



DUITSE SPECIALIST OP HET GEBIED VAN BOUWVERVEN EN GEVELTECHNIEK

Caparol een halve eeuw in Nederland

Het Duitse verfmerk Caparol is sinds 1969 met een eigen dochteronderneming actief op de Nederlandse markt. Eerst als Caparol Nederland, nu als onderdeel van DAW Nederland bv. Caparol groeide in een halve eeuw ook in de Lage Landen uit tot een gevestigde naam op het gebied van bouwverven, met name de dispersie muurverven. Maar ook als het gaat om gevelisolatiesystemen en geveltechniek heeft het met de merken Caparol (Capatect) en alsecco tegenwoordig sterke troeven in handen. We kijken terug én vooruit met Jan Moonen en Willem Karel, respectievelijk de eerste en huidige directeur van Caparol in Nederland.

• DOOR WOUTER MOOIJ

‘Wij concentreren ons louter op bouwverven, bouwchemie en thermische gevelisolatie’

Oud-directeur Jan Moonen (links) en de huidige directeur Willem Karel bij de bekende olifant met op de achtergrond verschillende wandafwerkingen. “Die gekleurde olifant is de beste marketingzet die ze ooit hebben gedaan.”

We schrijven 15 februari 1969, de datum dat Jan Moonen Caparol Nederland bij de Kamer van Koophandel laat inschrijven. Daags daarvoor was hij nog in Ober-Ramstadt bij de ‘Deutsche Amphibolin-Werke’ (zie kader op pag.38) om de mogelijkheden van Caparol op de Nederlandse markt toe te lichten. Dat deed hij op verzoek van het Duitse moederbedrijf, terwijl Moonen toen zelf nog in dienst was van Neverlak (Nederlandse Verf- en Lakfabriek) in Amsterdam. Moonen, die na zijn HBS-diploma de zeevaartschool volgde en voor de Koninklijke Rotterdamse Llyod uiteindelijk als eerste stuurman meerdere jaren de wereldzeeën bevoer, belandde via zijn vrouw - die hij op de grote vaart leerde kennen - namelijk in de verf. Zij was een telg van het geslacht Van Wersch en haar vader was directeur van Neverlak in Amsterdam. Deze firma vertegenwoordigde niet alleen Caparol in Nederland, maar was ook licentiehoudster. Moonen: “Dat liep niet geheel naar wens van de Duitsers. Zij wilden een marktonderzoek dat ik toen heb uitgevoerd en in Duitsland mocht presenteren.” Het gevolg was dat de toenmalige eigenaar, Dr. Robert Murjahn, besloot de verkoop van Caparol in Nederland te verzelfstandigen en Moonen de leiding gaf.

Vertrouwen

Moonen kreeg het vertrouwen van het Duitse familiebedrijf en zijn bedrijfsfilosofie was simpel: “Ik was mij vanaf het eerste moment bewust dat ik omzet moest maken. Geen eigen boekhouding, geen opslag, geen eigen distributie, geen marketingafdeling, maar alles uitbesteden. Verkoopbevordering via de groothandel, want dáár moet

de verkoop plaatsvinden.” Aanvankelijk alleen met binnenmuurverven, want daarmee is Caparol groot geworden in Duitsland. Alpinaweiß, reeds in 1909 gepatenteerd, was een begrip bij onze Oosterburen. ‘Fassadenfarben sollen Dickhäuter sein’ - Muurverven moeten dikhuiden zijn - was de slogan waarmee in 1959 Muresko op de markt werd gebracht en een olifant was het symbool voor deze verf. Toen directeur Dr. Klaus Murjahn op zoek was naar een krachtig logo voor het productenpakket van Caparol, werd de zwarte olifant voorzien van de bekende zes gekleurde strepen. Het beeldmerk werd in 1984 gepresenteerd op de beurs Farbe in München en is sindsdien nauwelijks gewijzigd. “De beste marketingzet die Caparol ooit heeft gedaan”, aldus Moonen.

