

BIZ.VOM: meerwaardecreatie bij jobcoaters

i VOM
Veerle Fincken

Vaak wordt de vraag gesteld: wat kan VOM voor mijn business betekenen? Als antwoord op deze vraag lanceerde het vakblad VOM INFO "BIZ.VOM", een overlegmoment met VOM-leden om actuele uitdagingen in onze markt inzichtelijk te maken. Op 7 maart vond een rondetafelgesprek **BIZ.VOM** plaats met leveranciers, oppervlaktebehandelaars en opdrachtgevers om de uitdagingen van de jobcoaters voor het voetlicht te brengen. Hierna volgt het relaas dat meteen ook de aanzet van dit themanummer is.

VOM INFO had het genoeg volgende deelnemers te verwelkomen: Amaury Berghmans (WSB), Gino Dutoit (Sade/Voestalpine), Koen Michiels (Infosteel), Peter Nauwelaerts (Alural group & Reynaers) en Filip Vandekerckhove (Sima) en Dominique Verleysen (Chemetall). De groep werd aangevuld met redactiemedewerkers Veerle Fincken en Frank Schelfaut.

INLEIDING

Looncoaters zitten vaak vast aan hun productiemethodes terwijl hun klanten steeds meer eisen stellen en de te behandelen materialen steeds exotischer worden. Ook bestaat de trend om voorgelakt en geconserveerd materiaal in te zetten. De marktintroductietijd (Time to Market) wordt steeds korter. Van toeleveringsbedrijven wordt verwacht deze trends mee te volgen. Hoe kan een jobcoater zich blijven profileren? Waar ligt zijn meerwaarde?

In de markt zijn nieuwe en/of recyclede substraten beschikbaar die reeds een oppervlaktebehandeling hebben ondergaan of nieuwe eisen stellen aan de voorbehandeling. Is dit te beschouwen als een competentie die onttrokken is aan de oppervlaktebehandelaars, of beschouwt een coater dit als een goede zaak?



Vlnr: Peter Nauwelaerts & Filip Vandekerckhove

De drijfveer van staalproducenten is materialen aan te bieden met een betere corrosieweerstand maar met een geringer gewicht zodat minder grondstoffen verbruikt, lees goedkoper worden. In de staalbouw spreekt men tegenwoordig van duurzaamheid/lifetime van 40 à 50 jaar. Zo winnen staalsoorten met diverse Zn/Mg - legeringen, voorgelakt bandstaal, silaan gebaseerde deklagen aan belang. Echter deze (conversie)lagen zijn zeer gevoelig voor contaminaties en verdere mechanische bewerkingen. Jammer genoeg heeft de coater geen kennis van de voorgeschiedenis van deze nieuwe materialen, en in het bijzonder van de door de leverancier aangebrachte voorbehandelingen.

Ook ziet men zeer uiteenlopende ontwikkelingen in buiten- en binnentoepassingen van staal. Vaak is een duurzaamheid van 15 jaar niet gewenst. Het is daarom zeer belangrijk dat de jobcoater weet heeft van de lokale opstelling van de werkstukken om zo het juiste coatingsysteem, de juiste kwaliteit aan de juiste prijs te bieden.

Peter Nauwelaerts deelt zijn ervaring in de alu-markt. Men merkt een toenemende trend van gerecycled aluminium, ook in de automobiël. Een trend die alleen maar toegejuigd kan worden maar ook kanttekeningen heeft. Kritische elementen zoals

Zn en Mg zijn bepalend voor een verdere afwerking van het aluminium, zeker bij anodisatieprocessen en chemische voorbehandeling. Voor het poedercoaten ervaart men minder problemen. Dit betekent dat een scheiding van alu-schroot in verschillende stromen noodzakelijk is om kwalitatieve substraten aan te bieden voor diverse sectoren.

In de praktijk ziet men nog te vaak dat prijs de bepalende factor is om voor een welbepaalde coating te kiezen en dat de kennis over coatingsystemen ontbreekt. Als jobcoater blijft het uw taak om kennis te verzamelen rond nieuwe substraten en deze door te geven aan uw klanten om zo kwalitatief werk te blijven aanbieden.

Kunnen looncoaters extra business genereren door zich te profileren als dienstverlener van oppervlaktebehandelingen in opdracht van opdrachtgevers en/of geïntegreerde bedrijven? Dus méér verkopen dan enkel maar een coating.

