



KOERS HOUDEN

Blik op de toekomst

Jaarverslag 2020



Hoppenbrouwers

• TECHNIEK •

Hoppenbrouwers Techniek jaarverslag 2020

Met trots presenteren we ons jaarverslag 2020. We kijken terug op een jaar dat voor iedereen bijzonder is geweest. Het was ook een jaar waarin we als bedrijf koers hebben gehouden door onze ambitie niet uit het oog te verliezen. Verbinding met onze medewerkers, klanten en scholen stond daarbij centraal; als rode draad door dit jaar. Dit symbool zie je dan ook letterlijk terug in ons jaarverslag. Liever een snelle indruk van ons jaar? Bekijk dan de infographic voorin.

Vragen en/of opmerkingen over de inhoud van dit jaarverslag? Mail naar communicatie@hoppenbrouwers.nl.

In dit verslag



Team Hoppenbrouwers bij project Zalando

Voorwoord	4
2020 in het kort	6
Het directieteam	8
Koers houden doen we samen	14
Hoppenbrouwers als koersvast familiebedrijf	18
Doorgroeien om op koers te blijven	20
De ondernemingsraad	22
Veilig koers houden	24
Koers houden door te blijven investeren	26
Koers houden op weg naar meest duurzame installateur	28
Koers houden om de beste partner voor klanten te zijn	32
Financieel koers houden	34



Koers houden

Een sterk fundament

Steven van der Brug (links) en Henny de Haas (rechts) op bezoek bij project De Bunkertoren

Koers houden. Een toepasselijk thema in een jaar waarin het coronavirus de wereld in zijn greep heeft. Juist dan is het belangrijk om als leiding niet in een angstmodus te schieten, maar om vertrouwen te houden. Vertrouwen in elkaar en in de collectieve denkkracht van medewerkers. Samen hebben we ons gezonde verstand gebruikt en hebben we gekeken naar wat wél kan. Vanuit de directie gaven we richtlijnen en faciliteerden we waar nodig, maar we hebben ook de ruimte gegeven aan medewerkers en teams om zelf aanpassingen te doen en het werk te laten slagen. Deze autonomie zorgde voor veel creativiteit. Hierdoor hebben we samen weer een mooie prestatie neergezet en koers kunnen houden. Daar ben ik ongelooflijk trots op. Onze klanttevredenheid ligt op een NPS-score van 41 met een 8,3 gemiddeld. We willen uiteindelijk groeien naar een 9+ organisatie met een NPS-score van 60. Zo kunnen we verder groeien naar 25 vestigingen en 2500 medewerkers in 2023. Koers naar een positie als landelijke technisch dienstverlener.

Crisisbestendig

Toen in maart corona de kop op stak, bleek al snel dat we als bedrijf crisisbestendig zijn. Dit doen we door in lange termijn te denken. Zo zijn we in verschillende marktsegmenten actief met een breed pakket aan technische disciplines. Het zit in ons DNA om voor te sorteren op goede én slechte tijden. Met als belangrijkste uitgangspunt 'medewerkers op 1' was ons coronabeleid gericht op vrijwilligheid en gezondheid, niet op dwang. Door deze aanpak hebben we onze plannen door kunnen laten gaan en hebben we onze kernwaarden (vakmanschap, autonomie, verbondenheid, werkplezier en ondernemendheid) weten te behouden.

Grote organisatie met lokaal gezicht

Met een omzet van 218 miljoen hebben we een groei doorgemaakt van 20% ten opzichte van vorig jaar. Dat hebben we gerealiseerd door goed met elkaar samen te werken en creatief met elkaar na te denken over hoe we de ontwikkelingen om ons heen in goede banen konden leiden. Hier komt de kracht van het werken met zelfsturende teams naar voren en helpen de normen en waarden van een familiebedrijf enorm. Ook merken we dat de lokale geworteldheid van ons bedrijf bijdraagt aan tevreden klanten. Hoewel we groeien naar een positie als grote speler met landelijke dekking, zorgen onze lokale vestigingen tegelijkertijd voor een vertrouwd gezicht naar bedrijven en particulieren.

'Koers naar 25 vestigingen en een verdubbeling van het aantal medewerkers in 2023'

Waardevolle acquisities

Onze groei bestaat in 2020 voor 20% uit overnames en voor 80% uit autonome groei. Afgelopen jaar hebben we twee mooie installatiebedrijven overgenomen: Hatulek Group in Sittard (31 medewerkers) en Löwik Installatietechniek in Almelo en Technodak in Oldenzaal (136 medewerkers). Bedrijven die passen bij onze cultuur, die dezelfde normen en waarden hebben en expert zijn in respectievelijk elektrotechnische installaties en werktuigbouwkundige installaties. Zowel qua expertise als qua geografische ligging zijn dit hele waardevolle acquisities. Beide overnames hebben we kunnen doen zonder additionele financiering. Deze

hebben gezorgd voor 8 miljoen omzet in 2020 en 35 miljoen omzet op jaarbasis. Sinds 2013 hebben we veel ervaring opgebouwd met fusies en overnames. We weten daardoor dat een integratie alleen kan slagen als je dat doet met een sterk ingewerkt integratieteam. Ons team bestaat uit specialisten die ervoor zorgen dat een integratie goed en ook steeds beter verloopt.

'Overschoot' aan passie en ambitie

Hoewel we alle hoogtepunten en successen afgelopen jaar niet op de gebruikelijke manier hebben kunnen vieren tijdens ons Hopcafé, zorgen ze wel voor verbondenheid. Groei van het bedrijf maakt ruimte voor persoonlijke groei. We blijven dan ook volop investeren in het opleiden van mensen; zowel huidige medewerkers als nieuwe aanwas. Afgelopen jaar solliciteerden maar liefst 6.000 mensen bij ons bedrijf. Daarvan hebben we er 408 aangenomen - plus zo'n 200 stagiairs. We hebben op zich geen tekort aan personeel; wel een 'overschoot' aan passie en ambitie. Die houding geeft ons ruimte om verder te groeien.

9+ organisatie

Ook in 2020 hebben we in de markt weer laten zien wat we kunnen. We krijgen veel vertrouwen van onze klanten. Dat vertrouwen geeft energie. Het maakt ook dat we graag toe willen naar een 9+ organisatie. Dat betekent dat onze medewerkers ons die score toedichten, maar



ook onze klanten, onze leveranciers en de scholen waarmee we samenwerken. Als technisch dienstverlener streven we naar een top 3 positie in alle markten waar we actief zijn en met alle disciplines die we leveren. Dan zijn we zichtbaar, hebben we aantrekkingskracht en kunnen we volume maken. Hierbij zijn we continu op zoek naar leidinggevendenden die het beste uit zichzelf en hun mensen halen en het lief hebben om richting te geven. Ook zullen we scherp zijn op maatschappelijke ontwikkelingen, zoals de digitale transitie en de vraag van klanten om verduurzaming. Zo kunnen we impact maken, ook in 2021!

Henny de Haas

2020 in het kort

575

Nieuwe medewerkers

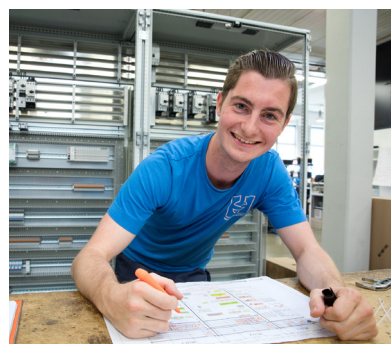


408 nieuwe medewerkers startten autonoom, 167 kwamen er bij na een overname. Daardoor sloten we 2020 af met in totaal

1.500 medewerkers!

218

Mln Omzet



16.111

Scholingsuren

verdeeld over 1977 opleidingen

Evenwicht in omzet E- en W-discipline binnen Gebouwbonden Installaties

51% van de omzet is gerelateerd aan elektrotechnische installaties en 49% van de omzet is gerelateerd aan werktuigbouwkundige installaties.

W:
49%



E:
51%

NPS-score

41

49% van de klantreacties geeft Hoppenbrouwers een 9 of een 10 en 43% een 7 of een 8. De overige 8% geeft een 6 of lager.

Klanttevredenheid

8,3

5,3%

Winst na belasting



11 Markten

Kantoren
Distributie & Logistiek
Recreatie & Amusement
Water & Infra
Gemeente & Overheid
Onderwijs
Retail
Particulier
Ziekenhuizen
Zorg & Woningbouw
Industrie

7,9 MTO

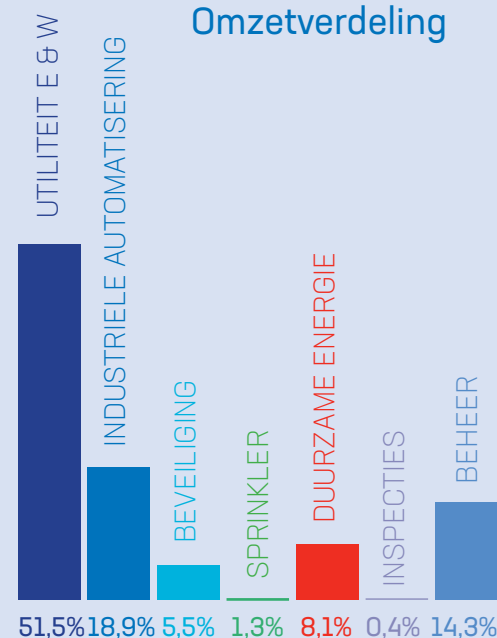
We scoren hoog op onze kernwaarden.