Caparol

De Deutsche Amphibolin-Werke was oorspronkelijk een handelsonderneming die grondstoffen leverde, onder andere voor verf. Amphibolin is een steensoort, gewonnen in de buurt van Darmstadt, die werd vermalen tot een vulmiddel. In 1928 ontwikkelde Dr. Robert Murjahn een verbindmiddel bestaande uit de bestanddelen caseïne, paraffine en oleum (houtolie); zie daar de oorsprong van de naam ‘Caparol’. Al voor de Tweede Wereldoorlog paste Murjahn als eerste acrylaatdispersies toe, geïnspireerd door het velletje op de melk; het begin van de moderne dispersieverftechniek (texen). De introductie van de in-één-laag-dekkende dispersieverf ‘Indeko Plus’ zette Caparol ook definitief in ons land op de kaart. De komst, in 1985, van de eerste volledig emissie- en oplossingsmiddelvrije versie betekende een volgende boost. “Met dat product hebben we gouden tijden beleefd”, aldus Moonen. “Dit is nog steeds een premium product bij ons in het assortiment; tegenwoordig volledig vrij qua emissie van oplosmiddelen en bovendien conserveringsmiddelvrij”, vult de huidige directeur Willem Karel aan. “Inmiddels kunnen we het ook aanbieden in een biobased variant, genaamd IndekoGeo, met een bindmiddel dat voor een deel bestaat uit hernieuwbare grondstoffen.”

Gevelisolatiesystemen

Daarmee raken we de missie van Caparol, want naast het ontwikkelen van superieure verven voor de professionele markt, is duurzaamheid een keiharde doelstelling. Dat uit zich onder andere bij het gevelonderhoud middels Capatect gevelisolatiesystemen, een ander speelveld waarop DAW actief is en dat inmiddels 40% van de concrementomzet uitmaakt.

Karel: “Wij zijn in Nederland gegroeid tot een van de grootste leveranciers van componenten voor prefab gevel-elementen in de woningbouw. Klassiek zijn deze systemen >

BASTION

Willem Karel (59) heeft nog onder Jan Moonen (89) bij Caparol gewerkt in de buitendienst. In 1989 verliet hij het bedrijf, was actief op diverse plekken in de verfkolom en de schildersbedrijfstak, om precies 10 jaar later weer op het oude nest terug te keren als verkoopleider en later adjunct-directeur. Toen stond Clemens van Dijk aan het roer van Caparol Nederland. In 2008 nam Karel het stokje over. Eind jaren zestig, toen Moonen aantrad, was Nederland nog een bastion van verffabrikanten, veelal familiebedrijven. Moonen: “De grote fabrikanten zagen importeurs eerst niet staan. Als importeur mochten we aanvankelijk ook geen lid worden van de VVVF (Vereniging van Verf- en Drukinktfabrikanten, red.). Op kousovoeten hebben we ons plekje in de markt veroverd en op een gegeven moment kon men niet meer om ons heen. Ik mocht als eerste de importeurs vertegenwoordigen in het bestuur van de VVVF. En Karel is sindsdien de derde Caparol-directeur die deel uitmaakt van dit bestuur.”



Willem Karel toont Jan Moonen de laatste innovatie binnen het Capatect gevelsysteem: gevelisolatieplaten op basis van hennepvezels

gebaseerd op een isolerende drager van geëxpandeerd polystyreen. Overigens een product waarvan de grondstof niet hernieuwbaar is, maar wel heel goed scoort als het gaat om LCA en carbon footprint. Dat komt omdat het 97 procent lucht is. De huidige innovatie is dat wij nu ook Capatect isolatieplaten hebben op basis van hennepvezels. Niet alleen een hernieuwbare grondstof, maar dit isolatiemateriaal is ook nog eens CO₂-negatief. Als je het hele proces - van planten van het zaadje tot verwerking van de vezels tot platen - doorrekent, dan wordt er meer CO₂ opgenomen dan er vrijkomt. DAW beschikt zelfs over eigen landbouwgronden waar tweemaal per jaar deze hennepvezels worden geoogst. De teelt en de productie tot isolatieplaat gebeurt dus in eigen beheer.”

