



NOA

Nederlandse
Ondernemersvereniging voor
Afbouwbedrijven



TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN DE AFBOUW

Hoe blijft u
succesvol?

2018-2028

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	3
Belangrijkste bevindingen	4
Wat speelt er in de (af)bouw	5
Hoe blijft u succesvol?	6
Belangrijkste bevindingen voor stukadoors- en afbouwbedrijven	7
Belangrijkste bevindingen voor vloeren- en terrazzobedrijven	11
Belangrijkste bevindingen voor plafond- en wandmontagebedrijven	15
Belangrijkste bevindingen voor natuursteenbedrijven	19
Belangrijkste thema's nader toegelicht	23
Conclusie	28



TIJD VOOR STRATEGISCHE KEUZES

Er is heel veel werk en weinig tijd! De economie zit in een 'rollercoaster'. U bent enorm druk met productie maken, passende adviezen geven en de planning voor de tigste keer bijstellen... en toch vraag ik u ook nog aandachtig onze onderzoek rapportage te bekijken. Waarom? Omdat uw markt continu verandert en we u kansen mee willen geven voor vernieuwingen.

Ik realiseer me dat menigeen momenteel alleen maar bezig is om alle klussen en grote projecten af te krijgen. De noodzaak om nu al vooruit te kijken naar de toekomst en verandering in te zetten, lijkt niet altijd gevoeld te worden. Want het gaat nu toch goed?

Ons blindstaren op de mooie markttijd van nu, kan écht niet. Ook als er genoeg (of teveel) werk voorhanden is, moet iedere ondernemer met een objectieve blik verbeterpunten voor zijn bedrijf benoemen. Op ons verzoek hebben opdrachtgevers dat in elk geval alvast voor stukadoors-, vloeren- en terrazzo-, natuursteen- en plafond- en wandmontagebedrijven gedaan. In het onderzoek, dat wij door USP Marketing Consultancy hebben laten uitvoeren, staan die verbeterpunten heel helder opgetekend.

Met de rapportage willen we u ook inzicht geven in de belangrijkste trends en ontwikkelingen voor de korte termijn (tot 3 jaar). Per sector bieden we daarnaast perspectieven waarmee u voor uw bedrijf strategische keuzes voor de lange termijn (5 tot 10 jaar) kunt formuleren.



Deze samenvatting biedt u inzichten om in te kunnen spelen op marktveranderingen en klantwensen. Ook het uitgebreide rapport van USP is voor u beschikbaar, als u dieper op de materie in wilt gaan. NOA ondersteunt u graag bij uw ondernemersstrategie. Met deze informatie, maar ook met cursussen, slimme tools en het juiste netwerk. Zodat u ook in de toekomst succesvol blijft!

Hendrik Ruys,
Voorzitter

BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN

Hoe zien opdrachtgevers u?

Afbouwbedrijven staan bekend om de kwaliteit van het opgeleverde werk, maar zijn vaak niet altijd even ordelijk of netjes. Dat is wat 175 zakelijke opdrachtgevers hebben aangegeven tijdens telefonische interviews. Opdrachtgevers zijn kritischer geworden, zo blijkt uit vergelijking met eerdere onderzoeken.

Voor dit onderzoek zijn aannemers, interieurarchitecten, architecten in de bouw en woningbouwverenigingen bevroegd. Natuurlijk werken veel ondernemers in de afbouw ook voor particuliere opdrachtgevers, maar die zijn niet specifiek geïnterviewd.

Verbeterpunten

Volgens zakelijke opdrachtgevers kunnen álle afbouwbedrijven hun orde en netheid in het werk wel verbeteren. Dit bleek ook uit eerdere onderzoeken, die in 2011 en 2014 zijn uitgevoerd. Stukadoorsbedrijven kunnen daarnaast de communicatie verbeteren. Ook digitaal meegaan met de sector wordt geadviseerd. Voor plafond- en wandmontage- én vloeren- en terrazzobedrijven worden werkvoorbereiding/planning en de ontwikkeling tot kennispartner genoemd. Dit laatste aspect geldt ook voor natuursteenbedrijven, alsmede het flexibel omgaan met meer of minderwerk. Per sector zijn aspecten, die goed beoordeeld worden en welke volgens opdrachtgevers moeten verbeteren, afgebeeld vanaf pagina 7.



WAT SPEELT ER IN DE (AF)BOUW

Het gaat op dit moment erg goed met de economie en er is veel werk voor afbouwbedrijven. Dit onderzoek toont aan dat klanten van afbouwers het **vertrouwen in en het leveren van kwaliteit** belangrijker vinden dan de laagste prijs. De prijs discussie zal altijd belangrijk blijven, maar vormt niet per definitie de doorslaggevende factor.

Er is een **groot tekort aan vakmensen**. Het opleidingssysteem kan nu niet voldoen aan de vraag en vanwege de afgelopen crisis is er veel kennis uit onze sectoren verdwenen. Het intern opleiden van personeel en het laten meelopen van jongeren is belangrijk om deze kennis niet verder te verliezen. Daarnaast is er te weinig instroom van jongeren op de opleidingen stukadoren, plafond- en wandmontage, natuursteenbewerking en dekvloerenleggen, omdat deze beroepen niet de grootste aantrekkingskracht hebben op (ouders van) jongeren en zij-instromers.

Ook zijn er grote **verschuivingen in de bouwketen** vanwege een veranderende klantvraag. Er is en komt nog meer vraag naar totaaloplossingen en prefab werk. Daarnaast spelen toenemende digitalisering en automatisering een steeds grotere rol.



HOE BLIJFT U SUCCESVOL?

