



Bij Redsun komt al het goede in drieën

Frisse wind met nieuw logo, nieuwe website en nieuwe bedrijfsvisie

Met een groot rood vraagteken werd de spanning opgebouwd rond de lancering van het nieuwe logo en de nieuwe huisstijl van Redsun. Dat vraagteken werd verspreid onder vakmedia, waaronder vakblad De Hovenier. Medio november was het dan zover: de lancering tijdens de Redsun-relatiedagen, die samen met zusterbedrijf Aluxe werden gehouden. Er waren informatieve bezoeken mogelijk aan de zandgroeve en een volledig gerobotiseerde fabriekslijn, en iedereen kon proeven aan de nieuwe huisstijl. Vakblad De Hovenier bezocht de relatiedagen en sprak met de ondernemers over het verleden, maar ook over de toekomst.

Auteur: Willemijn van Iersel

Ze zeggen weleens: alle goede dingen bestaan in drieën. Het Duits-Nederlandse familiebedrijf Redsun is het daar helemaal mee eens. De letter E in het nieuwe logo bestaat uit drie strakke strepen, die staan voor de toekomst (de drie zonen), de drie belangrijkste productgroepen (beton, natuursteen en keramiek) en de drie kernwaarden: betrouwbaarheid, relaties en resultaten.

Visie en missie

De nieuwe koers komt voort uit diverse strategische sessies, die bedoeld waren om het bedrijf klaar te stomen voor de toekomstige generatie: de drie zoons van oprichter en eigenaar Ger van Ommeren (62). Zoals je vaak ziet bij familiebedrijven, zitten de visie en de missie van het bedrijf in het hoofd en hart van de oprichter, maar met het oog op de toekomst zijn er nu meer zaken op papier gezet.

Geschiedenis

Redsun begon in de jaren tachtig bij het Brabantse Milheeze als Ger van Ommeren Natuursteen. Van Ommerens ouders hadden een stukadoorsbedrijf en een kalkmortelcentrale. Voor de mortelproductie werd ook zand en grind uit een eigen groeve gehaald. De connectie met natuursteen en het ondernemerschap

zat er bij Van Ommeren al vroeg in. Het was dus niet vreemd dat hij al op jonge leeftijd samen met zijn broer een steenhandelsbedrijf startte: Intracoat. Beide broers waren al enkele jaren actief in het bedrijf toen de focus werd uitgebreid met natuursteen voor tuinen. Uiteenlopende visies van de broers leidden ertoe dat Ger van Ommeren zich afsplitste en zijn eigen bedrijf startte: het al genoemde Ger van Ommeren Natuursteen. Ook Intracoat bestaat tot op de dag van vandaag, én nog steeds binnen de familie Van Ommeren. Ger van Ommeren: 'Mijn neef is daar inmiddels eigenaar.'

Succes

In 1992 ging ondernemer Ger van Ommeren zijn eigen koers varen met Ger van Ommeren Natuursteen. Datzelfde jaar verhuist hij met zijn gloednieuwe bedrijf naar het nabijgelegen Cuijk. Zijn ambitie en tomeloze energie matchen minder goed met het behoudende ondernemerschap van zijn broer. Ger van Ommeren ziet overal kansen en denkt graag groot. Risico's en investeringen worden allerm minst geschuwd. Als ondernemer is Van Ommeren actief bij meerdere bedrijven: een Duitse strooizouthandel, het Nederlandse handelsbedrijf Red Trade en hij heeft aandelen in Zwaagstra Beton. Naast

zijn schoenen lopen doet Van Ommeren niet. In het bedrijf vallen de gemoedelijkheid en de toegankelijkheid van de ondernemer op. Het lijkt nog de sfeer te ademen van een klein familiebedrijf, met bijbehorende platte organisatie en korte lijnen. Van Ommeren werkt zelf inmiddels wel iets minder hard, zegt hij: 'Vroeger altijd 70 à 80 uur per week, inmiddels nog maar zo'n 50 uur.' Het belangrijkste voor een ondernemer is volgens Van Ommeren, naast plezier in je werk, de juiste mensen om je heen verzamelen. Ook hieruit blijkt dat Van Ommeren graag de samenwerking opzoekt.

