

Mainnovation: 'Het is tijd voor verandering'

Getuige de post die op de redactie wordt ontvangen, wordt bijna wekelijks wel ergens in Nederland een adviesbureau op het gebied van onderhoud opgericht. Nagenoeg altijd wijzen wij de uitnodiging 'om eens een keer te komen praten' af. Uitzondering daarop vormde de oprichting van Mainnovation door de laatste en voorlaatste voorzitter van NVDO. Een gesprek met twee bevlogen ondernemers die naast hun opdrachtgevers ook de bedrijfstak op een hoger niveau willen brengen.

Theo Bisseling

Ir. Guy Delahay en ir. Mark Haarman MBA kennen elkaar 6 jaar. Samen hebben ze een adviespraktijk op het gebied van onderhoud opgezet bij het toenmalige Moret Ernst & Young. Eind 1996 koos Delahay voor een uitdaging bij het advies- en ingenieursbureau PDM in Maastricht. Haarman vertrok pas dit najaar bij het Utrechtse adviesbureau. De oud-collega's hielden contact en zagen elkaar binnen het bestuur van NVDO.

Wat beogen jullie met Mainnovation?

Delahay: 'Mainnovation is een samen-trekking van de woorden maintenance en innovation. Ons bureau wil innovatief zijn op het gebied van onderhoud en ICT-oplossingen. Wij leggen een concept neer dat juist verder gaat daar waar de meeste andere adviesbureaus stoppen. Het is ons doel om bedrijven en de onderhoudssector op een hoger plan te brengen.'

Haarman: 'Met ons bureau willen wij de beste mensen op het gebied van advisering over onderhoud en ICT om ons heen verzamelen. Dat willen wij op een eigentijdse manier doen door deze mensen ondernemerschap in



Guy Delahay (l) en Mark Haarman: 'Wij geven bedrijven een vliegende start middels een set industry solutions'

het vooruitzicht te stellen en te werken met een virtuele organisatie. Wij hebben geen kantoor. Ons werk doen we bij de klant. De techniek stelt ons in staat om zonder een vaste locatie toch prima te kunnen functioneren als organisatie.'

Hoe positioneren jullie Mainnovation?

Delahay: 'Wij zullen het bedrijf positioneren als een niche-bureau. Wij zijn geen algemeen adviesbureau en dat willen we ook niet worden. Onze markt is uitsluitend onderhoud ofwel, met een chique naam, Enterprise Asset Management (EAM).

Haarman: 'Wij willen maintenance-organisaties innoveren. Het is niet zo dat wij ons daarbij uitsluitend op de *asset owner* richten. Ook de contractors, de *spare parts*- en de maintenance software leveranciers rekenen wij tot onze markt.'

Hoe denken jullie organisaties en de onderhoudssector op een hoger plan te brengen?

Haarman: 'Onze visie is weer te geven in een model. De verandering willen

wij in drie fasen doorvoeren. In een paar eenvoudige woorden komt dit neer op het verzinnen van een oplossing, het bouwen van die oplossing en het runnen van de oplossing. Bij met name het runnen van de oplossing gaan wij veel verder dan andere bureaus. Wij maken maintenance en reli-

'Elke serieuze organisatie heeft een onderhoudsinformatiesysteem'

ability inzichtelijk, voeren zonodig data-engineering uit - want er liggen massa's data in systemen opgeslagen die nog nooit ontsloten zijn - en voeren als dat wenselijk is interim management uit.'

Delahay: 'Binnen onderhoud is het meetbaar maken van prestaties een zwak punt. Er zit nog teveel kennis in hoofden en het handelen van alledag is nog te veel gebaseerd op intuïtie.

Het is natuurlijk prachtig dat er veel kennis bij de mensen zit en dat men beschikt over ruime ervaring om elke dag talloze goede beslissingen te nemen. Maar overall waar je komt wordt er geklaagd over vergrijzing en dat jongeren het onderhoudsvak niet meer kiezen. Om te voorkomen dat er veel kennis uit organisaties verdwijnt, is het zaak om kennis te borgen.' Haarman: 'Ik durf te stellen dat veel van de softwarepakketten die organisaties nu gebruiken dáár nog niets aan toevoegen. De programma's hebben alle functionaliteiten wel, maar ze worden gebruikt als ware het een kaartenbak. Met de opgeslagen data uit het verleden wordt niets gedaan. Wij zijn nog maar weinig organisaties tegengekomen waar systematische analyses van data plaatsvinden.'

Het klinkt prachtig, maar hoe komt de onderhoudssector op een hoger niveau met Mainnovation?