Werkplezier 7,9
Vakmanschap 8,1
Autonomie 8,4
Verbondenheid 7,9
Ondernemend 7,9

9%

Daling CO₂ uitstoot per FTE

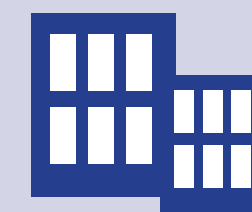
Omzetverdeling



9

Disciplines

Elektrotechniek
Werktuigbouwkunde
Industriële Automatisering
Beveiliging
Sprinkler
Duurzame Energie
Inspecties
Beheer, Onderhoud & Service
Dak (nieuw na integratie Oldenzaal)



2

Overnames

- Hatulek Group uit Sittard (juni 2020).
- Löwik Installatietechniek uit Almelo en Oldenzaal (september 2020).



15
Fysieke vestigingen



2
Virtuele vestigingen

In 2020 openden we een virtuele vestiging in Arnhem en in Amsterdam.

Door de komst van deze virtuele vestigingen willen we onze lokale beschikbaarheid vergroten en bieden we de gelegenheid om dichtbij huis te werken.



Het directieteam van Hoppenbrouwers Techniek



Henny de Haas (58 jaar) - algemeen directeur, is getrouwd en heeft een dochter en drie zonen die alledrie werkzaam zijn in het familiebedrijf. Henny werkt al ruim 22 jaar bij Hoppenbrouwers en helpt mensen graag aan hun droombaan waarbij ze iedere dag met plezier naar hun werk gaan. Hij is ervan overtuigd dat wanneer medewerkers tevreden zijn, klanten dat ook zijn. Wanneer hij het bedrijf even 'los' kan laten, zit hij graag met zijn familie aan de keukentafel of toert hij op zijn fiets door de Brabantse polders.

Ook afgelopen jaar zocht Henny in zijn leiderschap naar de diepere laag bij medewerkers. 'Mensen hebben veel eigen creativiteit. In coronatijd hebben wij als directie weliswaar de randvoorwaarden gecreëerd, maar hebben mensen zelf, en met elkaar, keuzes gemaakt om hun werk zo efficiënt en effectief mogelijk in te vullen', vertelt Henny trots. Als directeur blijft hij continue focus houden en laat hij zich niet afleiden door andere zaken. 'Continuïteit is key. Ook tijdens een crisis. De verleiding

is groot om dan kort te sturen, maar de kracht van een familiebedrijf is vooruitkijken', aldus Henny. Voor 2021 ziet hij een belangrijke rol weggelegd voor de digitale transformatie. 'Daar moeten we als organisatie allemaal in mee. We hebben met elkaar steeds meer toegang tot alle informatie, zodat iedereen zelf besluiten kan nemen en ons bedrijf met zelfsturende teams nog succesvoller kan maken.'



Ellen Vermeer (40 jaar) - HR-directeur, woont samen en heeft twee dochters van 11 en 9 jaar. Haar moeder werkte ruim 12,5 jaar op de administratie bij Hoppenbrouwers. Door een gesprek met oud-directeur Theo Hoppenbrouwers in de dorpskroeg waar ze werkte, kreeg ze een stageplek bij het bedrijf. Nu, 20 jaar later, is Ellen lid van de directie en zet ze zich met haar HR-team in voor het wel en wee van de ruim 1.500 medewerkers. Als ze niet aan het werk is, is Ellen buiten te vinden voor een wandeling met haar hond, is ze aan het hardlopen of staat ze op de tennisbaan. Ook geniet ze van het Bourgondische leven met vrienden en familie.

‘Afgelopen jaar stond wat mij betreft in het teken van ‘omdenken’ en saamhorigheid. Iedereen in de organisatie heeft zich op zijn functioniveau en vanuit zijn expertise ingezet om ook in deze crisistijd de business draaiende te houden. Ondertussen hebben we medewerkers ruimschoots kunnen opleiden en veel nieuwe collega's kunnen verwelkomen. Onze solide bedrijfsvoering, ook op HR-vlak, heeft getoond dat we crisisbestendig zijn. In 2021 zetten we ons duurzame HR-beleid door waarin aandacht voor gezondheid, tevredenheid en doorgroeimogelijkheden van medewerkers en nieuwe collega's centraal staan.’



Corné de Meijer (50 jaar) - adjunct directeur, getrouwd en twee kinderen van 20 en 17 jaar. Is in 1996 bij Hoppenbrouwers begonnen als tekenaar/werkvoorbereider, doorgegroeid naar manager Industriële Automatisering en vanaf 2008 actief in zijn huidige rol. Corné coacht tegenwoordig de teams Elektrotechniek, Werkuigbouwkunde, Sprinkler en Beveiliging in Udenhout. Al 45 jaar is voetballen zijn grote hobby.

‘2020 was een bizar jaar. We gingen er met een mooi gevulde orderportefeuille in totdat COVID-19 de kop opstak. Een aantal teams hebben hier behoorlijk last van gehad. We hebben koers kunnen houden door te denken in mogelijkheden. Hierin zie je het pragmatische en ondernemende karakter van Hoppenbrouwers goed terug. Mede door de betrokkenheid bij een aantal grootschalige projecten hebben we afgelopen jaar alsnog een mooi resultaat weten te boeken. Deze prestatie in gekke tijden is alleen maar mogelijk als je elkaar als teams helpt. De belangrijkste uitdaging voor het nieuwe jaar is het vinden en binden van medewerkers. Ons bedrijf groeit enorm en met veel nieuw en jong talent zorgen we dat we op alle vlakken onze kwaliteit blijven borgen.’



Lily van den Berg (51 jaar) - hoofd Marketing & Communicatie, woont samen en heeft een zoon van 20 jaar en een dochter van 17 jaar. Begon in januari 2019 als interim marketing strateeg bij Hoppenbrouwers, werd verliefd op het bedrijf en is niet meer weggegaan. Sinds 2020 is ze lid van het directieteam. Lily omringt zich graag met haar familie en vrienden, houdt van reizen, cultuur en natuur.

‘Het was een bijzonder jaar met alle coronaperikelen. Communicatie speelde een grote rol om alles in goede banen te leiden, zowel richting medewerkers, klanten en mogelijk nieuwe medewerkers. Door continu omdenken hebben we nieuwe vormen bedacht om verbinding te maken met iedereen om ons heen. Ik ben heel trots op hoe we met z'n allen onszelf hebben uitgedaagd om buiten de gebaande paden te denken. Om te groeien als bedrijf is onze naamsbekendheid cruciaal. Het bouwen aan onze landelijke naamsbekendheid bleef dan ook onverminderd belangrijk. Dit heeft geresulteerd in een nieuwe branding campagne waarin we uitlichten wat ons bedrijf zo bijzonder maakt. Namelijk de inzet van onze gepassioneerde medewerkers voor mens en maatschappij.’



René van Loon (62 jaar) - directeur Verkoop, is getrouwd, heeft een dochter van 32 jaar en een zoon van 28 jaar en is trotste opa van twee kleinkinderen. Sloot zich in 2015 als directeur-eigenaar van Van Loon Elektro aan bij Hoppenbrouwers en is sinds 2020 werkzaam in zijn huidige functie. Naast zijn werk is hij regelmatig te vinden in zijn ‘timmerhok’ en trekt hij er graag op uit om te wandelen of te fietsen.

‘Op het gebied van klantstrategie gaat er bij Hoppenbrouwers al veel goed. Mijn missie is om met elkaar daadwerkelijk een partner te worden van de klant. Daar ligt veel potentie’, vertelt René. In 2020 was zijn grootste uitdaging om meer commerciële bewustwording te creëren in de organisatie en in te zetten op duurzame klantrelaties. ‘Ik vind het mooi om te zien dat veel teams de NPS-score nu in de dagelijkse praktijk hebben geïmplementeerd. In 2021 zetten we verdere stappen om de klantfocus te verbeteren. We zullen de markt slimmer benaderen door onze product-marktcombinaties goed in kaart te brengen. We willen dichterbij de klant zitten door de klantbeleving meer centraal te zetten in onze dienstverlening. We gaan samen voor een 9+ beoordeling van onze klanten!’



Bas Ceelen (50 jaar) - directeur Integratie, is getrouwd en heeft een tweeling van 18 jaar. Was jarenlang directeur van een installatiebedrijf, werkte op interim-basis bij Hoppenbrouwers en is per 1 januari 2020 aangesteld in zijn huidige rol. Bas is in zijn vrije tijd fanatiek zaalvoetballer in een vriendenteam.

