



WERELDWIJD MARKTLEIDER
IN COATED ALUMINIUM



ALUMINIUM IS HET MATERIAAL VAN DE TOEKOMST

Het materiaal is licht, sterk, corrosiebestendig en duurzaam doordat het oneindig recyclebaar is zonder kwaliteitsverlies. En bovenal: het is mooi.

Euramax is wereldwijd marktleider in het coaten van aluminium voor hoogstaande bekleding van gebouwen.

De meest futuristische creaties zijn mogelijk met de innovatieve aluminium panelen, die bovendien onderhoudsarm en daardoor kostenbesparend zijn. Euramax maakt de wereld mooier met een verantwoord product.

BATE BORISOV ARENA

BORISOV (BLR)
ALUNATUR - BRIGHT BLUSHED

VACATURE

PRODUCT MARKETING MANAGER



De Product Marketing Manager ontwikkelt samen met innovatieve engineers nieuwe productranges op basis van nieuwe innovaties en behoeften uit de markt. Hij/zij verbetert ook de marketingstrategie van de bestaande categorieën en voorziet de salesforce van de juiste input om optimaal te presteren.

LEES VERDER OVER DEZE VACATURE OP PAGINA 10

ZAC MASSENA BUILDING

PARIJS (FRA)
ALUNATUR - BRIGHT & ORANGE
GOLD BRUSHED



OVER EURAMAX



Euramax is in 1969 opgericht en is in bijna 50 jaar uitgegroeid tot technologisch specialist in het coaten van aluminium. Door vakmanschap zijn ze marktleider in hun segment en voeren ze indrukwekkende projecten uit in alle uithoeken van de wereld.

De producten van Euramax worden voornamelijk gebruikt in panelen voor dak- en gevelbekleding van gebouwen, maar ook voor bijvoorbeeld interieurs en caravans. State-of-the-art technologieën zorgen ervoor dat Euramax een enorm scala aan innovatieve afwerkingen op aluminium kan leveren in vrijwel alle kleuren en kwaliteitsniveaus. Zo inspireren ze architecten, constructeurs en ontwerpers wereldwijd met hun portfolio

van premium producten. Ze onderscheiden zich daarnaast op vakkundig objectief ontwerpadvies en flexibiliteit. Zo bieden ze klanten ook de mogelijkheid van op maat gemaakte ontwerpen en kleuren. Euramax heeft haar hoofdkantoor en productielijnen in Roermond en heeft verkoopkantoren in de Verenigde Staten, Duitsland, Engeland, China en Dubai.

RECORDOMZET EN NIEUW TALENT

Euramax is eigendom van Amerikaanse Private Equity investeerders, waaronder high land capital. Sinds de komst van Jan Timmerman (oud-Philips) als Managing Director in 2010 is Euramax zich gaan focussen op productleadership, het verhogen van servicelevels en het optimaliseren van de

salesforce. Toen Harmen Kruijt (oud-Akzo Nobel) zich in 2015 bij het team voegde als Marketing & Sales Director, heeft de Sales en Marketing afdeling een extra professionaliseringsslag ondergaan. Euramax is hierdoor sterk uit de crisis gekomen. Het bedrijf is in 2016 met 10% gegroeid en heeft in het eerste kwartaal van 2017 een recordomzet gedraaid. Nieuw talent wordt aangetrokken om verdere groei vorm te geven. Er werkt een hechte groep professionals met veel trots en passie bij Euramax. De corporate ervaring in het MT en het vakmanschap in de productielijn zijn een sterke combinatie.

WORLD MARITIME UNIVERSITY

MALMO (ZWE)
EURABUILD - UNI & METALIC FINISHES

MAGNIFIEKE PRODUCTEN

In Nederland worden er zulke kwalitatief sterke producten gemaakt dat, ondanks de sterke concurrentie uit Oost-Europa en Azië, ons land nog altijd een leidende positie heeft als het gaat om specialistische industrieën. Euramax is de enige onafhankelijke coater in de waardeketen: ze hebben geen belang bij welke panelen van het aluminium worden gemaakt en welk aluminium wordt gebruikt. Deze objectiviteit wint klanten. De kwaliteit van het product maakt dat Euramax door architecten wordt gespecificeerd als leverancier bij het presenteren van ontwerpen. En het groeiende bewustzijn onder architecten van de kwaliteiten van aluminium als esthetisch bouwproduct drijft de vraag verder op.

