

“Smart Home belangrijkste groeipilaar voor Calex”

04-09-2020 16:01



In de showroom van Electro Cirkel in Rotterdam zitten adviseur Rudolf van Soelen en managing director Will Smits aan een grote tafel. Ze worden omringd door een groot deel van de uitgebreide collectie decoratieve en smart lampen die Calex via verschillende retailkanalen verkoopt. Tijdens het gesprek maken ze herhaalde- lijk een verwijzing naar de lampen. “Nu zie je overal de normale LED-filament lampen, maar Calex was de eerste die ermee op de Europese markt kwam”, zegt Rudolf van Soelen, trots wijzend naar een grote XXL decoratieve filament lamp, een eigen innovatie van Calex.

Champions League

Van Soelen is, samen met zijn zus, aandeelhouder en eigenaar van Electro Cirkel. Will Smits is sinds begin dit jaar managing director en in 2018 door Van Soelen naar Rotterdam gehaald. “Will was al ruim 25 jaar actief voor gerespecteerde concurrenten van Calex, maar hij was in mijn ogen ook de man om Calex van de Europa League naar de Champions League te brengen. Met bijna dertig jaar ervaring en een groot internationaal netwerk in de verlichtingsindustrie.”

Met die ervaring en internationale contacten kan Calex onder Smits de gewenste groei realiseren. “We hebben tussen 2012 en 2017 de omzet ruim verdubbeld en we hadden de top behaald. Maar om echt kampioen te worden en in de Champions League te spelen – en deze zelfs te kunnen winnen – was nieuw elan nodig. Will brengt die energie binnen.”

Expansie vormgeven

De managing director vult aan. “Rudolf belde begin 2017 en dat was precies op het goede moment. Ik werkte toen voor een Aziatische producent van LED-verlichting waarvoor ik de Europese markt moest opzetten. Daarvoor heb ik twintig jaar met veel plezier in Eindhoven bij Philips Lighting gewerkt. Met name in mijn laatste functie heb ik veel en goede contacten opgedaan bij grote retailers in Europa. In doe-het-zelf, maar zeker ook in de foodretail.”

Die contacten maakten Smits voor Van Soelen een geschikte kandidaat voor Calex. “Ik ben binnengehaald als commercieel verantwoordelijke om de verdere expansie vorm te geven. Nationaal, maar zeker ook internationaal. Er waren de afgelopen jaren al mooie stappen gezet, met name met het decoratieve assortiment, dus die uitdaging was geweldig.”

Dubbele cijfers

Dat Calex internationaal al een sterke marktpositie had, zag Smits ook in de eerste twee jaar na zijn aantreden. “Vooral de continue vernieuwing binnen het decoratieve assortiment heeft in die jaren voor een groei in dubbele cijfers geleid. Dat is een bevestiging van de positie die je als merk hebt bereikt: een van de leidende spelers op de Europese markt.”

Overigens haast Smits zich te melden dat die groei ‘zeker niet alleen op zijn persoonlijke conto geschreven mag worden’.

“We hebben sinds 2018 geïnvesteerd in meer en nieuwe mensen binnen ons team. Alleen een goede commerciële man kan de gewenste groei niet realiseren, daar heb je een team voor nodig”, aldus Smits.

Sterke spelers

Zo werden ook onder andere een extra business developer, product developer, marketing manager en quality development manager aangenomen. “Als je in de Champions League wilt acteren, heb je een volwaardig team nodig met op alle posities sterke spelers. Die investering loont zich tot nu toe zeker, want we lopen voor op de eerder vastgestelde managementagenda.”

Van Soelen knikt bevestigend. “Het is mooi die ontwikkeling van een kleine afstand te volgen. Toen ik in 2018 een stapje terug deed had ik dit voor ogen. Zelf als adviseur betrokken blijven en meedenken, maar het team de ruimte geven om de markt verder te veroveren en Calex nog groter te maken.”

Grote namen

In Europa doet Calex zaken met grote partijen binnen de retail. Zo liggen lampen uit het decoratieve en smart-assortiment in winkels van onder andere Castorama (Kingfisher) en Leroy Merlin in Frankrijk maar ook bij onder andere John Lewis en B&Q (Kingfisher) in het Verenigd Koninkrijk. Smits: “Maar we zien ook een toenemende vraag vanuit de foodretail zoals Carrefour, actief in zes Europese landen en het Britse Tesco. Daar is met name de belangstelling voor onze smart-collectie groot.”

