben gelukkig, maar niet voldaan. Het is een uitspraak die hij intussen in verschillende talen kent, ook in het Zweeds. There is always a better way is een statement dat hij blijft gebruiken. Daarom zet hij de troeven van België in de verf en investeert hij volop in onderzoek en ontwikkeling. Maar tegelijk kijkt hij hoe hij kosten kan besparen en de klant meer waar kan bieden voor minder geld. Door de time to market te verkorten, door verstandig te assembleren (lean & mean) en door te focussen op je kernactiviteit; je kunt immers niet overal goed in zijn.

Respect voor de klant is een ander aandachtspunt: we worden door hen betaald, niet door onze bazen. Daarom investeert Atlas Copco veel tijd om de business en de vragen van zijn klanten goed te begrijpen. Om er dan op in te spelen. Om, weer dankzij innovatie, de producten verder te finetunen en het aanbod uit te breiden.

De Gouden driehoek

Die innovatie maakt het mogelijk dat klanten hun voordelen kunnen uitbreiden door betere producten die steeds meer kunnen. En tegelijkertijd zorgt innovatie ook voor kostenbesparing, bijvoorbeeld door nieuwe technieken te gebruiken. En die lokale productie hier, ondanks de hogere loonkosten? Die heeft België nodig om de innovatie waar we zo goed in zijn in gang te houden. Geen innovatie zonder productie, en geen productie zonder concurrentie. Dat is de gouden driehoek. Het ene compenseert het andere. En zo blijft Atlas Copco marktleider in de wereld.

In de marge: tot slot kwam ook het antwoord op de hamvraag: “Vallen we deze winter zonder stroom?” Ronnie Leten maakt er zich alvast niet druk om en maakte van gelegenheid gebruik om te zeggen dat dit niet zal gebeuren voor wie een generator van Atlas Copco heeft staan ...