



# CONSIGNIE



## MARCO VAN DE KREEKE

'EEN MILJOEN PASSAGIERS PER JAAR IS HAALBAAR'

## MAYA WILDEVUUR

'Ik heb meer geproduceerd dan Picasso'

## DE HAAN ADVOCATEN & NOTARISSEN

'Multidiscipline is het toverwoord'

## HANS BIESHEUVEL

'De werkgevers zijn momenteel  
het enige baken van rust'

## GEO PLUS TOONAANGEVEND IN HYDROGRAFIE

*Er zijn ook in Groningen nog voldoende bedrijven die tegen de stroom in maar blijven groeien. Één van die succesvolle ondernemingen is het in Scheemda gevestigde Geo Plus, dat wereldwijd metingen uitvoert, zowel op het droge als op het water. Geo Plus werd 18 jaar geleden opgericht door Jan Loots, die zijn bedrijf zag groeien van een regionale naar een nationale en tegenwoordig ook internationale dienstverlener op het gebied van geodesie (landmeetkunde) en hydrografie ('landmeetkunde' op het water).*



Voordat Jan Loots 18 jaar geleden Geo Plus oprichtte was hij zelf jarenlang actief als landmeter in loondienst. 'Maar op een gegeven moment wilde ik wel wat meer uitdaging', zo zegt hij zelf. 'In mijn tijd als landmeter werd er nog voornamelijk analoog gewerkt. Op een gegeven moment werd alles digitaal. Daar kwam toen veel vraag naar en dus zag ik daar kansen liggen.' Loots bleek het goed gezien te hebben, want Geo Plus maakte een stormachtige groei door. 'Na drie jaar had ik al 25 man in dienst', aldus de Oost-Groninger ondernemer. 'Het ging echt als een speer!'

Het landmetersbedrijf bleef gestaag groeien en zo'n zes jaar geleden was Loots eigenlijk wel weer toe aan een nieuwe uitdaging. 'Dat werd de hydrografie, oftewel 'landmeten' op water. Dat is veel moeilijker dan gewoon landmeten aangezien een schip niet de hele tijd stil blijft liggen en je vaak te maken hebt met mensonvriendelijke omstandigheden.' Een uitdaging is de hydrografie dus zeker, maar Loots heeft geen moment spijt gehad dat hij ermee is begonnen. 'Het is een markt met kansen. We konden direct wereldwijd aan de slag.'

Momenteel heeft Geo Plus 35 à 40 mensen in dienst en is er vooral in de offshore-industrie veel vraag naar de diensten van het bedrijf. 'Denk daarbij aan baggerprojecten, het leggen van kabels en leidingen voor de olie- en gasindustrie en de aanleg van havens. Daarnaast worden we steeds actiever in de groeiende markt van offshore windparken. Wij meten daar de bodem voor in en bepalen of sleuven en geulen op de juiste plaats liggen en of ze diep genoeg zijn. Dat doen we met gespecialiseerde schepen, waarvan we er nu zes in gebruik hebben en zeer binnenkort komt daar alweer een zevende bij.'

De meetschepen van Geo Plus zijn multifunctioneel inzetbaar en kunnen daarom bij projecten over de hele wereld worden ingezet. Loots: 'Van

Siberië tot het Midden-Oosten en van Nederland tot Kameroen, we worden overal ingezet.' In het ene gebied is het vanzelfsprekend makkelijker werken dan in andere. 'Je kunt je voorstellen dat het in Siberië anders werken is dan in bijvoorbeeld Irak. Je zit er onder barre omstandigheden vaak in 'the middle of nowhere' en moet er dus voor zorgen dat er genoeg reserveonderdelen aan boord zijn, want bij tegenslag haal je die niet even snel op.'

De opdrachten die Geo Plus uitvoert komen vaak van onderaannemers van projecten van grote multinationals als Shell en Gazprom. 'Maar we doen ook rechtstreeks zaken met Nederlandse en Belgische baggerbedrijven zoals Van Oord, Boskalis, Deme en Jan de Nul.

Geo Plus is bij het gehele proces betrokken: van het ontwerp van het schip op de werf tot aan de uiteindelijke levering van de meetgegevens aan de opdrachtgever. 'Dat is ook ons sterke punt. We hebben heel veel kennis van hydrografie in huis en kunnen samen met partners elke keer weer een innovatief schip ontwikkelen dat geheel op specifieke opdrachten is toegerust.' Door deze manier van werken is elk van de zeven schepen uniek. 'Maar dat betekent niet dat ze niet multi-inzetbaar zijn', zo voegt Loots toe. 'Soms zijn er wat aanpassingen nodig, maar op hydrografisch gebied kunnen onze schepen alles aan.'

