

# STRATEGIENOTA UNETO-VNI 2011-2016

Ambitie, kansen, integraal installeren, het nieuwe winkelen en sociale innovatie dynamiseren de installatiebranche en elektrotechnische detailhandel



UNETO-VNI is de ondernemersorganisatie voor de installatiebranche en de technische detailhandel.

UNETO-VNI vertegenwoordigt 90% van de omzet van de installatiebranche. De installatiebedrijven zijn actief binnen de technische dienstverlening, woningbouw, utiliteit, industrie en infra op het gebied van ontwerp, advies, installatie en beheer. In totaal zijn er 5.300 installatiebedrijven aangesloten bij UNETO-VNI die € 10,5 miljard van de totale omzet voor hun rekening nemen en werk bieden aan 135.000 personen.

De elektrotechnische detailhandel bestaat uit winkelbedrijven die witgoed, bruingoed, verlichting, computers, hifi- en telecommunicatieapparatuur en sanitair verkopen en reparatiebedrijven. UNETO-VNI vertegenwoordigt ruim 1.800 winkels. De totale omzet van deze bedrijven bedraagt circa € 2,7 miljard en er werken ruim 13.000 werknemers.

# Inhoudsopgave

1.	Inleiding	2
2.	Missie UNETO-VNI	3
3.	Visie UNETO-VNI	3
4.	Van strategie naar beleid	3
4.1	Installatiebranche	4
4.2	Elektrotechnische Detailhandel	5
5.	Kerntaken en uitgangspunten van UNETO-VNI	6
5.1	De vereniging (de as)	7
5.2	Belangenbehartiging	7
5.3	Marktordening	8
5.4	Dienstverlening	8
6.	Thema's en strategische speerpunten	9
6.1	Van marktorientatie naar inhoudelijke thema's en beleid	9
6.2	Strategische speerpunten	10
<i>Bijlage I</i>		
	Van marktordening naar inhoudelijke thema's en beleid (nadere uitwerking installatiemarkt)	11
<i>Bijlage II</i>		
	Elektrotechnische detailhandel en reparatiebedrijven (nader uitgewerkt)	26
<i>Bijlage III</i>		
	Kerntaken voor de vereniging UNETO-VNI (nader uitgewerkt)	30

UNETO-VNI staat aan het begin van een nieuwe vijfjarige strategicyclus. In dat kader was 2010 het jaar van evaluatie van de afgelopen periode en een vooruitblik op de toekomstperspectieven voor de branche. Dit met als doel de strategische doelstellingen voor de periode 2011 - 2016 te formuleren.

De wereldwijde crisis, die halverwege 2008 zichtbaar werd, gingen de installatiebedrijven pas echt voelen in 2010. Hoewel de recessie nog niet voorbij is, heeft deze wel laten zien dat de installatiebranche over enorme veerkracht beschikt en ondernemers blijven innoveren en investeren in nieuwe kansen.

De wereld van de installatiebedrijven is ook veranderd onder invloed van veel andere ontwikkelingen. Denk hierbij aan de grote impact van vergrijzing op het personeelsbestand in de installatiebranche, en ook aan nieuwe kansen die ontstonden op het gebied van duurzaamheid en energiebesparing<sup>1</sup>, renovatie, onderhoud, veiligheid, comfort, zorg en welzijn<sup>2</sup> en het levensloopgeschikt maken van woningen. Op deze terreinen toont de installatiebranche haar kracht en inzet om bij te dragen aan de ambities van de Nederlandse samenleving. Zichtbaar is ook dat het karakter van de installatiebranche is veranderd; de van oudsher sterke concurrentie maakt meer en meer plaats voor samenwerking.

Voor de detailhandel viel de ergste klap in 2009 en deze blijft ook in 2010 en 2011 nog voelbaar. Een langzaam herstel van het consumentenvertrouwen moet de detaillist nieuwe perspectieven bieden. De uitdagingen liggen vooral in het inspelen op het veranderende koopgedrag van consumenten.

Al deze veranderingen, invloedsfactoren en kansen hebben het vak van installateur en detaillist ingrijpend veranderd. Ook te voorziene ontwikkelingen op sociaal, politiek, maatschappelijk, economisch en technologisch gebied zullen hierop van invloed

zijn. Deze zijn dan ook voor het opstellen van de strategienota in kaart gebracht en beschreven.

Vanuit deze externe beschouwing en achtergrond spreekt UNETO-VNI als vereniging haar ambities uit voor de komende vijf jaar. Deze strategienota beschrijft hoe zij met deze ambities al haar leden wil ondersteunen.

Tot slot worden de beleidsthema's uit deze strategienota gebruikt voor het opstellen van een meerjarig activiteitenplan in samenwerking met het Opleidings- en ontwikkelingsfonds voor het Technisch InstallatieBedrijf (hierna te noemen OTIB) en voor de Elektrotechnische Detailhandel (OFED).

