



## 100 jaar Toro, een eeuw vol innovatie

Toen John Samuel Clapper op 10 juli 1914 de 'Toro Motor Company' oprichtte, had hij niet kunnen bedenken wat de toekomst voor hem in petto had. Binnen slechts vier jaar zou het bedrijf zijn eerste golfmachine op de markt brengen en in 1920 zou hij het eerste patent voor een open maa tractor aanvragen.

Auteur: Mark Alexander (Golf Management Europe)

Toro heeft ondertussen meer dan 800 Amerikaanse patenten vergaard en alleen al in 2012 werd meer dan 60 miljoen dollar geïnvesteerd in research & development. Geen slecht resultaat voor een bedrijfje dat ooit werd opgericht om motoren voor kleine tractoren te fabriceren. Heden ten dage wordt Toro in minimaal 90 landen verkocht en heeft het meer dan 5.000 werknemers en een jaaromzet van meer dan twee miljard dollar.

De lijst van klanten zou ieder bedrijf doen waterdansen. Grote namen prijken erop: St. Andrews Links Trust, Wimbledon, Pinehurst Resort & Country Club, Royal Liverpool Golf Club (standplaats van de 2014 US Open-spelen), Gleneagles (locatie van de Ryder Cup in 2014) en het Walt Disney World Resort.

Bij het honderdjarig bestaan, dat met verschillende evenementen en festiviteiten over de hele wereld wordt gevierd, wil men ook de markt meenemen in de honderdjarige geschiedenis met de lancering van een speciaal voor deze gelegen-

heid ontworpen website ([www.thetorocompany.com/100](http://www.thetorocompany.com/100)) en een kroniek over een eeuw innovatie, die de lezer tot nadenken moet stemmen.

### Innovatie

Hoewel Clapper het bedrijf een eeuw geleden oprichtte en het in 1918 zijn eerste stappen in de golfwereld zette, was de eerste echte innovatie pas een jaar later een feit. Toro werd benaderd door de Minikahda Club in Minneapolis om een gemotoriseerde fairwaymaaier te ontwerpen, met als doel de door paarden getrokken exemplaren te vervangen. Door vijf maaiers aan de voorkant van een tractor te monteren, heeft Toro feitelijk het startschot gegeven voor de uitgebreide lijn golfbaanmachines die we anno 2014 op golfbanen tegenkomen.

Mede dankzij de Toro machine werd Minikahda Club de standplaats van de US Amateur Championships, de Walker Cup en het US Women's Amateur Tournament, waarna het

door Toro vervaardigde apparaat over de hele wereld zou worden ingezet om gerenommeerde golfbanen in topconditie te brengen voor de start van belangrijke toernooien. Naast hoogtepunten waren er ook dieptepunten. De Toro Motor Company werd opgericht in de maand voorafgaand aan het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog en in januari 1929, slechts tien maanden voor het instorten van de aandelenmarkt, bood Toro zijn eerste aandelen aan voor \$ 1,40 per stuk. Een slechtere timing was bijna niet denkbaar.

Toro reageerde daarop met de introductie van de eerste op benzine lopende grasmaaier en de Power Roller, die in de daaropvolgende 30 jaar massaal in gebruik werden genomen door zowel scholen, tennisclubs en golfbanen als onderhoudsbedrijven en gemeentelijke onderhoudsdiensten. Toro greep ook kansen, als de gelegenheid zich voordeed. In 1948 nam de Toro Motor Company een collega-bedrijf over: Whirlwind uit Milwaukee, een producent van cirkelmaaiers.



Toro's vierde directeur, David Lilly, noemde deze zakelijk gezien uiterst slimme zet 'een van de beste zakelijke beslissingen die we ooit hebben genomen'. Het staat als een paal boven water dat deze overname de consumentenomzet een enorme boost heeft gegeven en er tevens voor heeft gezorgd dat Toro erkenning kreeg als internationaal merk. Iemand die deze groei van dichtbij heeft meegemaakt, is Barry Beckett, Toro's senior marketingmanager voor de internationale markt. Beckett, die 28 jaar ervaring in sales en marketing heeft en een bovengemiddeld aantal airmiles, stond de afgelopen 30 jaar in het middelpunt van alle promotionele activiteiten. De geschikte persoon dus om de impact die Toro tot nu toe heeft gehad te evalueren.