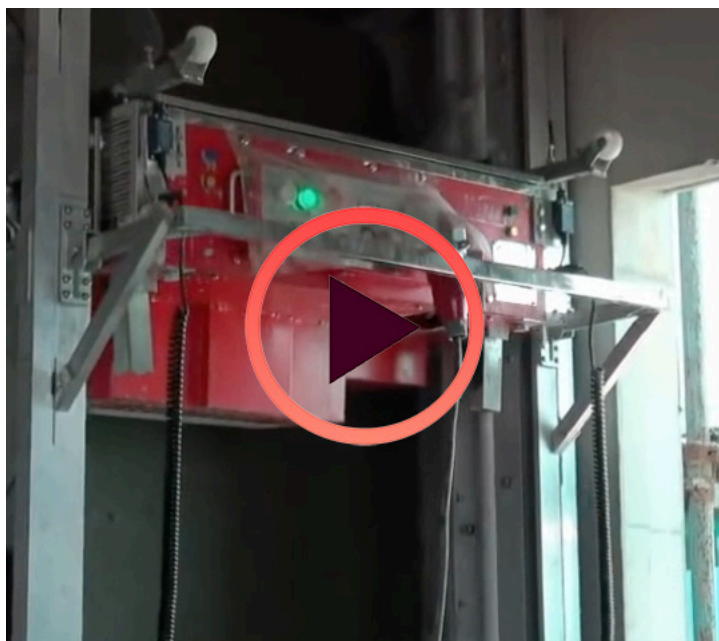
1. **Stilstaan werkt niet in een veranderende wereld.** Misschien komt u er nu mee weg, maar niet voor lang. Ga daarom actief op zoek naar kansen voor uw bedrijf. Per sector vindt u ze in dit document.
2. **Verbeter de reputatie van uw bedrijf.** Dit kunt u doen door enerzijds hoogwaardig werk af te leveren, netjes te werken en op te ruimen en anderzijds door meer te denken vanuit uw (eind)klanten; wat verwachten zij van u? Voor welke klanten werkt u graag en wat vinden zij belangrijk? Verdiep ook uw relatie met aannemers en opdrachtgevers door samenwerking op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. En deel bijvoorbeeld samen tekeningen middels het Bouw Informatie Model (BIM).
3. **Denk meer als ondernemer en minder als afbouwer.** Een bedrijf groeit niet automatisch, hiervoor moet u een ondernemer zijn. Ondernemerschap vergt meer dan een goede vakman zijn. Vergroot uw kennis over en vaardigheden in ondernemerschap, zoals:
 - *Marketing - Welke meerwaarde heeft sociale media voor uw onderneming en hoe klantgericht is uw website?*
 - *Administratie - Hoe houdt u uw financiën overzichtelijk? Hoe beoordeelt u de prestatie van werknemers en/of de partijen die u inschakelt om werk voor u te doen?*
 - *Strategie - Waar wilt u over 5-10 jaar staan met uw bedrijf. En hoe komt u daar?*



BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN VOOR STUKADOORS- EN AFBOUWBEDRIJVEN

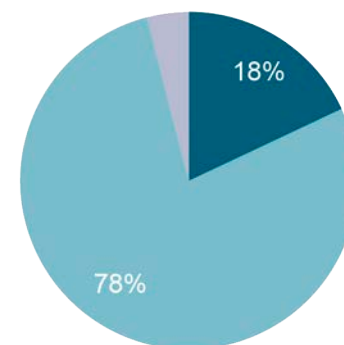
Uit het onderzoek blijkt dat 58% van de ondervraagden van een stukadoors- en afbouwbedrijf nu zoveel werk heeft, dat zij geen noodzaak zien om het bedrijf en hun aanpak te veranderen. Opdrachtgevers beoordelen stukadoorsbedrijven weliswaar gemiddeld met een 7,2, een ruime voldoende, maar stukadoorsbedrijven zelf denken dat de opdrachtgever hen met een 8,0 zou beoordelen...

Dit verschil vraagt om een bedrijfsaanpassing. Dit kan op korte termijn gerealiseerd worden! We bieden u de verschillen in door afbouwers en opdrachtgevers beoordeelde bedrijfsaspecten. Maar we gaan ook een stapje verder: voor een aantal thema's die de komende 5-10 jaar belangrijk zijn/worden, hebben we voor u de belangrijkste kansen en uitdagingen samengevat.



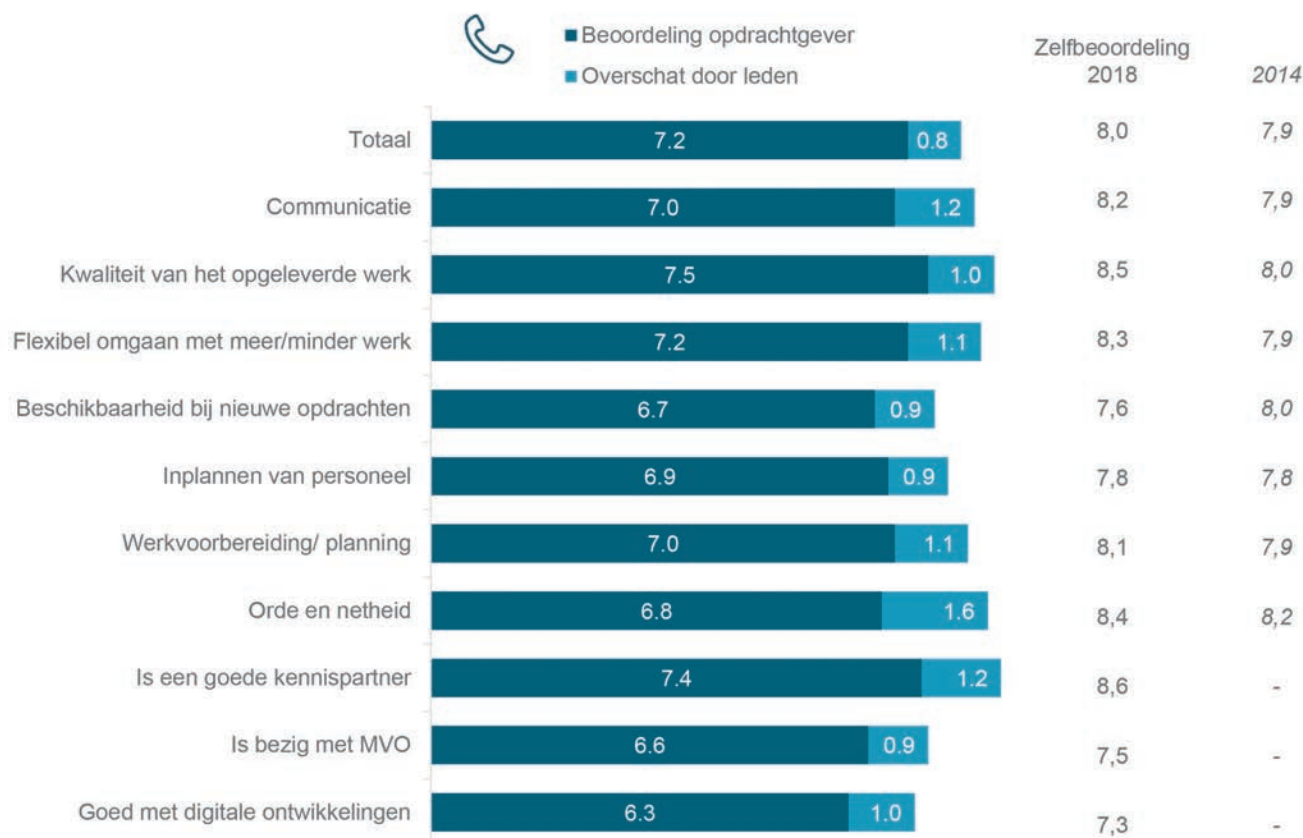
Bekijk de video van de rendering machine, die kan stucen.