<sup>1</sup> Een Groene Kans voor open doel, visiedocument UNETO-VNI, 2010.

<sup>2</sup> Installatietechniek Wonen-Welzijn-Zorg, position paper UNETO-VNI, 2008.

Voor de komende vijf jaar is de volgende missie geformuleerd:

*“UNETO-VNI streeft naar een vitale marktpositie van haar leden en een optimaal economisch en financieel handelsklimaat, waarbij zij mede haar leden faciliteert om dit te bereiken. De leden zijn ondernemers in de installatiebranche en de technische detailhandel”.*

## 3. Visie UNETO-VNI

UNETO-VNI is een professionele, slagvaardige en klantgerichte vereniging die duurzaam ondernemen (people, planet, profit) hoog in het vaandel heeft staan.

UNETO-VNI wil een platform bieden voor leden en de markt om kennis uit te wisselen. Op maatschappelijk, sociaal en economisch terrein, wil UNETO-VNI een toonaangevende, betrouwbare en proactieve speler zijn.

De waarde van het merk UNETO-VNI wordt op diverse manieren beheerd en de naamsbekendheid ervan wordt actief gepromoot.

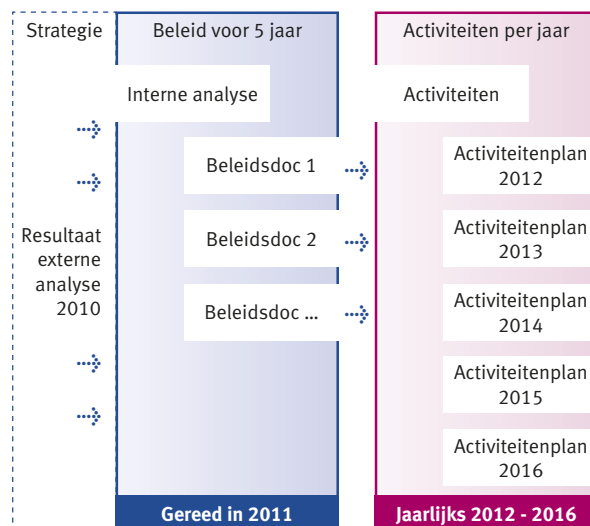
Voor de opdrachtgevers en leveranciers van de leden streeft UNETO-VNI ernaar om inspanningen te leveren om de service, vakmanschap en kwaliteit van haar leden te waarborgen en garanderen.

Voor de vereniging is de strategienota hét richtinggevend document voor de komende vijf jaar. Het is de basis voor het opstellen van de beleidsnotities en het uitwerken van de jaarlijkse activiteiten.

Vanuit het gegeven dat de activiteiten in beide markten veel raakvlakken kennen, bevat deze strategienota één gemeenschappelijke missie en visie. Uiteraard is met de verschillen in beide sectoren rekening gehouden bij de invulling van de missie en de visie. Deze zijn qua inhoud vertaald naar een eigen beleid voor de installatiebranche en voor de detailhandel.

Menskracht van de vereniging is een bepalende factor bij het kiezen van de beleidsthema's. Wat betreft bestedingsruimte en de noodzaak om activiteiten te ontwikkelen is de grootte van het ledenbestand een maatgevende factor.

Vanuit deze strategienota worden ook het merken- en communicatiebeleid van de vereniging vormgegeven. Daarbij wordt aansluiting gezocht bij de onderliggende beleidsnotities die in 2011 verder worden uitgewerkt.



Figuur: Stapsgewijs van trends, naar strategie, beleid en jaarlijkse activiteiten.

#### 4.1 Installatiebranche

Installatietechniek en technische dienstverlening vormen een vitale, gezonde bedrijfstak en spelen een sleutelrol in de samenleving. Die rol neemt de komende jaren verder toe, gezien de ambitie om een gezonde, veilige en leefbare omgeving te creëren in de burger-, overheid- en zakelijke markt. Er komen steeds meer technische installaties in gebouwen en deze installaties worden steeds complexer. Integrale samenwerking tussen ketenpartijen en de noodzaak daartoe nemen toe, evenals de noodzaak tot kennisdeling. Denken vanuit Total lifecycle costs en reductie van faalkosten vormen hierbij belangrijke uitgangspunten. Ook het totale installatieconcept, standaardisatie van processen en flexibele financiering worden steeds belangrijker.

De positie van de branche in de bouwkolom zal, mede als gevolg van economische en maatschappelijke ontwikkelingen, veranderen. Denk hierbij aan de toenemende rol van installateurs bij het benutten van de kansen op het gebied van energiebesparing.

Dat alles maakt dat de leden van UNETO-VNI hun toegevoegde waarde voor de opdrachtgever en hun verhouding met de bouwkundig aannemer goed onder de loep moeten nemen. Wie is er 'leading'? Wat is het belang van adviesdiensten? Wanneer en hoe werken we samen met een ingenieursbureau? Wat is onze rol bij productinnovatie? Wat ligt bij de producent en wat bij ons?

