

Dennis Wertheimer: zo vader, zo zoon

Dennis Wertheimer (37) heeft een volgende belangrijke stap gezet in zijn toch al imposante carrière bij Saint-Gobain. Gestart als managementtrainee onder Jan Bom, is hij sinds maart Commercieel en Marketing Directeur Saint-Gobain Glass Benelux. Daarmee treedt Wertheimer in de voetsporen van zijn vader die een internationale marketingfunctie had bij een ander groot Frans merk, Remy Martin, en ook met zijn gezin naar het buitenland trok.

Zijn standplaats wordt Sambreville, de floatglasfabriek onder de rook van Namen. 'De link met mijn vader? Natuurlijk is werken in het buitenland met de paplepel ingegoten, maar daar houdt de vergelijking op, behalve dat je cognac uit een mooi glas drinkt.'

Stappen gezet

De basis voor de stappen die hij nu zet, legt Wertheimer onbewust in zijn jeugd, met zijn ouders meereizend door Europa. Van z'n vijftiende tot z'n negentiende volgt hij de internationale school in Parijs. Eenmaal geproefd aan een leven buiten Nederland, kiest hij tijdens het volgen van de HES in Rotterdam voor stages in Londen en Baltimore. Vervolgens begint Wertheimer zijn werkzame leven bij Randstad omdat human resource hem aansprak, maar dat pakt anders uit. 'Ik had daar een ideaalbeeld bij, maar wanneer je voor bedrijven kandidaten in de volksbuurt in Rotterdam zoekt, krijg je snel een andere kijk op de zaken.'

Vervolgens besluit Wertheimer in business te gaan en meldt hij zich bij Nyenrode, waar hij in 2001 zijn doctoraal behaalt: Master of Science in management. 'We woonden er vroeger niet ver vandaan en het was een droom om daar ooit een studie te volgen. Die

keuze was echt voor mezelf. Ik wilde zaken nog beter begrijpen, meer focussen op onderwerpen als finance en marketing, maar de titel van doctor zul je me in het glas niet zien gebruiken; dat werkt in een sector 'waar gewoon al gek genoeg is' eerder tegen je.'

Een kennis blijkt toevallig een neef van Jan Bom. Wertheimer solliciteert bij SGG en het is Bom die hem aanneemt. In het Nederlandse rijtje van managementtrainees, die nu nog steeds functies bekleden in het Saint-Gobain-concern, wordt Wertheimer de derde. Hij volgt Gerco van der Hoef op, nu verantwoordelijk voor World Glas Manufacturing Benelux, en na hem komt Rutger Hooghoed die nu de functie van Sales Manager Nederland & Better Interior Manager Benelux bekleedt. Derek Dragten is de eerste en hij is nu Commercieel Directeur SGG UK.

Zichzelf blijven

Over de start bij SGG wil hij niet veel kwijt, behalve dat het een pittige tijd was. 'Ik heb in anderhalf jaar tijd alle hoeken en gaten van de organisatie gezien. Wist 's ochtends niet wat ik 's middags te doen zou hebben. Rapporteerde rechtstreeks aan de directeur en heb dan ook veel van hem geleerd. Op mentaal vlak, qua flexibiliteit. Een periode

van hard werken. Belangrijke les uit die tijd is dat ik onder alle omstandigheden zakelijk mezelf wil blijven. Mensen moeten me nemen om wie ik ben, niet om de verpakking. Daarom draag ik zelden een pak; driedelig met stropdas is voor consultants, niets voor mij. Een goede band met bazen, collega's en klanten, daar draait het om. En als het even kan met een smile. Als een clown aan tafel? Graag, dat kan zolang ik presteer. Ik wil waar dan ook altijd mezelf blijven. De Dennis van aan de borreltafel is ook de Dennis waar mensen zaken mee doen. Transparant, recht door zee.'

