



Leenstra, Drachten.

‘Mager’ produceren loont

Als bij Leenstra te Drachten de laatste werknemer naar huis gaat, draait de productie rustig verder. De vijf lasrobots en de lasautomaat kunnen namelijk nog urenlang doorwerken zonder dat menselijk toezicht nodig is. “Wij noemen dat shift plus. Op termijn verwachten we weer in een echte tweeploegendienst te kunnen gaan werken, maar tot die tijd is dit mooie oplossing. Mocht er eens iets haperen dan wordt automatisch een monteur opgepiept om het euvel te verhelpen, maar dat gebeurt weinig. De robots maken keurig hun opdrachten af en wachten 's nachts rustig af tot ze in de ochtend opnieuw bevoorrad worden om weer aan de slag te kunnen. Het is een mooi productiesysteem, maar ik ben blij dat ik ook nog zeventig gemotiveerde medewerkers aan het werk heb. Daarin schuilt onze ware kracht”, aldus directeur Harmen de Jong (58).

De onderneming werd in 1927 in Oostermere opgericht door Cornelis Leenstra en was oorspronkelijk met name actief in de agrarische sector. In 1980 verhuisde de onderneming, met inmiddels vijftig medewerkers, naar het Drachtster bedrijventerrein De Haven. Bij gebrek aan opvolging binnen de familie werd Leenstra Machine- en Staalbouw BV in 1989

overgenomen door VBI, Nederlands marktleider op het gebied van prefab beton, op zich weer een onderdeel van Consolis SAS te Brussel.

Het huidige Leenstra is gespecialiseerd in subcontracting – van raveelijzers voor de bouw tot en met onderdelen voor reuzenraden – en machinebouw en heeft een range eigen producten, ondermeer

op het gebied van hijsen en veiligheid. “Het is goed verankerd te zijn in een stevig moederbedrijf, maar het laat onverlet dat we onze eigen broek moeten ophouden en zelf verantwoordelijk zijn voor ons reilen en zeilen. Aan de andere kant maken wij als machinebouwer deel uit van het innovatiecentrum van VBI, zodat wij altijd bezig zijn met nieuwe vindingen. Dat zit ons in het bloed, want circa dertig jaar geleden waren wij bijvoorbeeld het eerste Friese bedrijf dat gebruik maakte van een lasrobot. Door automatisch lassen te combineren met efficiënte handling, kunnen wij mondiaal concurrerend opereren. Opdrachtgevers die van ons gebruik maken voor outsourcingtrajecten kunnen dan ook rekenen op een zekere meerwaarde. Domweg een opdracht uitvoeren ligt ons niet zo, wij willen liever comaker zijn. Na het afronden van een klus krijgt de opdracht-

gever dan ook altijd een rapport geleverd met mogelijke verbeterpunten. Zo zorg je ervoor dat beide partijen meer winst kunnen maken en dat is natuurlijk mooi meegenomen. Een goede prijsstelling is uiteraard van belang, maar het is zeker niet het enige dat telt. Wij willen het optimale bereiken en kijken graag kritisch naar een project c.q. product van een opdrachtgever. Kan het slimmer, sneller of beter? Die benadering geeft ook zeker toegevoegde waarde aan je dienstverlening."

Lean

In 2005 is Leenstra begonnen met het introduceren van 'lean manufacturing'. Harmen de Jong: "Ik ben daar persoonlijk een fervent voorstander van. Het is een methode van produceren die je meer concurrentiekracht geeft, omdat je op de kosten kunt besparen en tegelijkertijd je productiecapaciteit kunt stroomlijnen en verbeteren. De meerwaarde van 'lean manufacturing' is een gegeven. Daar staat tegenover dat de toepassing de nodige inspanningen vergt. De filosofie moet be-



drijsbreed worden gedragen en dus moeten je medewerkers er ook in geloven. Dat gaat niet zonder slag of stoot. Ze moeten accepteren dat ze multi-inzetbaar zijn en flexibel moeten kunnen werken, maar wanneer ze de smaak hebben te pakken, willen ze ook niet meer anders. Bovendien maken ze zichzelf onmisbaar voor het bedrijf en zal ik me dus wel twee keer bedenken voordat ik ze laat gaan. Al met al hebben we zo'n

