

# 25 jaar vakbladen voor de dakenbranche

Dit jaar is het 25 jaar geleden dat het eerste vakblad voor de dakenbranche verscheen. In 1983 verscheen onder hoofdredactie van ing. Luud Du Puy het Dak Informatie Magazine (*DIM*). Het blad werd opgericht door Dirk Lindeman, tegenwoordig de verantwoordelijke uitgever van het vakblad *Roofs*. Een jubileum-interview.



Dirk Lindeman

*Roofs* is momenteel bezig aan de 18de jaargang. Dat is geen jubileumjaar, ware het niet dat dit vakblad enige voorlopers heeft. De uitgever van *Roofs*, Mandate Publishers, vervulde de pioniersrol, want directeur Dirk Lindeman richtte in 1983 het eerste dakenblad op: *DIM*. Zijn voorbeeld werd sindsdien veelvuldig gevolgd en momenteel zijn er meerdere vakbladen voor de dakenbranche. Nog steeds geldt *Roofs* als het meest verspreide en best gelezen vakblad voor de dakenbranche (zie hiervoor ook het marketingonderzoek dat is gepubliceerd in *Roofs* 2-2008). Mandate Publishers heeft een centrale rol gespeeld in de ontwikkeling van het tijdschriftenlandschap in de dakenbranche, hetgeen een terugblik op 25 jaar vakbladen voor de dakenbranche rechtvaardigt. Ook wordt vooruit geblikt op de toekomst van het blad.

## DIM

“Het eerste vakblad voor de dakenbranche, *DIM*, is opgericht als ge-

volg van een vraag uit de markt,” vertelt Lindeman. “Ik was destijds in de advertentieverkoop werkzaam bij een uitgeverij die o.a. het vakblad *De Installateur* uitgaf. In verband met een dakenspecial in dat blad kwam ik in contact met diverse bedrijven uit de dakenbranche. Uit de gesprekken met o.a. Johannes de Vries van Troelsta & de Vries, Jan van de Heuvel van Nedteer en Piet Vogelaar van Hafort bleek dat binnen de markt een grote behoefte was aan een eigen vakblad, en mij werd de vraag gesteld of ik dat niet kon doen. Bijna gelijktijdig moest ik vanwege een reorganisatie op zoek naar een andere baan. Ik ben toen serieus in gesprek gegaan met de bovengenoemde bedrijven. Men bleek bereid een dergelijk vakblad met geregelde advertenties te steunen, mits ik een goede hoofdredacteur wist te vinden, dus daar ben ik vervolgens naar op zoek gegaan.”

Deze werd eigenlijk vrij snel gevonden in de persoon van ing. Luud Du Puy, die op dat moment werkzaam was voor het Bouwcentrum.

Hij was zeer geïnteresseerd in een zelfstandig vakblad voor de dakenbranche en wilde hieraan graag zijn medewerking geven. In september 1983 verscheen het eerste nummer. Onder hoofdredactie van Du Puy werd *DIM* al snel een gerespecteerd vakblad.

Het was een tijdschrift die bedrijfsinformatie verspreidde, en waarin diverse technische discussies werden uitgevochten tussen met name Du Puy en Nico Hendriks, directeur bij Bureau Dakadvies (BDA). “Dit waren discussies die slechts weinigen konden volgen,” aldus Lindeman. “Maar *DIM* was een goed gelezen en goed verspreid vakblad, met name vanwege het bedrijfsnieuws en de informatie over de laatste ontwikkelingen. Net als het tegenwoordige *Roofs* werd *DIM* zo breed mogelijk binnen de dakenbranche verspreid. In 1989 werd *DIM* verkocht aan uitgeverij Keesing, die een iets andere kijk had op de dakenbranche, waardoor het niet lang duurde of het blad verdween van het toneel.”

## Roofing Holland en Dakhelling

“Een half jaar later kwam er een tegenhanger van de *DIM* op de markt: *Roofing Holland*, welke weer door mij en Luud werd uitgegeven en waardoor het voor de *DIM* nog moeilijker werd te overleven,” vertelt Lindeman.

Lindeman bleef overigens in de periode tussen *DIM* en *Roofing Holland* actief in de dakenbranche. “Samen met Jim van den Borg, John Kelders en Taco Krijtenburg was ik mede-oprichter van de belangenorganisatie voor groothandelaren en importeurs van dakdekkersmaterialen VEGRIDAK. Toen echter *Roofing Holland* werd opgericht, heb ik me uit het bestuur teruggetrokken om belangenverstrengeling te voorkomen. In dezelfde periode verscheen de eerste editie van het *Handboek voor de dakenbranche*.”

“Er werden naast *Roofing Holland* al wel andere vakbladen uitgegeven, maar die waren allen verbonden aan een dakdekkerbedrijf of een inkooporganisatie. *Roofing Holland* functioneerde, net als het huidige *Roofs*, zelfstandig. Luud Du Puy bleef hoofdredacteur, tot hij in 1995 plotseling overleed. Sindsdien werd de redactie gesplitst in een algemeen en een technisch hoofdredacteur, eerst voor *Roofing Holland*, later voor *Roofs*. Deze functies werden in de loop der tijd door verschillende mensen vervuld.”

