

De 9,5 lessen van Het Congres

Alex Kunst |

Als het aan de sprekers van Het Congres ligt, is de drukkerij van de toekomst innovatief, duurzaam en heeft die een progressief personeelsbeleid. Het evenement op 9 november in Mechelen richtte op een prettige manier de blik naar binnen, waar nog veel valt te winnen. Een samenvatting in negen lessen en een voetnoot.

Tussen de coronamaatregelen door bood Het Congres nog net de kans om te netwerken en te luisteren naar hoopvolle geluiden uit de industrie. Organisator VIGC koos automatisering, duurzaamheid en personeelsbeleid als belangrijkste thema's. Het zijn de elementen waar de drukkerij van de toekomst zich mee kan onderscheiden. We zetten de belangrijkste lessen op een rij.

Les 1. Jobbehoud dankzij automatisering

Innovate or die, luidde de titel van de presentatie van Jan Kriekels. De uitspraak van de milieubewuste ondernemer leek meer op een oproep tot vooruitgang, dan op een bedrijfsstrategie, maar er zit nochtans veel waarheid in. Het credo past bovendien goed bij een organisatie als VIGC die automatisering en innovatie als noodzaak ziet. VIGC-directeur Jos Steutelings verwijst naar de sector steevast als een hightechindustrie en hij vindt dat de ondernemers daar best fier op mogen zijn.

Toch heeft automatisering voor sommigen nog immer een negatieve bijklank. Lange tijd geloofde men dat het zou leiden tot banenverlies. Dat geluid is tijdens Het Congres gelukkig niet te horen. Er is een gebrek aan gekwalificeerd personeel en daarom is het nauwelijks een probleem als automatisering mensen overbodig zou maken. Wie echter denkt dat hij het tekort aan personeel kan oplossen door zoveel mogelijk te automatiseren, komt van een koude kermis thuis. Het doel van automatisering moet altijd zijn: efficiënter produceren met voorspelbare kwaliteit. Daar zijn altijd mensen voor nodig, al vervullen ze vaak een andere (interessantere) taak dan voor de automatisering. Het gaat er dus om de productiviteit van mensen te verhogen, niet om ze naar huis te sturen.

Wie daarentegen niet automatiseert, gaat onherroepelijk mensen moeten ontslaan. Een arbeidsintensieve productieomgeving leidt tot hoge kosten, lange levertijden en verzwakt op den duur de concurrentiepositie. Dat maakt het lastig om klanten te behouden en



YORGOS FOTOGRAFIE

Jan Kriekels, de CEO en eigenaar van Jaga, bracht in zijn presentatie 'Innovate or die!' een ware wake-up call over de klimaatverandering.

het gaat ten koste van de werkgelegenheid.

Les 2. Medewerkers behouden dankzij automatisering

Niet automatiseren en niet innoveren betekent niet alleen dat u afscheid moet nemen van werknemers, maar ook dat waardevolle medewerkers afscheid nemen van u. In een overspannen arbeidsmarkt ligt het voor de hand dat medewerkers gaan kijken of het gras ergens anders groener is. De jongere generatie ziet geen heil meer in monotone, repetitieve en arbeidsintensieve taken. Ze willen met hun baan een zinvolle invulling geven aan hun leven.

Automatisering zorgt voor nieuwe, interessantere taken en vervangt het monotone werk. Jan Oost, CEO van Aluscreen, vertelde over het zegenrijke werk van de cobot bij hun Zünd snijplotter.

De machine pakt keurig alle gesneden onderdelen van de snijtafel, stapelt die op een kar en zorgt voor een tussenvel bij elke nieuwe job.

Voor de komst van de cobot stond een operator vaak te wachten tot het snijwerk af was. Bij eenvoudige snijvormen kon hij de machine juist nauwelijks bijhouden. Nu het werk geautomatiseerd is, kan hij meerdere machines tegelijk bedienen en andere taken verrichten.

