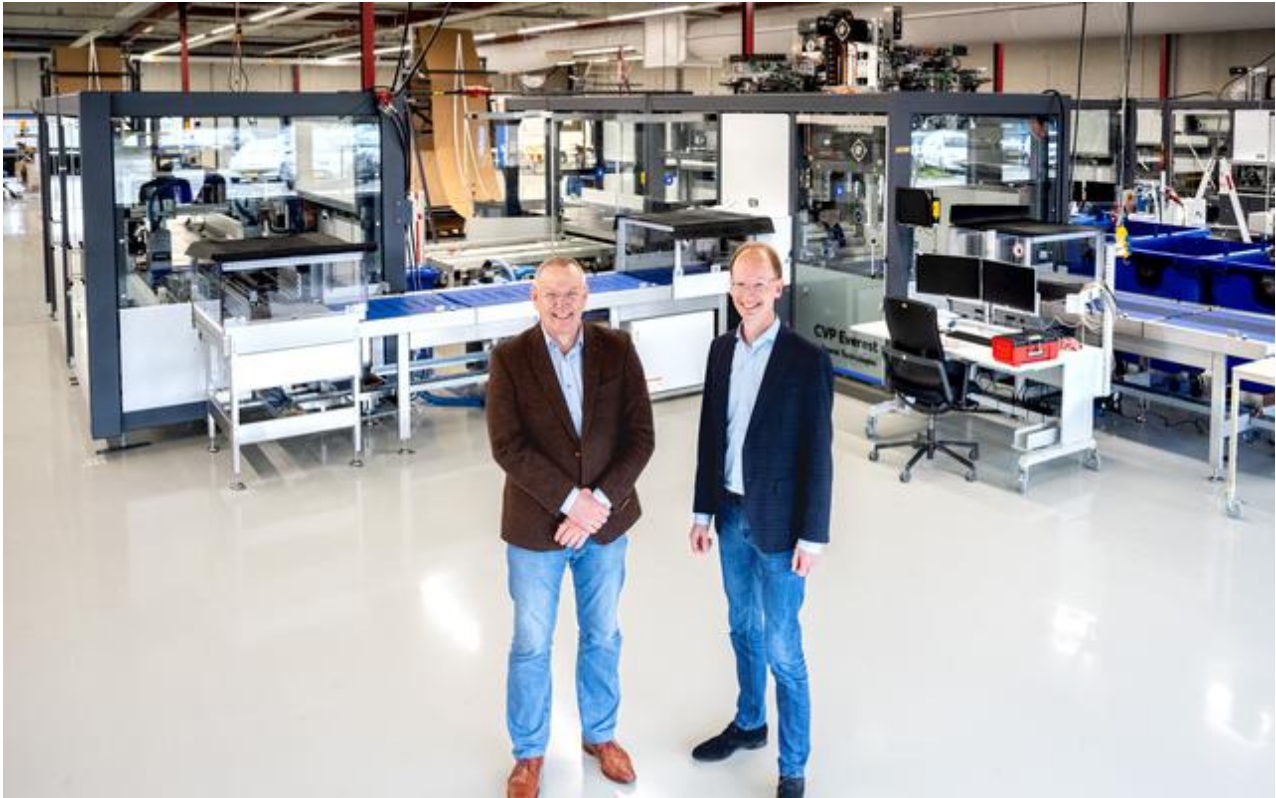


Dit bedrijf uit Drachten krijgt telefoontjes van grote bedrijven als Nike, Apple en Coca Cola: 'De groten der aarde melden zich nu'

ic.nl/economie/Multinationals-bellen-jubilerend-Sparck-in-Drachten-voor-inpakstelsysteem-29000261.html



Directeur Kees Oosting (links) en marketing directeur Bas van Steenoven van Sparck Technologies voor het inpakstelsysteem. Foto: Jilmer Postma

Sparck Technologies in Drachten viert dit jaar zijn 100-jarig bestaan. In 1924 bedacht Heert de Wit een klompenmachine. Nu worden er high tech volautomatische inpaksystemen voor grote e-commercebedrijven als Mediamarkt en Blokker gefabriceerd. De nieuwste klant is een bottelbedrijf van Coca-Cola in Florida.

Grote, bekende multinationals belden het afgelopen half jaar met Sparck Technologies in Drachten. Nike, Adidas, Apple en IKEA willen praten. „Ze hebben afgewacht of onze inpakmachine een eendagsvlieg was. Maar onze technologie heeft zich bewezen”, legt directeur Kees Oosting (62) uit. „Nu dat laatste het geval is, kloppen ze bij ons aan.”

Sparck levert een automatisch inpakstelsysteem, vol technologisch vernuft. Het werd tien jaar geleden ontwikkeld. De CVP Everest verpakt 1100 producten per uur. Ter vergelijking: met de hand zijn dit er tussen de 50 en 100. De CVP Impack doet er in een uur 500. Sinds de machine op de markt kwam, rolden er wereldwijd 222 miljoen kartonnen doosjes van de band.

