



Korte lijnen versterken partnership

Rolverdeling tussen belijningsspecialisten Lumiforte en Rofraline gaat verder dan producent en afnemer

In de wereld van de sportveldbelijning is Rofraline een bekende naam op de Nederlandse markt. Rofraline is tevens de naam van het merk verf dat dit bedrijf voert. De verf wordt geproduceerd door Lumiforte. De samenwerking tussen Rofraline en Lumiforte is een schoolvoorbeeld van synergie: beide partners versterken elkaars specialisatie.

Auteur: Jeroen Poldermans

Ronald Grotenbreg richtte samen met Frank Kuster Rofraline op. Hij herinnert zich nog het kantinegesprek waarin het plan om deze nichemarkt te betreden werd gelanceerd: 'Het idee ontstond in 2008, toen we na een voetbalwedstrijd in de kantine rond de borreltafel aan het brainstormen waren. Uit die brainstorm is Rofraline ontstaan. We zochten contact met de voorganger van producent Lumiforte, Mardenkro. Dat contact mondde uit in een partnership, waarbij wij de verf en alle benodigde materialen aan de man brengen en Lumiforte voor een uitstekende kwaliteit verf zorgt in een continu innovatief proces.'

Continu ontwikkelproces

Sjoerd Broos is commercieel manager bij Lumiforte en beaamt de meerwaarde van hun samenwerking: 'Ons partnership is meer dan het verschuiven van dozen. De afgelopen decennia hebben wij veel voor elkaar betekend als het gaat om productontwikkeling. We communiceren voortdurend over nieuwe producten, zoals andere kleurstellingen of

andere soorten belijningsverf. Het voortdurende ontwikkelproces is afhankelijk van de vraag uit de markt, of van wat wij denken dat de markt nodig heeft. Ronald en zijn team zijn de ogen en oren van de markt en weten wat er speelt bij de klant. Mede dankzij hun feedback weten wij wat we kunnen verbeteren aan onze producten.'

Rofraline versus Selectline

Eerder schreven we in Fieldmanager over Selectline als producent en merknaam waarmee Rofraline samenwerkte, maar nu gaat het om Lumiforte. Om naamsverwarring te voorkomen, legt Broos uit hoe het precies zit: 'Selectline is één van onze drie merknamen. De andere merken zijn ReduSystems en Sudlac; daarmee zijn we in de tuinbouwsector actief. Selectline is het merk waarmee Lumiforte internationaal opereert en dat bijvoorbeeld de Belgische lezers zullen kennen. In Nederland wordt deze verf verkocht onder het label Rofraline, natuurlijk in goed onderling overleg.'



3 min. leestijd

Tijdelijke belijningsverf

De sterke band tussen Lumiforte en Rofraline kwam tot uiting in een project waarbij gevraagd werd mee te denken over tijdelijke belijningsverf op kunstgras. De opdrachtgever wil zijn kunstgrasvelden gebruiken voor verschillende sporten, die elk hun eigen belijning krijgen en waarbij met verschillende kleuren gewerkt wordt. Grotenbreg vergelijkt het met de vloer van een overdekte sporthal, zoals we die nog kennen van gymles. 'Tijdelijke belijning is handig bij sporten die je bijvoorbeeld alleen in het weekend bedrijft. We werken samen met Lumiforte aan een verf in verschillende kleurstellingen, die je eenvoudig kunt aanbrengen en op een snelle en milieuvriendelijke manier weer kunt verwijderen.'

Old-school, nieuw recept

Een ander voorbeeld van de synergie brengt ons terug naar de tijd van de machines met twee rollen ervoor: de stempelkarren. Via deze rollen kwam de verf direct op het gras terecht. Een eenvoudige methode, maar ook een erg arbeidsintensieve manier van belijnen. Bij amateurclubs moet het vaak snel gebeuren en dient de verf ook langer dan één wedstrijd te blijven zitten. Die kozen daarom steeds vaker voor nieuwe en snellere methodes. Een aantal clubs in het betaald voetbal toonde interesse in de oude methode. Zo wil de nieuwe grasmaester van het Goffertstadion (thuishaven van NEC Nijmegen) die *old-school* belijning herinvoeren. Terug naar de oude methode, maar wel met verbeterde verf die voldoet aan hogere milieueisen.

