

Reparateur groeit uit tot betrouwbare en snelle logistieke organisatie

Op de overspannen markten van webwinkels en telefonie breidt reparateur en transporteur Dynagroup zijn reikwijdte steeds sneller uit



De Nieuwe Kampioenen

Het FD belicht de komende maanden samen met BNR vernieuwende bedrijven waarvoor Nederland te klein is geworden. De Nieuwe Kampioenen zijn innovatieve groeiende bedrijven met een blik over de grens. Met een nieuw product, een nieuwe dienst of technologie dagen deze bedrijven concurrenten uit, maar de start-upfase zijn ze voorbij. Ze zetten hun bedrijfstak op zijn kop. Vandaag: Dynagroup.

Het project *De Nieuwe Kampioenen* is financieel mede mogelijk gemaakt door Grant Thornton. De sponsor heeft geen enkele invloed op de journalistieke keuzen en redactionele inhoud.

Manon Stravens en Alexander Weissink
Sittard/Nuth

Het is dat ze met anonieme witte vrachtwagens en busjes rijden, maar anders zou hun naamsbekendheid een stuk groter zijn. Met zeshonderd koeriers is Dynalogic inmiddels een geduchte concurrent van PostNL en DHL. Niet voor de aflevering van bulkspullen, maar specifieke services en artikelen die zorgvuldig en persoonlijk dienen te worden afgeleverd op elk gewenst moment. Zo doen de koeriers een leeftijdscontrole bij de levering van een bestelling alcoholische drank en checken ze of de ontvanger van een paspoort of medicijn ook de aanvrager is. Een kostbare bestelling via CoolBlue of Wehkamp mag niet zomaar bij de buurman belanden.

Maar naamsbekendheid is niet waar moedermaatschappij Dynagroup naar streeft, zegt bestuursvoorzitter Dick Wammes op het hoofdkantoor in Sittard. Het bedrijf, 1350 man in dienst, opereert achter de schermen. De bestelwagens mogen juist geen aandacht trekken vanwege de paspoorten, creditcards of telefoons die erin vervoerd worden. Zolang de klant maar kan bouwen op de koerier.

Betrouwbaar en snel, die waarden tekenen het bedrijf, dat onder de naam Dynafix in 1995 in het Limburgse Nuth werd opgericht, om de eerste draadloze telefoons te repareren. 'En om de fabrikant te vertellen hoe ze hun product kunnen verbeteren', aldus Wammes. 'We werden voor gek verklaard, want dat helpt je verdienmodel toch om zeep? Maar klanten waarderen die terugkoppeling. En al die nieuwe modellen blijven hun kinderziekten houden.' Van de vele reparatiebedrijven die begin deze eeuw als paddenstoelen uit de grond schoten, groeide Dynafix uit tot marktleider in de Benelux. Van de 25 miljoen telefoonjes die jaarlijks in gebruik zijn wordt jaarlijks 6% gerepareerd. Daarvan doet Dynafix 70%. Maandelijks krijgen circa 100.000 defecte mobieltjes een nieuw leven in Nuth.

'En als je dan toch langs die telefoonwinkels rijdt, kun je ook meedenken over bevoorrading of andere diensten'



Bij binnenkomst in het pand ontvouwt zich een hele nieuwe wereld. In blauwe overalls met het logo van Samsung solderen specialisten boven een microscoop minuscule printplaatjes. In rijen met honderden bakken sorteren medewerkers onderdelen in plastic zakjes. Op de kwaliteitsafdeling checken tientallen controleurs of elk gerepareerd mobieltje het inderdaad weer doet. In een aparte kamer bespreekt een medewerker de defecten met een ingenieur van Samsung. Elk merk en activiteit heeft een eigen afdeling, soms zijn dat stalen kooien. 'Dit oogt een beetje als een dierentuin', zegt Roger Janssen, general manager van Dynafix, 'maar zo voorkomen we dat toestellen zoek raken of onderdelen van verschillende telefoons in een grote bak terecht komen.'

In tegenstelling tot de concurrentie besteedt Dynafix het reparatiewerk niet uit aan bedrijven in Oost-Europa of Azië. De loonkosten zijn daar lager, maar de afstand maakt de doorlooptijden veel langer ('en wie kan nog dagen zonder zijn smartphone?') en de controle moeilijker. Dat bemoeilijkt het waarborgen van de privacy, aldus Wammes. Dynafix

Reparatiewerkplaats van Dynafix. Onder: bestuursvoorzitter Dick Wammes

FOTO'S: JASPER JUINEN VOOR HET FINANCIËLE DAGBLAD



fd.nl:
meer weten

- Nieuwe kampioenen fd.nl/kampioenen
- Vorige editie fd.nl/dnk2015

verloor aanvankelijk klanten als Sony en Ericsson aan Oost-Europese concurrenten, maar die kwamen al snel weer terug. Want bedrijven die onzorgvuldig met persoonlijke data omgaan, riskeren megaboetes, zo bepaalt een nieuwe Europese wet.

Vanaf 2007 breidt het bedrijf snel uit. De logistieke poot Dynalogic wordt opgericht, om gerepareerde telefoons bij winkels op te halen en ook bij de mensen thuis af te leveren. 'Een uit nood en frustratie geboren idee, want geen enkel logistiek bedrijf kreeg dat snel genoeg voor ons voor elkaar.' Die redeneerden vooral vanuit hun eigen mogelijkheden. De klant had zich maar te schikken. Niet thuis, pech gehad. 'En als je dan toch langs die telefoonwinkels rijdt, kun je ook meedenken over bevoorrading of andere diensten.'

Inmiddels is Dynalogic goed voor bijna 40% van de € 95 mln omzet (2015). En omdat het bedrijf tegenwoordig bijna alles wat los en vastzit, repareert of levert en installeert, van koffiezetapparaten tot koelkasten, investeert het in rap tempo in nieuwe logistieke centra, met nu zeven locaties in de Benelux. Inmiddels

heeft Dynagroup ook grote webwinkels als Coolblue, Bol.com en Wehklamp als klant. Dat sommige ook eigen bezorging gaan doen, baart Wammes niet zo'n zorgen. 'Die ontdekken vanzelf hoe ingewikkeld dat is.'

Vanuit de thuisbezorging groeide medio 2014 weer een nieuwe bedrijfstak, Dynacommerce. Die poot maakt software die klanten helpt hun oude, vaak verkerde, systemen voor winkels, telesales en webverkoop te verbinden. Een zogeheten 'omnichannel-oplossing', waar veel vraag naar is, aldus Wammes.

Dynagroup zoekt naar de pijn in de markt en bestrijdt die met een breed portfolio aan elkaar aanvullende diensten. 'Dynafix kan alleen de beste zijn als Dynalogic snel kan leveren. De IT van Dynacommerce knoopt alles aan elkaar.' Het bedrijf is ambitieus: in 2020 moet de omzet verdubbeld zijn naar € 200 mln. Elke bedrijfspoot moet jaarlijks 20% groeien, waartoe het in specifieke innovaties investeert. Dat verklaart ook het sobere nettoresultaat van 2,5%, aldus Wammes. 'Innovatie kost geld, maar alleen zo blijven we de kopiërende concurrent voor.'