Na zijn traineeship kiest Wertheimer voor een financiële functie. Hij wordt assistent van de controller, niet omdat het hem aanspreekt, maar omdat financiën een zwakke kant van hem zijn. 'Ik heb nu financiële bagage waarmee ik tot op de dag van vandaag op meerdere niveaus over onze cijfers mee kan praten. Ik wist toen al dat het niet mijn ding was, maar ik kan het iedereen aanraden.' In Rijswijk wordt Wertheimer vervolgens als salesmanager klaargestoomd om op den duur Maarten van Eijk op te volgen. Door diens overlijden in april 2007 komt zijn salescarrière in een stroomversnelling. 'Ad van den Heuvel was mijn leermeester. Het was ontzettend hard werken, maar we hebben ook >>

'Commercie ligt mij
van nature het meest.'

'Als een clown aan tafel? Graag, dat kan zolang ik presteer.'

heel veel lol gehad. Ik kreeg twee tot drie jaar de tijd om mijn commerciële talenten te bewijzen, maar ik wist al dat ik het kon. Commercie ligt mij van nature het meest. Waarom? Ik vind het leuk om contacten te leggen, dat gaat me ook makkelijk af. Ben van nature outcoming, open en er de figuur niet naar de hele dag op kantoor te zitten. Beheer van de key accounts. Service verlenen aan de filialen. Meedenken met projecten, oplossingen aandragen en klachten adequaat afhandelen. En dat allemaal omdat het de uitdaging is te proberen een klant meer te laten betalen voor het glas. Ja, commercie is mijn ding.'

Van netwerk naar basis

Na van 2004 tot 2007 in Rijswijk voor het vestigingennetwerk te hebben gewerkt, maakt Wertheimer de overstap naar het basisglas: hij wordt salesmanager Nederland en verantwoordelijk voor de key accounts België. Saint-Gobain maakt op het gebied van vlakglas een strikte scheiding tussen productie enerzijds en bewerking, handel en projecten anderzijds. 'Die structuur met Saint-Gobain Glass en Glassolutions stelt ons in staat basis- en bewerkt glas ook concurrerend aan derden te kunnen leveren. Als salesmanager in Nederland krijg ik nu een leidinggevende functie op het gebied van glas in de Benelux met zowel verantwoordelijkheden op het gebied van marketing als op het gebied van verkoop van het glas van onze floatproductie in Sambreville. Aan filialen, maar ook aan derden. Veelzijdig, uitdagend en samenhangend, want hoewel Glassolutions een eigen marketingstrategie voert, werken we natuurlijk wel met elkaar samen.'

Grote uitdagingen

Zijn grootste uitdagingen liggen in het bewaken van de omzet van de float-fabriek, het mede leiding geven aan een team van 330 Walen met Frans als voertaal en het samen met zijn marketing- en salesteam vermarkten van een product dat voor de consument nog steeds als commodity wordt ervaren. 'Onze float onderscheidt zich zowel op het gebied van extra helder als dikglas. Wereldwijd goed voor een omzet van meer dan 100 miljoen, waarvan het grootste deel nog steeds in de Benelux. We zullen veel veranderen. Niet de manier van produceren, lamineren en harden, maar wel de manier waarop we het vermarkten. Het is niet voor niets dat we met Better Interior, Better Living en Better Working zijn gestart. De consument opvoeden wat allemaal met glas kan. Wijzen op de mogelijkheden van comfort en energiezuinigheid. Duurzaamheid is een groot thema, waar we na de zomer vanuit de Life



Cycle Analyse samen, vanuit product en toepassing, inhoudelijk nog beter invulling aan zullen geven. Onze strategische visie op het gebied van verkoop en communicatie vormgeven en over zien te brengen op de markt. Daar heb ik ontzettend veel zin.'

Maar nu eerst wennen aan de nieuwe plek, zowel zakelijk als privé? 'Klopt, het is vooral prettig niet meer in hotels te hoeven leven, bij mijn gezin te zijn en met elkaar een eigen plek te hebben. In een internationale buitenwijk van Brussel ja, dus ook mijn kinderen krijgen het met de papelel ingegoten.' <

'Mensen moeten me nemen om wie ik ben, niet om de verpakking.'