VERWACHT U DAT EEN DEEL VAN UW WERK DE KOMENDE JAREN GEROBOTISEERD KAN WORDEN?



■ Ja
■ Nee
■ Weet niet/geen mening

REPUTATIE EN ZELFBEOORDELING VAN STUKADOORS- EN AFBOUWBEDRIJVEN



VERGELIJKBAAR ONDERZOEK LEVERDE DE SECTOR IN 2014 EEN GEMIDDELD CIJFER VAN 7,8 EN IN 2011 EEN BOORDELING VAN GEMIDDELD EEN 7,4

Wat moet je doen als bedrijf om in veranderende markt mee te groeien?

Top 5 prioriteiten: Stukadoren & Afbouw

USP

1. Selectie op kwaliteit

- Er wordt steeds nadrukkelijker geselecteerd op kwaliteit en vertrouwen. Prijs is sterk in belang gezakt in de laatste jaren.
- Dit betekent dat het aantonen, benadrukken en juist communiceren van de kwaliteit en kundigheid sterk toeneemt.
 - Het is dus belangrijk voor de stukadoorbodrijven om de kwaliteit in de commerciële fase te benadrukken. Het aanbieden van verschillende opties is kwaliteitsklassen kan een voorbeeld daar van zijn.
 - Vertrouwen kan gewonnen worden door het opnemen van referenties in de offerte.
 - Je kunt ook denken aan het specialisme van jouw bedrijf: misschien weet jij veel over brandwerend bouwen. Of ben je een specialist in een bepaald type renovatie. Dit zijn allemaal vormen van toegevoegde waarde die je kunt gebruiken om jouw bedrijf te profileren.

2. Aan tafel met de opdrachtgever

- Meer dan de helft van de stukadoorbodrijven komt niet voor de uitvoering van het werk in contact met de eindklant. Meerwaarde verkoop je makkelijker bij de eindklant; probeer in specifieke gevallen dit contact meer naar voren te halen.
- Een voorbeeld is wooncomfort: vraag de klant over geluid, lichtniveau en andere vormen van comfort waar ze zelf niet meteen aan denken, maar waar jij wel toegevoegde waarde kan bieden.



3. Het start met een goede reputatie

- De markt maar ook de stukadoorbodrijven zelf zien dat de reputatie niet al te best is. Hieronder vallen communicatie, het leveren van hoge kwaliteit, orde en netheid, planning, beschikbaarheid en tot op zekere hoogte meegaan met digitale ontwikkelingen.
- Een slechte reputatie kan ook een kans bieden om jezelf te onderscheiden: benadruk de orde/netheid van jouw bedrijf of de nieuwe software die je gebruikt en duidelijk voordelen biedt over de concurrentie.

4. Vakkennis opbouwen

- Het tekort aan vakkennis is een groot probleem. Naast het verbeteren van de aantrekkelijkheid van het beroep, is het belangrijk om jongeren enthousiast te maken via stages en actief zijn als leerbedrijf.
- Ook hier geldt dat het imago nu niet goed genoeg is. Het moet aantrekkelijk worden voor de jeugd en de ouders van deze jeugd.

5. Denk na over de toekomst

- Er is al een verschuiving zichtbaar naar meer utiliteitsbouw en minder particulier werk. Dit vraagt enerzijds meer passen in de werkwijze van de aannemer en voorschrijver. Dat betekent meer kennis van ketenintegratie, BIM en digitale ontwikkelingen.
- Investeren in deze kennis is dus belangrijk voor de stukadoorbodrijven.

6

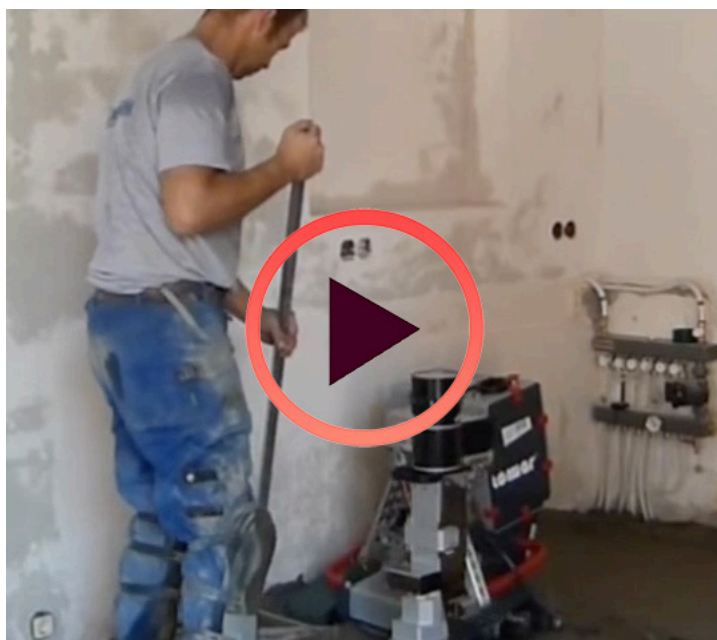
SAMENGEVAT



BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN VOOR VLOEREN- EN TERRAZZOBEDRIJVEN

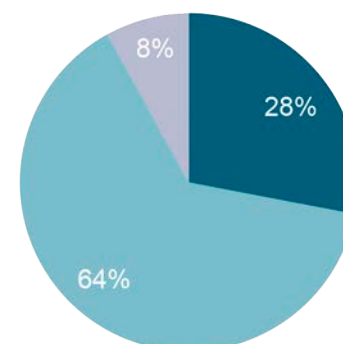
Uit het onderzoek blijkt dat 52% van de ondervraagden van een vloeren- en terrazzobedrijf nu zoveel werk heeft, dat zij geen noodzaak zien om het bedrijf en hun aanpak te veranderen. Opdrachtgevers beoordelen vloeren- en terrazzobedrijven weliswaar gemiddeld met een 7,4, een ruime voldoende, maar bedrijven zelf denken dat de opdrachtgever hen met een 7,9 zou beoordelen...

Dit verschil vraagt om een bedrijfsaanpassing. Dit kan op korte termijn gerealiseerd worden! We bieden u de verschillen in door afbouwers en opdrachtgevers beoordeelde bedrijfsaspecten. Maar we gaan ook een stapje verder: voor een aantal thema's die de komende 5-10 jaar belangrijk zijn/worden, hebben we voor u de belangrijkste kansen en uitdagingen samengevat.