'Wij zijn een globaal opererend bedrijf geworden, met mensen die over de hele wereld gestationeerd zijn', aldus Beckett, 'en we zullen ons verder blijven ontplooiën, in overeenstemming met de veranderingen en ontwikkelingen die wereldwijd en binnen ons marktsegment plaatsvinden.' Beckett vervolgt: 'De afgelopen 15, 20 jaar is veel technologie compleet veranderd. Als je een zelfrijdende maaier van zo'n 30 jaar terug bekijkt en vergelijkt met een modern model, dan is er zo veel veranderd dat je de twee nauwelijks met elkaar kunt vergelijken. Maar al deze verbeteringen zijn stapsgewijs ontstaan. Zoiets gebeurt niet van de ene op de andere dag. De verwachting is tegenwoordig dat machines groter, beter, sneller, lichter en goedkoper zijn, maar er gaat tijd overheen om dergelijke apparatuur te ontwikkelen.' Beckett geeft verder aan dat de focus op innovatie niet stopt bij het op de markt brengen van een nieuw model of de ontwikkeling van een vernieuwde technologie. Om de kansen die door innovatie ontstaan optimaal te benutten, investeert Toro op grote schaal in de scholing van

medewerkers. Beckett: 'De medewerkers van Toro hebben een uitstekende arbeidsmoraal. Daardoor hebben wij als bedrijf de middelen en de faciliteiten om door te groeien. Toen ik bijvoorbeeld net bij Toro begon te werken, gebruikten we nog geen computers. Alles werd op papier gedaan. Met de opkomst van het digitale tijdperk moesten we ons aanpassen en kregen we van het bedrijf de nodige training om zowel software als hardware te leren begrijpen.'

## De meest recente innovatie is de bekroonde precisie-bodemsensor, de eerste draadloze vochtigheidssensor

### Groundsmaster 5900

Op dit moment komt het innovatieve karakter van Toro volop tot uitdrukking in ontwerpen voor innovatieve machines, bijvoorbeeld de Groundsmaster 5900-serie, die in 2008 op de markt is gebracht en die greenkeepers en fieldmanagers de mogelijkheid biedt om een hectare land binnen vijf minuten te maaien; of de Groundsmaster 360, gelanceerd in 2010, die over vierwielbesturing beschikt.

De meest recente innovatie is echter de bekroonde precisie-bodemsensor, de eerste draadloze vochtigheidssensor met de particuliere markt als doelgroep. Daarnaast werd ook de Infinity-serie golfsprinklers gelanceerd. Deze laatste innovatie stelt onderhoudspersoneel in staat om snel toegang te krijgen tot de interne componenten van een sprinkler, zonder daarvoor te hoeven graven. Het ziet er niet naar uit dat Toro zijn innovatie-

tempo voorlopig zal vertragen. 'Het gebruik van computerapplicaties zal binnen onze bedrijfstak alleen maar toenemen', voegt Beckett hieraan toe. 'De volgende generatie in opkomst – iedereen onder de 30 – zal met computers zijn opgegroeid. In plaats van er weerstand tegen voelen, zal deze generatie in bedrijfsmatig opzicht vertrouwen op de inzet van computerapparatuur. Als deze jongens de topfuncties gaan veroveren, zal er vraag ontstaan naar computertechnologie die hen van de noodzakelijke informatie voorziet om intelligente beslissingen te nemen. Daarom is het zo belangrijk dat wij ons als bedrijf ook op dit gebied blijven ontplooiën.'

Toro's geschiedenis laat een overvloed aan strategische beslissingen zien, zowel in goede als in mindere tijden. Kennis van de markt en het voortdurend streven naar innovatie hebben het bedrijf naar een globaal niveau getild, met een herkenbaar logo op een bijna eindeloos scala van golfgerelateerde apparatuur, van fairwaysprinklers tot de maaiers die in de vroege ochtend een perfect groen tapijt produceren.

Na een eeuw van innovatieve ontwikkelingen heeft Toro een plek in het golflandschap veroverd die zo herkenbaar is als de geur van het gras op een vers gemaaid golfbaan. Het is tijd voor een feestje.



Stuur of twitter dit artikel door!

Scan of ga naar:

[www.greenkeeper.nl/artikel.asp?id=9-4616](http://www.greenkeeper.nl/artikel.asp?id=9-4616)