



Foto: Bart van Overbeke

Marc Vogels op de Grote Markt in Antwerpen.

Werken in België

Dichtbij maar nét anders

‘Het is zó dichtbij maar alles is anders. De manier waarop je wordt geïntroduceerd, hoe de zaken zijn georganiseerd... Vaak kleine dingen die je in eerste instantie niet ziet.’ Marc Vogels geniet sinds 2001 in België van de Bourgondische aard. Hij woont in een sfeervolle, oude wijk – Berchem – van Antwerpen in een schitterend huis waarin hij en zijn vrouw Corla duidelijk menig klusbeurt hebben gestoken. Vogels is betrokken bij de Pringles-fabriek van Procter & Gamble in Mechelen. Sinds twee jaar is hij er zowel supply chain manager als initiative manager, verantwoordelijk voor productintroducties. ‘De consument is koning geworden, maar ik wijs erop dat dit ook z’n grenzen heeft.’

Door Edith Kok

Waarom koos je voor die baan in België?

‘Het idee om in België te gaan wonen leek me leuk. Het is toch een land waar mensen kunnen genieten van het leven. Er is een mooie cultuur, een prachtige historie. Daarnaast zag ik Procter & Gamble zitten, een goedgeorganiseerde multinational. Ik besepte toen nog niet eens dat deze onderneming zich hard maakt om eigen medewerkers veel kansen te geven. Opleidingsmogelijkheden, goede coaching, roulatiemogelijkheden, focus op interne promoties. Het blijkt: de eerste vier jaar studeerde ik – naast mijn werk – bedrijfskunde en in zeven jaar tijd kreeg ik vier functies. Op Nijenrode leerde ik overigens Corla kennen. Ik woonde toen hier in een appartementje. In 2004 zijn we in dit huis gaan samenwonen.’

Huist er een avonturier in je?

‘Werken in het buitenland betekent voor mij een extra uitda-

ging, een mogelijkheid om nieuwe culturen te leren kennen. Tijdens mijn studie in Eindhoven was ik medeorganisator van een internationaal studentencongres, daar kreeg ik de smaak al te pakken. Vervolgens liep ik stage in Zwitserland en volbracht ik mijn afstudeerproject in Leeds. Gedurende de drie jaar bij Fluor Daniel werkte ik eveneens zeer veel in het buitenland, bij projecten in Duitsland en Oostenrijk. Verder reis ik graag, zo trok ik met vrienden of Corla rond in Nepal, Mongolië, Thailand, Peru en Zuid-Afrika.’

Maar je ging wonen in België. Heb je je daarop voorbereid?

‘Nee, ik keek gewoon waar ik uitkwam. Dat leverde de nodige verrassingen op maar gelukkig wezen collega’s me regelmatig de weg. Veel zaken zijn hier namelijk wel anders geregeld dan in Nederland. Een voorbeeld was het overzetten van het kenteken van mijn auto. Ik moest langs wel zeven instanties. Hier een



verklaring halen, daar weer een stempel. Op een douanekantoor schreven zo'n zeven mensen het chassisnummer over, terwijl een computer ongebruikt in de hoek stond. Het leek wel Jiskefet! Andere dingen zijn weer erg goed geregeld, zoals het aanbod aan cultuur en winkels, maar ook de medische zorg en flexibele werken. Zoals gezegd: nét even anders.'

Wat vind je aantrekkelijk aan België?

'Lekker eten. Chocolade en bieren komen hier niet voor niets vandaan. En erg mooi: de sfeer is heel relaxed.'

Zie je verschillen tussen werken in de supply chain in Nederland en België?

'In Nederland ligt de nadruk veelal op distributie en doorvoer. België heeft naast distributie vanuit de Antwerpse haven ook nog veel productielocaties voor de bevoorrading van de Europese markt.'

Hoe belandde je in de supply chain?