Habitat

De bouwwereld is de habitat waar Caparol zich van oudsher thuis voelt. Karel: “Wij concentreren ons louter op bouwverven, bouwchemie en thermische gevelisolatie. Op dat laatste gebied hebben wij ontzettend veel kennis in huis, die uniek is voor Nederland. Logisch, want in de DACH-landen (Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland, red.) is dat de standaard manier van bouwen. Wij doen het al jaren, maar geven het nu meer aandacht. Het is een perfecte oplossing in de huidige energietransitie. Woningcorporaties moeten labelsprongen maken, maar ook voor institutionele beleggers en VVE's is deze vorm van gevelisolatie interessant. Zowel voor nieuwbouw als renovatie. Met gewone bakstenen en een normale wandopbouw haal je nooit de RC-waardes die je nodig hebt om energie neutraal te kunnen bouwen.”

Kern succes

Was is de kern van het succes van Caparol? Over die vraag hoeft Karel niet lang na te denken. “Caparol staat voor hoogwaardige producten en is, tot op de dag van vandaag, altijd bezig met innovaties. Specifiek voor Nederland hebben wij deze producten omgeven met een

onwaarschijnlijk pakket aan hoogwaardige dienstverlening.” Moonen vult aan: “Vanaf het begin heeft Caparol Nederland veel werk gemaakt van verftchnische adviezen. In de basis hebben we ook altijd technische mensen in de buitendienst gehad. En dat is nu nog zo.” Het product moet goed zijn, maar uiteindelijk is het people business, scherpt Karel deze USP nog verder aan. “Wij worden ergens bijgehaald vanwege onze kennis. We bemoeien ons zelfs met het strategisch woningportfolio-beleid van woningcorporaties, voordat we een advies maken, om maar de goede output te krijgen. Daar komt bij dat ons bedrijf bijna geen verloop kent qua personeel.” Moonen: “Dat je altijd dezelfde neus voor je hebt, is inherent aan een familiebedrijf. Consistentie is ons handelsmerk. Het DNA van Caparol past wat dat betreft goed bij veel vergroothandels, die van oorsprong ook vaak een familiebedrijf zijn.”

Verfgroothandel

Wat is de toekomst van de professionele verfgroothandel? De afgelopen decennia heeft deze schakel in de verkolom een enorme verandering ondergaan, beaamt Karel. “Alles gaat veel professioneler. Tegelijkertijd zijn het conglomeraten geworden. Voor het merk Caparol werken we met selectieve distributie en partnerships. Het aantal partijen is tegenwoordig beperkt, maar zij bedienen de markt met 72 vestigingen. De verfdistributie in Nederland blijft voorlopig people business, waarbij veel waarde wordt toegevoegd en lokale netwerken uiterst belangrijk zijn, alle initiatieven op het gebied van e-commerce ten spijt. Het huiskameridee en ‘kennishonk’ voor lokale ondernemers is nog springlevend. En onderschat vooral de waardering voor de enorme servicegraad van de groothandel niet.” •

DEUTSCHE AMPHIBOLIN-WERKE

De ‘Deutsche Amphibolin-Werke von Robert Murjahn’ werd in 1895 gesticht. Nog steeds een familiebedrijf, maar tegenwoordig werken wereldwijd circa 7.200 personen voor deze onderneming. Volgens eigen zeggen de absolute marktleider in Duitsland en tal van andere Europese landen. Een positie die onder andere werd verkregen door na de val van de muur alle verffabrieken (ook een lakfabriek) in het voormalige Oost-Duitsland van de Treuhand te kopen. Mede hierdoor heeft de DAW groep een heel sterke positie opgebouwd in Oost-Europa.

Caparol Nederland is lang een inrichting, zeg maar een filiaal, geweest van het in Duitsland gevestigde moederbedrijf. Pas in 2012 werd Caparol Nederland onderdeel van DAW Nederland bv. Reden was verbreding van het productenpakket dat in Nederland moest worden vertegenwoordigd. Naast Caparol zijn dat de merken Alligator (bouwverven), alsecco (thermische gevelisolatie) en Disbon (bouwchemie/betonbescherming). Bij DAW Nederland werken tegenwoordig in totaal 25 personeelsleden, waarvan 14 in de buitendienst.