

Wees betrokken bij de uitdagingen waar je klanten voor staan

# Een glimp van de toekomst

Het 25-jarig bedrijfsjubileum van VOM-lid Hauzer Techno Coating werd opgeluisterd met het jaarlijkse bedrijfscongres. Dit wordt meestal bij de vaste partner Universiteit Sheffield gehouden, maar voor de gelegenheid werd het dit jaar in Venlo gehouden, zoals te lezen was in de rubriek Technologie van september. Het congres ging ook in op de toekomstverwachtingen van het bedrijf, dat roerige tijden achter de rug heeft, maar inmiddels een stabiele groei doormaakt. Hoewel een machinebouwer natuurlijk altijd conjunctuurgevoelig is vanwege uitstel van investeringen en ook Hauzer dit dus merkt. De Aziatische Tijgers zoals Zuid Korea, Japan en China weten Venlo te vinden als het gaat om apparaatuaanschaf. Hauzer Techno Coating heeft bovendien 'Competence Centres' (testcentra voor praktijkproeven) op de rol staan in Shanghai en in Tokyo.



Een explosief gegroeide markt is die voor de '3C': computers, camera's en mobiele telefoons ('celphones'). Tegenwoordig heeft consumentenelektronica vaak een PVD-vacuümdepositedeklaag (Physical Vapour Deposition) voor de krasvastheid en de hardheid. Magnesium- en Aluminiumlegeringen zijn relatief zacht, 200HV of minder, dus RVS wordt ook nog veel gebruikt. Magnetronsputteren is gladder en glanzender dan deposities met boogontlading. Vandaar dat sputteren vereist is bij laagjes van bijvoorbeeld slechts twee micrometer dik. Keramische coatings worden gebruikt om een grote hardheid te bereiken. De kosten van de basecoat zijn nog altijd vrij hoog. Een mogelijke oplossing is dan Diamond Like Carbon (DLC) als basecoat, door Plasma Assisted Chemical Vapour Deposition (PA-CVD), dat gepatenteerd is door Hauzer. De hech-

ting van de topcoat is de uitdaging, zo werd op het congres gemeld, want een DLC wordt juist gebruikt omdat er nauwelijks iets op hecht. Met sputteren is er meer mogelijk in de donkere kleuren dan met arc. En je kan oxiden maken, in allerlei kleuren door het interferentie-effect dat een soort regenboogachtige reflectie geeft. Nadeel is dat je op gebogen vormen geen egaal effect hebt. Als humoristisch verkoopargument werd door een congresspreker de suggestie gedaan dat met bijvoorbeeld kappersscharen de regenboogeffecten een leuk zijn om te zien, en je kan tegen de kapper zeggen dat niemand van zijn medewerkers dan dezelfde schaar heeft. Deze 'oxide like colours' worden onder de naam 'vivid colours' in de markt gezet.

## TOEKOMSTBLIK

Er volgde als slotwoord een update door dr. Thomas Krug, CEO van Hauzer, "waar we staan vandaag en een blik in de toekomst", onder de titel a Glimpse of the Future. Het bedrijf is van een familiebedrijf, via job coater naar machinebouwer ontwikkeld, werd daarna een pure machinebouwer zonder nog jobcoating erbij te doen teneinde de eigen klanten niet te beconcurreren. "We verloren de terugkoppeling vanuit de markt daardoor een beetje, en tegelijkertijd gingen we van privaat eigendom over in een

industriële marktpartij. Zonder de coating-faciliteit verloren we de helft van de omzet. Wij zijn bewust niet actief op gebied van het jobcoaten, in tegenstelling tot alle anderen in de industrie. We hebben gekozen voor een competentiecentrum waar de klant bij ontwikkelprojecten onderdeel van wordt, tot zijn klantspecifieke apparaat uitontwikkeld en productie gereed is. Onze klanten zijn soms *in house users*, maar kunnen ook jobcoaters zijn, we hebben daar geen beperking. We ontwikkelen alleen iets op specifieke aanvraag. We kunnen dus ook jobcoaters bedienen, en meedenken met het totaalproduct dat zij met hun opdrachtgevers moeten produceren, want we beconcurreren de uitvoerende partij niet." Het Competence Centre is al sinds 2003 in bedrijf en is een waardevol bedrijfsonderdeel voor gezamenlijke installatieontwikkeling op basis van de klantvraag. "We hebben 65% verkoopstijging gehad sinds we het Competence Centre hebben en alleen nog technologieontwikkeling en machinebouw gingen doen. Van 60 medewerkers gingen we naar 90 mensen, en hebben 40-50 losse krachten nodig om alles uit te kunnen leveren." Als toekomstige uitdagingen noemde hij de regionale ontwikkelingen, "want productie van onze klanten verhuist sterk naar Azië." En de broodnodige innovatie? Met het oog