Installatiebedrijven gaan verschillend om met deze (aanstaande) dynamiek<sup>3</sup> van verandering. Er zijn koplopers die inzetten op de nieuwste, meest vooruitstrevende technieken. Andere ondernemers kiezen voor een groeiscenario en zijn in staat de klant in de breedte te bedienen. Voor de meesten is het echter nog 'business as usual': zij wachten af en blijven inspelen op concrete klantvragen.

Welke keuzes ondernemers ook maken, UNETO-VNI wil hen ondersteunen bij het maken ervan. Hierbij is de focus gericht op voldoende instroom van technisch geschoold personeel en op het ontwik-

kelen of beschikbaar maken van andersoortige competenties bij het personeel. Gezien de toenemende branchevervaging door nieuwe toetreders en zzp'ers op de markt en schaalvergroting bij de grotere bedrijven, houdt UNETO-VNI hierbij rekening met een grotere diversiteit. Zowel onder de leden, in de markten die zij bedienen als in de service die zij verlenen.

De belangrijkste trends voor de branche voor de komende vijf jaar zijn wetenschappelijk onderbouwd en uitgediept. Daartoe hebben UNETO-VNI en OTIB onderzoek<sup>4</sup> laten doen naar alle invloedsfactoren op de installatiebranche. Dit onderzoek, dat eind 2010 is afgerond, is een initiatief van de Innovatiegroep van UNETO-VNI.

Op basis hiervan zijn de volgende stuwende krachten te onderscheiden:

- Economie
- Groen, Groener, Groenst
- Internet verbindt alles
- Vergrijzing
- Individualisme
- Bedrijfsleven

Deze krachten ('drivers') zorgen ervoor dat zaken in beweging komen, aan kracht winnen en hun stempel drukken op de samenleving.

De resultaten van dit onderzoek hebben, tezamen met input vanuit de vereniging en haar bestuur, de basis gelegd voor de inhoudelijke focus bij de verdere uitwerking van de ambities van de vereniging.

<sup>3</sup> Rapportage *Installing the future: over roze brillen, eeuwige kansen en echte innovatie*, ABN-AMRO, september 2009.

<sup>4</sup> RADAR - 2020, uitgevoerd door EIM, TNO, MarktMonitor, Consult in opdracht van UNETO-VNI en OTIB.

#### 4.2 *Elektrotechnische Detailhandel*

De elektrotechnische detailhandel en reparatiebedrijven verkopen en repareren producten die het leven van de Nederlandse burger veraangenamen en verduurzamen. Dit productenaanbod kenmerkt zich door veel technologische innovaties die steeds sneller op de markt worden gebracht. Branchevervaging neemt verder toe, mede doordat meer en andere type winkels een sterk groeiend aanbod producten en gadgets verkopen.

De elektrotechnische detailhandel en reparatiebedrijven werken in een sterk veranderende omgeving. UNETO-VNI stimuleert en ondersteunt deze bedrijven op diverse manieren.

De behoeften van klanten veranderen voortdurend, zodat het voor winkeliers steeds meer noodzaak wordt om zich te onderscheiden en goed advies en service te leveren. De levensduur en recycling van apparatuur vraagt daarbij voortdurend om duidelijke kaders.

De relatie tussen producent – detaillist – reparatiebedrijf is van groot belang. Goede en gezonde samenwerking in die keten is zelfs van levensbelang voor de ondernemer.

Klanten zijn kritischer en prijsbewust, en vragen om heldere leveringsvoorwaarden en garanties. Internetverkoop neemt toe. Internet- en crossmediale marketing, via multichanneling en sociale netwerken bieden nieuwe kansen. Nieuwe technieken zoals 'augmented reality' zullen het leren en verkopen ingrijpend veranderen en zullen ervoor zorgen dat de klanten meer verbonden raken aan een product en merk. Beleving en lifestyle spelen een steeds grotere rol.

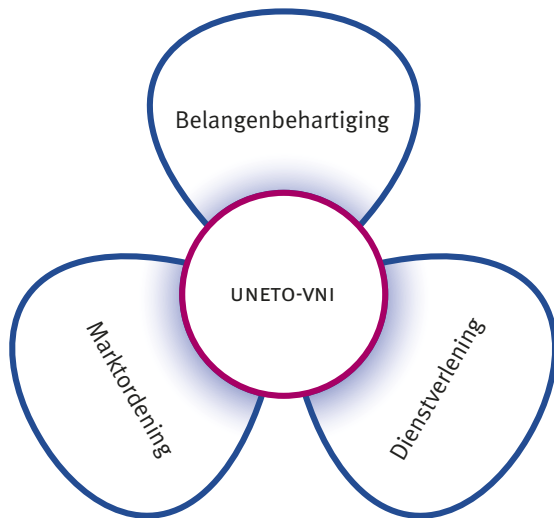
De elektrotechnische detailhandel is en blijft omgevingsbewust en speelt in op maatschappelijke ontwikkelingen, zoals duurzaamheid en energiebesparing. Zo introduceerde UNETO-VNI, i.s.m. het Ministerie van I&M en Milieu Centraal, een meerjarige campagne, genaamd EnergieWeter, die het energieverbruik van apparaten in euro's zichtbaar maakt op de winkelvloer.