Les 3. Iedereen kan automatiseren

De cobot van Aluscreen illustreerde mooi dat robotisering ook voor kleinere bedrijven met variërende orders bereikbaar is. Nog niet zo heel lang geleden waren robotarmen extreem duur en uitsluitend geschikt voor grote complexe standaardproducties, zoals in de auto-industrie. Dergelijke robots

worden om veiligheidsredenen met een kooi afgeschermd van de medewerkers en ingezet voor een specifieke, veelal zware taak. In een grafische werkomgeving is het lastig om bij een dergelijke oplossing een probleem te verzinnen.

De nieuwe generaties robots en cobots echter zijn veelzijdiger, goedkoper en makkelijker te programmeren. Een cobot (coöperatieve robot) kan bovendien veilig ingezet worden in een productieomgeving met mensen. Cobots zijn niet geschikt om zware gewichten te tillen en ze zwaaien niet met grote snelheid heen en weer. Ze zijn lichter dan gewone robots en makkelijker verplaatsbaar. Er zijn onderstellen beschikbaar voor cobots die eenvoudig met de pompwagen verplaatst kunnen worden. Zo is een en dezelfde cobot op verschillende plekken in te zetten om verschillende programma's en taken uit te voeren.

Dankzij het standaardprotocol OPC UA is het eenvoudiger geworden om gegevens uit te wisselen met cobots (en robots). Vaak is het daarom mogelijk om de cobot met moderne machines te laten samenwerken. In het

voorbeeld van Aluscreen is het de bedoeling dat de snijmachine binnenkort in staat is om een signaal door te geven aan de cobot als deze de producten van de snijtafel kan pakken. Automatiseren leidt op die manier tot nog meer automatiseren.

Les 4. Eerst praten, dan pas aanschaffen

Cobots zijn op talloze manieren in te zetten. Wie een dag lang in een fabriek rondkijkt, ziet mensen allerlei repetitieve taken uitvoeren. Het is een aantrekkelijk gedachte om onmiddellijk enkele cobots aan te schaffen en neer te zetten op plekken waar veel handwerk wordt uitgevoerd. Volgens Jan Oost slaat u daarmee echter de plank mis. Het beste is om eerst één specifieke taak uit te kiezen die geschikt lijkt voor automatisering met een robot/cobot. Vervolgens is het belangrijk om te onderzoeken hoe de taak automatisch uitgevoerd kan worden.

De medewerkers die de taak al handmatig uitvoeren, spelen hierbij een hoofdrol, vindt Oost. Zij kunnen tot in detail uitleggen wat er gedaan moet worden, welke variaties er zijn en waar het mis kan



Jan Oost van Aluscreen bewees dat robotisering ook voor kleinere bedrijven met variërende orders bereikbaar is.

gaan. Met die informatie op zak kunt u op zoek gaan naar de juiste cobot. Daarbij moet u rekening houden met allerlei zaken, zoals de beschikbare gereedschappen voor de cobot. En u kunt gericht nadenken over het programma dat de cobot moet uitvoeren en de rol die de operator speelt in de productie.

Bij de cobot van Aluscreen was het onder meer belangrijk dat er verschillende gereedschappen beschikbaar waren, waarmee hij kan worden uitgerust. Een product kan bijvoorbeeld worden opgepakt met een grijper, een zuiger of een magneet. Van elk van deze

voorbeelden zijn meerdere varianten beschikbaar.

Les 5. Zorg voor een duurzaam verhaal

Er kan bijna geen evenement meer georganiseerd worden of termen als milieu, duurzaamheid en CO₂-neutraal vliegen de bezoeker om de oren. Van ondernemingen wordt bij elke innovatie verwacht dat er een milieubewuste component is. Probo uit het Nederlandse Dokkum ging hierin behoorlijk ver op de eigen stand in het netwerkdeel van Het Congres. De signspecialist ontwikkelt een signmateriaal dat vol-



Jos Steutelings, de directeur van VIGC, duidt de sector steevast als een hightechindustrie en hij vindt dat de ondernemers daar best fier op mogen zijn.



Sarah Price, manager duurzaamheid bij Sappi Europa, ging uitgebreid in op de manier waarop de papierproducent de productiebossen beheert.