Inmiddels heeft het Oost-Groningse bedrijf, mede dankzij haar innovatieve inslag, al de nodige bekendheid wereldwijd opgebouwd. 'Onze naamsbekendheid is dan ook onze belangrijkste vorm van marketing. Iedereen in de business weet inmiddels wel dat wij over de nodige kennis, ervaring en de juiste mensen beschikken. Daarnaast voeren we natuurlijk een actief exportbeleid.' Daarvoor is vooral het onderhouden van contacten belangrijk. 'In de scheepvaart gaat alles in het Engels, dus dat scheelt. Daarnaast kun je tegenwoordig makkelijk telefonische meetings beleggen en hoef je dus niet altijd de hele wereld rond te reizen.'

Het gaat zoals gezegd erg goed met Geo Plus en ook voor de toekomst heeft Loots hoge verwachtingen. 'Er vinden over de hele wereld steeds meer projecten plaats waar wij een bijdrage aan kunnen leveren. Vooral door de groeiende aanleg van windparken op zee zie ik meer dan genoeg mogelijkheden om door te blijven groeien.'

# COLUMN

## Paradox

Onlangs hebben we met Avesis een award ontvangen voor de beste technische innovatie binnen een productgroep voor integratie van beeld-, geluid- en ict-oplossingen. In eerste instantie ben je geneigd te denken dat dit te danken is aan onze ontwikkelaars en programmeurs die daar direct bij betrokken zijn. In een later stadium ontdek je dat er ook applaus moet zijn voor degenen die op de achtergrond deze innovatie mogelijk hebben gemaakt.

Deze periode zijn veel mensen druk met voetbal. Persoonlijk houd ik me daar niet mee bezig. Sterker nog, als de TV een groene gloed vertoont dan haak ik af. Ik voel deze desinteresse niet als een tekortkoming maar in mijn omgeving beschouwt men het toch als een handicap. Misschien komt het omdat ik nauwelijks op de hoogte ben van de regels en spelers. Maar rondom zo'n team van spelers is nog een heel team aan specialisten om de spelers tot grote prestaties te brengen. De trainer dringt zich natuurlijk al vrij snel aan je op, maar wat dacht u van fysiotherapeuten, psychologen, reis(bege)leiders, afijn velen onder u zullen daar meer van weten dan ik.

Waar ik naar toe wil is dat in een maatschappij die – zo wil de media – steeds individualistischer wordt, het tevens steeds belangrijker wordt samen te werken om tot grotere prestaties te komen. Dat is enigszins paradoxaal, want voor samenwerking is goede communicatie nodig. Vergaderen, lokaal of met behulp van telepresence, smartphones, mail, twitter en facebook. Er wordt heel wat gecommuniceerd. Maar wordt er ook werkelijk iets gezegd? Iets wat er toe doet en wat je samen verder brengt? Ik gooi het maar in de groep zonder te oordelen. Voor communiceren is het nodig te weten wat 'de ander' aan informatie nodig heeft. In een spel als voetbal, in de persoonlijke levenssfeer maar zeker in organisaties. Spreken is zilver, zwijgen is goud werd mij vroeger geleerd. Hoewel je dit op verschillende manieren kunt uitleggen, lijkt het me duidelijk dat we moeten leren om te luisteren en moeten weten wat te zeggen.

Avesis als onderneming heeft zich gespecialiseerd in de integratie van beeld-, geluid- en ict-oplossingen die meestal als communicatiemiddelen worden toegepast. Maar ik merk zowel intern als bij zakenpartners, dat ondanks alle technologie die beschikbaar is, de kwaliteit van communicatie nog steeds staat of valt met de medewerking van de betrokkenen. Mocht de maatschappij steeds verder individualiseren, laten we dan wel zorgen dat we goed communiceren.

Oranje zal overwinnen, al was het alleen maar omdat we er straks weer massaal op uit trekken om als toerist het buitenland te 'veroveren'. Samenwerken met je naasten om er weer een leuke tijd van maken. Voor ondernemers is dit vaak een periode van bezinning en plannen uitbreiden, zodat ook het komende seizoen weer een award kan worden binnen gehengeld. Individualisering? Nee! Om de bal in het doel te krijgen is samenwerking en communicatie nodig op het veld en achter de schermen.



Jan Roel Jager  
Commercieel Directeur Avesis