In de slotvoordracht van dr. Thomas Krug, CEO van Hauzer, werd benadrukt dat het om teamprestaties gaat: teams van medewerkers en de klanten, die samen in een gedisciplineerde en creatieve atmosfeer komen tot een technologisch hoogwaardige apparatuurontwikkeling.



op concurrentie uit Azië zal die gezocht moeten worden in flexibiliseren en klant-specifiek maken van de leveringen, en dat in acceptabele levertijd en prijzen. "We kunnen ze nooit verslaan op prijs, we moeten ze verslaan op technologie."

## DOORGROEIEN ONDER DE NIEUWE EIGENAAR

De groei komt vooral uit Azië, China en Japan. In vier jaar is de omzetbijdrage uit Azië van 10 naar 50% gegaan. De Amerikaanse markt neemt af, veel fabrieken sluiten er zelfs. Japan daarentegen is terug: na tien jaar van schaalverkleining investeren ze weer.

De nieuwe eigenaar IHI (zie ook Oppervlaktetechnieken van juni, p. 8) heeft als motto *Explore the Engineering Edge*. De nieuwe eigendomssituatie zal de ontwikkeling in Azië zeker ten goede komen. IHI heeft 23.000 medewerkers op 180 locaties, die 8,6 miljard euro omzet genereren. Werkerreinen zijn grote bruggen, luchtvaart, tankers, energiecentrales, industriële machines, en momenteel een kruiser voor de Japanse marine. Dunnelaagapparatuur voor PE-CVD om fotovoltaïsche modules maken voor de zonne-energiesector is vanzelfsprekend een groeiemarkt, ook in Europa, evenals apparatuur voor ionenimplantatie voor de display-

productie. Er is geen overlap tussen IHI en Hauzer: de activiteiten vullen elkaar louter aan. En wat de innovatie betreft heeft IHI met Hauzer een goudhaantje aan boord gehesen: het aandeel allereerste verkoop van geheel nieuwe producten ging van 10 naar 30% van de totaalafzet, in de periode van 2004 naar 2007. Hoe de toekomstige uitdagingen het hoofd geboden moet worden, werd kort en kortdaat uiteengezet. Volg de klanten waar ze zijn, wees betrokken bij de uitdagingen waar je klanten voor staan, in gezamenlijke teams, en dat alles gebruik makend van de

*resources* van het Competence Centre. En behandel klanten, toeleveranciers en medewerkers met respect, creëer een atmosfeer van in discipline en van creatieve ontwikkeling. Creativiteit is *open minded* maar geen chaos: een fout is toegestaan, maar geen tweede keer dezelfde fout. Innovatie komt ook van vergissingen, soms gebeurt iets onverwachts en dan heb je een leereffect, dus bevorder altijd *spirit* en enthousiasme."

## MEER INFORMATIE

VOM-lid Hauzer Techno Coating is een wereldwijd toonaangevende leverancier van apparatuur voor vacuümdeposities. In het themanummer Milieu van september werd al bericht over het bedrijfscongres (Zuiniger rijden met micrometelaagje, p. 40-41), dat zich vooral richtte op de HIPIMS-pulsetechnologie. Met deze High Power Impulse Magnetronsputtertechniek worden dankzij de pulserende energie-inbreng bij het opdammen van het deklaagmateriaal een hoger rendement en betere laageigenschappen verkregen.

Hauzer Techno Coating  
Van Heemskerckweg 22  
5928 LL Venlo  
tel.: 077-3559777  
www.HauzerTechnoCoating.com