

HET PLATFORM VOOR DE KUNSTSTOFBRANCHE IN NEDERLAND EN BELGIË

KUNSTSTOF

MAGAZINE



ADSO MAAKT VAN DE NOOD EEN DEUGD

INTERVIEW

WORDT CORONA BROED-
PLAATS VOOR MASSALE
ROBOTISERING?

JUBILEUM

BRANCHEVERENIGING
NRK VIERT 75-JARIG
BESTAAN

MILIEU

VERSNELLING NODIG OP
WEG NAAR CIRCULAIRE
ECONOMIE

OPINIE

HOE BOUWEN WE
EEN STERKE MAAK-
INDUSTRIE?

Succesvolle ontwikkeling van een eigen product

ADSO maakt van de nood een deugd

Het klinkt wat dramatisch: van de nood een deugd maken. Maar ook bij ontwerp bureau ADSO – ADvanced SOLUTIONS - liep de orderportefeuille al vrij snel na het begin van de COVID-19 crisis terug. Nog geen halfjaar later is de nieuwe werkplaats in het Belgische Boom (nabij Antwerpen) heringericht en omgetoverd tot een moderne productiestraat. Hier worden de ontwerpen van opdrachtgevers door ADSO uitgewerkt en in kleinschaliger productieseries verwerkt. Inclusief een geheel nieuw eigen product, dat aansluit op de nood rondom het urenlang dragen van mondklappers. Voor ADSO is 'made in Belgium' intussen de norm, mede dankzij de stappen die ze in de lockdown-periode van dit voorjaar hebben ondernomen.

Van de redactie

Managing Director Bart Hendrickx, Nick Bal-Colemont (Chief Engineering) en Alexandra Vermeir (Marketing & Communicatie Lead) zijn – vanwege de reisbeperkingen – virtueel aangeschoven. Gespreksonderwerp: hoe het team van ADSO van een nood een deugd maakte en in het voorjaar de lockdown benut heeft om diverse zaken intern anders aan te pakken, om zo nieuwe businesskansen te creëren.

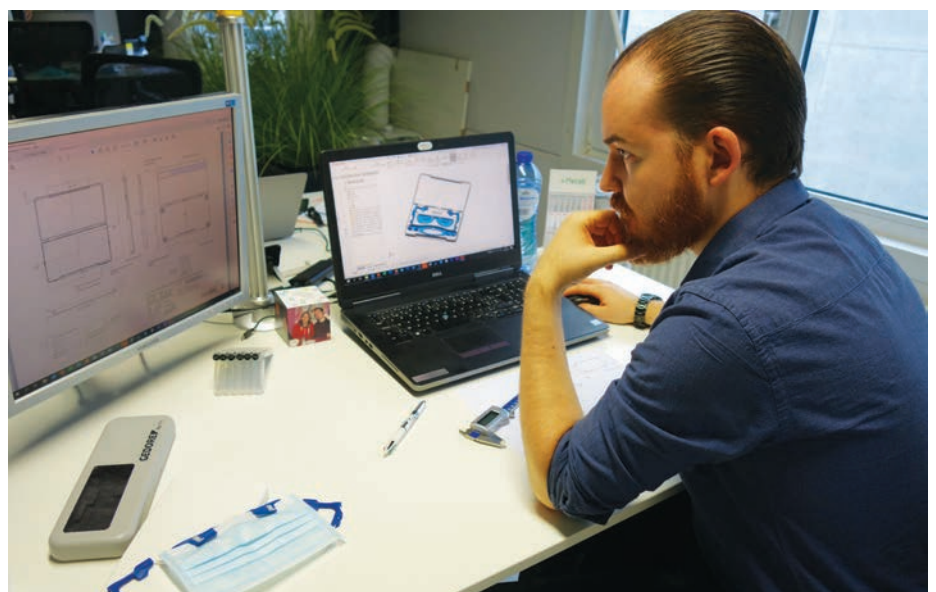
Het pand in Boom was nog niet zolang geleden betrokken, omdat ADSO al snel uit haar vorige pand groeide en er minder lang kon blijven dan aanvankelijk gedacht. Het bedrijf richt zich primair op het omzetten van ideeën van opdrachtgevers naar een ontwerp dat zich goed in kunststof laat produceren. Daarbij wordt vanuit kennis en ervaring over materialen en productiemogelijkheden gekeken naar de compounds en productiemethoden die het meest geschikt zijn.