Groeipotentieel

Zowel Van Soelen als Smits zijn er dan ook van overtuigd dat met name in het smart-assortiment volop groeipotentieel zit. Smits: “Smart Home is de belangrijkste groeipilaar voor de komende jaren. We zien het in de landen om ons heen gebeuren en ook hier gaat domotica flink terrein winnen.”

Het moment voor beiden om richting de doe-het-zelfbranche een kleine waarschuwing af te geven. “Smart home en domotica zijn niet te stuiten. We horen hier vanuit die markt vaak ‘dat het zo’n vaart niet zal lopen’, maar de doe-het-zelfretail moet nu aanhaken. Niet alleen vanwege smart verlichting, maar ook alle andere slimme toepassingen. Consumenten willen steeds meer gemak en huisautomatisering. Een bouwmarkt is een ideale plek om dat geheel aan te bieden, maar als je dat nu onderschat en de foodretail is je voor, wordt het straks lastig die voorsprong in te halen.”

Innovaties

In het jaar dat Electro Cirkel 50 jaar bestaat introduceert Calex, zoals ieder jaar, nieuwe decoratieve verlichting. Van Soelen: “Dat zullen we altijd blijven doen. Onze catalogus ligt bij de concurrent op tafel, we hebben een naam hoog te houden.” Smits laat weten dat er binnen het smart-assortiment een nieuw platform wordt gepresenteerd. “Dat gaan we naast ons bestaande Smart Wifi platform voeren zodat retailers en consumenten keuze hebben.” Daarnaast komt Calex met nieuwe smart devices. “Daarbij moet je denken aan bijvoorbeeld camera’s waarmee consumenten hun smart ecosysteem kunnen uitbreiden.”

50 jaar Electro Cirkel

Electro Cirkel werd in 1970 opgericht als toeleverancier van elektrotechnische onderdelen van schepen. “Mijn vader en oom zijn het bedrijf begonnen. Zij leverden trafo’s, bedrading, verlichting en ander materiaal voor de grote vaart. Voor de inkoop zaten zij midden jaren ’70 al in Azië, dus als Electro Cirkel, en later ook Calex, kennen wij de weg in Azië zeer goed”, zegt Rudolf van Soelen, die als medeaandeelhouder sinds drie jaar als adviseur actief is. In 1985 werd Calex, fabrikant van speciale navigatieverlichting, overgenomen door Electro Cirkel. “De eigenaar had geen opvolger. Het is toen door mijn vader en oom gekocht en naar Schiedam verhuisd. Daarmee beschikte het bedrijf dus ook over eigen productie.”

Naast de productie van navigatieverlichting maakte Calex ook andere lampen. "Begin jaren '90 – ik zat toen inmiddels ook in de zaak – zijn we eigenlijk voor het eerst actief met verkoop begonnen. De verkoop aan ship-chandlers was standaardwerk, daarvoor hadden we geen buitendienst nodig. Maar omdat we ook andere producten konden leveren, heb ik me op de groothandel gericht."

Heer en meester

Daar merkte Van Soelen al snel dat in die jaren Philips heer en meester was. "Eigenlijk ontstond toen het idee om Calex ook als verlichtingsmerk in de retail te lanceren. Daarbij zijn er enigszins in het zadel geholpen door de concurrent, want een exportmanager uit Eindhoven tipte me over een fabriek in Estland die te koop stond. Toen beschikten we meteen over voldoende productiecapaciteit om te starten."

Nadat Calex in 1996 op de markt verschijnt, gaat het snel. De fabriek in Estland wordt afgestoten en vervuild voor twee productiefaciliteiten in Roemenie. "Die capaciteit hadden we al snel nodig." Aan het begin van deze eeuw verhuist Calex de productie naar China. "Toen kwamen de al aanwezige connecties vanuit Electro Cirkel goed van pas." Managing director Will Smits haakt in. "In 2020 maakt Calex als sterk Europees retailmerk zijn entree op de Chinese consumentenmarkt. Een stap waar we hier natuurlijk enorm trots op zijn!"

Redactie