Haarman: 'Je kunt een sector alleen op een hoger plan brengen als de individuele spelers ook die ontwikkeling doormaken. Onze kracht ligt erin om binnen organisaties netwerken zodanig in te richten dat de beste onderhoudsoplossing op tafel komt. Maar dat netwerk beperkt zich niet alleen tot de organisatie. Ook buiten het individuele bedrijf willen wij investeren in het tot stand komen van netwerken. Want van die netwerken kunnen de individuele deelnemers profiteren. Zoals Guy al aangaf zal vergrijzing van onderhoudspersoneel een topic van jewelste worden. Wij willen actief zijn in het opzetten van pools van onderhoudsmensen, maar ook in het uitwisselen van onderhoudsdata, ervaringen met spare parts enzovoort. Rond die specifieke onderwerpen ontstaan netwerken. Via die netwerken krijg je de onderhoudssector op een hoger niveau.'

Wat krijgt een bedrijf - en graag zo concreet mogelijk - als hij met jullie in zee gaat?

Delahay: 'Wij geven bedrijven een vliegende start middels een set industry solutions. In die set zijn de specifieke topics die bepalend of actueel zijn voor een bepaalde tak van de industrie verweven. Voor de petrochemie moet je dan denken aan de *shut-down*-problematiek, reliability engi-

neering, *safety* enzovoort. Maar voor bedrijven actief op het gebied van materieelbeheer gelden weer heel andere zwaartepunten. Als wij bij een bedrijf komen leggen wij daar een voorgedefinieerd procesmodel neer, krijgt men de beschikking over een set benchmarkgegevens en een onderhoudsysteem dat *pre-customized* is. Wij leggen geen keurslijf neer maar presenteren mogelijkheden die modulair zijn in te zetten.'

Haarman: 'Die benchmarkgegevens maken razendsnel duidelijk waar men op moet letten, waar men goed in is en waar minder. Het geeft in ieder geval de richting van het verbetertraject weer. Nu voelt men vaak wel dat het niet goed zit, maar voor een zinvolle onderbouwing zijn er geen gegevens. Wij hebben die gegevens wel.'

Delahay: 'Het onderbouwd neerzetten van een preferred informatiesysteem per specifieke onderhoudsbranche is toch wel redelijk vernieuwend. Dit betekent niet dat andere systemen voor deze situatie ongeschikt zijn, maar wel dat de voorkeursoplossing aantoonbaar de meeste branche-ervaring verpakt, met veelal een aantal specifieke functionaliteiten die verder gaan dan de standaardtoepassingen. Per bedrijfstak hebben wij inzichtelijk gemaakt welke softwarepakketten het best kunnen worden gebruikt. Met deze vooringerichte systemen, daarop afgestemde consultancydiensten en het effectief

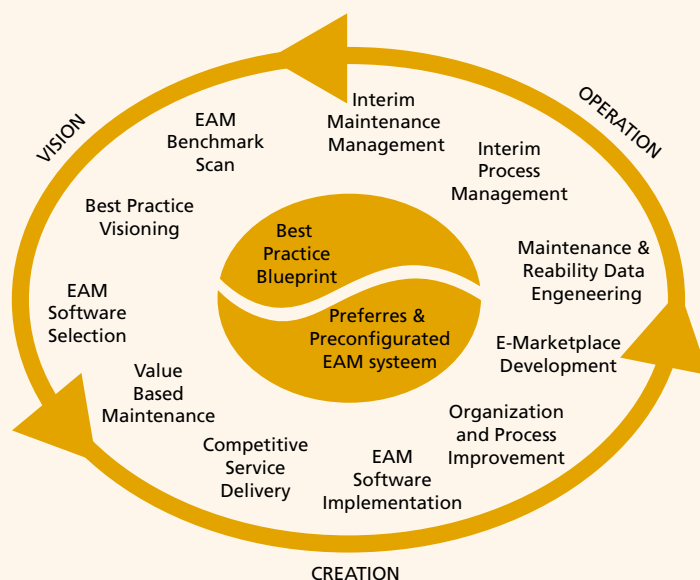
benutten van de kennis in het netwerk, denken we tot een sterke verbetering van de *toegevoegde waarde van onderhoud* te komen.

In het begin van het gesprek gaven jullie aan al eerder over een eigen adviesorganisatie te hebben nagedacht, maar dat de tijd blijkbaar nog niet rijp was. Waarom was eind vorig jaar wel het moment om van start te gaan?

Haarman: 'In de afgelopen jaren is het onderhoudslandschap sterk veranderd. Uitbesteden is een gewoon

'Wij hebben geen kantoor, ons werk doen we bij de klant'

woord en elke serieuze organisatie heeft een onderhoudsinformatiesysteem, al dan niet volledig operationeel. Contractors en bedrijven die IT-oplossingen verkopen hebben een beperkte reikwijdte als het gaat om het verkondigen van een onderhoudsboodschap. Je hebt externe adviseurs nodig die oplossingen structureel kunnen inbedden in een organisatie. Alleen al de aankondiging dat wij een eigen adviesbureau op poten gingen zetten, heeft ertoe geleid dat wij meer dan voldoende opdrachten hebben. Zo veel zelfs dat wij op korte termijn meer behoefte hebben aan onderne-



Het mainnovationmodel in de visie van Delahay en Haarman

gers dan dat wij moeten leuren met onze boodschap. Die constatering zie ik als bewijs dat wij qua tijd in de roos hebben geschoten.'