Daarvoor ontwikkelde het team van ADSO een aantal methoden om razendsnel van ontwerp tot kleine productieseries te komen. Zo kan onder meer serieproductie op kleine schaal

en het eindresultaat ervan snel getest worden. Van het een komt het ander en zo worden er naast testseries ook kleinere productieruns vervaardigd, die bij grotere spuitgietsbedrijven vaak niet goed in te passen zijn.

Alles onder één dak

Door de unieke combinatie van verschillende disciplines is ADSO een ontwerp bureau en productiebedrijf in één, waar ontwerpen, testen en produceren 'onder één dak' plaatsvinden.



Chief Engineering Nick Bal-Colemont: 'Het ontwikkelen, produceren en op de markt brengen van een eigen product is een kantelpunt binnen ADSO. Maar we blijven natuurlijk ook het design en de productie van producten van opdrachtgevers even nauwgezet verzorgen.'



Managing Director Bart Hendrickx en op de achtergrond werkplaatsverantwoordelijke Claude Verstraeten in het nieuwe pand waarin nu productieruns van enkele honderden exemplaren tot series van 100.000 stuks geproduceerd worden.

Daarbij richt ADSO zich op technisch complexe producten met specifieke randvoorwaarden voor de verwerkingsprocessen. Daarvoor wordt eerst een design gemaakt op basis van klantspecificatie, zoals toepassing en gebruik. Vervolgens worden de materiaalsoort en de methode van produceren bepaald. In een volgende stap wordt bekeken of een 3D-geprint prototype noodzakelijk is. Zoniet, dan kan meteen een matrijs voor een pilotserie vervaardigd worden.

Vaak start een opdracht dan met een run van enkele exemplaren tot een paar honderd stuks voor een testserie. Bart Hendrickx: 'Die kleine runs van onder de 1.000 stuks maken we nog steeds, maar gaandeweg worden de orders groter. Dat betekent dat je je productieproces anders moet organiseren.'

In het vorige pand kon niet gewerkt worden met grote machines en bleven series noodgedwongen beperkt tot 1.000 à 5.000 stuks. Desondanks kwam de vraag naar series van duizenden tot

zelfs enkele tienduizenden stuks steeds vaker. Bart: 'Daar moesten we iets voor doen. We moesten nu één stap hoger schakelen: ook om de kwaliteit te kunnen blijven garanderen.'

Het pand in Boom is betrokken met als doel het opschalen naar die grotere series mogelijk te maken. Dit verliep niet zonder slag of stoot; na de verhuizing was nog niet alle nieuwe apparatuur geleverd. Het inrichten en het proces op elkaar afstemmen, kostte de nodige tijd. Vanwege de goed gevulde orderportefeuille kwam het team van ADSO hier niet meteen aan toe. Je zou kunnen zeggen dat de verkoop (productie) tijdens de verbouwing (inrichten proces, machines en randapparatuur) gewoon doorging.

Tot COVID-19 zich aandiende. 'Orders werden niet gecancelled maar on hold gezet', meldt Bart over die eerste weken na de lockdowns in bijna heel Europa. 'Het was geen paniekvoetbal. Maar als je ziet dat je orderportefeuille op een aantal weken tijd slinkt, dan denk je toch

wel even "we moeten iets gaan doen"'. Bij ADSO hebben ze de eerste fase van de lockdown dan ook benut om de nieuwe locatie toekomstbestendig in te richten. Er is volop geautomatiseerd, er zijn nieuwe machines geplaatst, er werden transportbanden en extra randapparatuur geïnstalleerd, zoals masterbatch-mengers, robotarmen en hopperloaders. Alles om de kwaliteit van het eindproduct nog beter te kunnen monitoren, te borgen en om zo efficiënt mogelijk te kunnen produceren.