‘Na al eerder een aantal overnames voor Hoppenbrouwers gedaan te hebben, hebben we nu

een vast integratieteam opgesteld waarin verschillende disciplines (HR, Inkoop, Marketing & Communicatie, Administratie, Data en ICT) zijn vertegenwoordigd. Hierdoor kunnen we op een effectieve en zorgvuldige manier een overgenomen bedrijf integreren. We integreren ‘all the way’. Van koopfase en implementatie van systemen tot het opstellen van contracten en integreren van werkprocessen. Veel aandacht is er voor de medewerkers. We leiden hen op en begeleiden ze zo

goed mogelijk, om ze vervolgens ‘los’ te kunnen laten als autonome vestiging. Natuurlijk gaat integreren niet zonder slag of stoot. Zolang we in gesprek blijven, kunnen we vertrouwen winnen. Dat is belangrijk. Ik ben trots dat we dat als team hebben weten te bereiken het afgelopen jaar. We zijn klaar voor onze lange termijn groeistrategie!’



Freddy van Peer (47 jaar) - regiodirecteur West-Brabant, is getrouwd en heeft een tweeling van 16 jaar. Aanvankelijk was hij in dienst bij een van de bedrijven die zich in 2015 aansloot bij Hoppenbrouwers Techniek. Freddy is gestart als vestigingsleider in Dongen en begin 2020 aangesteld in zijn huidige functie. Zijn favoriete ontspanning is een avondje NAC, carnaval vieren en hardlopen in de West-Brabantse polder.

‘Het afgelopen jaar heeft meer dan ooit laten zien hoe belangrijk het is dat vestigingen in de regio meer verbonden zijn en samenwerken. Door elkaar op te zoeken, te helpen en opdrachten toe te schuiven, hebben we 2020 tot een succes gemaakt. We hebben het regio-denken naar een hoger niveau getild door ook HR en Marketing & Communicatie vanuit dit perspectief te benaderen. Dit resulteerde onder meer in een succesvolle campagne om werktuigbouwkunde in Kaatsheuvel op de kaart te zetten. Bovendien sloegen alle praktijkopleiders uit de regio de handen ineen om het onderwijsaanbod van ons bedrijf voor scholen nog aantrekkelijker te maken. Mijn ambitie is om Hoppenbrouwers het mooiste bedrijf van West-Brabant te maken. Een bedrijf dat betrokken is bij haar medewerkers, klanten en de scholen door gastvrij en transparant te zijn.’



Roel Hoosemans (40 jaar) - directeur Water, Infra & Industrie, is getrouwd en heeft twee zoons van 12 en 9 jaar. Roel is al bijna 16 jaar werkzaam bij Hoppenbrouwers, waar hij begon als werkvoorbereider. Sinds 2015 is hij hét gezicht van Industriële Automatisering. Buiten het werk is Roel voetbaltrainer en springt hij regelmatig op de racefiets.

‘Net als in andere markten hebben wij het effect van de coronacrisis wel degelijk gemerkt. De rust en ervaring van de teams en de goede samenwerking tussen de vestigingen hebben ertoe geleid dat we alsnog een mooi rendement hebben behaald. Daar ben ik heel trots op! Ik kijk ernaar uit om in 2021 Industriële Automatisering nog steviger op de kaart te zetten. In 2020 hebben we dat gedaan vanuit vijf vestigingen: Udenhout, Deurne, Utrecht, Barendrecht en Sittard. Samen hebben we een omzet van 40 miljoen behaald. In 2021 mogen we hierbij de nieuwe vestiging Arnhem verwelkomen. Bovendien staat de industrie aan de vooravond van een immense digitaliseringsslag. We worden continu uitgedaagd door de unieke vraagstukken van onze opdrachtgevers. Samen met onze getalenteerde medewerkers gaan we deze uitdagingen met veel plezier aan in het nieuwe jaar!’



Marcel de Boer (50 jaar) - financieel directeur, woont samen en heeft een stiefzoon van 20 jaar. Als neefje van oud-directeur Theo Hoppenbrouwers begon hij 23 jaar geleden na een studie Bedrijfseconomie op de financiële afdeling en heeft hij meegewerkt aan de professionalisering van het bedrijf. Marcel golft en fietst graag in zijn vrije tijd.

‘Door de groei die we afgelopen jaren hebben door- gemaakt zijn we inmiddels een geoliede machine en voldoende crisisbestendig. Dat laatste hebben we al laten zien gedurende de vorige crisis van 2008 tot 2014. We zijn toen door autonome groei verdubbeld, zowel in mensen als in omzet. In het begin van de coronacrisis zat de deur bij sommige klanten weliswaar even op slot, maar wij als Hoppenbrouwers konden voor het grootste deel gewoon doorwerken. Ook bouwen we met onze afdeling voortdurend aan een business partnership met zelfsturende teams. We begeleiden hen op financieel gebied als het gaat om steeds groter wordende contracten, risicomanagement en het laten renderen van projecten. Met deze ondernemende teams zijn we klaar voor de toekomst!’



Marcel Hendriks (43 jaar) - directeur Ziekenhuizen & Utiliteit, is getrouwd, heeft een dochter van 13 jaar en een zoon van 11 jaar. Hij is in 2005 begonnen als werkvoorbereider. In zijn afstudeeronderzoek over groeimarkten voor Hoppenbrouwers ontdekte Marcel de potentie van de ziekenhuisbranche en is sinds 2017 werkzaam in zijn huidige rol. In zijn vrije tijd coacht hij de voetbalteams van zijn kinderen en gaat hij graag ‘off road’ met zijn mountainbike.

‘We werken al geruime tijd aan onze droom om de beste installateur voor ziekenhuizen te worden en daar hebben we afgelopen jaar ook aan vastgehouden. Ziekenhuizen zijn trouwe opdrachtgevers, waarbij kwaliteit en bedrijfszekerheid letterlijk van levensbelang zijn. Onze goede relatie met meerdere ziekenhuizen heeft voor continuïteit in onze werkzaamheden gezorgd. Zo hebben we ook bij meerdere ziekenhuizen de nodige tijdelijke voorzieningen mogen aanbrengen in verband met de opvang en behandeling van coronapatiënten. Dit is door de verschillende ziekenhuizen enorm gewaardeerd. In 2021 willen we ons ‘specialisme’ ziekenhuizen verder verspreiden over meerdere Hoppenbrouwers vestigingen, zodat we in de nabije toekomst nog meer ziekenhuizen in Nederland kunnen bedienen.’



Peter Valk (46 jaar) - vestigingsdirecteur Almelo en Oldenzaal, woont samen en heeft een dochter van 8 jaar en een zoon van 6 jaar. Hij is in 1999 begonnen als werkvoorbereider bij Löwik Installatiegroep en uiteindelijk doorgegroeid naar de directie van het Twentse bedrijf. In 2020 sloot Löwik zich aan bij Hoppenbrouwers Techniek. Peter treedt per 1 januari 2021 toe tot de directie als vestigingsdirecteur. Buiten het werk besteedt hij graag tijd aan zijn gezin, vrienden, korte motortrips en reizen.

‘Het afgelopen jaar is een bijzonder jaar geweest. We hebben hard gewerkt om Löwik Installatiegroep te integreren binnen Hoppenbrouwers Techniek. Dit was niet gelukt zonder de inzet van onze medewerkers in Almelo en Oldenzaal en de inzet van het integratieteam van Hoppenbrouwers. Ik ben dan ook trots op de samenwerking die we het afgelopen jaar hebben gerealiseerd. Ik ben ervan overtuigd dat we hierdoor kunnen blijven vernieuwen, kunnen groeien en

vertrouwen kunnen bieden aan onze medewerkers en klanten. Het jaar 2021 staat in het teken van onze groei als Hoppenbrouwersvestiging, zonder ons fundament uit het oog te verliezen. We blijven koers houden door een businesspartner te zijn voor onze klanten en zo te bouwen aan duurzame relaties’.



Koers houden doen we samen

‘De groei van onze mensen en ons familiebedrijf staan centraal’

Ellen Vermeer

Ook in tijden van crisis zijn de medewerkers van Hoppenbrouwers de belangrijkste aanjagers van het succes. ‘Dit jaar zijn we in staat geweest om in alle lagen van de organisatie onze eigen gezondheid versus bedrijfseconomische gezondheid in balans te houden. Dat komt onder meer, omdat we zijn gaan ‘omdenken’ en verbroedering centraal is blijven staan. Deze wendbaarheid typeert ons familiebedrijf en daardoor konden we samen op koers blijven. Daar ben ik enorm trots op!’, vertelt Ellen Vermeer, HR-directeur bij Hoppenbrouwers.