UNETO-VNI werkt ook nauw samen met andere partijen en belangenorganisaties. Voor leden worden daarnaast innovatiebijeenkomsten georganiseerd en voorlichtingsmaterialen ontwikkeld voor hun klanten.

De instroom van geschoold personeel blijft voor de komende periode prominent op de agenda staan. Specifieke aandacht vraagt de instroom van nieuwe groepen medewerkers, het hoger opleiden en voldoende instroom van technisch geschoold personeel. De ontwikkelingen op de arbeidsmarkt en een aantrekkelijk imago als werkgever nemen de komende jaren in belang toe.

Aandachtspunten zijn de toenemende agressie en geweld in de winkels. Ondernemers zullen met preventiemaatregelen en ondersteuning van het personeel hierop een antwoord moeten geven.

De strategische uitgangspunten voor de elektrotechnische detailhandel en reparatiebedrijven zijn opgesteld in nauwe samenwerking met de leden en de Hoofdvakgroep Detailhandel van UNETO-VNI.

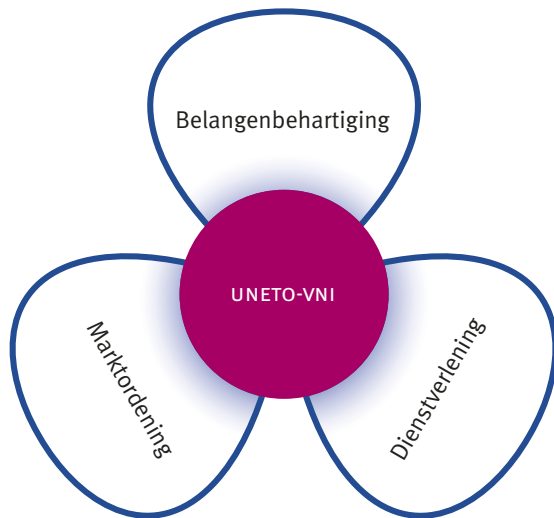


De drie kerntaken van de vereniging zijn belangenbehartiging (lobby), marktordening en dienstverlening. De onderlinge samenhang en wisselwerking wordt geïllustreerd aan de hand van de bladen van bovenstaand propellermodel. De as (de vereniging) is het fundament en het scharnierpunt; zonder de as kunnen de drie propellerbladen niet functioneren.

### Tweesporen beleid Installatietechniek en Detailhandel

Ondernemers uit de installatiebranche en de elektrotechnische detailhandel zijn verenigd binnen UNETO-VNI. UNETO-VNI wil leden individueel en op maat ondersteunen op het gebied van bedrijfsomvang, markten en specialisaties. De wereld van de installatietechniek en die van de elektrotechnische detailhandel vertonen, naast diverse overeenkomsten, ook onderling grote verschillen. Daarnaast kennen de verschillende markten grote diversiteit en zijn deze voortdurend onderhevig aan verschillende trends.

Om specifiek te kunnen inspelen op de respectievelijke marktontwikkelingen en behoeften van leden, stelt UNETO-VNI voor elke sector een eigen beleid op. De kerntaken die de vereniging uitvoert zijn voor beide hetzelfde.

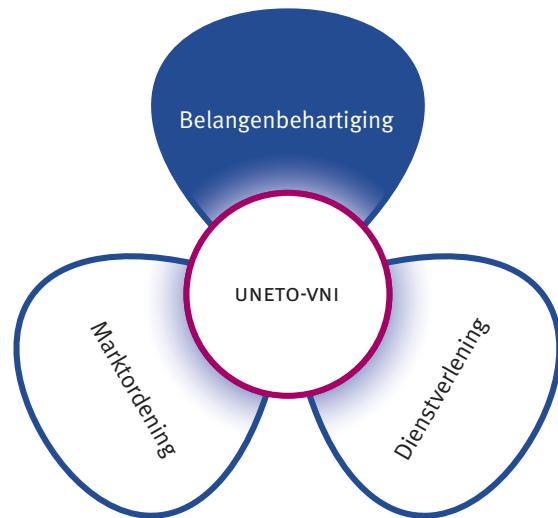


### 5.1 De vereniging (de as)

De vereniging – de as – bestaat enerzijds uit de organisatie van de vereniging en anderzijds uit het secretariaat, bestuurders en actieve leden. Samen vormen zij de infrastructuur van de vereniging.

De as zorgt voor de verbinding en het goed functioneren van de belangenbehartiging, marktordening en dienstverlening.

