

Zeker Zink: leve de dialoog!

ZINKINFOBENELUX START MET CLASSIFICATIESYSTEEM

ZinkinfoBenelux, de brancheorganisatie van de thermische verzinkers, heeft zich de afgelopen anderhalf jaar grondig verdiept in de vraag welke kernwaarde het thermisch verzinken vertegenwoordigt en hoe de betekenis ervan voor verzinkers en hun klanten kan worden vergroot. Deze grondige aanpak heeft geleid tot een communicatiecampagne, Zeker Zink genaamd, die vooral als doel heeft de dialoog tussen (eind)klant en verzinker op gang te brengen en te stroomlijnen. Daarvoor heeft de organisatie tevens een nieuw classificatiesysteem voor thermisch verzinken ontwikkeld.

Voor iedere organisatie is het zinvol om zich af en toe te verdiepen in de vraag 'waartoe men op aarde is' en of de eerder gestelde uitgangspunten en werkwijzen nog relevant zijn. Ongeveer anderhalf jaar geleden stelde het bestuur van ZinkinfoBenelux zich de vraag hoe de brancheorganisatie met meer effect zou kunnen communiceren over de toegevoegde waarde van thermisch verzinken. Een onderliggende vraag hierbij was de kernwaarde van het thermisch verzinken helder te krijgen en dus een antwoord te vinden op de vraag waardoor mensen zich laten leiden als zij een keuze maken tussen verschillende oppervlaktetechnieken. Meer in het algemeen gesteld: welke waarden spelen een rol bij het keuzegedrag van mensen? Bruno Dursin, directeur van ZinkinfoBenelux, licht toe: "Uit wetenschappelijk onderzoek is gebleken dat in 80% van de gevallen onbewuste motieven en mechanismen leidend zijn bij het bepalen van onze keuzes. Daarom zijn we eerst een test gaan ontwerpen, een intuïtieve response test, die de impliciete motieven naar boven haalt."

Deelnemers aan de test kwamen uit de markt. Zij moesten in twee minuten vijftig vragen beantwoorden, zodat ze niet de tijd hadden om na te denken en veel meer vanuit hun buikgevoel antwoordden. Uit de test bleek dat mensen zich in hun beslissingsgedrag laten leiden door



Bruno Dursin

zekerheid, oftewel: de zoektocht naar zekerheid. Daarnaast bleek dat thermisch verzinken sterk wordt gelinkt met zekerheid. Voor Zinkinfo een mooie uitkomst, maar toch kon men daar nog niet zoveel mee. Om te achterhalen waarom die link tussen zekerheid en thermisch verzinken zo sterk is, werden daarom rondetafelgesprekken georganiseerd met vijf belangrijke doelgroepen: architecten, overheden, staalverwerkende bedrijven, ingenieursbureaus en de agro-industrie.

VERWACHTINGEN

"Uit de gesprekken kwam naar voren dat de zekerheid over thermisch verzinken gevoerd wordt door vier deelaspecten. Ten eerste de duurzaamheid, het feit dat thermisch verzinken de hele levensduur van de staalconstructie bescherming biedt tegen corrosie. Ten tweede het onderhoudsvrije karakter van thermisch verzinken, waardoor geen periodiek onderhoud nodig is. Ten derde de eerlijkheid van het systeem: what you see is what you get. Tot slot bestaat onze technologie al een aantal decennia, wat betekent dat de mensen die het uitvoeren dat ook perfect beheersen. Kort samengevat: voor de klant biedt thermisch verzinken geen nazorg, lagere levenscycluskosten en geen klachten. Uit de rondetafelgesprekken bleek echter óók dat diezelfde zekerheid afbrokkelt naarmate klanten een hoger verwachtingspatroon hadden. Het eindproduct had niet de verwachte binding met zekerheid, onderweg gaat dus ergens iets mis. Wij wilden natuurlijk ook graag weten wat dat is."

Het antwoord bleek uit drie delen te bestaan. Ten eerste bleek regelmatig dat het geleverde eindresultaat niet voldeed aan de verwachtingen van de eindklant. Ten tweede bleek de norm NEN EN ISO 1461 voor thermisch verzinken weinig bekend te zijn, wat vaak leidt tot frustratie. Er wordt dan volgens de norm geleverd, maar de eindklant vindt dat het er niet



Brandtrap Brugmann Ziekenhuis - esthetisch verzinken

goed uitziet. Bruno Dursin: "Ons wordt dan gevraagd om te keuren, maar bijna altijd moeten we vaststellen dat er goed, volgens de norm is verzinkt. In de norm staat wat op het gebied van verdikkingen, scherpe punten en zinksresten wel en niet kan, maar mensen weten dat niet. Ze zien iets wat hen stoort en dan blijkt het ook nog eens binnen de norm te vallen. Begrijpelijk dat mensen gefrustreerd raken."