'Mensen vragen weleens of de naam met Japan of de zon te maken heeft, maar hij komt voort uit ons oude logo - met een glaasje wijn erbij'

Van GVO naar Redsun

De naam van de lokale steenhandel, Ger van Ommeren Natuursteen, bleek al snel te klein voor het sterk groeiende bedrijf. In 1997 ging het toenmalige directieteam op zoek naar een krachtige merknaam voor de eigen tegels. Uiteindelijk bedacht Ger van Ommeren zelf – onder het genot van een glaasje rode wijn – de naam Redsun. Voorafgaand aan de vergadering waarin de directie met potentiële namen moest komen, keek Van Ommeren door zijn oogharen naar het oude logo. Van Ommeren: 'Naar aanleiding van het rode bolletje in ons oude logo schreef ik de naam "Redsun" op, niet meer en niet minder.' Er gaan weleens theorieën rond over associaties met Japan of de zon, maar het echte verhaal is dus vele malen simpeler. De merknaam sloeg zo goed aan, dat het in 2002 de bedrijfsnaam werd.

Verhuizing naar Duitsland

Eind jaren negentig werd de locatie in Cuijk te klein voor de ambitieuze toekomstplannen van Van Ommeren. Hij wilde zelf beton gaan produceren, waarvoor een grote fabrieksruimte nodig was. Een geschikte locatie werd echter



Het oude logo waaruit uiteindelijk de naam Redsun voortkwam

niet in Nederland gevonden, maar in het Duitse Kevelaer. Op die locatie is letterlijk en figuurlijk voldoende ruimte voor groei. Op het 40 hectare grote bedrijfsterrein werken inmiddels meer dan 300 medewerkers en er zijn al vijf fabrieken gebouwd.

Volgens de gedreven ondernemer doet Redsun momenteel ongeveer 50 procent van zijn zaken in Duitsland en 50 procent in Nederland. Van Ommeren: 'In Nederland behoort Redsun tot de drie grote specialisten op het gebied van sierbestrating. In Duitsland hebben we dat marktaandeel nog niet bereikt.' Dankzij de eigen productie van beton is Redsun de enige leverancier die de drie belangrijke productgroepen in sierbestrating allemaal in eigen beheer heeft: natuursteen, beton en keramiek. Op dagelijkse basis wordt ongeveer 20.000 m² aan betonproducten vervaardigd, waaronder sierbestrating, projectbestrating, siertegels, opsluitbanden en traptreden, maar ook decoratieve producten

zoals palissades en constructieve producten zoals bouwblokken.

Ook voor de hovenier

Op de relatiedagen kwamen ongeveer 1000 professionals af, verdeeld over twee dagen. De voertaal was Nederlands. Opvallend was dat zowel sierbestratingsdealers als hoveniersbedrijven welkom waren. Wim van Strien, een bezoekende hovenier, drukte dit treffend uit: 'Producenten van sierbestrating houden hun deuren vaak gesloten voor hoveniers; alleen dealers zijn welkom. Maar het is juist enorm waardevol om als hovenier de fabriek en de zandgroeve van Redsun te bezoeken. Je hebt dan een beter verhaal voor je klant; je weet hoe de producten geproduceerd zijn en waar. Dat komt je professionaliteit als hovenier alleen maar ten goede.' De gastvrijheid van Redsun past daarbij volledig in de nieuwe missie: 'Het creëren van mooie en duurzame producten voor buiten, waarbij de consument via onze partners centraal staat!' Zoals marketingmanager Rolf Keulen benadrukt: 'Hoveniers zijn ook echt onze ambassadeurs.'



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!