UNETO-VNI wil primair een interactief platform bieden. Enerzijds is het een platform voor de leden onderling en anderzijds voor de leden en de markt. Ontmoeting en uitwisseling van kennis, informatie, wensen en behoeften staan centraal. Hiervoor schakelt de vereniging het secretariaat in. Het secretariaat belegt landelijke en regionale bijeenkomsten toegespitst op markt, discipline of groottegroep (zzp, klein, midden, groot) en ontwikkelt middelen om ‘netwerken’ en contact te stimuleren.



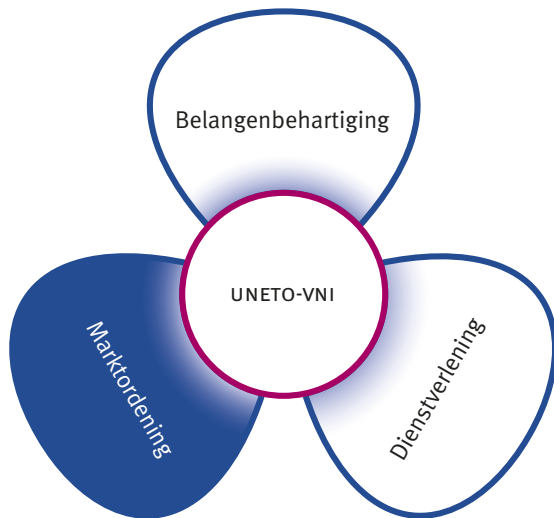
### 5.2 Belangenbehartiging

*Collectieve en individuele belangenbehartiger en adviseur*

UNETO-VNI is een vereniging die de belangen van haar leden optimaal behartigt o.a. op het gebied van arbeidsvoorwaarden, scholing, wet & regelgeving, milieu en technische voorschriften. UNETO-VNI wil de vertegenwoordiger zijn van alle leden en indien relevant ook van alle ondernemers in de installatiebranche en de elektrotechnische detailhandel.

*Spreekbuis, vertegenwoordiger en onderhandelaar namens de bedrijfstak*

UNETO-VNI wil namens de bedrijfstak spreekbuis zijn in de media, vertegenwoordiger bij externe partijen en onderhandelaar o.a. voor een goede CAO. UNETO-VNI is een professionele gesprekspartner en een autoriteit op het gebied van de installatietechniek en de elektrotechnische detailhandel. UNETO-VNI streeft ernaar haar collectieve kracht te behouden door zich continu te verdiepen in de behoeften van de leden. Deze kennis blijft zij inzetten om de belangen van de branche te behartigen en in te spelen op maatschappelijke, demografische en economische trends. De doelstellingen die de branche op de verschillende terreinen wil bereiken, worden verwoord en uitgewerkt in thematische beleidsplannen. De uitvoering ervan is de taak van het secretariaat met ondersteuning van de afdeling Communicatie.



### 5.3 Marktoordening

*Actieve speler op maatschappelijk, sociaal- en economisch gebied en aanjager van innovaties*

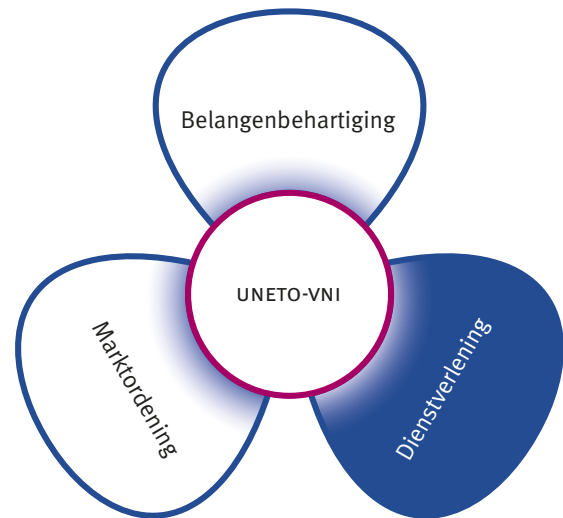
UNETO-VNI initieert o.a. onderzoek, innovaties en projecten op maatschappelijk, sociaal en economisch gebied. Dit met als doel een bijdrage te leveren aan het oplossen van maatschappelijke vraagstukken zoals vergrijzing, energiebesparing, verduurzaming, veiligheid, zorg en welzijn en comfort.

*Beheerder en promotor van het merk UNETO-VNI*

De leden van UNETO-VNI spelen een belangrijke rol in de samenleving m.b.t. wonen, werken en leven. Service, vakmanschap en kwaliteit zijn waarden die aan het merk UNETO-VNI ten grondslag liggen. Door een gericht merkbeleid bewaakt UNETO-VNI deze waarden en daarmee de gewenste uitstraling van de bedrijfstak. Ook ondersteunt zij de reputatie van haar leden met een eenduidig communicatiebeleid. Dit komt onder meer tot uiting in gerichte imagocampagnes, productmarketing en PR- en mediabeleid.