'Op Nijenrode studeerde ik er met een collega op af. Een goede keus want ik vind het vakgebied ontzettend dynamisch. We bekeken hoe we de flexibiliteit van de supply chain in kaart konden brengen bij het invoeren van meerdere variaties Pringles. Vroeger was de machine de baas. We brachten weliswaar zo'n twintig smaakvarianten, maar de aard van het product en de verpakkingen waren gelijk. Nu is de consument koning. We bieden veel meer smaken en springen vaker in op promoties. Zo is in deze sportmaanden voor Nederland de oranjekaas "hot". Al met al is er nu sprake van wel zeshonderd variaties.'

Wat betekent dat voor de supply chain?

'Je moet erop inspelen met even zoveel grondstoffen, labels, formaten en plaatsen in het warehouse. We moesten de toeleveranciers erop uitzoeken; de eigen productieplanning flexibeler maken; het distributienetwerk aanpassen; kleine aanleveringen mogelijk maken... Ik spreek van wereldwijde leveringen met uitzondering van Amerika. Japanners willen Pringles met een garnalensmaak; Arabieren kiezen voor pikante versies; de mediterrane landen voor natuurlijke smaken... Controle over de inventaris en een goed managementsysteem werden nóg belangrijker. We kunnen nu veel sneller overschakelen naar een ander product. Hierdoor zijn we erin geslaagd onze inventaris met dertig procent te laten dalen. Dit ondanks een sterke groei van de vraag naar Pringles en een sterke toename in het aantal beschikbare variaties.'

Is de uitdaging er inmiddels dan niet een beetje vanaf?

'Voorlopig zeker niet. We zien bijvoorbeeld dat veel van de supply chain-inefficiënties ontstaan door het ontbreken van een goede link tussen de commerciële, marketing- en product supply-afdelingen. Ik ben nu bezig de marges per productvariatie alsmede

de cost drivers in kaart te brengen. Hieruit blijkt bijvoorbeeld dat sommige variaties niet rendabel zijn en dat we ons aanbod moeten aanpassen om de winst verder te maximaliseren. Dit vraagt natuurlijk een nauwe samenwerking met Marketing, Sales en Finance. Gelukkig verloopt overal binnen Procter & Gamble de samenwerking goed mits we met overtuigende argumenten komen. We zijn evengoed actief bij de introductie van weer nieuwe variaties. Zowel kortdurende, commerciële initiatieven zoals acties rondom het EK, maar ook introducties van significant nieuwe producten. Hét grote succes op dat vlak zijn Rice Infusions, in Groot-Brittannië uitgeroepen tot product van het jaar. Oftewel chips gemaakt van rijst, met een veel lager caloriegehalte. Het is aan mij om het nieuwe product van concept tot lancering te realiseren. Dit omvat onder andere het opzetten van de supply chains, het maken van de investeringen en zorgen voor een goede operationele implementatie.'

Komen dergelijke innovaties vaak niet uit de VS?

'Dat kan, en we werken ook samen met onze collega's daar. In dit geval lanceerden wij eerder.'



BEDRIJFSPROFIEL PROCTER & GAMBLE

Procter & Gamble is de organisatie achter zo'n driehonderd brands met als koplopers: Ariel, Gillette, Duracell, Pringles, Olaz, Wella, Herbal Essences, Head&Shoulders, Max Factor en Dreft. Het aantal vestigingen bedraagt wereldwijd driehonderd. Daarvan staan er twee in Nederland en drie in België. Het Europese hoofdkantoor bevindt zich in Genève, de R&D in Brussel en het logistiek centrum in Mechelen evenals de Pringles-fabriek. Daar werken ongeveer 580 mensen, in het dc tachtig. Marc Vogels is één van de pakweg zeven supply chain managers in België, wereldwijd telt Procter & Gamble er ongeveer tweehonderd.

Het logistiek centrum van Procter & Gamble in Mechelen.





Stadhuis, Lakenhal en Belfort in Mechelen, weerspiegeld in bonbonwinkel Leonidas.

Hoe kijk je aan tegen de werkcultuur van België?

‘Het zijn echte doeners. Harde werkers, méér dan Nederlanders. Belgen zijn daarnaast hiërarchischer ingesteld en minder kritisch dan wij. In het begin moest ik daar aan wennen en maatregelen nemen om initiatief te ontlokken.’