Aantrekkelijke werkgever

In het jaar 2020 is Hoppenbrouwers op koers gebleven door vast te houden aan de lange termijnvisie, namelijk groeien naar een landelijke technisch dienstverlener. De organisatie is dan ook niet gestopt met het investeren in haar medewerkers. Ellen vertelt: ‘De groei van onze mensen en ons familiebedrijf staan centraal. Ook in 2020 hebben we medewerkers de ruimte gegeven om een volgende stap te zetten binnen ons bedrijf en zijn onze opleidingen, in aangepaste vorm, zoveel mogelijk doorgegaan. Verder zijn we nieuwe medewerkers blijven verwelkomen van leerling, starter tot vakman. De waardering vanuit onze medewerkers voor deze aanpak wordt onderstreept in het medewerkerstevredenheidscijfer van 7,9 en het keurmerk ‘Beste Werkgever 2019-2020’. Dat we een aantrekkelijke werkgever zijn blijkt ook uit de 6.000 mensen die bij ons hebben gesolliciteerd. Dit heeft geresulteerd in 408 nieuwe medewerkers (excl.

stagiairs en overnames). We blijven wel streng aan de voordeur. We zoeken mensen die onderdeel willen zijn van onze dromen en ambities. Mensen die passen bij onze normen en waarden.’

De beste partner voor scholen

Hoppenbrouwers hield ruimschoots aandacht voor scholing. Het bedrijf ziet haar rol als verlengstuk van het onderwijs en is hier, ook in 2020, niet mee gestopt. ‘Partner ben je in goede én in slechte tijden. Met als gevolg dat we afgelopen jaar in totaal 344 leerlingen/studenten hebben verwelkomd. Hierbij hebben we gemerkt dat het aantal zij-instromers (64 in 2020) verdubbeld is ten opzichte van het jaar ervoor. Deze groep groeit sneller dan de BBL- (Beroeps Begeleidende Leerweg) leerlingen. Dit komt mede door de crisis. We krijgen steeds meer sollicitanten uit bijvoorbeeld de horeca en autobranche die een carrière willen starten in de techniek. Wij ontvangen hen met open armen, want enerzijds wordt de vijver van technische MBO-leerlingen steeds kleiner en anderzijds zijn zij-instromers vaak mensen met het juiste arbeidsethos, veel verantwoordelijkheid en relatief veel levenservaring’, aldus Ellen.

kinderen konden naar Sinterklaas middels een drivethru en de kerstborrel was dit jaar bij de medewerkers thuis middels een livestream. Het is omdenken, maar de aanpak is een succes gebleken. Ik zie toekomst in de combinatie van een off- en online aanpak, voor zowel de inrichting van het werk als voor de evenementen’, vertelt Ellen enthousiast.

Medewerkers op één

Voor de toekomst wil Ellen HR vooral als strategisch en duurzaam instrument blijven inzetten. Dat betekent dat medewerkers in hun kracht en op hun passie worden ingezet, maar ook dat Hoppenbrouwers blijft streven naar een laag ziekteverzuim, hoog medewerkerstevredenheidscijfer en ruimte in doorgroeimogelijkheden voor medewerkers. Ellen vertelt: ‘Dit jaar hebben medewerkers ons als werkgever gewaardeerd met een 7,9. Een mooi cijfer, maar mijn streven is dat we een 8 of hoger scoren. We willen dat al onze medewerkers op de juiste plek zitten en dat zij kunnen doen waar zij gelukkig van worden. Dan voelt het namelijk niet meer als werken.’ De afdeling HR houdt alle ontwikkelingen nauw in de gaten door gebruik te maken van data. ‘Onze veron-

‘In de coronacrisis is vooral gekeken naar wat wél kan. Het vraagt om omdenken, maar de aanpak bleek succesvol’



Veilig samenwerken

In de coronacrisis is ook vooral gekeken naar wat wél kan. Op een veilige en verantwoorde manier is er samengewerkt om productief te blijven. ‘Het beleid was gericht op gezondheid en vrijwilligheid, niet op dwang. Zo zijn onder andere de werktijden verruimd, zodat medewerkers hun werk konden verspreiden of verplaatsen. Ook zijn we overgegaan op digitale overleggen en trainingen, werd er in kleine groepen geluncht en reden de medewerkers apart van elkaar naar projecten. Dat is nog maar een greep uit de voorbeelden. Daarbij kregen de evenementen een andere vorm. Jubilarissen werden in een kleiner gezelschap in het zonnetje gezet, de vrijdagmiddagborrel werd vervangen door een digitale variant, het wervingsevenement werd een virtuele ontmoeting,

derstellingen kunnen we met behulp van data toetsen en bijsturen. Een gouden combinatie, waarbij we het onderbuikgevoel en de feiten combineren om de medewerker op één te zetten’, aldus Ellen. Hoppenbrouwers wil het ziekteverzuim (3%) en de uitstroom (11%) nog verder verlagen. Waar het bedrijf de uitstroom zag dalen in 2020, was er een lichte stijging in het ziekteverzuim. ‘We zien vaak dat er andere oorzaken ten grondslag liggen aan een stijging in ziekteverzuim, zoals bijvoorbeeld een loopbaanvraagstuk. Het belangrijkste in zo’n geval is dat een medewerker dit bespreekbaar durft te maken, zodat we samen tot een oplossing kunnen komen. We hebben hier veel aandacht aan besteed in de teams. We geloven dat als we medewerkers op één blijven zetten, we goed scoren op alle aspecten’, aldus Ellen.

Facts & Figures

1.500
medewerkers



575
nieuwe medewerkers

575 nieuwe collega's waarvan...

186	Medewerkers in vaste dienst
66	BBL-leerlingen
11	Duale studenten
3	Trainees
78	Uurloners
64	Zij-instromers
167	Overname

9
Praktijkscholen



16.111
Scholingsuren

verdeeld over 1977 opleidingen



125
Vrouwen in dienst, waarvan er 35 in de techniek werken



Beste Werkgever 2019-2020

Gekozen door werknemers



3% Ziekteverzuim

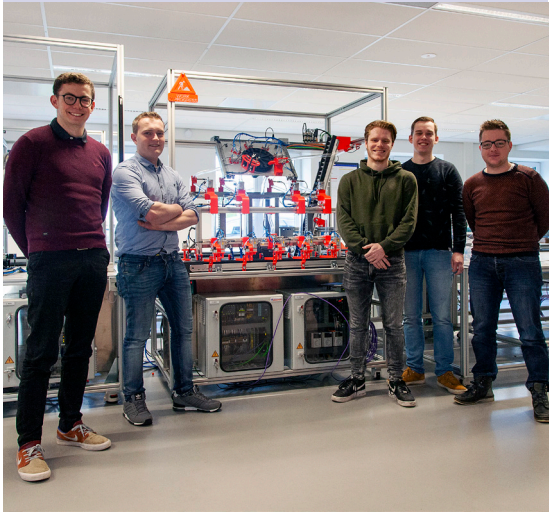


200
Nieuwe stagiairs



VMBO	45
MBO	47
HBO	107
WO	1

70 Stagiairs zijn in 2020 na hun stageperiode in dienst gekomen bij Hoppenbrouwers Techniek



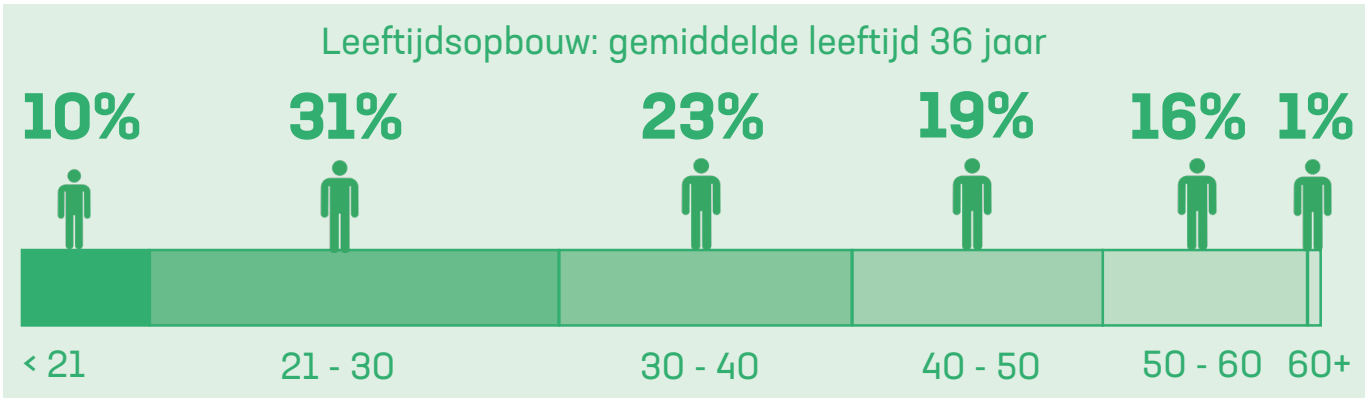
7,9
MTO



27
Ongevallen met verzuim



158
Uitstroom (11%)





Ruud, Tom en Thijs de Haas

Koers houden doen we samen

Henny de Haas runt Hoppenbrouwers als koersvast familiebedrijf

Hoppenbrouwers directeur-eigenaar Henny de Haas is de vierde generatie in het familiebedrijf. Na ruim 100 jaar worden nog steeds dezelfde normen en waarden en tradities gehanteerd. In 2018 mocht Henny het Predicaat Koninklijk in ontvangst nemen. Ook zijn drie van zijn vier kinderen actief in het bedrijf. Zij zijn enthousiast om Hoppenbrouwers op een dag over te nemen, waardoor het bedrijf in de familie blijft.