YORGOS FOTOGRAFIE

ledig bestaat uit hergebruikte materialen, en dat in de toekomst als 'Sign Again' op de markt wordt gebracht. Het gaat om een combinatie van ingezameld gebruikt materiaal van de klanten en snijafval uit de eigen productie. Het materiaal wordt versnipperd en vervolgens samengeperst. Het eindresultaat is een bedrukbare vinylsoort, dat na gebruik opnieuw kan dienen als grondstof voor Sign Again.

Wanneer Probo een nieuw product levert aan de klanten, kan de vrachtwagen het gebruikte materiaal weer mee terugnemen, waardoor er geen extra vervoersbewegingen nodig zijn. Sign Again bevat weliswaar PVC - iets waar de industrie graag vanaf wil - maar juist door het hergebruik is de milieubelasting minimaal, aldus René de Heij, directeur van Probo. De gangbare plastic-recycleerstromen laten nogal te wensen over en daarom is de vondst van Probo in potentie een zinvolle aanvulling. Op dit moment verkeert het systeem in een testfase en kan Probo slechts kleine formaten van Sign Again produceren. Het bedrijf investeert in andere, grotere machines, om grotere formaten te kunnen leveren.

Les 6. Maak het niet te ingewikkeld...

De duurzaamheidsinspanningen van de industrie zijn niet altijd even eenvoudig uit te leggen. Sarah Price, manager duurzaamheid bij Sappi Europa, ging uitgebreid in op de manier waarop de papierproducent de productiebossen beheert. Een lange reeks behaalde en toekomstige doelstellingen werden aan het publiek getoond.

Uiteindelijk zullen papier en karton altijd een rol blijven vervullen, vindt Price. Daar heeft ze, zeker vanuit het perspectief van de verpakkingsindustrie, gelijk in. In die sector is het materiaal bezig met een opmars, juist omdat het als duurzaam alternatief voor kunststof wordt gezien. Dat verhaal, over de voordelen van papier en karton, is eenvoudig over te brengen. De reeks cijfers over duurzame productie en maatschappelijke verantwoording lieten vooral zien dat het Sappi menens is, maar voor de drukkers blijft het een ingewikkelde boodschap.

Les 7. ... en wees oprecht...

Giovanni Van der Weken, directeur van drukkerij Zwartopwit, vertelde tijdens Het Congres dat hij het belang van duurzame productie voortdurend uitlegt aan zijn klanten. De vraag naar duurzame producten groeit, maar de behoefte aan lage prijzen is er ook nog steeds. Zwartopwit heeft de term 'duurzaam drukwerk' in het logo opgenomen en daarmee is dat een belangrijk onderdeel van de identiteit.

Het bedrijf vertelt zoveel mogelijk het eerlijke verhaal, aldus Van der Weken. Hij vindt het belangrijk dat bedrijfsleiding en medewerkers echt geloven in het belang van duurzaam ondernemen. Een drukkerij die alleen een 'groen' verhaal vertelt omdat het nu eenmaal in de mode is, werkt niet mee aan een positief imago voor het grafische product. Daar staat tegenover dat een bedrijf dat wel het beste met duurzaamheid voor heeft, dat juist moet uitdragen.

Een positief imago is niet alleen een belangrijk hulpmiddel om nieuwe klanten aan te trekken,



YORGOS FOTOGRAFIE

Giovanni Van der Weken, directeur van drukkerij Zwartopwit, vertelde dat hij het belang van duurzame productie voortdurend uitlegt aan zijn klanten.

het helpt ook bij het vinden van personeel. We hadden het al even over de jongere generaties die graag willen dat een baan een zinvolle invulling geeft aan hun leven. Zij zullen eerder geneigd zijn om aan de slag te gaan bij een bedrijf met oprechte milieubewuste intenties. De authenticiteit is bepalend.

Het is ongetwijfeld nog wel een omslag voor menig grafische ondernemer, al die duurzame oprechtheid. Reist de bezoeker met het openbaar vervoer naar de volgende editie van Het Congres? Nuttigt hij zonder mopperen een vegetarische schotel als hij die bij het buffet in Mechelen krijgt aangeboden?