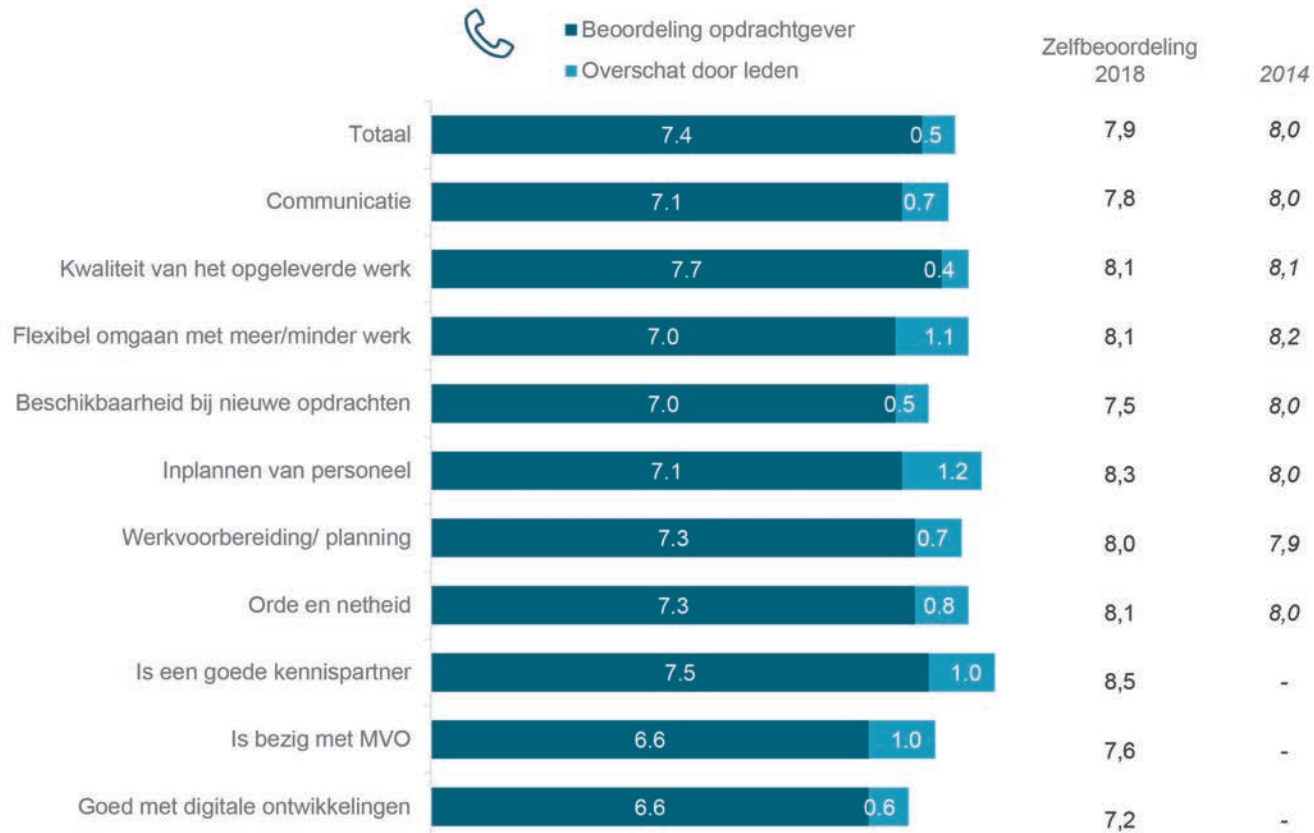
Bekijk de video van de vloerenrobot.

VERWACHT U DAT EEN DEEL VAN UW WERK DE KOMENDE JAREN GEROBOTISEERD KAN WORDEN?



■ Ja
■ Nee
■ Weet niet/geen mening

REPUTATIE EN ZELFBEOORDELING VAN VLOEREN- EN TERRAZZOBEDRIJVEN



VERGELIJKBAAR ONDERZOEK LEVERDE DE SECTOR IN 2014 EEN GEMIDDELD CIJFER VAN 7,1 EN IN 2011 EEN BOORDELING VAN GEMIDDELD EEN 7,3. UW SECTOR WORDT NU DOOR OPDRACHTGEVERS HOGER BEOORDEELD DAN IN HET VERLEDEN!

Wat moet je doen als bedrijf om in veranderende markt mee te groeien?

Top 5 prioriteiten: Vloeren & Terrazzo

USP

1. Selectie op kwaliteit

- Er wordt steeds nadrukkelijker geselecteerd op kwaliteit en vertrouwen. Prijs is sterk in belang gezakt in de laatste jaren.
 - Vloeren & Terrazzo bedrijven leveren goede kwaliteit en zijn goede kennispartners volgens de opdrachtgevers. Verder maakt de sector een vrij 'gemiddelde' indruk.
 - Om deze beoordeling 'goed' te krijgen, moeten bedrijven in deze sector letten op orde en netheid, duidelijke communicatie en een betere planning.

2. Een dynamische markt

- De klantvraag in deze markt verandert continu en moet goed begrepen worden. Door meer aan tafel te zitten met de eindklant, ben je beter op de hoogte van deze veranderende klantwensen en kun je jouw meerwaarde verkopen.
 - Let ook op nieuwe producten zoals gietvloeren.
- Daarnaast is het bieden van totaaloplossingen een duidelijke meerwaarde voor klanten – zoals het bieden van een complete vloer inclusief verwarming of services zoals keuringen en onderhoudscontracten.
 - Er zijn hier mogelijkheden om samen te werken met andere afbouwsectoren zoals natuursteenbedrijven.



3. Het start met een goede reputatie

- Om de sector naar een nóg hoger niveau te krijgen, is het verstandig te werken aan orde en netheid, communicatie naar de klant en planning.
- De sector heeft de mogelijkheid om bekend te staan als jong, dynamisch en flexibel, mits de bedrijven deze kans met beide handen aangrijpen. Presenteer het bedrijf en werk naar de wereld op een aantrekkelijke manier, want in de basis zit dit prima in orde.

4. Vakkennis opbouwen

- Er is een groot tekort aan vakkennis. Help mee om dit probleem op te lossen door het beroep aantrekkelijker te maken (laat bijvoorbeeld mooie projecten zien via social media) en jongeren enthousiast te maken door goede stages aan te bieden en proactief te zijn als leerbedrijf.

5. Investeer nu om kansen te benutten

- Trends zoals ketenintegratie, als hoofdaannemer een vloer opleveren en totaaloplossingen zijn kansen in de toekomst waar nu in geïnvesteerd moet worden.
- Doe kennis op over de belangrijkste trends en denk na hoe jouw bedrijf op deze trends kan inspelen.