Een eigen product ontwikkelen

Nick Bal-Colemont, Chief Engineering bij ADSO, vult hierop aan: 'Bart is toen eigenlijk met het idee gekomen om iets te ontwerpen – een eigen product – om de druk in het aangezicht te verminderen van mensen die langdurig een mondkapje dragen.' Bart daarover: 'Je kreeg die berichten met beelden, eerst vanuit Italië, dat de mensen uit de zorg zo toegetakeld werden met lelijke striemen in het gezicht. Daar moest toch iets op te vinden

zijn. Dat is eigenlijk de aanzet geweest om een eigen product te ontwikkelen.'

Na de eerste concepten voor het design heeft het engineeringteam van ADSO een extra troef weten te realiseren: het voorkomen van een 'aangedampte bril'. Inmiddels ligt dat product onder eigen naam in België in de winkel bij apothekers, opticiens en op andere verkooppunten. Daarnaast is ook de webshop van ADSO Care sinds september online en zijn de eerste verkopen van de 'Mask Comfortkit' gerealiseerd. De Mask Comfortkit bevat een set hulpmiddelen voor het dragen van een mondmasker, bestaande uit een 'FaceSuit, HeadStrip en Ears'. Deze maken het dragen van een mondmasker gedurende langere tijd comfortabeler.

'Alle producten zijn ontworpen vanuit de problemen die het dragen van een mondmasker met zich meebrengen. Er zijn problemen aangegeven door personen die een bril dragen, die gevoelig zijn voor druk achter de oren en voor irritaties van het aangezicht. We kunnen nu mensen bewust maken dat wij

hen een oplossing kunnen bieden voor deze problemen', betoogt Alexandra Vermeir vanuit een marketingperspectief.

De basis voor deze set was het idee voor de FaceSuit: een strip die extra bescherming biedt aan het gezicht van dragers van verschillende typen mondmaskers. Met name op die plekken van het gezicht, waar de druk door strakke elastieken en beugels erg groot is. De ontwikkeling ervan is in samenspraak met gebruikers in de zorgsector gebeurd. Daarvoor zijn eerst problemen bij het gebruik van verschillende mondmaskers geïnventariseerd. Daarna zijn diverse oplossingen door het team van ADSO ontwikkeld en getest voor onder meer 'het aandampen' van brilglazen, 'den dot' (staart) van dames en hoe die te combineren met de HeadStrip en het snel, eenvoudig en hygiënisch losmaken van een masker om even iets te kunnen eten of drinken, zonder het masker volledig af te moeten doen.

Een leerproces

Tot aan de ontwikkeling van de Mask Com-

fortkit ontwierp en produceerde ADSO alleen producten in opdracht van derden. Een geheel eigen product ontwikkelen en op de markt brengen was uiteindelijk ook een heel leerproces, waarbij de mensen van ADSO met zaken in aanraking kwamen die ze doorgaans zelf niet ervaren. Klanten begeleiden in het totale proces van ontwikkelen tot en met een marktintroductie echter wel.

Maar zelfs het proces van engineering, testen, opnieuw engineering en testen is voor een eigen product toch ook heel leerzaam en net even anders dan wanneer dit in opdracht voor een klant plaatsvindt. Zo verzorgde ADSO zelf de gebruikerstesten door het zorgpersoneel, bij tandartsen en apothekers. De gebruikers-feedback werd weer geïmplementeerd in het verdere ontwerp. Er werd ook gezocht naar een speciale compound dat geschikt is voor deze toepassing. Vervolgens bleek dat materiaal in eerst instantie te hard en nog niet comfortabel was. Aan de uiteindelijk wat zachtere compound is zelfs een bacteriedodend bestanddeel toegevoegd,



In de nieuwe werkplaats is alles ingericht om efficiënt te kunnen werken, ook met het oog op een constante kwaliteit van de producten die ADSO voor opdrachtgevers ontwerpt en produceert.

