

MEEBEWEGEN MET ROERIGE TIJDEN



De ontwikkelingen van de afgelopen tijd zijn als een ‘rollercoaster’ voor REYM geweest. Extreme omstandigheden zorgden ervoor dat de vraag naar onze diensten grote pieken en dalen vertoonde. Door het coronavirus zijn er maanden geweest waarin het werk enorm terugliep. Na het afbouwen van de coronamaatregelen zagen we de vraag explosief stijgen, omdat afgelaste projecten alsnog doorgingen. Een recente ingrijpende ontwikkeling is de oorlog in Oekraïne, die de olie- en gasmarkt plotseling in een heel ander perspectief plaatst. De sterk veranderende markt heeft een grote invloed op de vraag naar onze diensten. Zo zien we na een afname van de offshore activiteiten nu weer een toename.

Gelukkig is REYM goed voorbereid op dergelijke fluctuaties. Door onze solide positie kunnen we de wisselende vraag naar onze diensten goed opvangen door de beschikbare capaciteit in te zetten voor bijvoorbeeld scholing. Daarnaast hebben onze vestigingen waar nodig mensen en materieel uitgewisseld om improductiviteit te voorkomen. We zijn voortdurend op zoek naar markten waar wij met onze dienstverlening toegevoegde waarde kunnen leveren. Projecten in de geothermie en in de energietransitie in het algemeen zijn nieuwe sterk groeiende activiteiten.

Ook ons investeringsprogramma hebben we gewoon doorgezet. We zien levertijden echter door de krapte op de markt toenemen. Daarom hebben we begin dit jaar besloten de vrachtwagens al te bestellen die we volgend jaar pas nodig hebben. Verder zijn we blijven investeren in de verbetering van veiligheid. Dat betreft vanzelfsprekend beschermingsmiddelen, maar ook de mechanisering van het werk. Zo is ons beleid het hogedrukpistool alleen in uitzonderlijke gevallen nog te gebruiken. Het non-man entry systeem waarbij we gebruikmaken van een reinigungsrobot heeft zich inmiddels bewezen en steeds meer klanten vragen erom.

Net zoals in de rest van Nederland heeft het coronavirus ook bij REYM geleid tot een hoger ziekteverzuim. Door spreiding van medewerkers en dagelijkse monitoring is vrijwel altijd een goede oplossing gevonden. Blij zijn we met 52 nieuwe medewerkers op startfuncties die we via een succesvolle wervingscampagne hebben weten aan te trekken. In deze tijd van krapte op de arbeidsmarkt blijft REYM een werkgever waar ook jongeren graag bij willen werken. We zien op de werkvloer dat de verjonging een mooie wisselwerking geeft met de ervaren medewerkers.

Terugkijkend op 2021 was het een lastig jaar in veel opzichten. Toch hebben we de financiële terugval weten te beperken en zijn we in de plus geëindigd. In dat kader zijn wij bijzonder blij met onze aandeelhouder REMONDIS, die ons volledig ondersteunt. Niet alleen voor vervangingsinvesteringen, maar ook voor uitbreidingen. Zij kennen de ins en outs van industriële

reiniging en weten welke ontwikkelingen er spelen. Daarnaast biedt het moederbedrijf ook ongekende voordelen voor uitwisseling van materieel bij grote of specialistische projecten.

2022 begon met een nieuwe statutaire directie. Na ruim 25 jaar gaf algemeen directeur Jonny Kappen het stokje over aan ondergetekende. Tegelijkertijd trad Nick Kappen aan als commercieel directeur en William Knapen als financieel directeur. Het nieuwe directieteam kan bogen op jarenlange operationele en commerciële ervaring binnen REYM. Jonny Kappen blijft op de achtergrond betrokken, zowel als commissaris van REYM als directeur van RMS (REMONDIS Maintenance & Services), de holdingmaatschappij van onder andere REYM.

Een andere verandering in 2022 zijn de stijgende kosten. Zo is er een nieuwe cao waarin een loonsverhoging van totaal 7 procent overeen is gekomen gedurende de looptijd van de cao. Ook andere kosten, zoals brandstofkosten, vertonen een onverwachte stijging. Niet al deze kosten kunnen wij absorberen en daarom zal doorberekening in de tarieven noodzakelijk zijn.

Op het gebied van veiligheid doen we er nog een schepje bovenop. Door elkaar proactief aan te spreken op gedrag, gaan we veiligheid naar een nog hoger niveau brengen. Bij REYM moet een open cultuur zijn waar iedereen elkaar kan aanspreken op onveilige situaties. Daarvoor starten we een campagne ‘Ko de Pro’ waar we als directie ook intensief mee aan de slag gaan door het gesprek erover op de werkvloer aan te gaan.

Tot slot een oproep. Dit jaar houden we een klanttevredenheidsonderzoek. We willen graag weten wat we goed doen en vooral ook wat we beter kunnen doen. Voor de verbetering van onze dienstverlening aan onze klanten is dat bijzonder waardevol. Daarom vragen wij iedereen mee te doen door de QR-code op pagina 28 te scannen.

Ik wens u veel leesplezier.

Ron Grobecker
Algemeen directeur