



Flagshipstore van Ahrend in Shanghai. Het bedrijf denkt dat de omzet in China in de komende vier jaar kan verdubbelen. FOTO: AHREND

Ahrend profiteert van groei bij Aziatische multinationals

Sjoerd den Daas
Amsterdam

Wat heeft een Nederlandse kantoorinrichter in vredesnaam te zoeken in China? Voor een paar centen kan een Chinees bedrijf meubilair bestellen op onlineplatformen als Taobao en JD.com. Dan ga je toch niet veel geld uitgeven aan spullen van Ahrend?

‘Dat is waar’, zegt Eugène Sterken, de topman van Ahrend, tijdens een bezoek aan Shanghai. ‘Iedereen kan ergens meubels neerzetten, tachtig procent van de markt is niet interessant voor ons.’

En toch denkt Ahrend de omzet in China de komende vier jaar te kunnen verdubbelen. Dat optimisme is gebaseerd op de snelle groei van het aantal Chinese multinationals. Sterken: ‘Wij moeten het hebben van grote klanten die overal ter wereld willen kunnen vertrouwen op onze kennis, kwaliteit en dienstverlening.’

Ahrend had al een fabriek in China en heeft recent ook een winkel geopend, op een prominente plek in de binnenstad van Shanghai. De fabriek was tot 2015 van Gispén, totdat Ahrend de concurrent inclusief de Chinese productiefaciliteit inlijfde. Het was het begin van Ahrends Aziatische veldtocht. Sterken: ‘Chinezen wachten geen veertien weken op meubilair uit Euro-

pa, maar plotseling hadden we een basis in Azië. We hebben toen een verkoopteam op China gezet dat is gestart met de uitrol van een lokaal dealernetwerk.’

Afgezet tegen Ahrends totale omzet van € 310 mln is de € 12 mln die het in de Volksrepubliek binnenhaalt nog kleingeld. Maar de groei is met zo’n 25% per jaar aanlokkelijk, stelt Sterken. Na Shanghai gaat Ahrend ook de markt verkennen in Singapore, Manilla (Filippijnen) en Bangalore (India), plekken met veel multinationals.

In China wist de kantoorinrichter al de bank HSBC en Nongfu Spring, een producent van mineraalwater, binnen te hengelen. Het meest in het oog springend is technologiereus Lenovo, waarvoor Ahrend zesduizend werkplaatsen inrichtte. Dat waren vooral smalle bureautjes, niet breder dan 1,20 m. Sterken: ‘Met de huidige vierkante-meterprijzen hier is dat aantrekkelijk.’

Ahrend wordt ook betrokken bij de uitbreiding van het Lenovo-hoofdkantoor. Net zo groot als de eerste fase van het project, al wordt de opzet met drieduizend werkplekken nu wel een stuk ruimer. Sterken: ‘Er komt meer ruimte voor open plekken en loungegedeelten op kantoor.’

Vroeger stond een meubel twintig jaar op dezelfde plek, maar dat

Verdubbelen
Ahrend wil veel
meer omzet uit
China halen

Krappe plekken
Ahrend plaatst in
Shanghai bureaus
van 120 cm breed

Geen bezit meer
Bedrijven willen
meubilair liever
leasen

is verleden tijd: ‘Klanten eisen flexibiliteit en willen snel kunnen uitbreiden of schuiven waar dat nodig is. Wij kunnen ze daarbij helpen.’

De trottoirs van megasteden als Peking en Shanghai staan vol met deelfietsen en op de wegen overheersen de taxi’s van Didi, de Uber van China. Het is een inspiratiebron voor Sterken: wat met vervoer kan, moet ook met kantoorruimten kunnen. Dus betalen voor gebruik in plaats van voor bezit. Sterken: ‘Grote bedrijven willen het meubilair niet meer voor de lange termijn bezitten, omdat het langer meegaat dan hun bedrijfsmodel. We gaan dus binnenkort op grote schaal leasemeubilair aanbieden.’

Ook als het om duurzaamheid gaat is er nog een wereld te winnen, zegt Sterken: ‘Je kunt stoelen die op bepaalde plekken minder of meer zittingen kennen dan andere, binnen gebouwen verplaatsen. Zo verleng je de levensduur van het meubilair.’

Waar dat toe moet leiden? ‘We hebben niet de ambitie de grootste te worden, maar we willen wel bij de top vijf wereldwijd gaan horen voor de beleving van multinationals.’

Op thuismarkt Nederland doet Ahrend zaken met AkzoNobel, ING en Booking.com, voor wie het ook de internationale kantoren inricht. Voor de snel gegroeide boekings-site heeft Ahrend volgens Sterken ‘al 230 projecten gedaan’.