*UNETO-VNI ondersteunt haar leden in markten waar leden actief (willen) zijn*

De aanwezige kennis over markten en ontwikkelingen wordt onderhouden: scenario's worden gemaakt, trends beschreven en cijfermatig/economisch onderzoek gedaan. Deze kennis wordt gescreend op relevantie en indien mogelijk (en gewenst) vertaald in concrete producten en diensten voor leden. Naast bestaande markten ligt de uitdaging in het herkennen van nieuwe interessante markten voor leden.



### 5.4 Dienstverlening

*Initiator, beheerder en uitvoerder van individuele en collectieve producten en diensten bedoeld om de leden zo goed mogelijk te voorzien in hun kennis- en informatiebehoefte*

UNETO-VNI wil blijvend inzicht hebben in de behoeften van de leden en speelt daarop in met toegesneden voorlichting en producten en diensten. Mede daardoor kunnen zij problemen oplossen, een goed werkgever zijn en in die rol groeien en beter en efficiënter ondernemen.

*Leverancier van producten en diensten die toegespitst zijn op individuele en collectieve behoeften*

'Dienstverlening op maat' impliceert dat UNETO-VNI haar leden kent en investeert in individuele dienstverlening en ondersteuning van leden. Dit betekent een betere organisatie op het gebied van maatwerk dienstverlening (CRM-beleid, automatisering, digitalisering), projectmatige aansturing en resultaatgerichtheid. De branche zal steeds meer onderscheid dienen te maken naar ondernemersprofiel, demografische spreiding, markt, techniek, mens, kennisniveau. Vervolgens dient dit verwerkt te worden in de strategische doelstellingen en vertaald in specifieke producten, diensten en communicatie.

De drie kerntaken – marktordening, belangenbehartiging en dienstverlening – vormen de basis voor de ambities die de vereniging heeft. De beleidsthema's zijn vervolgens in de periode tot 2016 dé leidraad om de kerntaken die de vereniging uitvoert in het belang van haar leden, inhoud en vorm te geven.

### Installatiemarkt

Inhoudelijk is het verenigingsbeleid voor de installatiemarkt gebaseerd op de thema's die voortkomen uit het onderzoek RADAR - 2020 en de input vanuit de vereniging en het bestuur.

Het onderzoek RADAR - 2020 reikt een aantal stuwende krachten aan die voor de installatiebranche belangrijk zijn. Dat zijn:

- Economie
- Groen, groener groenst
- Internet verbindt alles
- Vergrijzing
- Individualisme
- Bedrijfsleven.

### Elektrotechnische detailhandel

Inhoudelijk is het verenigingsbeleid voor de elektrotechnische detailhandel gebaseerd op een aantal thema's. De belangrijkste zijn:

- Economie en consumentenvertrouwen
- Consumentenvoorwaarden
- Veranderend winkellandschap en crossmediale klantcommunicatie
- Ketensamenwerking
- Duurzaamheid
- Arbeidsmarkt en goede arbeidsomstandigheden
- Steeds snellere technologische ontwikkelingen
- Criminaliteit
- Installatiemarkt.

### 6.1 Van marktorientatie naar inhoudelijke thema's en beleid

Om de resultaten van het onderzoek RADAR - 2020 om te zetten in verenigingsbeleid zijn zeven inhoudelijke thema's gekozen die de komende periode tot 2016 relevant zijn voor de installatiemarkt.

De zeven thema's zijn:

1. Sociale innovatie; de rode draad.
2. Integraal Installeren: Duurzaam installeren: maatschappijvisies in totaal installatieconcept.
3. Intelligente energievoorziening: Installatie vanuit decentrale energiestromen.
4. Renovatie evolutie: Renoveren vanuit schaarste perspectief: energetisch renoveren.
5. Comfortabel leven: Zorgenvrij hoogwaardig leven: transsectoraal innoveren.
6. Nieuwe businessmodellen: Netwerk als basis: Working Apart Together.
7. Installeren nieuwe stijl: Van installateur tot installatieambassadeur.

De InnovatieGroep voert hierbij de regie over de uitwerking van de thema's naar businesscases met ondersteuning van TNO<sup>5</sup>, Syntens<sup>6</sup> en UNETO-VNI Support.

Daarnaast blijft de komende periode de aandacht gericht op de thema's 'Energiebesparing', 'Duurzaamheid' en 'Zorg'. Deze zijn vanuit de vereniging en het bestuur aangereikt.

Binnen de elektrotechnische detailhandel zal onderzoek gedaan worden, samen met GfK, trendwatchers en kenniscentra, naar ontwikkelingen op middellange termijn. De leden worden daarover geïnformeerd. Daarnaast zal worden samengewerkt met andere detailhandelsbranches binnen Detailhandel Nederland.

<sup>5</sup> Branche Innovatiecontract met TNO.

<sup>6</sup> Innovatieovereenkomst met Syntens.