Het systeem werkt als volgt: eerst wordt een product driedimensionaal gescand en vervolgens wordt er in enkele seconden een passend kartonnen doos(je) omheen gevouwen. Een doosje zonder lucht, plastic of opvulmateriaal. „Veel mensen ergeren zich aan die bestelde usb-stick die in een veel te grote doos wordt bezorgd. Jij blijft zitten met dat verpakkingsmateriaal”, weet Oosting.

„Met onze technologie is dat verleden tijd. Het inpakken gebeurt sneller, duurzamer en efficiënter. Ook spaart een onderneming arbeidskrachten uit. Die kun je elders in het bedrijf inzetten. Een voordeel met de huidige krapte op de huidige arbeidsmarkt. Gunstig voor afnemers is verder dat de transportkosten dalen, omdat er meer pakketjes in een laadruimte kunnen.”

De groei van Sparck moet vooral komen van afnemers in Europa, de Verenigde Staten en Azië. „In Nederland kennen bedrijven onze inpaksystemen”, vertelt Oosting. „Mediamarkt, Vlda XL en De Bijenkorf zijn klant bij ons en waren *early adopters*.”

Blikjes Coca-Cola

„De afgelopen zes maanden meldden ook de echt groten der aarde zich bij ons. Zij keken eerst de kat uit de boom. Maar onze technologie is een blijvertje. We leveren een hartstikke goed Fries product dat de wereld over gaat”, zegt Oosting trots. De order van het bottelbedrijf van Coca-Cola Beverages Florida is binnen.

In de directeurskamer van Oosting staan twee dozen met het bekende rode logo. „Ons systeem is gekocht om de blikjes die in de automaten bij benzinstations worden afgeleverd, in te pakken. We hopen dat er daarna meer bottelbedrijven volgen als klant.”

Sparck (250 werknemers, van wie 200 in Drachten) viert dit jaar zijn honderdjarig bestaan. In juni en september vinden er diverse festiviteiten plaats. IJzersmid Heert de Wit (1899-1986) begon in 1924 met een apparaat dat machinaal klompen kon maken. Later kwamen er stencil-, vouw- en enveloppe vulmachines bij.

Onder de naam HaDeWe was de onderneming succesvol in de jaren zeventig en tachtig van de vorige eeuw. In 1983 werd een nieuw fabrieksgebouw geopend aan de Tijen in Drachten. HaDeWe werd in 2000 overgenomen door het Franse beursgenoteerde bedrijf Neopost, dat enkele jaren daarna verder ging onder de naam Quadient. De Amsterdamse investeerder Standard Investment werd drie jaar geleden de nieuwe eigenaar.

Daarmee kwam het bedrijf weer in Nederlandse handen. Sparck heeft verkoop- en servicekantoren in de Benelux, Frankrijk, Duitsland, Polen en Groot-Brittannië. Sinds een jaar is er een partner die Australië, Japan, Korea en Nieuw-Zeeland bestrijkt.

Alle hens aan dek

Het gaat goed met de onderneming, al heeft het tumultueuze jaren achter de rug. Corona en de oorlog in Oekraïne lieten hun sporen na. Want ondanks de explosie aan online bestellingen tijdens de covidpandemie, leidde dit niet tot extra omzet bij Sparck. „De e-

commercebedrijven ontploften. Het was bij hen alle hens aan dek. Maar geïnvesteerd werd er niet”, aldus Oosting. Daarna merkte Sparck de indirecte gevolgen van de oorlog in Oekraïne.

Stijgende consumentenprijzen en dalende onlineverkopen deden de orderportefeuille geen goed. „Consumenten hielden de hand op de knip”, licht marketing directeur Bas van Steenoven (47) toe. De resultaten in de eerste helft van vorig jaar vielen dan ook tegen, maar de tweede helft gaf een beter beeld.

„Klanten die hun investeringen hadden uitgesteld, meldden zich alsnog”, aldus Oosting. Tussen 2014 en 2019 verkocht Sparck tien machines per jaar. Nu zijn dat er tussen de 40 en 50. Binnen vier à vijf jaar moet de teller op tussen de 150 en 200 staan, stelt hij. De omzet bedraagt nu tussen de 60 en 70 miljoen euro, maar moet binnen twee jaar uitkomen op 100 miljoen euro.

Met een jaarlijkse groei van online verkopen in Europa van vijf tot tien procent moet dat lukken. „Wereldwijd voorspelt de Bank of America voor de komende tien jaar daarvan zelfs een verdrievoudiging”, stelt Oosting. Wat verder voordelig is voor Sparck zijn de ophanden zijnde strengere Europese regels voor verpakkingsmaterialen.

Van Steenoven: „Een doosje mag voortaan maar voor 40 procent uit lucht bestaan. Nu is dat vaak veel en veel meer. Bedrijven moeten straks betalen als ze die norm niet halen. Onze doosjes bevatten helemaal geen lucht. Dat biedt ons enorme kansen voor verdere groei.”