Bolton Adhesives: de onbekende multinational

22-10-2021 13:01

Het is inmiddels 10 jaar geleden dat Rob Uytdewillegen als CEO (foto hieronder) gevraagd werd voor de Adhesives-divisie van de Bolton Group. Uytdewillegen was toen internationaal verantwoordelijk voor de lijmen en kitten bij Henkel en smeedde bij Bolton Adhesives een succescombinatie van lokaal ondernemerschap en ‘global corporate’ structuren en strategische focus.

Van tonijn tot lijmen en kitten

Bolton Adhesives is eigenlijk een relatief onbekende multinational, een Nederlandse multinational. Althans, het hoofdkantoor bevindt zich in Rotterdam, het moederbedrijf in Milaan en de business speelt zich af in ruim 120 landen over de hele wereld.Het bedrijf bestaat officieel pas sinds 2012, maar de merken, Bison, Griffon en UHU kent iedereen. Die drie merken kwamen medio jaren ‘90 in handen van de Bolton Group.

Uytdewillegen: “De Bolton Group is een familiebedrijf en groeide uit op de basis van een succesvolle business in tonijn in blik. Toen ze mij in 2011 voor de adhesives (lijmen)-divisie vroegen, opereerden Bison en UHU separaat en geheel zelfstandig. Beide merken hadden ieder hun eigen productievestigingen, marketing en sales en export. De zeer ondernemende Bolton-eigenaren waren ervan overtuigd dat de merken elkaar zouden opzwepen als ze zelfstandig opereerden. En dat ging ook best goed, maar het kon beter. Want soms zaten ze elkaar dwars in concurrentie in plaats van dat ze elkaar aanvulden of zelfs versterkten.”

Strategie en prioriteiten

Aan Uytdewillegen de opdracht om een nieuwe structuur aan te brengen. Een structuur die dat ondernemerschap combineerde met corporate processen en strategische focus. Uytdewillegen: “We legden vanaf dag één de strategische focus op groei. Met een sterke nadruk op innovatie en activatie binnen vooraf vastgelegde prioriteitscategorieën. Denk bijvoorbeeld aan Polymax, 10 jaar geleden nog een lokaal initiatief

met bescheiden omzet en inmiddels uitgegroeid tot een wereldwijd succes en een van de grootste omzet- en winstbrengers van het bedrijf.”

Uytdewillegen: “Door met het team samen duidelijke internationale prioriteiten vast te leggen konden we veel slagvaardiger opereren. Daarbij was het essentieel dat de vastgestelde prioriteiten door iedereen in de organisatie werden gevolgd en geïmplementeerd. Dat vergde veel communicatie, voortdurende uitleg en structurele aandacht voor dialoog met alle betrokkenen in alle landen en alle functies in de bedrijven. En uiteindelijk ook de nodige verandering in de teams.” Frank Heus (foto hieronder) schoof iets later aan als Country-Director Benelux, maakte het proces van nabij mee en droeg zijn steentje bij: “Uiteindelijk hebben we afscheid genomen van de oude bedrijven met al hun historie en een geheel nieuwe Bolton Adhesives cultuur neergezet met een eigen missie, values en een voor iedereen heldere strategie. Nogal een omslag. We hebben de mensen centraal gesteld. Je doet het samen met het team. Altijd. Samen creëer je succes en samen moet je telkens dat succes met elkaar delen en vieren. Dan zorg je er ook voor dat dingen die niet goed gaan bespreekbaar worden.”

Rotterdamse records, jaar na jaar

Met de komst van Heus groeide de commerciële slagkracht en vanaf dat moment ging het snel. De omzet en winstgevendheid groeiden boven eenieders verwachting en jaar na jaar werden records gebroken en groeide het internationale Bolton Adhesives team. Heus: “Het is echt een mooi team dat met heel veel entrepreneurship en telkens weer vernieuwing op zoek gaat naar kansen in de markt. Daarmee garanderen we continuïteit, groei en succes voor de toekomst voor ons en onze partners.”

Het hoofdkantoor van Bolton Adhesives is gevestigd in Rotterdam. Een opvallende keuze voor een bedrijf dat onderdeel uitmaakt van een Italiaans moederbedrijf. Maar tegelijkertijd ook een logische keuze: Nederland – Goes – is namelijk al sinds 1938 de basis van Bison, Bolton Adhesives opereert als zelfstandige unit en is het meest internationale bedrijf binnen Bolton Group. Naast het snelgroeiende hoofdkantoor in Rotterdam, beschikt Bolton Adhesives over eigen vestigingen in vrijwel alle Europese landen. Ook werden kantoren geopend in Dubai, Bangkok en Singapore om invulling te geven aan de expansie in Middle East-Africa en Asia-Pacific. Inmiddels werken er al ruim 800 mensen bij Bolton Adhesives. Uytdewillegen: “We hebben een enorme transitie doorgemaakt. Ik durf te stellen dat we nu een geoliede klantgerichte globale sales-footprint hebben dankzij een gestroomlijnd netwerk van Bolton Adhesives sales en trade-marketing kantoren, die allemaal dezelfde strategische focus hebben. Een bewezen succesformule.”