Kenmerkend voor een familiebedrijf is dat het juist een generatie verder kijkt dan bijvoorbeeld een kwartaal. Hoppenbrouwers is koersvast, ze doen niet aan 'politiek gedoe', het bedrijf is laagdrempelig, heeft een pragmatische houding en is vrij nuchter van aard.



Familie De Haas

'Wij hebben alle drie ons eigen plan om opgeleid te worden tot directeur'

Deze kenmerken typeren ook de drie zoons van Henny de Haas. Tom, Ruud en Thijs maken ieder op hun eigen plek en manier een ontwikkeling door richting de opvolging. Ze staan hier heel relaxed in en geven aan: 'Je bent logischerwijs altijd 'de zoon van', maar je moet jezelf wel bewijzen.'

Tom de Haas (28 jaar, HBO Technische Bedrijfskunde) werkt sinds eind 2020 als werkvoorbereider bij de vestiging in Dongen. Hij wil binnen enkele jaren doorgroeien naar vestigingsleider. 'In mijn eerdere rol als hoofd van de afdeling Verbeteren en Vernieuwen kreeg ik veel mee over bedrijfsprocessen, maar als je werkt in een project, kun je voor je gevoel echt mee presteren. Dat doen we onder meer op grote utiliteitsprojecten zoals distributiehallen voor aansprekende opdrachtgevers', aldus Tom.

Ruud de Haas (26 jaar, HBO Werktuigbouwkunde) werkte eerst bewust een jaar bij een ander technisch bedrijf voordat hij een traineeship startte bij het bedrijf van zijn vader. Afgelopen jaar heeft hij actief meegewerkt aan de engineering van het prestigieuze project De Bunkertoren in Eindhoven. Hij werkt vier dagen en gaat één dag naar school. Zodra dat traject is afgerond, wil hij doorgroeien naar projectleider. 'Wij hebben alle drie ons eigen ontwikkelplan om door te groeien naar een leidinggevende en uiteindelijk een directiefunctie.

Om dit op termijn te realiseren worden we alle drie op directieniveau gecocht,' aldus Ruud.

Thijs de Haas (22 jaar, HBO Mechatronica) is bezig met afstuderen en zal begin 2021 starten als engineer of werkvoorbereider bij Industriële Automatisering. 'Na een bijzondere afstudeerperiode vanwege corona, heb ik ontzettend veel zin om nu volle bak aan de slag te gaan. Ik kijk ernaar uit om onderdeel te zijn van een zelfsturend team en met elkaar projecten te laten slagen. Ik vind het ook echt leuk dat mijn vader een groeiambitie heeft ingezet, want het lijkt me heel tof om in een groot bedrijf te werken en dit wellicht op termijn te leiden.'

De drie zoons zijn trots op hoe hun vader samen met alle medewerkers afgelopen jaar het bedrijf door de crisis heeft geholpen: 'Ons pap houdt vast aan de kernwaarden van het bedrijf (plezier in het werk, verbondenheid, vakmanschap, autonomie en ondernemendheid - red.) en verliest zijn doelen nooit uit het oog. Ook anticipeert hij altijd op eventuele crisissen, waardoor hij relatief goed bestendig was tegen het bizarre afgelopen jaar.'

Doorgroeien om op koers te blijven

Hoppenbrouwers gelooft in eigen kweek en doorstroom van onderaf, maar ziet ook de grote toegevoegde waarde van zij-instromers en het toetreden van nieuwe collega's door overnames.

Elke medewerker heeft bij Hoppenbrouwers de kans om door te groeien; naar een hogere functie, specialisatie of switch van een afdeling of team. Zolang mensen zich maar prettig voelen op hun werkplek. Doorgroeiërs Colin Bink en Geert Jacobs vertellen hierover.



Geert Jacobs & Colin Bink



Koers houden doen we samen

De kracht van Hoppenbrouwers zit in de ambitie van haar mensen; zij zijn de groeimotor van het bedrijf.

Colin Bink (32 jaar) begon zijn carrière bij Hoppenbrouwers in 2015 toen Van Loon Elektro, het installatiebedrijf waar hij werkte, werd overgenomen. Hij kwam in dienst als werkvoorbereider bij de vestiging in Dongen. Sinds april van dit jaar is Colin vestigingsleider in Best en stuurt hij vijf teams aan. Zo kan het gaan bij Hoppenbrouwers. 'Als je je ambitie uitspreekt in dit bedrijf, zijn er ontzettend veel mogelijkheden om door te groeien. In zelfsturende teams krijg je met meer dan alleen de technische kant van een project te maken. Daardoor kun je je breed ontwikkelen. Door mijn managementtaken ben ik nu nauwelijks meer bezig met techniek. Ik vind dat ondernemerschap superleuk.' Colin heeft de ambitie om met Hoppenbrouwers tot de top 3 installatiebedrijven te horen die de retailmarkt bedient. Aan zijn collega's wil hij meegeven dat wanneer je je kwetsbaar durft op te stellen en je openstaat voor feedback, je zelf aan het stuur kunt zitten van je persoonlijke ontwikkeling.

Geert Jacobs (25 jaar) werkte bij ook bij Van Loon Elektro toen het in 2015 werd overgenomen door Hoppenbrouwers. Na twee jaar als contractbeheerder bij Hoppenbrouwers gewerkt te hebben, werd hij op 22-jarige leeftijd de jongste projectleider ooit bij het bedrijf. Afgelopen jaar heeft hij diverse klussen gedaan op de locaties in Heesch en Udenhout, om per 1 januari van het komend jaar clusterleider te worden van het nieuwe cluster Technisch Beheer. Dit is een cluster binnen de discipline Service & Onderhoud op elektrotechnisch en werktuigbouwkundig gebied voor de zakelijke markt. Geert vertelt enthousiast

over de doorgroeimogelijkheden bij het bedrijf: 'Als je jouw dromen uitspreekt, krijg je alle kansen bij Hoppenbrouwers om deze waar te maken. Het maakt niet uit hoe oud je bent, je wordt altijd serieus genomen. Mede doordat we werken aan een nieuw cluster, zit ik regelmatig met Henny in overleg. Alleen al door vaak met hem te praten, leer ik ontzettend veel. Ook kun je vrijwel alle opleidingen volgen die je wil. Zolang je er maar over in gesprek gaat.' De jonge clusterleider is ontzettend ambitieus en geniet van de groeiambitie van Hoppenbrouwers. 'Hoe tof is het om met zo veel goede mensen te werken aan de positie van beste servicedienstverlener van Nederland', aldus Geert.



Nieuwe OR zet ingezette koers voort

Afgelopen jaar zijn er weer OR-verkiezingen geweest. 14 enthousiaste medewerkers uit verschillende vestigingen vertegenwoordigen nu de ondernemingsraad van Hoppenbrouwers. 'De uitdaging is om bij een steeds groter wordend bedrijf, verspreid over meerdere locaties, oog te houden voor wat er overal speelt en leeft. Met een gezond kritische blik bouwen we samen met de directie graag aan een mooie organisatie waarin de medewerkers op 1 blijven staan', vertelt Henny Broeders, voorzitter van de OR. In dit jaarverslag delen de vier commissies hun ervaringen van afgelopen jaar.



Antoon van Gestel,
Paul Schilders &
Henny Broeders



Jaap Vugs, Niels van Kuijk
(boven) & Marc de Swart,
Johan van der Made (onder)



Bart Coppens & Wilko Foolen
(kleine foto's), Tyronne Albers
& Bernardo Merckx



Marco Dingemans &
Pierre Dekkers

Commissie Financiën

Net als andere jaren heeft de commissie Financiën zich gebogen over de jaarcijfers van het bedrijf. Samen met financieel directeur Marcel de Boer, bekeek de commissie in hoeverre ingespeeld moest worden op eventuele risico's in de organisatie. De commissie geeft aan: 'Door de LEAN aanpak heeft Hoppenbrouwers vaak al tijdig het financiële jaarverslag gereed, waardoor we hier snel met elkaar op kunnen schakelen. Dat is heel fijn.' Ook heeft de commissie een continue rol bij de overnames van bedrijven. Samen met de directie buigt de commissie zich over zaken als: de toegevoegde waarde, de match met Hoppenbrouwers en de financiële gezondheid. 'In een prettig overleg worden we nauw betrokken bij de laatste ontwikkelingen op dit vlak', aldus de commissie.

