



Groeien en bloeien

Een paar jaar geleden werd in dit blad hoopvol geschreven over dubbele groei cijfers voor de poedercoatindustrie. Binnen deze inmiddels breed ingevoerde en technisch volgroeide oppervlakte techniek werd vanwege de aanhoudende prijsdruk terugverlangd naar de dubbele groei cijfers van de jaren zeventig. In de daarop volgende jaren kon op die vermelding niet bepaald met vakmanstrots teruggekeken worden, noch markttechnisch noch redactioneel. De verhoopde doorbraak van poedercoaten van MDF kwam niet los, en de markt kende daarentegen juist een stagnatie, in 2005 zelfs en krimp in de twee belangrijkste landen Italië en Duitsland.

Er moet een hoop nieuw werk te spuiten zijn voor dubbele groei cijfers. Of er moet een heel afzetgebied bij komen. Nog altijd wordt MDF dan als reddende engel genoemd. Maar wat blijkt: daar wachten we nog steeds op. Toch groeide de Duitse poederproductie in 2006 met maar liefst 12% in volume en 11% in waarde.

Dat neemt niet weg dat er de laatste jaren - zeker in Duitsland - vooral op kostenreductie geïnvesteerd is. Tal van kwaliteitsverbeteringen werden slechts mondjesmaat doorgevoerd, en ook grootschalige rendementsverbeteringen werden vooruitgeschoven. Nu buitelt iedereen over elkaar heen met diepte-investeringen.

Toen het rustig was, was er tijd om in kennis te investeren. Dat kost in de vorm van opleidingen relatief weinig geld. Maar als je de *troubleshoot*-lezingen op seminars bijwoont, en de voordrachten over veel voorkomende problemen op congressen, ga je je toch echt afvragen hoe het komt dat dergelijke alledaagse applicatiefouten nog zo veel voorkomen. Vaak is het zelfs goedkoper om de fout níét te maken, bijvoorbeeld als die door overdikte veroorzaakt wordt.

Als iedere poedercoater zijn laagdiktebeheersing optimaliseert, zijn de dubbele groei cijfers trouwens sowieso verleden tijd.

Spuut uw redactie ook met overdikte? Vier jaar op rij is de pagina-omvang verhoogd en sinds de invoering van kleurendruk (januari 2003) is de bladspiegel compacter gemaakt...

Onlangs werd de lezersenquête gehouden, hetgeen na de redactie adviesraadvergadering van maart tot een iets aangepaste redactionele uitvoering gaat leiden. Want je moet een voorhoedevisie, die behoort bij de signaleringsfunctie, combineren met marktvoeling. We willen enerzijds als redactie niet op ons geweten hebben, dat men achteraf zegt "waarom stond dat nooit in het VOM-blad???" Anderzijds past een deel van die kennis evengoed in (internet)cursussen. En de seminars moeten de lezers ook zelf bezoeken, natuurlijk, daar zijn ze voor!

Groei moet je immers niet alleen in getallen of pagina's meten, maar vooral in vakmanschap!

Edward Uittenbroek
Eindredacteur Oppervlaktetechnieken