DIALOOG, DIALOOG, DIALOOG

Hij vervolgt: "Ten derde ziet de markt ons als een branche die altijd de *one size fits all*-benadering toepast. Iemand zei eens tijdens de gesprekken: 'Julie kiezen altijd voor dezelfde aanpak, wat het gebruiks- of einddoel van het te verzinken stuk ook is.' Dat is zeker niet altijd het geval, maar het is wél de heersende perceptie. Die wordt ook wel een beetje gevoerd door

een aantal voorbeelden uit de praktijk, waarbij mensen soms zeggen dat ze goederen terugkrijgen die ruw zijn behandeld of dat ze niet alle geleverde stukken terugkrijgen. Voor de goede orde: onze verzinkerijen behandelen 450.000 ton staal per jaar. Zelfs als het maar een enkele keer fout gaat, krijg je dus toch die perceptie. Kortom, we hadden nu wel een goed beeld van hoe de markt over ons dacht, maar nog geen kant-en-klare oplossing."

Na enig beraad werd wel duidelijk waar de oplossing gezocht moest worden: in een dialoog met de klant en met de eindklant. Dialoog, dialoog en nog eens dialoog, uitgaande van de specifieke noden van de eindgebruiker, de mogelijkheden en beperkingen van thermisch verzinken en de norm. Maar hoe kom je tot een dialoog? Het antwoord: creëer een classifica-

tiesysteem dat het gesprek bijna automatisch laat ontstaan. Deze suggestie werd ook bij de rondetafelgesprekken gedaan. Een classificatiesysteem betekent dat er klassen moeten komen die moeten worden omschreven, waardoor je automatisch een gesprek krijgt met de klant over de klantvraag en de keuze die hij moet maken. Twee klassen zijn daarvoor al genoeg. Zodoende is er naast een klasse F, functioneel verzinken volgens de norm ISO 1461, een klasse E gecreëerd, die staat voor esthetisch verzinken.

ESTHETISCHE EIS

"ISO 1461 definieert geen esthetische eis. Dat is heel belangrijk. In de norm staat wel dat als een klant esthetische en decoratieve verwachtingen heeft, hij contact moet opnemen met de verzinker. Maar er is niemand die dat leest. Daarom hebben wij gezegd dat het absoluut noodzakelijk is dat er een klasse E komt, voor de 20 procent van de markt die esthetisch verzinken belangrijk vindt. Maar ook voor de mensen die kiezen voor functioneel verzinken is het heel belangrijk dat ze weten wat de norm inhoudt. Met het classificatiesysteem willen we ook het gebrek aan normkennis aanpakken. Dat doen we ook door het uitbrengen van een handboek Zeker Zink, waarin we de norm voor klasse E begrijpelijk samenvatten voor de leek en een aantal termen daaruit illustreren. Denk aan termen als fluxresten, witroest en walshuid.

Klasse F

- Beschrijving van de functionele eisen gesteld aan de corrosiewerende werking van de aangebrachte zinklaag volgens EN ISO 1461
- Beschrijving van de constructieve eisen zoals bepaald in EN 14713-1 en 2
- EN ISO 1461 definieert geen esthetische eisen

Klasse E

- Gehele constructie wordt ontdaan van scherpe punten, zinksresten en oneffenheden
- Droge opslag (o.a. tegen witroest)
- Onverzinkte plekken ook esthetisch behandelen
- Nabewerking zichtzijdes voor gladder oppervlak
- Optioneel: verpakken om witroest te vermijden



Esthetisch verzinkte trappartij bij ENCI groeve.

De norm is namelijk geschreven door en voor verzinkers, en is niet altijd makkelijk te begrijpen voor een leek.”

Klasse E heeft dus betrekking op ongeveer 20 procent van de markt en is specifiek gericht op mensen die een hoog verwachtingspatroon hebben. De basis blijft de norm, maar daarbovenop wordt een pakket van vier maatregelen aangeboden wat voor de E-klasse een soort standaardpakket is (zie op de vorige pagina de tabel klasse F en klasse E). Vanaf 1 januari aangaande zullen verzinkers die zijn aangesloten bij Zinkinfo (ruim 90% van alle verzinkerijen in de Benelux) concreet met de campagne Zeker

Zink aan de slag gaan. De afgelopen maanden zijn ze hierop voorbereid. Alle medewerkers, van hoog tot laag, zijn in kennis gesteld van de campagne. Verwacht wordt dat het classificatiesysteem ook een uitstekende kapstok is om de betrokkenheid van de mensen op de werkvloer te verhogen. Daarnaast wordt Zeker Zink aan de markt bekendgemaakt via heel veel informatiesessies met vakorganisaties van architecten, ingenieurs, staalbouwers, metaalverwerkende bedrijven en andere doelgroepen. Ook zal de publiciteit gezocht worden via allerlei vakbladen.