Commissie Personele Regelingen

Afgelopen jaar was het vooral zaak om te kijken hoe we 'gezond' het jaar door konden komen. De commissie Personele Regelingen heeft meegekeken en advies gegeven over aanpassingen met betrekking tot het coronabeleid, zoals verruiming van de werktijden en een zorgvuldige blik op de inzetbaarheid van mensen. Ook heeft de commissie zich gebogen over de interne gevolgen van de landelijke privacywetgeving (AVG) en is ze scherp geweest op de gevolgen van het samenvoegen en centraliseren van teams. 'Het is van groot belang om richting medewerkers duidelijk te zijn over veranderingen van functies en standplaats, maar ook over veranderende rollen. Aan ons de taak om te zorgen dat het gevoerde beleid blijft aansluiten bij ons belangrijkste uitgangspunt: 'Medewerkers op 1', aldus de commissie.

Commissie Veiligheid Gezondheid Welzijn Milieu (VGWM)

Eén van de belangrijkste aandachtspunten voor de VGWM-commissie afgelopen jaar was de professionalisering van de BHV-organisatie (Bedrijfshulpverlening -red.). 'Door de diverse overnames en sterke groei die daarmee gepaard gaat, vinden we het belangrijk dat op elke vestiging de BHV goed is ingericht en we een uniform beleid hanteren voor zaken als trainingen, ontruimingsplattengronden, blusmiddelen en EHBO-benodigdheden.' Bart Coppens, lid van de VGWM-commissie en hoofd BHV, heeft samen met veiligheidskundige Bart Cijns en KAM-coördinator Steven van der Brug een bedrijfsnoodplan opgesteld. Ook is er aandacht geweest voor de jaarlijkse ontruimingsoefeningen per vestiging en het opleiden van BHV'ers. 'Met de komst van corona is met name bij het ontruimen van gebouwen en bij hulpverlening nog meer aandacht voor veiligheid,' legt de commissie uit.

Commissie Communicatie

Voor de commissie Communicatie was kennismaking met het softwarepakket SharePoint in 2020 de belangrijkste focus. 'Met de introductie van SharePoint kan er veel meer structuur aangebracht worden in de stroom van de hoeveelheid documenten die dagelijks door de organisatie gaan. Zeker bij een groeiende organisatie als die van ons, is deze structuur heel wenselijk en biedt dat ook voor ons als OR grote voordelen', zo geeft de commissie aan. De commissie Communicatie zal in 2021 een van de eerste gebruikers van SharePoint zijn binnen het bedrijf. Later in het jaar zal het ook in de rest van de organisatie stapsgewijs worden geïmplementeerd.



Steven van der Brug
& Sebastian Vacca

Veilig koers houden

**‘Veiligheid is
in de basis een
gezamenlijke
verantwoordelijkheid’**

Bij Hopppenbrouwers kiezen we altijd voor de veilige weg. Dat is in tijden van crisis niet anders. ‘Deze coronacrisis is een situatie zoals een aanrijding van achteren, eentje die je niet ziet aankomen. Hoewel wij crisisbestendig zijn, was het nu belangrijker dan ooit om verantwoordelijkheid te nemen voor het bedrijf, de medewerkers en hun thuisfront’, aldus Henny de Haas, directeur-eigenaar van Hopppenbrouwers.

Samen veilig doorwerken

Door de uitbraak van COVID-19 regeerde op veel plekken angst. Daarom heeft Henny geprobeerd zijn hoofd koel te houden zonder de urgentie in het kader van corona en het langetermijnperspectief uit het oog te verliezen. Met gezond verstand deed hij wat nodig was. Er werd een crisisteam ingericht dat diverse maatregelen trof. ‘We organiseerden zichtbare dingen zoals regels om veilig te werken: thuis, op kantoor en op locatie. We hebben de netwerkcapaciteit om thuis te werken verviervoudigd, zodat in het uiterste geval niemand meer op kantoor hoefde te werken. Ook verruimden we de werktijden: medewerkers konden 7 dagen in de week van 06:00 uur tot 22:00 uur aan het werk. Zo gaven we hen lucht om zowel de werk- als thuissituatie onder controle te houden en kon nagenoeg alles en iedereen veilig doorgaan. Ook hebben we minder zichtbare zaken opgepakt, zoals de inrichting van een coronadashboard. Hierdoor hadden we wekelijks zicht op de omzet en productieve uren, maar ook op zieke medewerkers. Hierdoor konden we kort op de bal spelen’, aldus Henny.



De juiste balans

Steven van der Brug heeft een passie voor veiligheid en is sinds een jaar KAM (Kwaliteit, Arbeidsomstandigheden en Milieu)-coördinator bij Hopppenbrouwers. Elke maand faciliteert hij zogenoemde toolboxes voor het operationeel werkende personeel, waarin hij hen ‘bijpraat’ over uiteenlopende onderwerpen in het kader van het VCA (Veiligheid, Gezondheid en Milieu)-certificaat. Deze variëren van een training over asbest tot een presentatie over fysieke belasting en ladders en trappen. Ook over corona en de aangepaste

**‘Het is altijd een
uitdaging om een balans
te vinden tussen veilig
werken, verbondenheid
en effectiviteit.’**



Eigen initiatieven

De directeur van Hopppenbrouwers is trots op de saamhorigheid die ontstond. Teams namen zelf initiatieven om op een veilige manier projecten door te kunnen laten lopen en eventuele verspreiding binnen het bedrijf zoveel mogelijk in te perken. ‘Teams vingen elkaar op in het geval van zieke medewerkers en zetten er met elkaar de schouders onder’, zo geeft hij aan. Ook in deze tijd kwam de collectieve kracht van het werken met zelfsturende teams duidelijk naar voren; veiligheid is in de basis een gezamenlijke verantwoordelijkheid.

maatregelen daarvan op het werk heeft Steven een toolbox samengesteld. Steven geeft aan dat die goed zijn angewend, evenals de coronawerkinspecties om veilig aan het werk te kunnen. Hij vertelt: ‘Het is altijd een uitdaging om een balans te vinden tussen veilig werken, verbondenheid en effectiviteit. Ook nu heb ik ervaren: ‘Als je onderdeel bent van de Hopppenbrouwersfamilie, wil je echt weten hoe het met je collega’s gaat.’

Koers houden door te blijven investeren

‘Een gezond bedrijf als Hoppenbrouwers doorstaat een crisis, ook deze atypische coronacrisis. We zijn dit jaar weer enorm gegroeid; met bijna 20% ten opzichte van vorig jaar. Om deze groei door te kunnen zetten, blijven we investeren in onze eigen organisatie via autonome groei én door andere installatiebedrijven over te nemen’, aldus Marcel de Boer, financieel directeur van Hoppenbrouwers.



Marcel de Boer

‘Tevreden klanten en winst maken gaan vaak hand in hand. Dat betekent namelijk dat projecten goed gaan en kostenefficiënt verlopen.’

Collectieve denkkracht

Het succes van deze groei zit hem in de mensen van het bedrijf. Hoppenbrouwers maakt gebruik van collectieve denkkracht door te werken met zelfsturende teams. De leiders van de teams weten, naast alles van de klant en het project, ook alles van Finance en HR. Deze aanpak heeft ten tijde van corona zijn vruchten afgeworpen. De visie van het bedrijf is dat het veel efficiënter is om mensen hun eigen problemen te laten oplossen dan collectieve maatregelen uit te vaardigen. ‘Toen COVID-19 in maart de kop op stak, hebben we verschillende financieel-economische scenario's in kaart gebracht. We hebben bepaald welke opties we zouden moeten inzetten als we financieel aan de noodrem zouden moeten trekken. Denk aan wel of geen winstdeling in april en salarisverhoging in juli volgens de CAO. Gelukkig

hebben we geen extra maatregelen hoeven te treffen. Ook hebben we geen gebruik hoeven te maken van de NOW-regeling. We hebben gewoon koers kunnen houden door goed samen te werken en te blijven vertrouwen in onze eigen kracht’, vertelt Marcel trots.

Waardevolle acquisities

Ook in coronatijd is Hoppenbrouwers blijven investeren. In opleidingen van medewerkers en in de automatisering van processen, maar ook in overnames. In de groeiambitie voor 2025 is een mooie stap gemaakt door een bedrijf in Sittard en bedrijven in Almelo en Oldenzaal over te nemen. Bedrijven die passen bij de cultuur van Hoppenbrouwers, die dezelfde normen en waarden hebben en expert zijn in elektrotechnische installaties (E) en/of werktuigbouwkundige installaties (W).



Mark Albrink & Richard ter Wee

‘Gelukkig hebben we gewoon koers kunnen houden. Dat geeft mensen vertrouwen’

Hoppenbrouwers krijgt wekelijks bedrijven aangeboden ter overname. Bas Ceelen, directeur Integratie, geeft aan: ‘Met familiebedrijf Löwik Installatiegroep in Almelo en Technodak in Oldenzaal hebben we een bedrijf van zo'n 136 man aangekocht, met veel kennis en kunde in de werktuigbouwkundige installaties. Het bedrijf in Sittard, de Hatulek Group met 31 man, is bijzonder goed in panelenbouw. Dat zijn twee heel waardevolle acquisities: zowel qua expertise als qua geografische ligging als je kijkt naar onze ambitie om als landelijke speler te opereren. Beide overnames hebben we kunnen doen zonder additionele financiering. Deze hebben gezorgd voor 8 miljoen omzet in 2020 en 35 miljoen omzet op jaarbasis.’