8

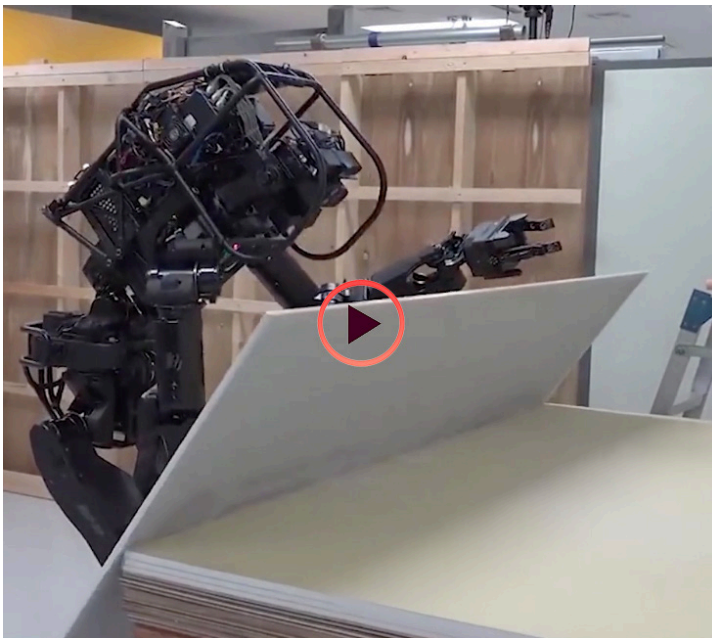
SAMENGEVAT



BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN VOOR PLAFOND- EN WANDMONTAGEBEDRIJVEN

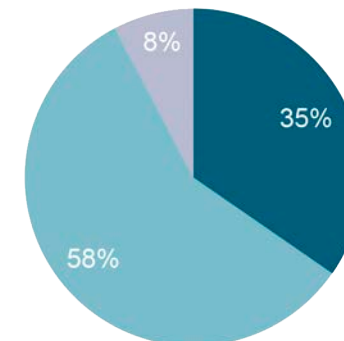
Uit het onderzoek blijkt dat 58% van de ondervraagden van een plafond- en wandmontagebedrijf nu zoveel werk heeft, dat zij geen noodzaak zien om het bedrijf en hun aanpak te veranderen. Opdrachtgevers beoordelen plafond- en wandmontagebedrijven weliswaar gemiddeld met een 7,1, een voldoende, maar bedrijven zelf denken dat de opdrachtgever hen met een 8,0 zou beoordelen...

Dit verschil vraagt om een bedrijfsaanpassing. Dit kan op korte termijn gerealiseerd worden! We bieden u de verschillen in door afbouwers en opdrachtgevers beoordeelde bedrijfsaspecten. Maar we gaan ook een stapje verder: voor een aantal thema's die de komende 5-10 jaar belangrijk zijn/worden, hebben we voor u de belangrijkste kansen en uitdagingen samengevat.



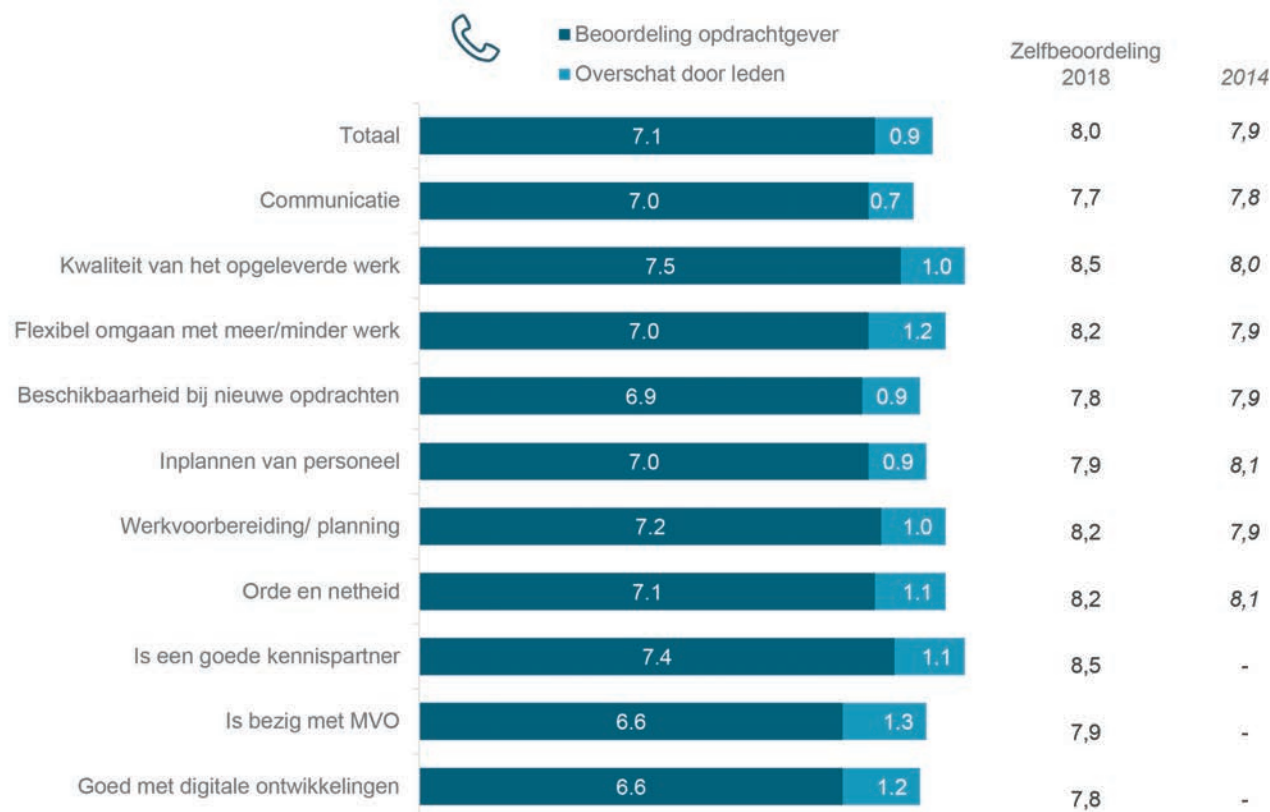
Bekijk de video van de robot die zelfstandig gipsplaten schroeft..

VERWACHT U DAT EEN DEEL VAN UW WERK DE KOMENDE JAREN GEROBOTISEERD KAN WORDEN?



■ Ja
■ Nee
■ Weet niet/geen mening

REPUTATIE EN ZELFBEOORDELING VAN PLAFOND- EN WANDMONTAGEBEDRIJVEN



VERGELIJKBAAR ONDERZOEK LEVERDE DE SECTOR IN 2014 OOK EEN GEMIDDELD CIJFER VAN 7,1 OP, MAAR IN 2011 NOG EEN BOORDELING VAN GEMIDDELD EEN 7,3. DEZE SCORE KAN SNEL VERBETERD WORDEN!

Wat moet je doen als bedrijf om in veranderende markt mee te groeien?