## 6.2 Strategische speerpunten

### 6.2.1 Marktordening

UNETO-VNI is er de afgelopen periode in geslaagd om de resultaten van marktonderzoeken adequaat te vertalen naar inhoudelijk beleid dat marktkansen biedt voor de lidbedrijven.

Doelstelling voor de komende periode tot 2016 is dat meer lidbedrijven van UNETO-VNI deze marktkansen beter en succesvol kunnen benutten.

UNETO-VNI kiest hierbij voor een thematische en gedifferentieerde marktaanpak. Dat betekent dat per thema een specifieke marktaanpak, zowel richting markt als richting leden, nader gedefinieerd wordt. Daarbij zal UNETO-VNI ook de rol en de taakstelling van de vereniging per thema nader concretiseren.

### 6.2.2 Belangenbehartiging

Lobby wordt de komende periode meer structureel opgezet en uitgevoerd. Het gaat hierbij met name om de lobby bij overheden en strategische partners. Aandacht voor de ontwikkeling van markten en marktsegmenten en het wegnemen van belemmeringen zijn de belangrijkste speerpunten.

Daarnaast wordt vanuit de thema's bekeken bij welke specifieke partijen belangenbehartiging en extra lobby noodzakelijk is. In eerste instantie zal verder worden gegaan met de beleidsthema's 'Energie' en 'Zorg' en voor de detailhandel met de Consumentenvoorwaarden.

### 6.2.3 Dienstverlening

Een belangrijk speerpunt in de dienstverlening blijft de ondersteuning in de kwaliteit en het vakmanschap van de leden in het algemeen.

Een tweede speerpunt betreft de dienstverlening aan de leden die vanuit één of meerdere specifieke thema's keuzes maken in hun bedrijfsvoering en zich richten op specifieke markten en/of marktsegmenten. De vereniging staat daarbij ten dienste aan de lidbedrijven. Randvoorwaarde daarbij is dat de vereniging vanuit een 'lidgerichte' benadering de

kennis en ambities van de lidbedrijven beter kent en in kaart brengt.

Uitgangspunt daarbij is dat de vereniging de juiste informatie en juiste ondersteuning op het juiste moment en in de juiste vorm levert aan het lidbedrijf.

Om de resultaten van het onderzoek RADAR - 2020 om te zetten naar verenigingsbeleid zijn zeven inhoudelijke thema's gekozen die de komende periode tot 2016 relevant zijn voor de installatiemarkt.

De zeven thema's zijn:

1. *Sociale innovatie*; de rode draad.
2. *Integraal Installeren*: Duurzaam installeren: maatschappijvisies in totaal installatieconcept.
3. *Intelligente energievoorziening*: Installatie vanuit decentrale energiestromen.
4. *Renovatie evolutie*: Renoveren vanuit schaarste perspectief: energetisch renoveren.
5. *Comfortabel leven*: Zorgenvrij hoogwaardig leven: transsectoraal innoveren.
6. *Nieuwe businessmodellen*: Netwerk als basis: Working Apart Together.
7. *Installeren nieuwe stijl*: Van installateur tot installatieambassadeur.

Voor elk thema wordt antwoord gegeven op de volgende vragen:

- Wat is de definitie van het thema?
- Voor welke leden is het thema interessant?
- Welke disciplines zijn de trekkers voor het thema?
- Voor welke markten is het thema het meest relevant?
- Voor welke externe doelgroepen is het thema relevant?

De antwoorden worden kort samengevat in bullets, tekst en figuren. De relevantie wordt geduid d.m.v. een kleurcodering; hoe roder, des te belangrijker. Er is voor het figuur van een piramide gekozen om een indicatie te geven van het aantal leden aangesloten bij UNETO-VNI.