Omzet E en W in balans

De totale omzet van Hoppenbrouwers in 2020, inclusief de omzet uit de overnames, is 218 miljoen; de winst

na belasting is 5,3%. Daarmee heeft het bedrijf haar doelstellingen gehaald. ‘Binnen de omzetdoelstelling hebben we een goede balans weten te realiseren tussen E en W. Dat we van origine beter waren in E, zie je nog wel terug in het projectrendement en de service- en onderhoudscijfers’, aldus Marcel.

Koers 2021

Voor volgend jaar heeft de directie van Hoppenbrouwers weer een aantal uitdagende financiële doelstellingen neergezet. Bovendien zal het bedrijf alert blijven op kostenbeheersing, risicomanagement en het efficiënter maken van de operatie. ‘Tevreden klanten en winst maken gaan vaak hand in hand. Dat betekent namelijk dat projecten goed gaan en (kosten)efficiënt verlopen’, zo geeft Marcel de Boer aan. Hoppenbrouwers koerst voor 2021 op 275-300 miljoen aan omzet inclusief twee of drie nieuwe vestigingen: autonoom of door overname.



Koers houden op weg naar meest duurzame installateur

Duurzaam koers houden

Wouter Hendrickx & Bas Tekath

‘Bij Hoppenbrouwers beseffen we goed dat technische oplossingen dé sleutel zijn in de energietransitie van onze maatschappij. Vraagstukken en regelgeving zijn steeds complexer, waardoor klanten behoefte hebben aan technische vakmensen die hen van A tot Z kunnen adviseren. In 2020 hebben we opnieuw stappen gezet om ons verder te ontwikkelen naar de rol van duurzaamheidsadviseur’, aldus Wouter Hendrickx, clusterleider Duurzame Energie.

Duurzaamheidsadviseur in coronatijd

‘We hebben het afgelopen jaar tijdens de eerste coronagolf gezien dat er een duidelijke stop was op de verduurzaming van bestaande panden, maar dat in de nieuwbouw de vraag naar duurzame installaties onverminderd hoog bleef. In het tweede deel van 2020 hebben we de vraag weer zien aantrekken in de bestaande bouw. We verwachten in 2021 bovendien een inhaalslag’, vertelt projectleider Bas Tekath. Door de sterke verduurzaming van wonen en werken neemt de vraag naar de diensten van Hoppenbrouwers alleen maar toe. Zo heeft de behoefte van de maatschappij om minder CO₂ uit te stoten veel invloed op installaties. Al vanaf juli 2018 moeten bijvoorbeeld alle nieuw te bouwen panden gasloos worden opgeleverd. ‘In de rol van duurzaamheidsadviseur adviseren we onze klanten over duurzame, technische oplossingen. Zoals bijvoorbeeld het plaatsen van wko-installaties, laadpalen, led-verlichting, warmtepompen, zonnepanelen en

zonneboilers en over de begeleiding van de overstap naar ‘all-electric’. Doordat wij zowel elektrotechniek (E) als werktuigbouwkunde (W) in huis hebben, kunnen we klanten goed adviseren op het gebied van de juiste installatiekeuze qua energieverbruik’, vertelt Wouter Hendrickx trots.

Kennisteam duurzaamheid

Het afgelopen jaar is er een nieuw kennisteam geïnstalleerd dat zich buigt over de duurzaamheidsvraagstukken van klanten. Dit team van adviseurs werkt vestigingsoverschrijdend om zo tot de beste synergie te komen in aanpak en advies. Aan hen de taak om complexe duurzame vraagstukken te vertalen naar concrete technische producten. Ze registreren onder andere energielabels en geven advies over het verbeteren van deze labels. Bovendien vindt Hoppenbrouwers het belangrijk om alle neuzen op het gebied van duurzaamheid dezelfde kant op te krijgen, van monteur tot werkvoorbereider en van engineer tot projectleider. Zo ervaren medewerkers ook welke impact het bedrijf als installateur heeft op de duurzame vraagstukken van klanten.



Duurzame bedrijfsvoering

Naast duurzame dienstverlening vindt Hoppenbrouwers het belangrijk om een bijdrage te leveren aan de wereld om haar heen. Enerzijds vertaalt zich dat in financiële ondersteuning van (lokaal) maatschappelijk verantwoorde projecten, anderzijds in de manier waarop Hoppenbrouwers in haar bedrijfsvoering omgaat met duurzaamheid. Hierin maakt het bedrijf concrete stappen. Na ondertekening van het Manifest Energietransitie van Techniek Nederland in 2017 heeft ze een eigen milieumanagementsysteem ingericht,



zodat het bedrijf scherp kan zijn op ontwikkelingen op dit vlak. Ook heeft Hoppenbrouwers stappen gemaakt met het verduurzamen van haar bedrijfspanden door de aanleg van zonnepanelen, verlichtingssensoren en waterinfiltratiesystemen. Ze is ook scherp op afvalscheiding en de gezamenlijke inkoop van ECOstroom.

Uiteraard heeft Hoppenbrouwers veel oog voor CO₂-uitstoot. In samenwerking met een externe partij brengt het bedrijf haar CO₂-uitstoot ieder jaar in kaart. De grootste uitstoot komt vanuit het wagenpark, daarom bestaat het wagenpark voor een steeds groter deel uit elektrische auto's. Ze werkt aan CO₂-neutraal gebouwde panden en weet jaarlijks een daling van de CO₂-uitstoot te realiseren. In 2020 is dit een daling van 9% per FTE. Hoppenbrouwers heeft de ambitie om in 2040 volledig CO₂-neutraal te zijn.

Maatschappelijke projecten

Als het gaat om sponsoring wil Hoppenbrouwers graag dat een doel, project of evenement mensen bij elkaar brengt, persoonlijke ontwikkeling stimuleert en betrokkenheid toont bij de lokale gemeenschap. De aandacht gaat hierbij uit naar de jeugd; de technici van morgen. Denk hierbij aan sponsoring van diverse projecten zoals Ontdekstation 013 in Tilburg en De Uitvindfabriek in Breda, maar ook aan het mede organiseren van de Dag van de Installatietechniek en ondersteuning van het technisch onderwijs op basisscholen. In het kader van social return biedt ze voor mensen die wat verder van de arbeidsmarkt af staan diverse mogelijkheden voor een leer- of werktraject. Naast het promoten van techniek toont Hoppenbrouwers ook middels sport en cultuur haar lokale betrokkenheid. Zo sponsort ze meerdere sportclubs, van de lokale wielervereniging of voetbalclub tot grote (sport) evenementen.

Facts & Figures

Ambitie

De meest duurzame
installateur van Nederland
worden



Omzet

Duurzame projecten
€ 17.503.741,-

93

Stichtingen &
verenigingen
gesponsord



Nationaal Techniekpact

In 2020 hebben we het Nationaal Techniekpact ondertekend ter verbetering van de aansluiting van het onderwijs op de arbeidsmarkt in de technieksector. We willen daarmee het tekort aan technisch personeel terugdringen.



In 2020 kochten we de eerste elektrische Jumpy's, deze hebben 0 gram uitstoot. In totaal hebben we 890 bedrijfsauto's, waarvan

32

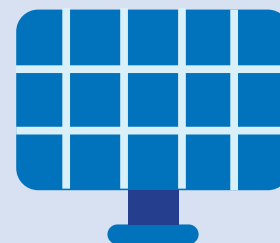
elektrische auto's

De drie pijlers in ons duurzaamheidsbeleid

Onze
mensen

Onze
dienstverlening

Onze
omgeving



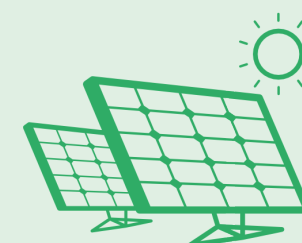
De installatie van bijna
70.000
zonnepanelen

zorgt in totaal voor een jaarlijkse
besparing van ongeveer
12.000 ton CO₂



800

Woningen
voorzien van
zonnepanelen



50

Bedrijfsdaken en
-velden voorzien
van zonnepanelen



Koers houden om de beste partner voor klanten te zijn

‘Met een gemiddelde NPS-score van 41 en een gemiddeld cijfer van 8,3 was onze klanttevredenheid in 2020 opnieuw goed. Daar zijn we trots op. Trots op onze medewerkers die dit elke dag waarmaken. Zij zijn immers ons visitekaartje, want tevreden medewerkers zorgen voor tevreden klanten. Door uit te gaan van ieders kracht, zijn medewerkers positief en hebben ze de drive om het goed te willen doen. Maar we zijn er nog niet. We blijven kijken waar we onszelf kunnen verbeteren en zien dan ook nog veel kansen op het gebied van onze klantstrategie. We willen groeien naar een 9+ klantbeleving en duurzame relaties creëren. In 2020 zijn we er daarom mee gestart om medewerkers ervan bewust te maken dat zij het verschil maken bij de klant’, zo vertelt René van Loon, directeur Verkoop.