Top 5 prioriteiten: Plafond- en Wandmontage

USP

1. Selectie op kwaliteit

- Er wordt steeds nadrukkelijker geselecteerd op kwaliteit en vertrouwen. Prijs is sterk in belang gezakt in de laatste jaren. Dit betekent dat het aantonen, benadrukken en juist communiceren van de kwaliteit en kundigheid sterk toeneemt.
 - Plafond- en Wandbedrijven leveren volgens opdrachtgevers nu al hoge kwaliteit, en dus is het belangrijk om dit extra te benadrukken in de commerciële fase. Het aanbieden van verschillende opties is kwaliteitsklassen kan een voorbeeld daar van zijn.
 - Je kunt ook denken aan het specialisme van jouw bedrijf. Plafond- en Wandmontage kunnen vanwege het type werk goed optreden als hoofdaannemer en een coördinerende rol op zich nemen.
 - Een specialisme zoals totaalinstallatie en wandafwerking kan ook toegevoegde waarde bieden.

2. BIM is een goede oplossing voor de keten

- Van alle afbouwbedrijven, komen Plafond- en Wandmontagebedrijven het meest aan tafel bij de eindklant. Dit is goed, want het meerwaarde verkoop je makkelijk op deze manier, en moet verder uitgebreid worden in de toekomst.
- Eerder in de keten komen betekent ook kansen om de samenwerking tussen de schakels te verbeteren. BIM biedt hiervoor veel mogelijkheden en een afbouwbedrijf dat met BIM werkt is voor veel opdrachtgevers – met name architecten – een grote toegevoegde waarde.



3. Bouw een onderscheidend imago

- De Plafond- en Wandmontagesector wordt nu omschreven als 'ondergewaardeerd' en 'te volgend'. Dit geeft aan dat er grote kansen zijn voor de bedrijven om de eigen kwaliteiten meer te benadrukken door bijvoorbeeld een duidelijk, onderscheidend imago te bedenken en dit ook uit te dragen naar werknemers en klanten.

4. Kennis over ambacht én ondernemen

- Er is een groot tekort aan vakkennis. Help mee om dit probleem op te lossen door het beroep aantrekkelijker te maken (laat bijvoorbeeld mooie projecten zien via social media) en jongeren enthousiast te maken door goede stages aan te bieden en proactief te zijn als leerbedrijf.
- Grotere bedrijven kunnen ook nadenken over een intern opleidingssysteem, zowel voor het 'ambacht' als voor kennis gericht op ondernemen. Oudere werknemers – met hun rijkdom aan kennis – kunnen hier ingezet worden.

5. Kijk naar de koplopers

- Trends zoals prefab bouwen, als hoofdaannemer een project opleveren, verder automatiseren en robotiseren, en totaaloplossingen kunnen nu nog abstract lijken, maar de koplopers in de sector zijn hier al mee bezig.
- Doe kennis op over de belangrijkste trends en denk na hoe jouw bedrijf op deze trends kan inspelen.

7

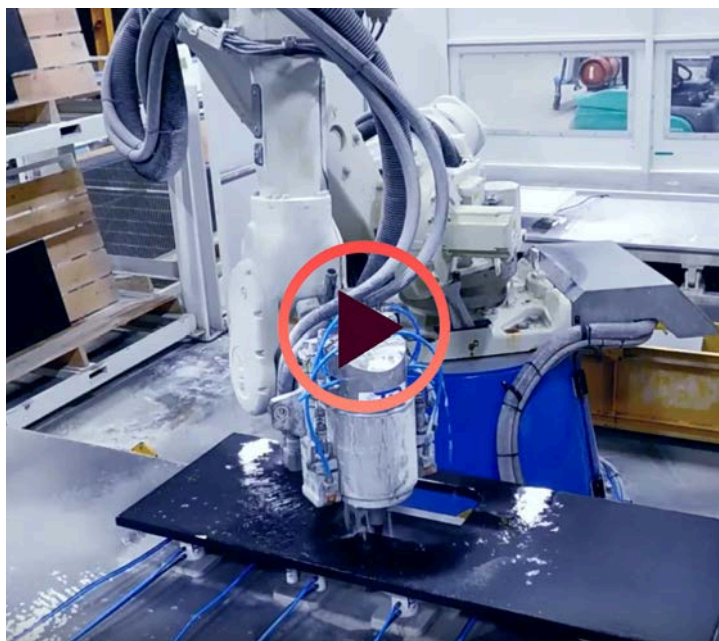
SAMENGEVAT



BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN VOOR NATUURSTEENBEDRIJVEN

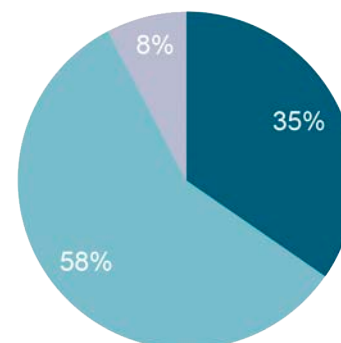
Uit het onderzoek blijkt dat 44% van de ondervraagden van een natuursteenbedrijf nu zoveel werk heeft, dat zij geen noodzaak zien om het bedrijf en hun aanpak te veranderen. Opdrachtgevers beoordelen natuursteenbedrijven weliswaar gemiddeld met een 7,3, een ruime voldoende, maar bedrijven zelf denken dat de opdrachtgever hen met een 7,8 zou beoordelen...

Dit verschil vraagt op onderdelen om een bedrijfsaanpassing. Dit kan op korte termijn gerealiseerd worden! We bieden u de verschillen in door afbouwers en opdrachtgevers beoordeelde bedrijfsaspecten. Maar we gaan ook een stapje verder: voor een aantal thema's die de komende 5-10 jaar belangrijk zijn/worden, hebben we voor u de belangrijkste kansen en uitdagingen samengevat.



Bekijk de video van de robot die zelfstandig aanrechtbladen freest..

VERWACHT U DAT EEN DEEL VAN UW WERK
DE KOMENDE JAREN GEROBOTISEERD KAN
WORDEN?



■ Ja
■ Nee
■ Weet niet/geen mening

REPUTATIE EN ZELFBEOORDELING VAN NATUURSTEENBEDRIJVEN

NATUURSTEEN



DE BELANGRIJKSTE VERBETERPUNTEN ZIJN 'ORDE EN NETHEID' EN 'FLEXIBEL OMGAAN MET MEER/MINDER WERK'.

Wat moet je doen als bedrijf om in veranderende markt mee te groeien?

Top 5 prioriteiten: Natuursteen

USP

1. Selectie op kwaliteit

- Er wordt steeds nadrukkelijker geselecteerd op kwaliteit en vertrouwen. Prijs is sterk in belang gezakt in de laatste jaren.
 - Natuursteenbedrijven staan bekend als goede kennispartner en als leverancier van hoge kwaliteit volgens de opdrachtgevers.
 - Er kan nog verder gewerkt worden aan orde en netheid, flexibiliteit, communicatie en beschikbaarheid.