De eigenschappen van aluminium zorgen ervoor dat het product in de toekomst alleen maar meer gebruikt zal worden. Het is licht, oneindig recyclebaar, corrosiebestendig en in de handen van Euramax ook nog eens esthetisch en functioneel. Euramax voert 13 premium productranges met unieke kleuren en functionaliteiten. Bovendien hebben ze een digitale printlijn waarmee ook afbeeldingen op aluminium kunnen worden geprint. Een team van Innovation Engineers is continu in touw om het product verder te verbeteren en de breedte van toepassingen te vergroten.



HARMEN KRIJT
SALES DIRECTOR

“Toen ik voor het eerst bij dit bedrijf kwam was ik meteen onder de indruk van de prachtige dingen die er gemaakt worden. Euramax maakt de wereld mooier op een duurzame manier. Maar naast esthetica en duurzaamheid gaat het ook over functionaliteit.

Wij werken nu bijvoorbeeld mee aan een luchthaven in Mexico die naast een vulkaan staat. Na goede gesprekken met de architect zijn we met het idee gekomen om een laagje toe te voegen om ervoor te zorgen dat as er meteen afglijdt. Zoiets scheelt enorm in de onderhoudskosten.”

EXTREME OWNERSHIP

OWNERSHIP – DE EERSTE STAP NAAR ONDERNEMERSCHAP

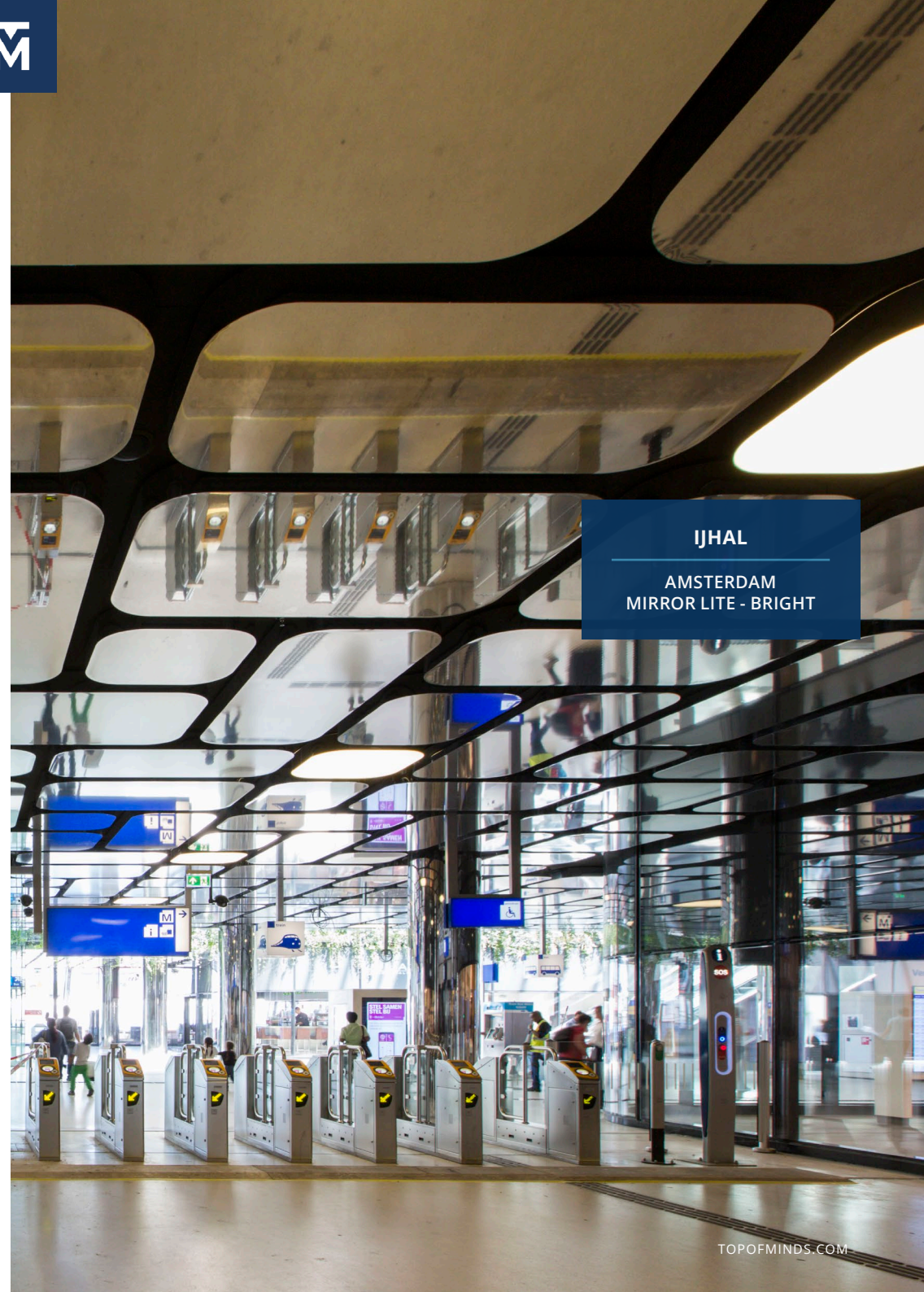
Euramax is een goede leerschool voor toekomstig ondernemers. Je krijgt ruimte, autonomie en verantwoordelijkheid. De ruimte om te winnen én onderuit te gaan.