De door jullie in de afgelopen jaren opgebouwde naamsbekendheid en 'netwerk' legt een aardige basis onder jullie plannen. Waarom hebben jullie dat niet doorgetrokken in de naam van het bedrijf, bijvoorbeeld 'Delahay & Haarman Consultancy'?

Haarman: 'Er is ons diverse malen geadviseerd om die naam wél te gebruiken. Wij hebben er bewust voor gekozen om ons bureau niet Delahay & Haarman te noemen. Met zo'n naam refereer je vooral aan de individuele naamsbekendheid die je hebt opgebouwd. Als bedrijf willen we groeien en medeondernemers aan ons binden. Bovendien is onze naamsbekend in het buitenland nog zeer gering. Gezien onze internationale ambities hebben we bewust gekozen voor een naam die in meerdere landen en taalgebieden te hanteren is.'

Laten jullie door deze wending niet enigszins onverwacht een gat achter in de bestuurlijke continuïteit van de NVDO?

Delahay: 'Voor buitenstaanders is het misschien vreemd dat in korte tijd twee voorzitters zijn afgetreden die achteraf ook nog bij hetzelfde bedrijf werken. Om de werkelijke achtergronden te begrijpen, moet men even terug in de tijd.

Toen Mark en ik deel uit gingen maken van het Dagelijks Bestuur zat de NVDO als vereniging in een dip, men had een afnemende invloed op de onderhoudsmarkt, het ledenaantal liep voor het eerst in de historie terug en men vond het 'grijze haren'-gehalte relatief te hoog. In bestuurlijke zin hebben we in die jaren een behoorlijke bijdrage geleverd aan de verjonging van de vereniging, het denken in termen van marketing en het terug op de kaart zetten van de NVDO als het platform voor het vakgebied. Met als één van de meetbare resultaten een record ledental. We kijken tevreden terug op deze periode

en het is nu aan anderen om de lat weer hoger te leggen. Deze jaren zijn voor ons echter best intensief geweest. Het blijkt in het huidige tijdsbeeld niet altijd eenvoudig om bestuursvacatures op te vullen. Meer dan een jaar hebben we in het DB met een halve bezetting gedraaid, het voorzitterschap is er feitelijk op interim-basis bijgedaan. Mark en ik hadden beiden niet de intentie om het voorzitterschap structureel in te vullen. Inmiddels is het bestuur weer op volle sterkte en lijkt ook het vinden van de nieuwe beoogde voorzitter te gaan lukken.'

Haarman: 'Ik denk dat niemand het ons kwalijk kan nemen dat we onze aandacht nu volledig op ons nieuwe bedrijf richten. Bovendien blijven we gewoon lid van de NVDO en leveren we middels Hans Arends, één van onze consultants, nog steeds een actieve bijdrage aan de bestuurlijke continuïteit van de NVDO. Zo zie je maar dat de NVDO echt de ontmoetingsplaats is voor onderhoud: er ontstaan zelfs nieuwe bedrijven uit.'

(Advertentie)



FABORY
a guarantee for quality

De nieuwe skyline voor groot Rotterdam

ca. 135.000 bouten, moeren, schroeven, ringen, pluggen, pennen, gereedschap, stufbolts, pijpcomponenten en industrie-artikelen op één adres

FABORYCentre
Rotterdam

FABORYCentre
Hollandam

Meer dan 25 jaar als specialisten vóór in de regio met:

- * steeds snelle en complete leveringen
- * kostenbesparende logistieke oplossingen zoals FABORY Stock Service, FAST-Order, enz.
- * twee afdelingsshowrooms en eigen bezorgdiensten
- * duidelijke catalogi en een enorm assortiment
- * inpaklijst voor optimale bedrijfszekerheid
- * 10 uur open per dag en 24-uurs service

Samen in de hele Benelux actief als één van de circa 80

Voor Maarslakte 1/1m Gorchiesse e.o.
Schroeven-Duiveland b.m. Meernik

Ind. Jansen Doekershof-Noord
Landsmeerstraat 4, 7964 AY Ridderkerk
Tel.: 0180-442222 (alg.)
Tel./Fax: 0180-442344/29 (werk)

Voor Hoek van Holland 1/1m Geude e.o.
Vossen Potten en Waalraven

Ind. Jansen Speersnijder
Schellinkeweg 19
3044 BA Rotterdam
Tel./Fax: 010-446204/459

FABORYCentres
www.faborycentres.com