Les 7a. ... en interactief

Misschien is hier een voetnoot op zijn plaats over de vorm van de presentaties. Die houden zich grotendeels aan de wetten van evenementen, zoals we die vaak zien in de maakindustrie. Het publiek kreeg een bombardement aan PowerPoint-presentaties te verwerken. Nog steeds komt een spreker op met de mededeling dat hij eigenlijk te weinig tijd heeft gekregen voor zijn presentatie, om vervolgens een video te vertonen die iedereen al kent van Youtube.

Interactie met het publiek is er gedurende het - overigens tot in



YORGOS FOTOGRAFIE

Thijs Claes, de CEO van Daddy Kate, laat beslissingen zo laag mogelijk in het bedrijf nemen, simpelweg omdat de medewerkers die verantwoordelijkheid prima aankunnen.



Spreker Herman Konings gaf voorbeelden van grafische producten die voor jongeren nog steeds toegevoegde waarde bieden.

de puntjes verzorgde - netwerk-gedeelte, maar nooit tijdens of na afloop van een presentatie. Sinds enkele jaren zijn er interviews en panelgesprekken op het podium bij Het Congres en dat zorgt voor de broodnodige zuurstof in het programma. Ook de Hackathon, een online event dat voorafging aan Het Congres, is een mooie toevoeging. Bij de Hackathon strijden teams tegen elkaar om de prijs voor het beste project - een mooie manier om interactie tot stand te brengen. De drie winnaars, Julie Dumoulin van Opinary, Miki Rubin van het Panamese team 'Shiprz' en Jan De Roeck van het Esko-team 'ScanTheProfile', mochten hun verhaal doen tijdens Het Congres. Genoeg over de vorm, we gaan weer terug naar de inhoud.

Les 8. Zorg voor tevreden medewerkers

Toen hij het bedrijf van zijn vader overnam, gooide Thijs Claes, CEO van Daddy Kate, het roer resoluut om. De bedrijfsleiding was er niet langer om het werk van de medewerkers te controleren, maar om te zorgen dat de doelstellingen werden gehaald. Claes laat beslissingen zo laag

mogelijk in het bedrijf nemen, simpelweg omdat de medewerkers die verantwoordelijkheid prima aankunnen. Het beleid bestaat vooral uit het afschaffen van overbodige regels, met als gevolg dat collega's niet meer hoeven te wachten op een akkoord. De nieuwe bedrijfscultuur maakte het werk voor zowel hemzelf als voor zijn collega's een stuk aangenamer en efficiënter. De resultaten van Daddy Kate waren bovendien positief, met een groei van dertig naar honderd medewerkers en een gezonde omzet.

Les 9. Wees relevant

De eerste spreker van Het Congres, trendanalist en veranderingspsycholoog Herman Konings, refereerde aan grafische producten die voor jongeren nog steeds toegevoegde waarde bieden. Een sprekend voorbeeld is de spectaculaire terugkeer van de platenhoes. Digitale media slokken echt niet alle aandacht op, zoals vaak wordt gedacht. Een industrie met duurzaamheid, mensen en innovatie hoog in het vaandel, heeft met het juiste productaanbod in principe een mooie toekomst. Zeker als die industrie dat allemaal op een goede manier uitdraagt. ■

Dankzij gestaffeld vouwen komt u verder.



Stahlfolder TH/KH 82-P.

Ontdek de innovatieve technologie om gestaffeld te vouwen van de Stahlfolder TH/KH 82-P. Meer informatie:

➔ www.heidelberg.com/shingled_folding



Geniet van ons speciaal aanbod:

Stahlfolder TH/KH 82-P
+
Flex system
+
Stahlfolder P-Stacker

Nov 2021

Heidelberg Benelux nv

Kareelovenlaan 5 - 1140 Bruxelles
T: +32 2 727 31 11 - info.bnl@heidelberg.com
www.heidelberg.com/shingled_folding

HEIDELBERG