Euramax is een wereldspeler met een geweldig sterk merk in haar niche, maar geen grote corporate met alle traagheid van dien. Het is een middelgroot bedrijf waar je veel invloed hebt op de koers van het bedrijf. Iedereen heeft veel ruimte om de eigen functie vorm te geven, waardoor politiek geen rol speelt. Bij Euramax betekent ondernemerschap verantwoordelijkheid en risico nemen. Ruimte om je achter anderen te verschuilen is er niet. Maar tegelijkertijd is er veel ondersteuning en een collectief vangnet.



JAN TIMMERMAN
PRESIDENT & MANAGING DIRECTOR

“Strategic Account Manager Nicole Rouwet (ex-Accenture) is een voorbeeld van jong talent dat we hebben aangenomen. Zij heeft op dit moment een van onze grootste klanten in haar portefeuille. Die klant worstelt op dit moment met operationele en technische uitdagingen. Nicole gaat daar volgende week op eigen initiatief naar toe om met ze te praten en een oplossing te zoeken. Het is een klant met een omzet van 15 miljoen. Als ze dit oplost gaat ons dat enorm veel opleveren. Dat soort ownership vind je niet veel.”



IJHAL

AMSTERDAM
MIRROR LITE - BRIGHT



DUURZAAMHEID

THE SQAIRE

FRANKFURT (DUI)
EURABUILD - SILVER METALLIC

Aluminium is vrijwel oneindig recyclebaar. In tegenstelling tot bijvoorbeeld staal, dat na iedere keer smelten steeds een lagere kwaliteit krijgt. Ook het productieproces bij Euramax is ecologisch verantwoord. Bijvoorbeeld de ovens waarin de coating gedroogd wordt. De vrijkomende oplosmiddelen worden teruggevoerd in het verbrandingsproces. Zo gaat er niets de lucht in. Deze duurzame kwaliteiten zorgen, samen met het lichte gewicht van aluminium, voor steeds meer

toepassingen. Ook in de automotive industrie wordt aluminium steeds meer gebruikt. Zo gaat Tesla nu aluminium panelen als bodemplaat gebruiken. Met het innovation team is Euramax continu aan het kijken hoe ze producten nog duurzamer kunnen maken. Biobased verven heeft bijvoorbeeld veel potentieel. Jan Timmerman: "Onze missie is het creëren van een leefbare, mooie wereld. Op dit moment woont ongeveer 20% van de bevolking in grote steden. Over 20 jaar zal dat 40-45% zijn.

Tel daar de bevolkingsgroei bij op en dan is het aantal mensen dat in steden woont verdrievoudigd. De gebouwen worden groter en hoger. Dan wordt het materiaal waar wij mee werken erg belangrijk. Het is licht en duurzaam. En met onze producten kan je heel levendige, onderhoudsarme gebouwen maken. Je wilt de steden leefbaar en aantrekkelijk houden, kleur is daarbij erg belangrijk."