Kwaliteit

Aan de kwaliteit van de verf worden geen concessies gedaan. Die kwaliteit wordt mede getoetst aan de eisen op het gebied van duurzaamheid. Broos legt uit tegen welke pro-

blemen hij aanloopt bij de ontwikkeling van duurzame verf: 'Duurzaamheid is één van de belangrijkste speerpunten in onze organisatie. We opereren in een nichemarkt binnen de verfbranche, want onze verf komt niet op muren terecht, maar op gras. Juist omdat we ons in zo'n kleine nichemarkt bevinden, willen we vooruitstrevend zijn. Het probleem daarbij is de beperkte beschikbaarheid van grondstoffen. We willen een product dat een langere periode houdbaar is, maar in de ontwikkeling daarvan gaat veel tijd zitten.'

Duurzaam en economisch verantwoord

Duurzaamheid is voor Lumiforte een continu proces, dat niet alleen betrekking heeft op de verf, maar ook op de productieprocessen. Denk hierbij aan het hergebruik van afvalwater en de zoektocht naar duurzame grondstoffen. Duurzaamheid heeft wel een prijskaartje. 'Als je een 100 procent duurzaam product in de markt zet dat drie keer zo duur is als het bestaande product, wordt het nauwelijks verkocht. Dan kun je niet spreken van duurzaam, omdat het op de schap blijft liggen. Duurzaamheid moet daarom ook economisch verantwoord zijn. Daarop zetten wij in, zonder dat het invloed heeft op de hoogwaardige kwaliteit die onze klanten van ons gewend zijn', legt Broos uit.

Eigen filtersysteem

Lumiforte minimaliseert de hoeveelheid afval en verbruikt zo min mogelijk energie tijdens de productie. De verpakking is zoveel mogelijk gemaakt van gerecycled plastic. Om het afvalwater dat vrijkomt tijdens het productieproces te reinigen, heeft Lumiforte een eigen filtersysteem ontwikkeld. Dit systeem wordt gebruikt op alle productielocaties, zodat er geen verontreinigd water in het milieu komt. Lumiforte is continu op zoek naar duurzamere grondstoffen die in het productieproces kunnen worden ingezet als alternatief voor de huidige gebruikte grondstoffen. Zo verkleint het bedrijf zijn footprint.

Stijgende lijn

Wat begon als een idee aan de borreltafel, werd in de loop der jaren een succesverhaal. Inmiddels wordt Rofraline beschouwd als de specialist in sportveldbelijning. Vele clubs kloppen bij het bedrijf aan, van eredivisieclubs tot de kleinste amateurclubs in het land. Grotenbreg hecht veel belang aan het delen van kennis en onderhouden van persoonlijk contact. 'Uit het contact met onze klanten

ACHTERGROND

Rofraline

In 2008 werd Rofraline opgericht door Ronald Grotenbreg en Frank Kuster. Het eerste doel was een belijningsverf te ontwikkelen van hoogwaardige kwaliteit tegen een betaalbare prijs. Topsport verdient topverf, is hun motto. Omdat beiden door een lang verleden als speler en trainer een groot netwerk hadden in de voetballerij, waren de eerste contacten snel gelegd. In korte tijd raakten steeds meer amateur- én betaalde clubs overtuigd van de belijningsverf van Rofraline. In de loop der jaren is het assortiment aan belijningsverf steeds verder uitgebreid.



Rofraliner EASY PRO 2.0 NAC-stadion

filteren we de behoefte aan de klantkant en die delen we met Lumiforte.' Broos: 'Precies, en daar kunnen wij mee aan de slag in ons laboratorium. We versterken elkaar met feedback en research en zitten daardoor nog steeds in een stijgende lijn.'



Frank Kuster (l) en belijner voor Rofraliner-bus



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!