Alexandra Vermeir (Marketing & Communicatie Lead):

'Reviews en testresultaten zijn van groot belang op de consumentenmarkt.'

om irritaties bij langdurig huidcontact te voorkomen. De producten zijn geschikt om met alcohol te reinigen.

In licentie vervaardigen

Vanuit de ‘nood aan oplossingen’ voor de problemen bij het dragen van een mondkap, richtten Bart en zijn team zich in eerste instantie op de levering aan apotheken, opticiens et cetera. ‘Je moet ook zelf je doelstellingen bepalen, zoals een introductiedatum. Maar gaandeweg in het verhaal botsten we tegen verschillende obstakels aan, waardoor je niet zomaar even snel een product in de markt kunt zetten’, vertelt Bart over dit deel van het leerproces.

Met het patenteren van producten was ADSO al bekend. Voor de aanvraag van een patent op de FaceSuit is een weg bewandeld waarbij eerst is gekeken of de producten wel te patenteren zijn en werd niet direct de hele procedure in gang gezet. Inmiddels loopt die wel voor de FaceSuit. Voor de HeadStrip en Ears waren al diverse andere ontwerpen geïntroduceerd, waardoor een patentaanvraag daarvoor niet zinvol is. Toch biedt de patentaanvraag voor de FaceSuit ADSO de mogelijkheid om haar producten in licentie door derden te laten vervaardigen. Een optie waarvoor het bedrijf zeker open staat en dan met name buiten België, want de thuismarkt wil ADSO vooralsnog zelf bedienen, ook omdat er voor de medische sector al gesprekken gaande zijn met Raden van Bestuur. Uit die gesprekken blijkt dat het dragen van mondkapjes ook op langere termijn noodzakelijk zal blijven. En dat de Mask Comfortkit van ADSO daarbij haar diensten kan bewijzen aan de gebruiker. Want dat het product werkt is al aangegeven door testpersonen en klanten.

Bewijzen dat het werkt

‘De reviews en testresultaten zijn overigens ook voor de consumentenmarkt van belang’, geeft Alexandra aan over een pilot rondom de introductie van het product op die markt. ‘De gebruikerstesten vormen de basis voor een goed product. Zo kunnen we ook nagaan welke typen mondkapjes het beste gecombineerd kunnen worden met onze producten.



De FaceSuit en Ears voorkomen striemen op het gezicht en het aandampen van een bril door een speciale compound, vormgeving en flexibiliteit.

Daarrond hebben we al positieve reacties ontvangen. Onze producten zijn compatibel met verschillende soorten mondkapjes, waaronder ook een aantal “fashion made” maskers. We kunnen natuurlijk niet alles includeren, omdat elk soort mondkapje op een andere manier gemaakt is. Het is voor ons dan ook belangrijk dat zoveel mogelijk mensen het product gaan gebruiken met allemaal hun eigen type mondkapje en dan gaan melden dat het voor hen werkt’.

Een kantelpunt

Nick: ‘Het is een primeur voor ons dat we eigen producten op de markt brengen. We spreken hier echt over een immens kantelpunt binnen ADSO, meer bepaald het volledige productontwikkelingsproces van a tot z uitvoeren, waarbij de marketing en verkoop van de producten vrij onbekend terrein is. We hebben immers tot op heden de productontwikkeling steeds voor derden uitgevoerd. Die uiteraard de marketing en verkoop van hun producten zelf afhandelden.’ Nu heeft ADSO dus ook te maken met distributiekanalen en hun eigen dynamiek, het

promoten van de Mask Comfortkit en een eigen webshop. De eerste resultaten van de verkopen via die kanalen zijn hoopgevend. Er komt echter wel wat meer kijken bij het introduceren van een (eigen) product dan alleen de ontwikkeling ervan. Datervaart het team van ADSO toch ook als een hele mooie leerles, die ze ook mee kunnen nemen naar de ontwikkeling van producten van externe opdrachtgevers.