A portrait of Nicole Rouwet, a woman with long reddish-brown hair, smiling and wearing a black top. She is standing in front of a blurred background that appears to be a trade show or conference with banners. The text 'Accelerating Performance' is visible on a banner behind her.

NICOLE ROUWET

OVER HAAR OVERSTAP NAAR EURAMAX
'HET GAAT ZOVEEL SNELLER HIER.'

Nicole Rouwet was Strategy Consultant bij Accenture en werkt sinds 2016 bij Euramax. Eerst in de rol van Strategic Market Developer en nu als Key Account Manager.

“Het Management Team is de reden waarom ik in eerste instantie voor Euramax heb gekozen. Jan en Harmen komen beiden uit de corporate wereld en ik herken wat ze willen. Jan is echt een leider die altijd op volle kracht vooruit wil. Harmen is een analyticus pur sang die continu wil verbeteren. Ik ben direct overal bij betrokken. Ik wil alle facetten leren binnen dit bedrijf en daar krijg ik ook de ruimte voor.

Hiervoor was ik Strategy Consultant bij Accenture en gaf ik advies aan bedrijven zoals KLM, NS en Nuon. Ik heb ontzettend genoten van mijn tijd bij Accenture en het was voor mij de perfecte start van mijn carrière. Je leert heel veel in een korte tijd over verschillende disciplines in meerdere sectoren. Daarnaast heeft het me veel waardevolle skills opgeleverd omtrent presenteren, beargumenteren en overtuigen. Ik kan die ervaring bij Euramax ontzettend goed gebruiken.

De advieswereld is natuurlijk wel heel anders dan de wereld waar ik nu in terecht ben gekomen. Bij Euramax is alles veel concreter, tastbaarder ook. Ik houd me bezig met fysieke producten die van een lopende band af rollen. Dat betekent ook andere doelen en hoogtepunten waar we naartoe werken. Bijvoorbeeld om een productiedeadline te halen voor een groot project in het buitenland. Of om bijvoorbeeld op het laatste moment nog de verf aangepast te krijgen en de producten op tijd op transport te krijgen. Dat zijn veel praktischere uitdagingen en in de oplossingen ervan heb je veel verantwoordelijkheid.

Ik zie dan ook direct impact en resultaat van mijn werk. Dat miste ik soms bij Accenture. Er is ook veel flexibiliteit. Het maakt niet uit hoe ik het doe, maar het moet af en het moet winstgevend zijn. Je hebt je baan hier in eigen hand. Als je een goed plan hebt dan mag je het uitvoeren.”



JAN TIMMERMAN
MANAGING DIRECTOR



CFO, OPERATIONS DIRECTOR &
SUPPLY CHAIN DIRECTOR



HARMEN KRUIJT
MARKETING & SALES DIRECTOR



ERIK PIJENBORG
MANAGER CUSTOMER SUPPORT



RENE DRIESSEN
PRICING ANALYST & PROJECTS

MARKETING
(5 FTE)

SALES TEAM
STRATEGIC
ACCOUNTS
(5 FTE)

SALES TEAM
TRANSACTIONAL
ACCOUNTS & CUSTOMERS
(10 FTE)

SALES TEAM
ARCHITECTURAL
ADVISORS
(4 FTE)

MARKET DEVELOPMENT

BRAND & PRODUCT DEVELOPMENT



VACANCY
PRODUCT
MARKETING MANAGER



NICOLE ROUWET
STRATEGIC MARKET
DEVELOPMENT MANAGER



PAUL VAN DER VIJGH
BRAND, DESIGN
& PRODUCT MANAGER



HENDRIK JONKMAN
SEGMENT MANAGER
RECREATIONAL VEHICLES



MARCELLO RANIERI
SEGMENT MANAGER
ARCHITECTURAL PRODUCTS



NANJING LUKOU INTERNATIONAL AIRPORT

NANJING (CHN)
EURAMICA - PEARL WHITE EXPO



EURAMAX

VACATURE

PRODUCT MARKETING MANAGER

Met de moderne productielijnen van Euramax is de productiecapaciteit op de korte termijn een gegeven. De groei van Euramax komt door de lijnen met steeds hoogwaardigere mogelijk product vol te krijgen. De Product Marketing Manager ontwikkelt een nieuwe portfoliostrategie en een duidelijke roadmap om deze strategie uit te voeren. Het doel daarbij is om nieuwe productranges te ontwikkelen op basis van marktinzichten en de laatste technische ontwikkelingen. De Product Marketing Manager weet deze nieuwe producten vervolgens goed in de markt te zetten. Daarnaast verbetert hij/zij ook de marketingstrategie van de bestaande categorieën en voorziet de salesforce van de juiste input om optimaal te presteren. Deze rol heeft direct impact op de groei van Euramax.