De branchevereniging Het Hellende Dak (HHD), gaf ook een eigen vakblad uit voor de hellende dakenbranche: *Dakhelling*. Lindeman: “In overleg met het bestuur kwam deze uitgave onder mijn vleugels, maar na enkele jaren bleek het blad niet levensvatbaar: de hellende dakenmarkt had zeker destijds maar een paar (grote) spelers, en dat bleek te weinig om een economisch rendabel vakblad voor uit te geven. In 1999 werden dan ook *Roofing Holland* en *Dakhelling* samengevoegd tot één blad: *Roofs*. *Roofs* betekent daken, en dat is precies waar het blad voor staat: een medium dat alle informatie over alle daken beschik-

baar stelt voor de gehele sector. Nog steeds blijft echter de hellende dakensector relatief onderbelicht in het blad, daarom zal vanaf dit najaar in elk nummer een speciaal katern ‘Hellende daken’ worden opgenomen.”

## Toekomst

Hoe ziet Lindeman de toekomst van *Roofs*? “25 jaar geleden verklaarde men me voor gek: ‘hoe kun je nu maandelijks een heel tijdschrift vullen met nieuws over daken?’ vroeg men zich af. Ik heb inmiddels al 275 uitgaven verzorgd en bewezen dat dit mogelijk is - en dat is ook niet zo gek. De markt blijft in beweging, er zijn telkens nieuwe ontwikkelingen die het vermelden waard zijn. Tegenwoordig is dat het meervoudig ruimtegebruik, waardoor er op het dak vele nieuwe ontwikkelingen plaatsvinden op het gebied van groendaken, waterdaken, parkeerdaken, energievoorziening, etc. Er blijft kortom grote behoefte aan het uitwisselen van informatie, en daarmee aan een medium dat deze informatie verspreidt.”

Of dat in gedrukte vorm zal blijven voortbestaan, dat blijft natuurlijk de vraag. Lindeman: “Er zijn vele ontwikkelingen op het gebied van digitale informatie-uitwisseling, en die ontwikkelingen zullen steeds sneller gaan. Maar ik verwacht dat het dakennieuws de komende 20 jaar nog wel voornamelijk via het papier zal worden verspreid. Dit vakblad zal daarom ook in de toekomst een prominente rol blijven spelen in de uitwisseling van dakennieuws.”

Inmiddels begint Lindeman de pensioensgerechtigde leeftijd te naderen, maar voorlopig denkt hij nog niet aan ophouden. “De laatste tijd houd ik me vooral bezig met de grote lijnen binnen het bedrijf en ben ik aan het onderzoeken of er nieuwe pootjes onder het bedrijf gezet kunnen worden. Dat kan ik nog een hele tijd volhouden. Wat er gaat gebeuren als ik me terugtrek? Er zijn verschillende mogelijkheden, maar daar kan ik nu onmogelijk op vooruit lopen.”





## Onderzoek dakadviesbureaus

Een belangrijke rol van een vakblad is dat deze een platform biedt voor de verschillende opvattingen die binnen de dakenmarkt spelen en op deze manier een rol speelt in de lopende discussies. Waar nodig kan een vakblad de nodige ontwikkelingen in gang zetten. Ter gelegenheid van het 25-jarig bestaan van Mandate Publishers heeft de uitgeverij een onderzoek laten uitvoeren naar de mate van onafhankelijkheid van dakadviesbureaus.

“Ik hoop dat dit onderzoek de nodige ontwikkelingen in gang zet, want het wordt inmiddels een beetje ondoorzichtig,” aldus Lindeman. “Er is een wildgroei aan de gang van dakadviesbureaus, wat leidt tot een zo groot aanbod dat het voor de afzonderlijke dakadviesbureaus niet mogelijk is economisch rendabel te zijn zonder nauwe banden aan te knopen met leveranciers en/of opdrachtgevers. Iedereen die pen-

sioneert of niet langer meer in loondienst kan of wil zijn, begint een dakadviesbureau.”

“Daar is op zichzelf niets mis mee; het probleem is alleen dat dit niet langer echt transparant is. De opdrachtgever weet niet wat voor advies hij inhuurt: is dat een volledig onafhankelijk advies op basis van de technische kennis van het bureau, of onderhoudt het dakadviesbureau (nauwe) banden met één of meerdere leveranciers? Met dit laatste wordt immers een opdrachtgever, zonder dat hij het in de gaten heeft, een bepaalde richting in geduwd. En de opdrachtgever weet vaak ook niet in welke mate het dakadviesbureau verantwoordelijkheid neemt voor het advies. Dit soort zaken moet vooraf duidelijk zijn. Ik hoop dat dit onderzoek ervoor kan zorgen dat die duidelijkheid er komt en er een eind komt aan de huidige, schimmige situatie, die misbruik in de hand kan werken.”