2. Terug naar de natuur

- De klantvraag in deze markt verandert continu en moet goed begrepen worden. Door meer aan tafel te zitten met de eindklant, ben je beter op de hoogte van deze veranderende klantwensen en kun je jouw meerwaarde verkopen.
- Er is een trend naar meer natuurlijke producten in de markt dat samenloopt met de opkomst van keramiek en composiet. Natuursteen bedrijven kunnen hier perfect op inspelen omdat natuursteen al miljoenen jaren bestaat, veelzijdig is, en een trotse ambachtelijke geschiedenis heeft.
- Daarnaast is het bieden van totaaloplossingen een duidelijke meerwaarde voor klanten – zoals het bieden van een complete vloer inclusief verwarming of services zoals keuringen en onderhoudscontracten.



3. Het start met een goede reputatie

- De experts in de Natuursteensector geven – vrijwel unaniem – aan dat de sector veel meer potentie heeft qua imago en reputatie. Eén van de experts gaf het voorbeeld van sociale media: vrouwen maken over het algemeen de beslissing over het interieur en de vloeren, maar #natuursteen heeft vrijwel geen foto's op Instagram of Pinterest.
- Een reputatieprobleem op de korte termijn is de recent negatieve aandacht op het gebied van kinderarbeid in de steengroeves. Veel bedrijven in de sector hebben protocollen ontwikkeld om niet van deze leveranciers in te kopen, maar negatieve aandacht in de media vereist een collectieve aanpak.

4. Vakkennis opbouwen

- Er is een groot tekort aan vakkennis. Help mee om dit probleem op te lossen door het beroep aantrekkelijker te maken (laat bijvoorbeeld mooie projecten zien via social media) en jongeren enthousiast te maken door goede stages aan te bieden en proactief te zijn als leerbedrijf.

5. Investeer nu om kansen te benutten

- Op de lange termijn zullen MVO, digitalisering en het tekort aan vakkennis de sector veranderen. Robotisering en automatisering zijn nu al belangrijk voor de productie. Om deze kansen te benutten moet nu een plan van aanpak opgesteld worden en geïnvesteerd worden.

SAMENGEVAT



BELANGRIJKE THEMA'S NADER TOEGELICHT

Imago/positionering

Als een bedrijfstak een goed imago heeft, profiteren afzonderlijke bedrijven in die sector daarvan. Een slecht imago van de sector kan schade aanrichten, maar voor het individuele bedrijf ook een kans bieden zich te onderscheiden. Uit het onderzoek blijkt dat de ondervraagden vinden dat de afbouwsector een imagoprobleem heeft. Hierdoor is het moeilijker om personeel aan te trekken en te concurreren met nieuwe producten of alternatieve afbouw mogelijkheden. Individuele bedrijven kunnen zich positief onderscheiden, maar niet het imago van de gehele sector veranderen. Daarvoor moeten afbouwbedrijven, leveranciers en NOA samenwerken.

Wat we gezamenlijk kunnen doen om het imago te verbeteren:

- Klanttevredenheid meten, tonen en verbeteren
- Ook werknemers visitekaartje van het bedrijf maken
- Trots uitstralen
- Internet en social media vaker inzetten en beter benutten
- Onze eindproducten als hip high-end óf als hip ambachtelijk positioneren
- Afspraken nakomen, netjes werken, helder communiceren en kwaliteit leveren



Personeelstekort

Nu en voor de komende jaren is er een groot personeelstekort. Ondervraagde afbouwers erkennen dat dit tekort invloed heeft op de bedrijfsvoering en opdrachtgevers maken zich zorgen over capaciteitsproblemen in onze sectoren. Ook wordt er gevreesd voor verminderde kwaliteit, meer klachten over het geleverde werk en vertragingen in projecten. Individuele bedrijven voelen zich niet verantwoordelijk om het personeelstekort op te lossen. De overheid en NOA worden gezien als de partijen die dit probleem kunnen aanpakken.

Wat we gezamenlijk kunnen doen om het personeelstekort terug te dringen:

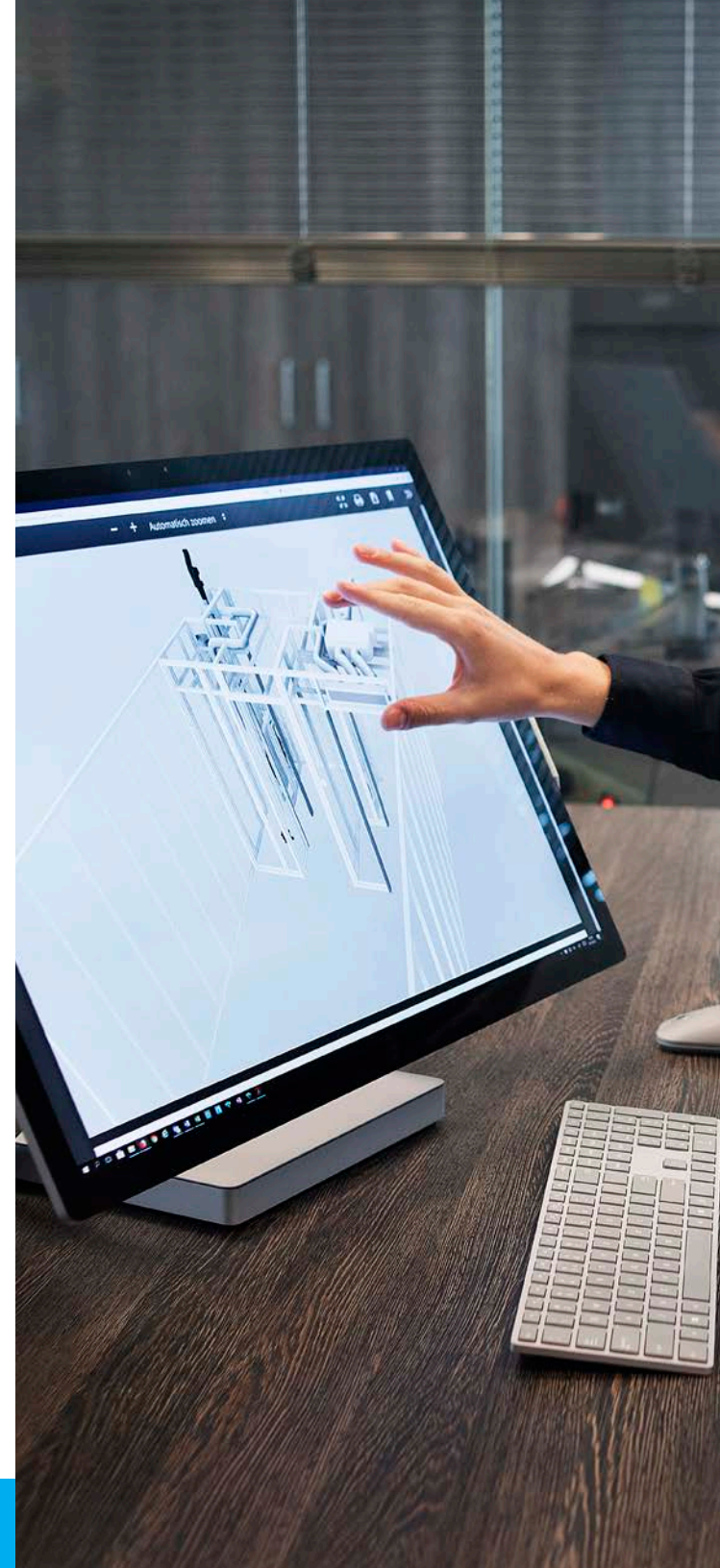
- Actiever opleiden
- Jongeren informeren over en enthousiasmeren voor een carrière in de afbouw
- Vakmanschap via cursussen en maatwerkoplossingen stimuleren
- Betere communicatie en begeleiding tussen bedrijven en scholen
- (Gebruik maken van) Een landelijk dekkend NOA Opleidingsbedrijf Afbouw