FERRARI WORLD

ABU DHABI (VAE)
EURABUILD - FERRARI RED

NIEUWE PRODUCTRANGES

Euramax heeft op het moment 13 premium productranges met unieke kleuren en functionaliteiten. De Product Marketing Manager ontwikkelt nieuwe productranges om het productaanbod van Euramax uit te breiden. Door gesprekken met klanten, architecten, salesmensen en fabrikanten van panelen weet de Product Marketing Manager precies welke wensen er in de markt zijn. Daarnaast is hij/zij altijd op de hoogte van de laatste technische mogelijkheden en is de drijvende kracht achter innovaties binnen het bedrijf.

Op basis van alle input onderzoekt de Product Marketing Manager, samen met het team van drie Innovation Engineers, wat bijvoorbeeld de mogelijkheden zijn voor een nieuwe coating met nieuwe kenmerken en functionaliteiten. Met een verfleverancier wordt daarna bekeken of de specificatie gemaakt kan worden. Een nieuwe productrange kan bijvoorbeeld een nieuwe categorie zijn met specificaties die perfect zijn voor gebruik bij vliegvelden. Of een product speciaal gemaakt voor het gebruik in elektrische auto's.

De Product Marketing Manager activeert vervolgens het nieuwe

product met een goed uitgedachte productmarketingstrategie. Van eerste idee tot het in de markt zetten is hij verantwoordelijk.

NIEUWE BIOBASED-LIJN

Een van de mogelijke nieuwe productranges is een volledige biobased-lijn, waarbij de coating volledig geproduceerd is op basis van hernieuwbare grondstoffen van biologische oorsprong. Samen met de eigenschappen van aluminium ontstaat zo een sterk duurzaam product. Vragen die onderzocht moeten worden zijn: Is het technisch mogelijk? Is er behoefte aan in de markt? En heeft een biobased verf inderdaad betere impact op het milieu? De Product Marketing Manager bekijkt daarbij naar mogelijke samenwerkingen met innovatieve partijen. Een complete biobased productrange, mét onderbouwing en certificering, waardoor bijvoorbeeld ook architecten hun gebouwen groener kunnen presenteren, zou een winnaar kunnen zijn.

OPTIMALISATIE MARKETINGSTRATEGIE

Euramax staat bekend om de flexibiliteit alle mogelijke kleuren te kunnen leveren. Maar het is ook zaak om de complexiteit aan de productiekant zo laag mogelijk te houden. De Product Marketing Manager optimaliseert hiervoor de totale marketingstrategie.

Hij/zij instrueert de Account Managers en salesmensen op welke producten en klanten de focus ligt en welke prijsacties gevoerd worden.

KANDIDAATSPROFIEL

De Product Marketing Manager ontwikkelt snel een duidelijke visie en weet deze goed uit te dragen binnen en buiten het bedrijf. Hij/zij bouwt hiervoor goede relaties op met veel externe partijen zoals leveranciers, klanten, architecten en salesmensen. Ook intern moeten mensen goed worden aangestuurd om succesvol te kunnen zijn. De Product Marketing Manager heeft affiniteit met het product, is technisch georiënteerd en heeft minimaal vijf jaar ervaring in een B2B marketing omgeving. Hij/zij rapporteert direct aan de Marketing & Sales Director, Harmen Kruijt.



INTERVIEW MET JAN TIMMERMAN & HARMEN KRUIJT



Jullie hebben beiden een achtergrond bij een grote corporate, Philips en Akzo Nobel. Waarom hebben jullie daarna voor Euramax gekozen?