Forse investeringen

Heus: “Het is natuurlijk essentieel dat we continu blijven innoveren en voorop blijven lopen. Daarvoor krijgen we heel veel initiatief en ideeën vanuit de landen. We werken wel wereldwijd, maar lokaal moet je dicht bij je klant en je consument zitten. De wereld verandert immers steeds sneller. De beste ideeën zetten we met corporate marketing om in internationale strategische plannen die we in alle landen kunnen uitrollen. Dat doen we allemaal onder onze motto’s: ‘We are One Bolton Adhesives’ en ‘Stronger Together’.”

Bolton Adhesives investeerde de 10 jaar dat het bestaat fors in mensen en middelen. Innovaties en marketing-

initiatieven werden ondersteund met uitgebreide campagnes, het team groeide gestaag naar nu al 800 mensen. Minder zichtbaar zijn de investeringen in de operations en supply-chain. “Maar”, zegt Uytdewillegen, “ook in productie en logistiek hebben we inmiddels megaveel geïnvesteerd om alles naar een hoger niveau te brengen. Voor de productie van onze plakstiften hebben we al in 2014 een geheel nieuwe productielijn in bedrijf genomen, waardoor we niet alleen een enorme efficiency en capaciteitssprong maakten, maar ook de mogelijkheid creëerden om de meest duurzame plakstift ter wereld op de markt te brengen. Die visie was er bij ons vanaf dag één, en we hebben daarmee nog steeds een voorsprong op de concurrentie.”

Blijven innoveren

‘Wegblijven van de commodities’ is een van Boltons succesfactoren om jaar na jaar groei te verwezenlijken. “Doordat we steeds vooroplopen op de markt, kunnen we onze retailers en consumenten steeds maar weer beter helpen en blijven we weg uit de concurrentiestrijd”, zegt Heus. “Dat is inderdaad onze grootste succesfactor”, zegt Uytdewillegen die meteen ook wijst op de investeringen die de strategische prioriteiten van het bedrijf volgen. In Goes werd bijvoorbeeld zwaar geïnvesteerd in zowel de R&D, als de productie van Polymax. “Dat is zo hard gegaan, echt ongelofelijk. We namen een nieuwe productielijn in gebruik met het idee weer jaren vooruit te kunnen. Maar voordat hij draaide, tekenden we alweer de investering voor de tweede lijn. Heus met zijn bekende enthousiasme: “Is toch super om te zien dat wij als Nederlands bedrijf elke keer sneller kunnen innoveren dan andere bedrijven.”

Drivers voor de toekomst

Het management van Bolton Adhesives heeft een duidelijke visie op de toekomst. In die toekomst zijn de belangrijkste ‘drivers’: Digitalisering, Duurzaamheid en Innovatie. Uytdewillegen: “Digital Transformation, Sustainability en Innovatie bepalen de komende jaren onze agenda. Deze drie onderwerpen hebben impact op alle geledingen van onze organisatie. Betekent dat we nu dus heel veel met onze teams praten om ervoor te

zorgen dat iedereen hiervan doordrongen is en dat we samen invulling aan onze strategische agenda kunnen geven". Heus: "We gaan iedereen mobiliseren, iedereen moet meedenken én meedoen. Alleen samen worden we een duurzamer, innovatiever en 'digital ready' bedrijf, klaar voor de toekomst".

Uytdewillegen: "De digitale transformatie gaat nu echt zo hard. Inmiddels kan iedereen van huis uit werken en toch in contact blijven. E-commerce heeft een enorme vlucht doorgemaakt, we zien dat direct in de cijfers. Hetzelfde geldt ook voor online marketing. Er is een enorme verschuiving van de traditionele media naar online, social media en dergelijke." Heus: "Als je de respons ziet op digitale en social-mediacampagnes, dan zie je dat we echt op de goede weg zitten. En we staan pas aan het begin. Ook na 10 jaar nog."

Bolton Group

Bolton Group is een Italiaans familiebedrijf dat werd opgericht in 1949 door de vader van de huidige 'Executive Chairwoman' Marina Nissim. De totale omzet van de groep bedraagt nu ongeveer € 2,7 mrd. Er werken zo'n 11.000 werknemers bij de groep, in 59 kantoren en 16 productielocaties. De groep is actief in 5 business units, waarvan de Food-divisie veruit de grootste is. Naast de lijm-divisie is de groep ook actief in was- en reinigingsmiddelen, persoonlijke verzorging en cosmetica.

Marina Nissim heeft recent het leiderschap over de groep overgenomen en zet vol in op internationalisatie, innovatie en vooral duurzaamheid. Zij is persoonlijk zeer nadrukkelijk betrokken bij het duurzaamheidsprogramma van de groep: 'We Care'.

Bison, Goes, +31 (0)88 3 235 700, www.bison.nl, info@bison.nl

Redactie