

Bijlage 1: maatschappelijke profilering van het vak

Inleiding

De commissie “maatschappelijke profilering van het vak” richt haar activiteiten op verbetering van imago van de constructeur of het constructieadviesbureau in de bouwkolom. Het doel is de maatschappelijke relevantie van het vak van constructeur meer expliciet te maken waardoor de waardering voor constructeurs zal toenemen. VNConstructeurs wil dit door middel van gerichte communicatie realiseren op 3 niveaus te weten, de wereld van de constructeurs zelf, de wereld van bouw en bouwers, en de maatschappij als geheel.

Situatie

In de afgelopen tien jaar is de bouwwereld enkele malen geconfronteerd met dreiging van en bezwijken van constructies. De berichtgeving rondom deze situaties is veelal warrig. Het ontbreekt de pers aan voldoende kennis over de materie. Er zijn voor hen geen duidelijk partijen of personen aan te wijzen die op heldere en eenvoudige wijze de problematiek kunnen duiden. Dit duidt op een zekere onbekendheid met de rol die de constructeur in het bouwproces bekleedt. Het ontbreekt aan een maatschappelijke perceptie van wat de constructeur is.

De vraag is ook welk beeld er van de beroepsgroep heerst bij opdrachtgever en partners in het bouwproces. Als een van de weinige beroepsgroepen weten constructeurs vaak prijsdruk en werkdruk met elkaar te combineren, alsof er geen marktwerking bestaat. Het ontbreekt bij opdrachtgevers aan perceptie om verschillende constructeurs van elkaar te onderscheiden, waardoor bij selectie alleen prijs een rol lijkt te spelen. Van alle adviseurs is de constructeur veelal de laatste die geselecteerd wordt en degene met het laagste tarief.

Binnen de beroepsgroep wordt doorgaans erg professioneel opgetreden met de deskundigheden ten aanzien van het vakgebied, het ontwerpen, berekenen, tekenen en controleren van constructies. Dit niet in de laatste plaats vanuit onze opleiding, ervaring en belangstelling. De gebieden marketing (sales) en communicatie (presentatie) staan veelal wat verder van de constructeur af, terwijl juist deze competenties ons in staat stellen het belang, de meerwaarde en de expertise van de constructeur en het vakgebied expliciet te maken. Hoe percipieert de constructeur zichzelf?

Naar de drie niveaus moet de communicatie vanuit het VNConstructeurs worden gecoördineerd. Voor alle communicatie geldt dat ze belangrijk of relevant genoeg voor de doelgroep en herkenbaar moet zijn, onderlinge samenhang moet hebben en moet aansluiten op percepties van de doelgroep. Een geïntegreerd communicatieplan is nodig om deze boodschappen zo efficiënt, effectief en compleet mogelijk gedurende het informatietraject te verzenden.

SWOT analyse

Om bij het opstellen van het communicatieplan de juiste afwegingen te kunnen maken en prioriteiten te kunnen stellen, is de huidige positie van de constructeur met een SWOT analyse in kaart gebracht. Deze gegevens zijn in onderstaande tabel samengevat.

<p>Sterkte</p> <ul style="list-style-type: none"> - feitelijk belang van positie in bouwproces - hoog inhoudelijk kennisniveau (oudere, ervaren constructeurs) 	<p>Zwakte</p> <ul style="list-style-type: none"> - ongeorganiseerde beroepsgroep - verdeelde belangen diverse subgroepen - geen of een negatief imago - weinig oog voor marketing en communicatie
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none"> - aandacht in de pers voor calamiteiten - aandacht voor duurzaamheid - aandacht voor BIM ontwerpen en bouwen - steun vanuit BV, COBc, ONRI en BNA - de financiële en economische crisis 	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none"> - waardering in de markt is ondermaats - adviseursrol wordt uitgehold - shoppen opdrachtgever - nieuwe constructeurs direct onder druk - de financiële en economische crisis

Strategie

Duidelijk is dat onze communicatie zich moet richten op een combinatie van onze sterke punten en de kansen die er momenteel maatschappelijk en in onze liggen. Intern daarentegen zullen wij op de zwakke kanten en bedreigingen moeten inspelen; we zullen moeten proberen deze aspecten te elimineren of om te zetten in sterkten en kansen.

Externe omgeving

Er is volop belangstelling vanuit de maatschappij voor de gebouwde omgeving, de bouw (ook als onderdeel van onze economie) en ook voor bouwconstructies. Gesteund door bevriende organisaties zullen we op korte termijn van ons moeten laten horen: niet alleen VNConstructeurs, maar ook iedere constructeur als individu. Publiciteit zoeken en krijgen omtrent belangwekkende bouwzaken geeft de mogelijkheid de constructeur en zijn vak naamsbekendheid te geven, waardoor het beroep constructeur aan aantrekkingskracht wint. Daarbij moet de spilfunctie van de constructeur met betrekking tot zaken als veiligheid, stabiliteit, duurzaamheid en BIM worden benadrukt. In de actualiteit moet de constructeur met een aansprekende professionele voorzitter van VNConstructeurs een gezicht krijgen dat de constructeur op een relevante manier vertegenwoordigd, iemand die ook proactief gesprekspartner is in het maatschappelijk veld en opiniërend optreedt.

Interne omgeving

De organisatiegraad van constructeurs wordt met VNConstructeurs sterk verbeterd. Met oog voor de belangen van de verschillende bloedgroepen – constructeurs werkzaam bij ingenieursbureaus, bouwtoezichten, aannemers en prefab leveranciers – moet door VNConstructeurs met heldere communicatie, imago ondernemerschap en vakmanschap van constructeurs versterkt worden. Op het financiële vlak zullen constructeurs zich verantwoordelijker moeten opstellen ten opzichte van de opdrachtgever. Een veilige, stabiele en duurzame constructie vraagt nu eenmaal om een behoorlijke inspanning met bijbehorende beloning. Vakbroeders die dit streven op welke wijze dan ook ondermijnen, zullen op hun gedrag moeten kunnen worden aangesproken.

Organisatie

In de basis zal de commissie “maatschappelijke profilering van het vak” bestaan uit een vijftal mensen. Deze zijn werkzaam als constructeur in onze branche en hebben een sterke affiniteit met marketing en communicatie. Mogelijk zal een professional op gebied van marketing en communicatie worden toegevoegd. Er zal steeds samenwerking en afstemming met de andere commissies worden gezocht.

Doelstellingen

Doelstelling van de commissie is het opstellen integraal communicatieplan gericht op de 3 niveaus, maatschappij, bouwwereld en constructeurs en uitvoering geven aan het communicatieplan met daarin onder andere het ontwikkelen van:

- VNConstructeurs Website;
- Promotiemateriaal;
- PR campagne, richting maatschappij, bouwwereld en constructeurs;
- Voorzitterschap.

Voorlopige invulling van de commissie:

Remko Wiltjer (vz)
Willem van Boxsel
Harry Zwiars
Jos Hoonhout