Bart merkt nog op over het ontwikkelen van de Mask Comfortkit dat dit niet ter hand is genomen uit nood omdat de orderportefeuille aan het begin van de lockdown wat was teruggelopen. Dit project is opgepakt vanuit de nood voor de mensen in de zorg en de kans voor ADSO om het dragen van een mondkapje comfortabeler te maken. ‘We hebben ons in het begin gericht op het FaceSuit voor het aangezicht. Gaandeweg het proces zijn we ook op het idee gekomen om iets te ontwikkelen om de druk van elastieken aan de oren te verminderen. Eigenlijk wilden we aan de HeadStrip niet veel doen, omdat

andere bedrijven daar in 3D-printwerk ook al oplossingen voor hadden. Maar uiteindelijk wilden we toch een comfortkit kunnen aanleveren aan de consument, zodat deze zelf kan kiezen wat het meest dragelijk is.'

Ook het ontwerpen van een unieke verpakking maakte deel uit van deze uitdaging. Een mooi, handig etui om de producten en zelfs één of meer mondklappers schoon in op te bergen. 'Als ontwerpbureau kunnen we toch niet afkomen met een koekendoos. Dat kan niet, dat moet wel iets sexy zijn. Vandaar dat we ook ons eigen etui hebben ontwikkeld', meldt Bart ten slotte over de ontwikkeling van deze eerste eigen producten inclusief verpakking en de ervaringen die het team daarbij heeft opgedaan.

Made in Belgium

Wat de crisis rond COVID-19 het team van ADSO ook geleerd heeft, is de afhankelijkheid van bedrijven buiten Europa en dan vooral van China. Toeleveringen uit China kwamen al begin van dit jaar stil te liggen toen China zelf in lockdown zat. Ook ADSO had daar last van voor haar leveringen, aangezien er voor productie van boven de 1.000 stuks vooral werd samengewerkt met bedrijven in China.



Links: HeadStrip met twee bevestigingspunten voor de elastieken en een uitsparing voor 'den dot', voorkomt druk en irritatie achter de oren en biedt ruimte voor dames om hun staart of opgestoken haar door te voeren zonder dat extra druk ontstaat en verhoogt het draagcomfort.

Rechts: De ADSO-Care Ears voorkomen druk van strakke elastieken achter de oren en maken het mogelijk het mondklapper eenvoudig kortstondig los te maken om iets te eten of te drinken.



De Mask Comfortkit in opbergetui: klaar voor gebruik en om daarna na reiniging in op te bergen om mee te nemen.

Met de herinrichting van het nieuwe pand is ADSO nu zelf in staat om productieruns tot circa 100.000 stuks te verwerken. De voordelen daarvan zijn evident voor opdrachtgevers:

- Niet meer afhankelijk van grondstoffen die in China vervaardigd worden en waarvan de

kwaliteit niet goed bekend is, of het moeten sturen van grondstoffen vanuit Europa aan het productiebedrijf in China.

- De kwaliteit van het eindproduct heeft ADSO nu veel beter zelf in de hand. Deze kan niet alleen direct gemonitord, maar ook gegarandeerd worden.
- Minder transportbewegingen betekent ook minder transportkosten en daarmee een lagere CO₂-footprint.
- Hoewel transport via de lucht snel gaat, levert productie in België ook nog een stukje tijdswinst op.

Last but not least is 'Made in Belgium' een extra kwaliteitskenmerk. Wat ADSO betreft wordt dat dan ook de norm om na te streven en is het team er – door van de nood een deugd te maken – helemaal klaar voor om dat te bewijzen aan de markt. Zowel met het ontwerpen en produceren van producten in opdracht als met de succesvolle ontwikkeling en productie van eigen producten. ■

Voor meer informatie:

ADSO bvba

Antwerpen (B)

Tel.: (+32) 32 90 05 02

Website: www.adso.be