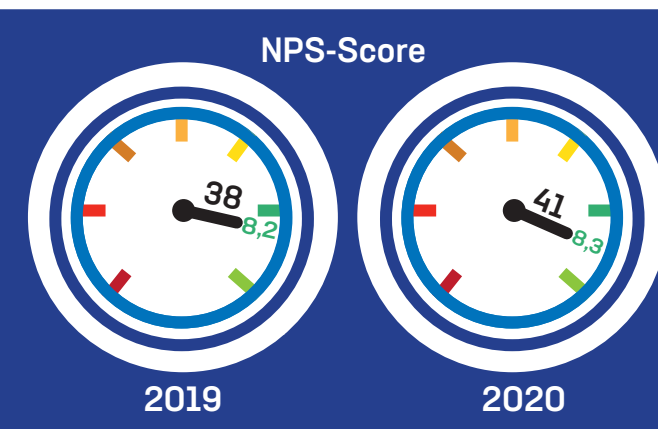


De coronacrisis heeft het nut en de noodzaak van de commerciële professionalisering voor iedereen, dus ook voor Hoppenbrouwers, flink onderstreept. Hoe zorgen we dat we kansen blijven zien? Hoe houden we de regie zelf in handen en hoe blijven we crisisbestendig? René geeft aan: ‘De sleutel tot het antwoord op deze vragen is het creëren van commerciële bewustwording bij iedereen in de organisatie. Elke medewerker draagt bij aan de klanttevredenheid, ongeacht zijn of haar functie.’

Klantbeleving van 9+ als doel

Hoppenbrouwers is drie jaar geleden gestart met de

NPS-methodiek, die dagelijks laat zien hoe klanten het bedrijf waarderen. Ze heeft als ambitie dat alle klanten ambassadeurs zijn van het bedrijf en dat meer dan 60% een NPS-score van 9 of hoger geeft. Het overgrote deel van de teams is al actief bezig met de NPS-score en de resultaten worden steeds beter. Doordat teams er elke dag of elke week mee bezig zijn, wordt het automatisch onderdeel van de bedrijfsvoering. Zo zijn er teams die het oplossen van mogelijke klachten elke dag op de agenda hebben staan. Ondertussen heeft een derde van de medewerkers die offertes maken de interne cursus ‘Stop met verkopen, start met helpen’ gevolgd. In deze training krijgen medewerkers inzicht



René van Loon

in hun persoonlijke impact op het verkoopproces. René vertelt: ‘Door structuur te geven aan commerciële doelen in vijfjarenplannen zorgen we ervoor dat we blijven aansluiten bij onze klanten.’

Verstevigen van klantrelaties

‘We besteden veel aandacht aan het continu verbeteren van de kwaliteit binnen al onze disciplines. Het goed uitvoeren van ons werk ligt namelijk aan de basis van een duurzame relatie. Onze grootste uitdaging ligt in Service en Onderhoud. Deze discipline heeft veel groeipotentie door de duurzame klantrelaties die mede ontstaan vanwege de terugkerende werkzaamheden’, aldus René. Lily van den Berg, Hoofd Marketing en Communicatie voegt hieraan toe: ‘We werken toe naar een 9+ organisatie en daarom willen we in 2021 de klantreis in kaart brengen. Samen met teamvertegenwoordigers en onze klantbelevingsexpert ontwikkelen we middelen om een nog betere klantbeleving te realiseren. We willen steeds meer werken vanuit strategisch business partnerschap,

waarbij we nadenken over de vraag achter de vraag van de klant en discipline-overstijgend advies geven.’

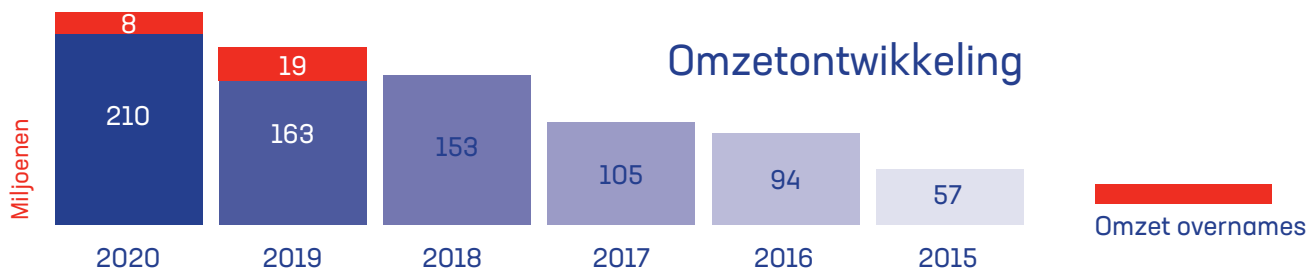
Sterk in elke markt

Hoppenbrouwers is werkzaam in diverse regio's, in verschillende disciplines en in een tal van markten. Ze kijkt scherp naar wat de toegevoegde waarde is van Hoppenbrouwers in de verschillende markten. René vertelt: ‘We hebben steeds meer inzicht in wat klanten in deze uiteenlopende markten willen en hier spelen we op in door focus aan te brengen in onze dienstverlening. Door onze krachten en expertise steeds meer te bundelen willen we elke klant, in welke regio of met wat voor vraagstuk dan ook, dezelfde Hoppenbrouwersbeleving geven.’ Door deze focus leert Hoppenbrouwers nog beter haar klanten kennen, waardoor zij een volwaardige gesprekspartner is en gericht in kan spelen op hun vraagstukken. Op deze manier wil het bedrijf een bijdrage leveren aan het succes van de klant. Dit is voor de technisch dienstverlener dé basis van een partnerschap.

Jaarrekening

Geconsolideerde balans per 31 december 2020

	2020	2019
Immateriële vaste activa	4.421.375	5.852.094
Materiële vaste activa	13.057.798	10.902.138
Financiële vaste activa	167.529	241.691
Vorraden	2.382.358	2.040.777
Onderhanden projecten	2.016.795	-
Handelsdebiteuren	23.190.118	24.109.841
Vorderingen op groepsmaatschappijen	1.302.561	97.426
Overige vorderingen	3.375.689	2.430.608
Liquide middelen	1.306.642	1.036.810
Balanstotaal	51.220.865	46.711.385
Eigen Vermogen	33.279.885	27.714.629
Voorzieningen	417.000	412.782
Langlopende schulden	1.704.440	1.950.847
Schulden aan kredietinstellingen	1.470.084	1.907.957
Schulden aan leveranciers	4.593.733	5.812.647
Schulden aan groepsmaatschappijen	970.169	-
Belastingen en premies sociale verzekeringen	2.045.685	2.928.808
Onderhanden projecten	-	972.988
Overige schulden	6.739.869	5.010.727
Balanstotaal	51.220.865	46.711.385



Geconsolideerde winst- en verliesrekening

	2020	2019	2018
Omzet	217.699.877	181.729.615	153.122.747
Inkoopwaarde productie	119.023.584	101.766.976	87.864.800
Bruto winst	98.676.293	79.962.639	65.257.947
Lonen en salarissen	49.398.607	39.128.714	32.867.138
Sociale lasten	8.135.001	7.068.737	5.428.181
Pensioen lasten	4.492.763	3.472.116	2.938.728
Afschrijvingen	5.127.573	4.318.934	3.342.524
Overige bedrijfskosten	15.446.021	13.394.031	9.953.854
Totale bedrijfslasten	82.599.965	67.382.532	54.530.425
Bedrijfsresultaat	16.076.328	12.580.107	10.727.522
Andere rentebaten	-	-	-
Rentelasten	-94.144	-102.173	-201.119
Resultaat voor belastingen	15.982.184	12.477.934	10.526.403
Resultaat deelneming	-	-1.927	-185.364
Belastingen	-4.508.604	-3.413.260	-2.901.874
Winst na belastingen	11.473.580	9.062.747	7.439.165
% winst na belastingen	5,3%	5,0%	4,9%

	2020	2019	2018
RATIO'S			
Solvabiliteit	65%	59%	51%
Quick ratio (incl. OHP)	1,66	1,66	1,56

	2020	2019	2018
OVERIGE			
Uitsplitsing omzet			
Industriële automatisering	40.603.559	36.824.900	36.087.029
Utiliteit & Woningbouw	145.516.786	117.306.429	93.382.767
Service & Onderhoud	31.579.532	27.598.286	23.652.951
Medewerkers (FTE), excl. inleners en gemiddeld over het hele jaar	1306	970	814



Hoppenbrouwers

— TECHNIEK —