Heb je ook baat bij een typische Nederlandse karaktertrek van jezelf?

‘Nederlanders weten iets goed en snel te regelen en daarin herken ik mezelf. Je moet hier echter niet haantje de voorste spelen, want dat werkt tegen je. In eerste instantie kijken Belgen vaak de kat uit de boom, maar ze laten je wel krediet opbouwen. Verder

zijn Belgen behoorlijk nieuwsgierig naar hoe wij in Nederland dingen hebben geregeld. De media spelen er behoorlijk op in.’

In hoeverre voel jij je nu ingeburgerd?

‘Behoorlijk, maar Belg zal ik me wel nooit voelen. We zijn nog vaak in Nederland of vrienden komen van daaruit naar ons toe. Het is een uurtje rijden! Voor sommige vrienden lijkt de afstand gevoelsmatig groter maar dat verandert als ze hier een keer zijn geweest.’

Hebben jullie in België contact met andere Nederlanders?

‘Best wel, ook met directe collega’s in Mechelen en Brussel. Er bestaat toch een speciale band. Er zit hier zelfs een organisatie: Crazy Orange. Tijdens een EK of zo ga ik er naartoe.’

Hoe lang ben je van plan om in België te blijven?

‘Dat weet ik niet precies. Dat ligt aan de functie, hoe het werk zich ontwikkelt. Het is binnen P&G normaal om elke drie jaar van functie te veranderen. Dit geeft de kans om jezelf breed te ontwikkelen en binnen het bedrijf verder te groeien.’

Staan er nog andere landen op jullie verlanglijstje?

‘Ik zou het mooi vinden om naar een Zuid-Europees land als Spanje of Italië te gaan. Ook een paar jaar China lijkt me geweldig. Ik ben er één keer geweest, het eten is er extreem lekker en er gebeurt onnoemlijk veel.’

Willen jullie je op een gegeven moment toch weer vestigen in Nederland?

‘We denken uiteindelijk van wel, maar wanneer dat zal zijn? Ik zal me altijd wel Nederlander blijven voelen, maar ik ben evengoed een wereldburger geworden. Als ik weer in ons land woon, zal de werkomgeving in ieder geval internationaal moeten blijven. Zodat ik kan blijven reizen en mensen ontmoeten.’

PROFIEL MARC VOGELS (1974)

Geboren: Helmond

Opleiding: werktuigbouwkunde, TU Eindhoven; bedrijfskunde, Nijenrode

Functie & bedrijf: supply chain manager en initiative/new business development manager Procter & Gamble

Standplaats: werken Mechelen en Brussel; wonen Antwerpen

Bezienswaardigheden: ‘De pleintjes, de restaurants... kortom de sfeer.’

Ook gewerkt in: Zwitserland, UK, Duitsland, Oostenrijk

Werkweek: ongeveer 60 uur

Werktaal: Engels

Thuisituatie: getrouwd met Corla Goudriaan

Werkervaring: ‘Process engineer bij ingenieursbureau Fluor Daniel, daarna Procter & Gamble. Ik begon als process engineer en start-up manager in de fabriek te Mechelen. Hierna werd ik afdelingshoofd voor 140 mensen, verantwoordelijk voor de dagelijkse operatie in de fabriek. Vanaf mei 2006 ben ik zowel supply chain manager als initiative/new business development manager. Nu vallen rechtstreeks vier mensen onder mij en indirect veertig.’

Mist het meest aan Nederland: ‘De openheid.

Het duurt in België langer voordat je weet wat iemand echt denkt.’

Mist het minst aan Nederland: ‘De hokjesgeest. Belgen zijn genuanceerder.’

Vrijtijdsbesteding: eten met vrienden, Argentijnse tango

Tip zakendoen in België: ‘Toon respect. Luister eerst maar maak afspraken vóór de meeting in een een-op-eensituatie. Dit werkt veel beter en hiermee voorkom je frustraties.’