150.000 euro geïnvesteerd in het 'lean' maken van onze productie en één productielijn werkt nu geheel conform dat principe en is superefficiënt. De andere lijn volgt. In 2008 konden we zeggen dat we mager produceerden en dat was tevens het moment dat de markt naar beneden ging. Niet leuk natuurlijk, want één van de voordelen van 'lean' is dat je je productiecapaciteit eenvoudig kunt vergroten. Maar goed, ondanks de kleinere



Friese Export Club

Leenstra is anderhalf jaar geleden lid geworden van de Friese Export Club. "Dat heeft alles te maken met het feit dat wij als strategie hebben ingevoerd meer zaken te willen doen in het buitenland. Daar ligt nog een hele wereld voor ons open en we hebben de producten en machines om ook buiten Europa geld mee te verdienen. Die internationalisering nemen we uiterst serieus en we investeren in handelsmissies, beurspresentaties en marketing. Dan zou het wel heel merkwaardig zijn als je niet gebruik maakt van een internationaal netwerk vlak bij huis, wat de Friese Export Club in feite al 45 jaar is. We hebben thans veelbelovende contacten in onder andere Iran, Marokko, Rusland en China en daarmee komen we uiteindelijk geheid tot zaken. Het is altijd goed wanneer je met ervaringsdeskundigen kunt klankborden over je avonturen in het buitenland en de Friese Export Club biedt daarvoor een uitstekend platform", aldus Harmen de Jong.

aantallen, bleef het resultaat goed. We hebben 2009 en 2010 met zwarte cijfers kunnen afsluiten en nu de markt weer wat aantrekt, kan het alleen maar beter gaan. Wij zijn er in ieder geval helemaal klaar voor. We hebben de juiste toeleveranciers gevonden die willen meewerken en meedenken in ons 'lean'-concept. Dat is trouwens een voorwaarde, want een toeleverancier die niet participeert, valt af. Met de toeleveranciers die wel meewerken, ga je een langdurige relatie aan met de intentie die relatie te continueren tot in het oneindige. Natuurlijk moet de prijsstelling marktconform blijven, maar dat is niet meer dan normaal. Ik ben blij dat we op het juiste moment – voor de crisis dus – hebben geïnvesteerd in 'lean manufacturing', want als het nu nog zou moeten, had ik het somber ingezien. Dan was het toch lastiger geweest om er middelen en tijd voor vrij te maken. Hoe dan ook, wij zijn begonnen en daarmee is een traject ingezet waarmee je continu op zoek blijft naar het verbeteren van je organisatie en daar is niets mis mee."

Marketing

Met de frisse wind die is gaan waaien door Leenstra, is ook de marketing opnieuw vorm gegeven. De woorden 'machine- en staalbouw' zijn uit het logo verdwenen. De website is geheel vernieuwd en biedt uitgebreide download-mogelijkheden, zodat folders niet meer hoeven te worden gedrukt. "Op initiatief van onze manager techniek staan er ook instructiefilmpjes op You Tube. Die heeft dat zelf opgepikt, want als je dat professioneel door een reclamebureau laat doen, ben

je veel kwijt. Het ziet er goed uit en is een fraaie aanvulling op onze marketing-inspanningen. Die krijgen trouwens een meer internationaal karakter, want in het bevorderen van onze export zien we nog goede kansen om ons werkgebied te verbreden. We hebben dit jaar al op meerdere beurzen gestaan en de contacten die we daar hebben opgedaan, zien er veelbelovend uit. In de beton mag het momenteel dan vrij rustig zijn, wij hebben genoeg ijzers in het vuur om de zaak draaiende te houden. We zien de toekomst vol vertrouwen tegemoet."

Ondanks alles is Leenstra in essentie een familiebedrijf gebleven, waarbij de medewerkers meeleven met de ups en downs van de onderneming en de leiding meeleeft met de ups en downs van de medewerkers. Kenmerkend in dit verband is dat de lasrobots allemaal voorzien zijn van Friese namen – Snelle Jelle, Sterke Yerke, Grutte Pier, De Wrotter en – de mooiste van allemaal – Doutzen. Dat geeft een vertrouwd gevoel, ook als alles 'lean' is geworden. **ZS**