Logistieke dienstverlening is zeer belangrijk. Denken we aan het voorzien van de juiste rekken om gelakte materiaal te transporteren, het aanbrengen van barcodes, meubelbeslag wordt selectief gelakt, ed. Vroeger betaalde men een prijs per m². Nu betaalt

men een pakket. In de automobiel stellen we 2 strekkingen vast. Enerzijds worden samengestelde onderdelen in zijn totaliteit aangeleverd om JIT te kunnen leveren. Een bumper wordt bijvoorbeeld met al zijn onderdelen aangeleverd.

Anderzijds nemen toeleveringsbedrijven aan OEM 'ers deze taken niet op zich omwille van aspect rond eindverantwoordelijkheid. Philip Vandekerkhove geeft aan dat een investering in apparatuur meestal gecombineerd wordt met een onderhoudscontract om zo de klant voor jaren gerust te stellen over zijn aankoop.

Koen Michielsens meldt dat in naast het afleveren van een kleurgarantie van 10 jaar in de utiliteitsbouw meer en meer een duurzaamheid gevraagd die reikt tot 30 à 40 jaar. Om aan dergelijke eisen te voldoen, vertrouwt een lakbedrijf heel vaak op zijn leverancier.

VOM geeft aan haar leden de raad om open te staan voor nieuwe of bijkomende businessmodellen. Als je bijvoorbeeld je klant kan bijstaan gedurende de levensduur van zijn product, dan kun je je product in een latere fase nog eens valoriseren. Hierbij ontzorg je de klant zodat hij zich kan bezighouden met zijn core business.

Niet alleen worden de substraten exotischer en complexer (denk o.a. 3-D geprinte oppervlakken) maar ook worden soms eisen in het lastenboek opgenomen waaraan het loonbedrijf moeilijk kan voldoen. Moet of kan VOM hier een rol spelen, bv. door de opdrachtge-



Frank Schelfaut



Dominique Verleysen

vers (architecten, studie bureaus) beter te informeren over wat kan en niet kan in de oppervlaktebehandeling?

Hoe vaak krijgt een coater niet de vraag van zijn klanten "kunt ge dat eens lakken of galvaniseren?" zonder enig benul te hebben van de complexiteit van onze technologie. Alle aanwezigen bevestigen bovendien dat zij ofwel te laat in het project betrokken zijn ofwel dat er volledig foute ontwerpen worden afgeleverd die technisch of qua vormgeving gewoon niet behandeld kunnen worden. Projecten worden afgevoerd of leiden tot verlies van geld, middelen en tijd! Er is dus nog steeds een duidelijke knip tussen ontwikkelaars en uitvoerders! Dominique Verleysen is hevig voorstander om een opdracht of een lastenboek grondig te overlopen met alle betrokken partijen zodat men inzicht krijgt in proces en prestaties en duidelijke afspraken kan maken.

De klant is niet voldoende geïnformeerd over de mogelijkheden van bepaalde technieken. Koen Michielsens zou aanbevelen om zich rechtstreeks te richten naar de aankoopverantwoordelijke van de maakindustrie in plaats van de bouwheer en architect aan te spreken. Reden is dat de maakindustrie rechtstreeks baat heeft bij een kwalitatief coatingsysteem in de afwerking van zijn eigen product. Denk maar aan een grasmaaier, airco-toestel, kantoormeubilair, ed. Een slechte oppervlaktebehandeling wordt niet aanvaard.

Zien we een trend van outsourcing naar insourcing van coatings in de maakindustrie? Hoe kunnen we dit verklaren?

We zien het meer en meer, bedrijven die zich meer geïntegreerd gaan organiseren. In de hoek van hun productiehal zetten ze een laklijn, een badenreeks, een summier voorbehandeling zodat ze zelf aan de slag kunnen gaan. Ze verwachten op deze manier flexibeler te kunnen werken om sneller hun eigen klanten te bedienen. Of de kwaliteit ook beter is, valt nog af te wachten want er is vaak geen expertise aanwezig. En hier schuilt de paradox! Op wereldschaal bekeken kunnen we stellen dat de Belgische bedrijven gekend zijn om hun hoge kwaliteit! Dat staat als een paal boven water! Looncoaters moeten zich hiervan bewust zijn! We kopen half afgewerkte fabricaten aan in het verre Oosten maar doen hier de finishing ervan. In de US zijn lakbedrijven die