Jan: "Ik heb 20 jaar bij Philips gezeten, 10 jaar in de operatie en 10 jaar in marketing, sales en business management. Ik was begin 40 toen ik werd toegelaten tot de top-50 van Philips. Ik was de jongste daar. Maar wat ik minder leuk vond, is dat je steeds bedrevener moest worden in politiek. Stakeholder Management was zelfs een van de competenties die Philips belangrijk vond. Waar het volgens mij om moet gaan is dat je een gave groep mensen hebt en samen een visie en missie hebt

en daarmee aan de slag gaat. Ik heb toen een lijstje gemaakt waar mijn volgende job aan moest voldoen. Het product moest mij erg aanspreken en ik wilde werken in een internationale omgeving. Een omgeving waar ik aan de ene kant de vrijheid kreeg om te doen wat ik dacht dat goed was voor een bedrijf en aan de andere kant wist dat ik moest performen. Dat werd dus Private Equity en bij Euramax."

Harmen: "Ik wilde verantwoordelijkheid en zelf ondernemen. Je krijgt bij Euramax veel meer gedaan en leert daar van. Je kunt veel meer sturing geven en daardoor is de bevrediging die je

uit je werk haalt groter. Aan de ene kant hebben we de Private Equity met de Amerikaanse cultuur. Die zijn erg nummer-gedreven en schakelen snel. Maar ze vertellen nooit hoe wij het moeten doen, wat autonomie geeft. Aan de andere kant is het een sociaal bedrijf waar de mensen die hier werken veel om geven. Daar heb ik heel veel affiniteit mee. En als je die werelden weet te verbinden dan kan je veel bereiken."

De meeste PE-investeringsmaatschappijen willen het liefst geen risico nemen met een Managing Director die van een corporate komt. Ze willen liever iemand die zich eerder met een vergelijkbaar groot bedrijf heeft bewezen. Waarom hebben ze in dit geval toch iemand gekozen die van Philips komt?

Jan: "Ik denk dat ze het aandurfdën omdat ik veel ervaring had in de operatie bij Philips. Op mijn 28e ging ik al naar China. Philips had daar toen net een bedrijf gekocht en ik mocht dat gaan runnen. Dat heb ik drie jaar gedaan. Dat was een andere tijd dan nu. Toen was bijvoorbeeld internet, zeker in China, niet zo toegankelijk als nu. Daarna ging ik naar Mexico. Daar hadden we drie grote bedrijven met totaal 2.000 man personeel. We maakten daar 500.000 dollar verlies per maand. Na een paar jaar was dat 600.000 dollar winst per maand. We hebben fabrieken verkocht, gesloten en nieuwe gebouwd in die paar jaar. Dus ik heb veel hands-on managementervaring."

Wat gaf voor jullie de doorslag om te kiezen voor Euramax?

Harmen: "Ik was binnen Akzo een van de jongste Business Directors en had een enorme behoefte aan een meer ondernemende omgeving. Ik wilde meer impact hebben en beslissingen nemen en die ik meteen in de P&L kon zien. Ik heb kritisch rondgekeken. Uiteindelijk heb ik voor Jan gekozen. Ik vond ik hem iemand met wie ik graag wilde werken en waar ik me enorm aan kon relateren. Daarnaast houd ik ervan dat je binnen een industriële context een premium speler bent. Vanuit Akzo kende ik Euramax. Ik zag het potentieel en zag wat er goed en wat er niet goed was. Ik wist wat hier verbeterd kon worden en hoe ik snel impact kon hebben."



Jan: “Toen ik besloten had dat ik iets anders wilde, had ik redelijk snel een lijst van drie bedrijven die voldeden aan mijn eisen. Euramax stond in eerste instantie onderaan. Het zou een van die andere twee worden. Toen wilde Euramax toch graag dat ik even kwam praten. Het idee was dat ik een half uur langs zou komen, maar het gesprek duurde uiteindelijk 3,5 uur. Ik zei dat ik in hun situatie zou inzetten op innovatie en investeren. Die visie sprak hen aan.”

Dat laatste is bijzonder, want je kwam middenin de crisis bij Euramax. Bij Private Equity zou je eerder verwachten dat ze het bedrijven willen uitkleden om zo het laatste geld eruit te halen.

