

“Meerwaarde communiceren”

Door: Loet van Bergen

De trend die begin dit jaar zichtbaar is geworden bij Armada Janse zet zich door. Het bedrijf is en blijft volop in beweging en kent inmiddels een lange geschiedenis. Volgend jaar zit het 80 jaar in de lichtreclame.



Leon Akkermans, directeur Armada Janse.



Volvo is een van de grote klanten van Armada Janse.

Het bedrijf is een zelfstandige werkmaatschappij binnen de Andus Group BV en is gespecialiseerd in het ontwikkelen, produceren en monteren van onder meer lichtreclame, mediafaçades/LED-schermen, (binnen) bewegwijzering, lichtreclamemasten en speciale lichtobjecten. Groei en ontwikkeling staan centraal bij Armada Janse. Recent heeft Armada het keurmerk Erkend Signbedrijf behaald. Daarnaast is het salesteam uitgebreid met de komst van een extra accountmanager en is de organisatie verhuisd naar een moderne productielocatie te Budel, waarbij een efficiëncyslag is gemaakt zodat er echt sprake is van een organisatie die ‘lean en mean’ is.

Eigen productie

De organisatie heeft nu de beschikking over een pand van 7.000 m² waar de focus duidelijk ligt op eigen productie. Zowel grote als kleine series signing worden hier door echte vakmensen vervaardigd. Volgens directeur Leon Akkermans uniek in Nederland. “We hebben recent een aantal machines bijgekocht om nog meer te kunnen produceren en niet meer afhankelijk te zijn van buitenlandse productiefaciliteiten.” Akkermans denkt ook dat je in Nederland kunt produceren tegen goede uurloon tarieven, mits je het slim aanpakt en gebruik maakt van geautomatiseerde productieprocessen. De vrije Europese markt is een groot goed. “Het houdt je als ondernemer in ieder geval scherp. Want in vrijwel elk segment verschijnen Oost-Europese aanbieders op de markt met vlijmscherpe prijzen. Het is ondoenlijk om daarin volledig mee te gaan. Toch dwingt dit je ertoe om kritisch te blijven kijken naar je eigen organisatie. Dat je ervoor zorgt dat deze zo gestroomlijnd mogelijk is. En dat je duidelijk communiceert wat je meerwaarde is. Precies datgene wat Armada Janse drijft.”

Klanten

Merkbeleving en de zichtbaarheid vergroten voor de top 500-bedrijven, gemeenten en -instellingen dat is het brede werkkterrein van Armada Janse. Het is dus ook niet voor niets dat Armada Janse vele aansprekende projecten heeft uitgevoerd voor opdrachtgevers van naam. Neem het Philips-logo, noem logo's en ledlijnen bij de Tango tankstations of alle uitingen bij de stations van OK. Kijk naar de bewegwijzering van CZ of de bewegwijzering, lichtreclame en mediafaçade bij Volvo Nederland. “We richten ons op de grotere bedrijven in Nederland en multinationals. Volvo bijvoorbeeld, ook een belangrijke klant evenals PON. Neem de reclame-uitingen bij de 441 ABN AMRO geldautomaten of die bij de dealers van Suzuki, VW, Audi, Seat en Skoda. Om nog maar niet te spreken over alle signing bij de Mitsubishi-dealers in heel Europa. En als klap op de vuurpijl: de lichtreclame bij Damen Shipyards in Vietnam. Het meeste doen we echter in Nederland. Hoewel we de komende jaren onze focus meer buiten Nederland willen gaan richten.”

Lees verder -->>



De productiehal van Armada Janse waar alle producten onder één dak worden vervaardigd.

De signbranche

Op de vraag hoe Akkermans aankijkt tegen de signbranche, zegt hij dat het een grillige markt is met veel concurrentie vooral op kleinere schaal. "Grote bedrijven met de omvang zoals wij zijn er niet veel. Ik geloof zelf in een kwaliteitsvisie en lange termijn strategie en dat willen we ook uitstralen. Daarom sluiten wij goed aan bij grote bedrijven die kiezen voor kwaliteit en een lange termijn visie hebben. Er zit wel degelijk een verschil tussen een signbedrijf die de snackbar op de hoek bedient en een signbedrijf als het onze dat grote bedrijven als Philips in de portefeuille heeft. Een ontwikkeling die we wel zien is dat steeds meer signbedrijven stoppen met produceren en hun producten bij ons of elders laten maken. Vaak is uitbesteden van de productie goedkoper dan investeren in allerlei machines waarvan je niet zeker weet of dit op termijn voldoende rendement oplevert. Wij hebben alle disciplines in huis. Er werken hier 35 mensen die alle productiefacetten beheersen zoals frezen, snijden, walsen, lassen enz. en hoog zijn opgeleid. We investeren dan ook in onze mensen op het gebied van veiligheid, kwaliteit en milieu. Zo zijn we ISO 9001 en 14001 gecertificeerd en passen voor onze productie de CO2 prestatieladder toe. Voor een klein signbedrijf is dit ondoenlijk om allemaal in huis te hebben. Vandaar dat je in de signbranche steeds meer bedrijven ziet die fungeren als een soort verkoopkantoor en alleen nog bepaalde zaken zoals beletteren of monteren zelf doen."

'Architectural lighting'

Daarnaast ziet Akkermans een verschuiving in de markt met name in architectural lighting. "We werken regelmatig voor architecten die een creatief ontwerp hebben wat wij vertalen naar een technisch ontwerp. Recent hebben we een project gedaan voor een tunnel in Eindhoven onder de noemer Transit Mantra, een interactieve licht- en geluidsinstallatie in een tunnel. Gemaakt om de tunnel veiliger, leefbaarder en toegankelijker te maken en inwoners van Eindhoven te laten ken-



Voor de TU in Eindhoven werd een nieuw logo geplaatst.



Architectural lighting en het uitlichten van gebouwen wordt een belangrijke markt.

nismaken met de esthetische kant van technologie en om het begrip transitie te verrijken." Sensoren 'vangen' de bewegingsenergie van passanten en activeren vervolgens de esthetische 'woekering' op het plafond. Het gedrag van de installatie is dynamisch en hangt af van de hoeveelheid passanten en hun snelheid; zo geeft het identiteit aan een onbestemd district dat zich vult met de constante stroom mensen, aanzwellend en uitdovend in het ritme van de dag. Het is een van de vele voorbeelden van architectural lighting. Akkermans denkt dat het aantal opdrachten in dit segment verder gaat groeien evenals de productie. Hij ziet de signmarkt verder groeien. "Niet op het niveau van 10 jaar geleden, maar wel een leuke stap voorwaarts."



Project Transit Mantra, een interactieve licht- en geluidsinstallatie in een tunnel.



Armada Janse heeft een eigen montageploeg die op locatie alles installeert.