Ketenintegratie

Ketenintegratie is de samenwerking tussen alle partijen in de bouwketen, gebaseerd op vertrouwen, volledige transparantie en informatiedeling. Er kan op verschillende niveaus aan ketenintegratie worden gewerkt; van simpele aanbevelingen, tot digitale samenwerking en volledige integratie.

Wat we gezamenlijk kunnen doen om de voordelen van ketenintegratie te benutten:

- Kennis delen en bouwprocessen combineren
- Meer doeners en denkers met elkaar laten werken
- Samenwerking met andere sectoren onderzoeken en uitproberen
- Openheid van zaken bieden, advies geven en inwinnen
- Meer digitale ontwikkelingen gebruiken



Digitalisering/automatisering

Digitale ontwikkelingen volgen elkaar in rap tempo op. De bouw staat echter niet bekend als 'early adapter'. Toch komen zowel digitalisering als automatisering in onze sectoren op veel manieren in steeds verdergaande mate voor. Het heeft onze bouwprocessen al veranderd en dat zal de komende jaren alleen maar verder toenemen. Robotisering wordt op kleine schaal al toegepast en zal belangrijker worden, al menen veel ondervraagde afdouwbedrijven dat hun werk niet door robots kan worden verricht. Alleen de natuursteensector verwacht dat robotisering oplossingen biedt.

Wat we gezamenlijk kunnen doen om verder te digitaliseren en automatiseren:

- De voordelen erkennen van de nieuwe technologie
- Kennis en ervaring van oudere werknemers benutten om meer te automatiseren
- Digitale werkbeheersystemen en nieuwe software uitproberen en gebruiken
- Samen met industriële ontwerpers oplossingen bedenken



Veranderende klantvraag

Klanten worden steeds kritischer. Internet maakt dat ze ook makkelijk zelf op onderzoek uit kunnen gaan en kunnen vergelijken. Desalniettemin wordt de expertise van de vakman voor klanten steeds belangrijker. De kennis en tijd om alles zelf te regelen is er maar heel weinig. Het gaat niet (meer) om het nieuwe materiaal, maar juist om de service en de beleving die u aan de klant kunt bieden.

Wat we gezamenlijk kunnen doen om aan de veranderende klantvraag te voldoen:

- Denken in totaaloplossingen en die samen met een goed advies aan de (eind)klant aanbieden
- Onderhoud aan gaan bieden om de klant te ontzorgen; daar is echt behoefte aan
- Luisteren naar wat de klant echt wil, in plaats van aanbieden wat we graag maken
- Samenwerken met andere sectoren
- Prefab niet als indringer maar als verruiming van de mogelijkheden voor de klant zien



Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Afbouwbedrijven zijn best wel bezig met MVO, al is men zich daar niet altijd van bewust. Goede arbeidsomstandigheden en veiligheid worden bijvoorbeeld als zeer belangrijk ervaren en er wordt hard aan gewerkt om daar ook voor te zorgen. Voor werknemers worden via de cao Afbouw ook veel sociale thema's als re-integratie, duurzame inzetbaarheid, onderwijs en pensioenen goed geregeld. Het duurzaam gebruiken van materiaal en recycling wordt in toenemende mate toegepast.

Wat we gezamenlijk kunnen doen om meer aan MVO te doen:

- Vertellen en beschrijven (op de website bijvoorbeeld) wat er al duurzaam gebeurt
- Materialen, tools en diensten van leveranciers benutten om te verduurzamen
- Deelnemen aan recycling programma's
- Afval scheiden
- Kiezen voor een elektrische bedrijfswagen en het energieverbruik van het bedrijf doorlichten



CONCLUSIE

Opdrachtgevers zijn behoorlijk tevreden over bedrijven in de afbouw. Verbetering van specifieke bedrijfsaspecten zal die beoordeling relatief snel verder laten stijgen. Welke aspecten - en hoe belangrijk die zijn voor opdrachtgevers – staan allemaal per sector opgetekend in het uitgebreide rapport van USP Marketing Consultancy.

In zijn algemeenheid kan worden gesteld dat bedrijven in de afbouw hun communicatie, de kwaliteit van het opgeleverde werk en hun flexibiliteit moeten verbeteren. Dit zal ook het imago van de bedrijfstak een boost geven. Gevolg is dat (tezamen met alle extra inspanningen die worden gepleegd) meer jongeren en zij-instromers belangstelling zullen krijgen voor een carrière in de afbouw. Het huidige personeelstekort, dat door zowel afbouwbedrijven als opdrachtgevers als grootste bedreiging wordt gezien, zal daardoor afnemen.

Kwaliteit is echt belangrijker geworden dan de laagste prijs bieden. In vergelijking met eerder onderzoek vinden opdrachtgevers vertrouwen, referenties en kwaliteit steeds meer doorslaggevend. Prefab, automatisering en ketenintegratie moeten verder ontwikkeld worden en worden voor de afbouwsectoren als kansen aangemerkt. Totaaloplossingen bieden en de klant ontzorgen worden de komende jaren ook steeds belangrijker.

Uitgave: oktober 2018



NOA

Nederlandse
Ondernemersvereniging voor
Afbouwbedrijven

NIEUWEWEG 226 - 3905 LT VEENENDAAL
POSTBUS 310 - 3900 AH VEENENDAAL
T 0318-547373
E TOEKOMSTVANDEAFBOUW@NOA.NL
W WWW.NOA.NL