Gino Dutoit



Koen Michielsens

de hoge esthetische kwaliteit kunnen leveren zeldzaam. Zij kijken voornamelijk naar toelevering vanuit het Europese continent. Iedereen is het erover eens: als kwaliteit de reden zou zijn om te gaan insourcen dan heeft de professionele looncoater een serieus probleem. De missie van VOM, IN-FOSTEEL en andere brancheorganisaties is kwaliteit blijven promoten! Zorg ervoor dat bedrijven elkaar leren kennen en een platform hebben waar technologietransfer centraal staat.

De marktintroductietijd (Time to Market) wordt steeds korter. Oppervlaktebehandeling is meestal de laatste stap in het productieproces. Worden we genoeg betrokken bij de engineering en ontwerp van nieuwe ontwikkelingen. Wat zijn de gevolgen en uitdagingen? Hoe gaan we daar mee om?

Nieuwe technieken en processen dienen zich aan, maar zijn ze even baanbrekend als beloofd? Dunnere lagen, betere chemie, meer functionaliteiten, verlengde levensduur van gecoate objecten, duurzame technieken, ed. De marktintroductie verloopt traag en onzeker. Kortom de techniek is geëvolueerd in golfbewegingen. Nieuwe technieken scoren goed op een domein en weer minder op een ander domein. Amaury Berghman verwijst naar de inzetbaarheid van watergedragen verven. Nog steeds geen baanbrekende product dat alle voordelen evenaart en alle nadelen wegwerkt van een solventhoudende verf. Vandaar dat de staalmarkt vaak blijft vasthouden aan "vertrouwde" technieken. Een ander voorbeeld is de vervanging van chromatatie op verzinkte materialen. Chemieleveranciers zoeken nog steeds naarstig naar Cr6+ vrije betaalbare toepassingen met gelijke prestaties. De uitdagingen in de sector zitten eerder in de steeds kortere leveringstermijnen die de wendbaarheid van een organisatie serieus op de proef stelt, vaak ten koste van het kwaliteitsbewust denken.

Niche technologieën en applicaties liggen meestal buiten de comfortzone van een loonbedrijf. Het zou echter onverstandig zijn om niet, of te laat, in te stappen in toepassingen die later mainstream (kunnen) worden. Hoe gaan jobcoaters daar mee om?

Een belangrijke bron van info/vernieuwing voor de KMO, komt van de leveranciers. Maar eigenlijk moet vernieuwing komen van de klant. Wie in een niche kruipt moet experimenteren. De klant moet een vraag neerleggen en samen met zijn toeleveran-



Amaury Berghmans

ciers een antwoord gaan ontwikkelen. Als de klant een meer duurzaam proces wenst om zijn imago te sieren dan moet dit samen ontwikkeld worden en kan de jobcoater niet alleen verantwoordelijk worden gesteld voor deze investering.

Conclusie van het boeiende gesprek is dat de rol van jobcoaters is kwaliteit en professionalisme aan de dag blijven brengen zodat hij zich kan opstellen als een efficiënte en kwalitatieve capaciteitsaanbieder. Hij moet meedenken met zijn klant en met de technologie. Hiervoor moet hij zich laten omringen met expertise van leveranciers, collega's en de brancheverenigingen.



WSB Finishing Equipment biedt producten en diensten aan op het vlak van voorbehandeling en oppervlaktebehandeling, lijm- en kitapplicaties maar ook systemen voor het transporteren van vloeistoffen. Kwaliteit, veiligheid en milieuzorg staan hierbij centraal. Met 48 medewerkers in België en Nederland heeft WSB een compleet team om een optimale service te bieden naar iedere klant in de gehele Benelux, klein en groot.

De merknaam WSB omvat producten en diensten van: WAGNER, WALTHER-PILOT, REINHARDT-TECHNIK, TITAN, SATA, RUPES, EUROMAIR, B-TEC en HONEYWELL.

CONTACT

Veilinglaan 56-58 • 1861 Wolvenstem

Amaury Berghmans, Sales Engineer

M: +32 (0)499 51 12 30 • T: +32 (0)2 269 46 75

Amaury.berghmans@wsb-benelux.be • www.wsb-benelux.eu