SIGN+ AWARD 2020

spandex

Camiel Bosma schetst realistisch beeld markt

SPANDEX STABIELE PARTNER

Camiel Bosma, general manager van Spandex Nederland, windt er geen doekjes om: het worden zware tijden, ook voor de signmarkt. "Dan is het goed om te weten dat er een leverancier naast je staat die tegen een stootje kan en meedenkt in oplossingen. Een stabiele partner."

De afgelopen weken was het topdrukte bij Spandex in Veenendaal. Transparante kunststoffen en folies voor vloermarkeringen gingen als warme broodjes over de toonbank. Dat lijkt mooi, maar Bosma is realistisch: "De extreme vraag naar coronagerelateerde signs maskeert de onderliggende misère. De cijfers worden op dit moment geflatteerd door Covid 19-producten. De onderliggende waarde is niet goed. De vraag naar traditionele signproducten, zoals digitale printmedia en carwrapfolies, is echt veel minder."

ONDERSCHATTEN

Bosma kan niet in een glazen bol kijken, maar verwacht dat we als branche pas na de zomer weten hoe de vlag er echt bij hangt. "Ik vrees dat veel mensen nu nog onderschatten welke impact de coronacrisis voor langere tijd op onze economie en die in de landen om ons heen heeft." Als Group Vice President heeft hij de vinger aan de pols in tal van Europese landen waar Spandex actief is. Het beeld is volgens hem zeer divers, maar de algemene trend: zzp'ers hebben het moeilijk om voldoende werk binnen te halen en dat geldt ook voor de grote signbedrijven. "Zeker als die normaliter vooral actief zijn in de evenementenbranche."

Veel middelgrote signbedrijven hebben zich gestort op het produceren van afscheidingsschotten voor horeca en retail. Transparante kunststof, of het nu plexiglas is of polycarbonaat, was niet aan te slepen. Fabrikanten hadden moeite met leveren. "Er bellen bedrijven die anders nooit bij ons kopen; die willen nu pallets tegelijk van dat spul hebben. Dat doe ik niet. Mijn vaste klanten gaan voor. Simpel zat", stelt Bosma. Hetzelfde geldt voor folies voor floorgraphics. "Ik denk dat wij de enige leverancier zijn die nog enigszins fatsoenlijk folie voor vloerstickers konden blijven leveren, omdat Spandex een eigen fabriek heeft voor het ImagePerfect-label."

LICHTPUNTJES

Bosma ziet wel lichtpuntjes: "Nu zijn veel oplossingen van tijdelijke aard, maar daar gaat nog een hausse achteraan komen. De 1,5-meter-samenleving houden we voorlopig. Dit betekent dat er behoefte komt aan mooi vormgegeven en gepersonaliseerde oplossingen. We zullen naar meer flexibele en mobiele systemen - zowel voor binnen als buiten op terrassen - gaan. Die moeten er ook nog mooi uitzien. Op dat terrein moeten signmakers nu hun toegevoegde waarde bewijzen. Hun creativiteit aanspreken, maar ook hun kennis van materialen inbrengen. Spandex kan hen daarin ondersteunen."

Dit betekent ook dat signmakers bij hotels, restaurants en cafés binnenkomen, waarmee ze normaliter geen zaken deden. Dat schept nieuwe kansen in de toekomst. "Interieurdecoratie - voor ramen, muren en vloeren - is een gigamarkt. Niet alleen in de horeca, maar juist ook in corporate omgevingen", weet Bosma. Het kan volgens hem geen kwaad om de banden in die werelden aan te halen. "Want er komen weer betere tijden. Dan moet je zorgen dat je in beeld bent." Inzenden voor de Sign⊕ Award kan daarbij ook helpen.

www.spandex.com
www.sign.nl/award

▼ "Interieurdecoratie is een gigamarkt", aldus Camiel Bosma van Spandex.