Jan: “Ja, maar zo zit ik niet elkaar. Ik geloof in bouw en in groeien. Het makkelijkste is om te snijden en te saneren, maar de kunst is om met een goede groep mensen iets neer te zetten en te laten groeien. Dus ik zei: we gaan investeren en inzetten op productleadership. We gaan marketeers en engineers aannemen, een innovation roadmap neerzetten. We gaan in nieuwe lijnen investeren en sales kantoren in het buitenland

opzetten. Die ruimte kreeg ik, dus dat zijn we ook gaan doen. En het resultaat is dat we nu de meest innovatieve producten hebben en de grootste productrange. En mede dankzij Harmen nu ook een heel effectief saleskanaal. We groeien enorm en boeken erg goede resultaten.”

Hoe werken jullie samen?

Harmen: “Wij zijn heel open tegen elkaar en tegen andere collega's. We zijn niet bang om de waarheid te vertellen en geven over en weer feedback. Bovendien zijn we beiden gedreven om het beste te doen voor ons bedrijf en voor onze mensen. Het is een combinatie van resultaatgedrevenheid en goed begrijpen dat het om het proces en de mensen moet gaan.”

Wat leer je als professional bij Euramax?

Harmen: “Wat je hier leert is hoe het is om zelf geld te verdienen. Dat is iets wat je bij een corporate of consultancybureau vaak niet echt merkt. Daar maak je je vaak niet druk of er wel genoeg business is. Die business is er bij een corporate gewoon vaak wel omdat het bedrijf zo groot is dat er relatief weinig concurrentie

is. In een corporate omgeving zijn alle processen en systemen om te kunnen werken vaak geregeld. Dat is hier niet altijd zo en dan moet je het zelf bouwen. Je heb je hier veel ruimte om je rol heen. Er zit hier niemand naast je die ongeveer hetzelfde doet. Je bent in je eentje verantwoordelijk en leert echt alle facetten van je werk kennen. Maar tegelijk is het wel een klein bedrijf en werk je wel nauw samen met mensen die verder zijn in hun carrière. Ik ben zeven jaar verder in mijn carrière dan Nicole. Daardoor kan zij goed bij mij afkijken. Op mijn beurt kan ik leren van hoe Jan dingen doet.”

Wat zijn verder grote verschillen tussen een corporate en een bedrijf als Euramax?

Harmen: "Je bent hier zowel met de korte termijn als de lange termijn bezig. Bij een corporate liggen die rollen vaak niet bij dezelfde persoon. Dat betekent dat je hier schakelt tussen enerzijds operationeel werk en anderzijds moet je ook nadenken wat je nu moet doen om over twee of drie jaar succesvol te zijn. Dat zijn twee verschillende assen. Ik ken weinig mensen die dat goed kunnen. En dat is iets waar je hier dagelijks mee bezig bent."

Wat zeggen jullie tegen mensen die hier willen komen werken?

Jan: "Dat is iets wat ik letterlijk tegen Nicole heb gezegd tijdens haar sollicitatie. Als jij hier komt om je pensioen te halen, dan is dit het verkeerde bedrijf. Maar als je zegt: 'ik wil hier heel veel leren de komende jaren en echt met mijn voeten in de modder staan. Ik wil ontzettend gave uitdagingen hebben en meedoen met het bedrijf.' Dat is wat we zoeken. Je krijgt hier ontzettend veel verantwoordelijkheid. En als het misgaat voel je dat ook, maar je leert er enorm veel van."

Met de rollen die jullie nu zoeken zetten jullie in op uitbreiding van de portfolio. Hoe ziet de toekomst voor Euramax er verder uit?

Jan: "We willen doorgaan met het mooier maken van de wereld. Het is een spannende periode voor ons. We staan met Euramax weer aan het begin van een nieuwe bedrijfscyclus. De mensen die we nu zoeken geven dat ook aan. Daarnaast doen we het erg goed, wat zorgt voor een nieuwe dynamiek. We zijn een snelgroeiend, erg winstgevend bedrijf dat zich in een premium segment bevindt en Private Equity-owned is. Dat levert veel opties en mogelijkheden op. Dat zorgt er ook meteen voor dat dit een erg interessant moment is om bij Euramax in te stappen. Er zijn veel verschillende en spannende toekomstscenario's te bedenken."



HAUPT BAHNHOF

WENEN (OOS)
EURABUILD - UNI & METALLIC
FINISHES

CONTACT



AUKE BIJNSDORP
MANAGING PARTNER
Auke@topofminds.com
+31 20 7600 776