EEN ANDERE PERCEPTIE

De informatiecampagne gaat meerdere jaren lopen. Zinkinfo zal op verschillende tijdstippen controleren of de verzinkers het classificatiesysteem daadwerkelijk toepassen. Momenteel wordt er een nulmeting gehouden, zodat over een jaar kan worden gekeken wat er veranderd is. Ook zal de organisatie bij klachten uit de markt via een onafhankelijke controle kijken of het werk voldoet aan de criteria. Bruno Dursin: “Ik verwacht dat de campagne Zeker Zink de communicatie, zeg maar de dialoog tussen verzinker en opdrachtgever, sterk zal verbeteren en dat dit tot veel minder discussie en veel minder frustratie zal leiden. Ik denk dat er veel meer begrip over en weer zal ontstaan, en meer waardering voor ons werk. Vooral de perceptie zal helemaal veranderen. We zullen meer dan voorheen beschouwd worden als een sector die hoogwaardige kwaliteit biedt. Wij zijn een belangrijk onderdeel van de keten en zeer nodig om een productieproces tot een goed einde te brengen. Ik hoop ook dat ons initiatief navolging krijgt in andere Europese landen. Als ik het Zeker Zink-verhaal tijdens het Europees congres voor verzinkers vertel, krijg ik spontaan heel veel positieve reacties. Men zegt dan: eigenlijk moeten wij ook die richting op.” ●

MEER INFORMATIE
www.zinkinfobenelux.com



Metaalwerken Hancke functioneel verzinken

“PERSONEEL OPLEIDEN, TRAINEN EN KOESTEREN”

Je moet goed omgaan met je personeel, dat spreekt voor zich. Maar wat betekent dat nou precies in de praktijk? Vaak hebben we daar geen uitgesproken opvatting over en dat is een beetje vreemd als je bedenkt dat je zonder personeel nergens bent. Volgens Cees Kalfsvel, eigenaar-directeur van Kalfsvel Metaalcoating, vormt het personeel je voornaamste succesfactor en daarom moet je daar respectvol mee omgaan.

“Van mijn medewerkers verwacht ik niet alleen dat ze hun werk doen, maar ook dat ze continue kwaliteit leveren. Dat houdt onder meer in dat ze niet schromen om met collega's te overleggen. Hier is het zo dat wanneer je twijfelt, je het werk over moet doen. Wat vroeger bij twijfel gebeurde, was dat we het product gewoon wegstuurden en dan wel zagen wat er gebeurde. Dat is er nu helemaal uit. Bij twijfel moet je het 99 van de 100 keer overdoen. Je moet niet een kwaliteit nastreven en daarmee gaan sjoemelen. Je moet je daaraan houden. Dat is niet altijd makkelijk, omdat het heel verleidelijk is om te zeggen: doe maar weg, want we moeten dat andere werk ook nog even doen. Ik vind dat erg onverstandig. Dat moet je ook laten zien door zelf het goede voorbeeld te geven. Het signaal van je eigen gedrag wordt snel opgepikt op de werkvloer.”

Volgens Kalfsvel moet je nooit boos worden als er getwijfeld wordt of een product wel weg kan. “Je moet wel heel raar personeel hebben als ze bewust iets verkeerd doen. Maar als er iets aan de hand is, moet je wel terugzoeken in het systeem hoe dat zo gekomen is en kijken: hadden we dit kunnen voorkomen? De uitkomst daarvan moet je natuurlijk ook weer in je proces inbouwen. Er is hier dagelijks werkoverleg. Je moet een goed systeem hebben dat regelmatig

wordt verbeterd op basis van praktijkervaringen. Verder moet je kwaliteit bieden, op tijd leveren en adequaat reageren als er wat aan de hand is. Deze lijn moet niet alleen door het hele bedrijf merkbaar zijn, maar eigenlijk ook daarbuiten. Ik heb veertien medewerkers en elk personeelslid is bij mij een uithangbord, een ambassadeur van het bedrijf. De chauffeurs van onze klanten zijn tevens de voordeur daarvan.”

KARAKTER

Deze houding wordt gestimuleerd door goed voor de medewerkers te zorgen en hen van goede spullen te voorzien. En als ze bijvoorbeeld een cursus willen volgen, zoals laatst een herhalingscursus voor het vorkheftruckcertificaat, dan wordt dat natuurlijk ook gestimuleerd. Bij een klacht wordt er meteen overlegd om na te gaan wat ze daarvan kunnen leren. “Een klacht moet je als positief ervaren, daar moet je zichtbaar wat aan doen. Dat is ook een onderdeel van je bedrijfsvoering.” Tot slot: hoe kom je aan personeel dat goed is opgeleid voor het werk dat gedaan moet worden? “Voor een aantal werkzaamheden, zoals glasparelstralen, bestaat geen opleiding. Dat is wel een beetje jammer, maar geen groot probleem. Ik zoek ook niet op die vaardigheden. Ik kijk vooral naar het karakter en de motivatie.



Als dat in orde is, dan leren wij wel wat ze moeten doen en hoe. Welke nationaliteit ze hebben, vind ik niet zo belangrijk. Als ze maar uit de regio komen, die binding vind ik wel belangrijk.” ●

MEER INFORMATIE
www.kalfsvel.nl