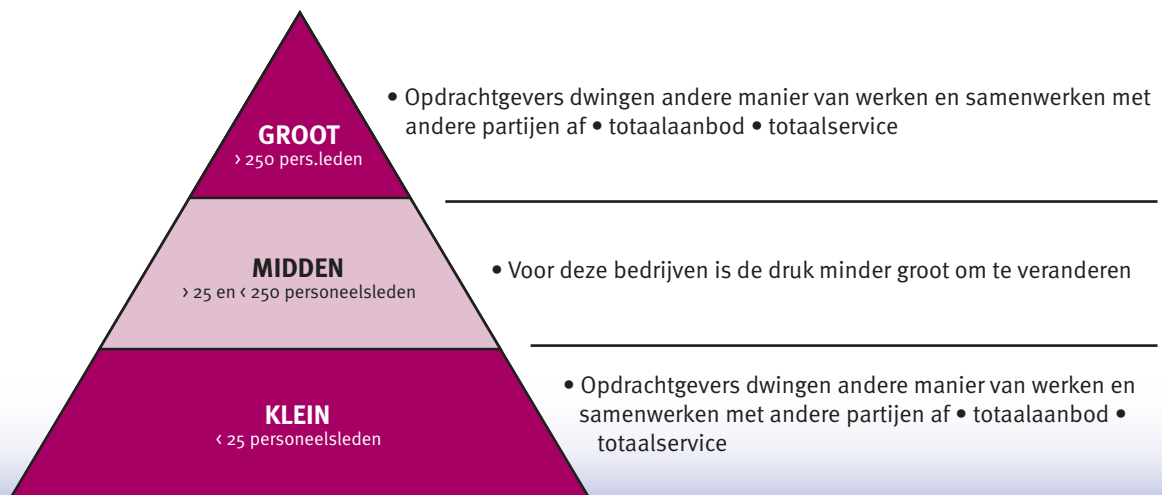
## 1. Rode draad: sociale innovatie

### Wat is sociale innovatie?

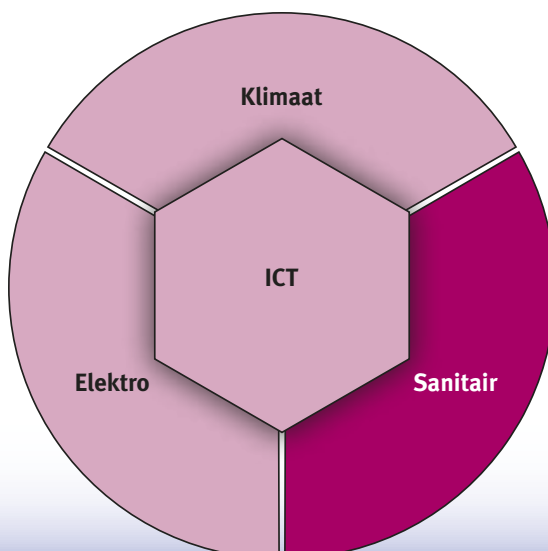
Nieuwe markten, andere marktvaag, nieuwe werknemers ('drivers') stellen nieuwe eisen aan de strategie, communicatie en organisatie van het installatiebedrijf:

- Naast competenties en innovatie op technologische gebied, zijn competenties op sociaal gebied nodig (t.a.v. management, arbeid en organisatie). Vanuit de wetenschappelijke wereld<sup>7</sup> gaat het vooral om het samenspel tussen het ontwikkelen van nieuwe managementvaardigheden (dynamisch managen), het hanteren van innovatieve organisatieprincipes (flexibel organiseren), en het realiseren van hoogwaardige arbeidsvormen (slimmer werken) om het concurrentievermogen en de productiviteit te verbeteren.
- Die competenties op sociaal gebied betreffen daarmee twee dimensies:
  - Extern: marktpartijen
  - Intern: eigen organisatie en eigen personeel.

Voor welke leden is sociale innovatie het meest interessant?



Welke disciplines zijn de trekkers voor sociale innovatie?













Sociale innovatie is voor alle disciplines van groot belang. Vooral binnen de discipline 'Sanitair' zal het thema hoger op de agenda komen te staan, omdat de relevantie ervan door de stijl van werken en overleggen nu pas aan het toenemen is.

<sup>7</sup> Prof. dr. Volberda, prof. dr. Van den Bosch, Erasmus Universiteit.

Voor welke markten is sociale innovatie het meest relevant?





<b>Woning</b>	
<b>Industrie</b>	
<b>Infrastructuur</b>	
<b>Utiliteit</b>	

Voor welke externe doelgroepen is sociale innovatie relevant?

-  **bewoners eindgebruikers gebouweigenaren**
-  **woningcorporaties**
-  **bouwkolom**
-  **zorgsector**
-  **it-sector**
-  **industrie**
-  **werknemersorganisaties - andere cao**
-  **energiemaatschappijen - als opdrachtgever**
-  **overheden**
-  **leveranciers**
-  **facilitaire dienstverlening**

Structurering interne doelgroep: leden

-  **lid**
-  **Organisational Learning**  
*HRM gelijkstellen aan Organisational Learning?*

-  **HRM**
-  **bedrijfsprocessen**
-  **klantenperspectief**
-  **financieel perspectief**  
*In welke mate in staat tot innovatie, verandering, verbetering?*

#### Speerpunten voor UNETO-VNI:

- Leden bewust maken van en informeren over het belang en de mogelijkheden van het thema sociale innovatie, vanuit twee dimensies:
  - Extern: marktpartijen
  - Intern: eigen organisatie en eigen personeel.
- Installateur en technisch dienstverlener ondersteunen en actief stimuleren om sociaal te innoveren. Het bieden van hulpmiddelen: contracten, opleidingen, checklists, voorbeelden, projecten, producten en diensten.
- Rekening houden met de toenemende behoefte aan flexibilisering op de arbeidsmarkt.

#### Onderwijs

Het thema sociale innovatie heeft stevige raakvlakken met het reeds binnen UNETO-VNI bestaande beleidsterrein Onderwijs:

- De kloof tussen bedrijfsleven en toekomstig (geschoold) personeel verkleinen\*.
- Monitoren personeelstekorten vs. de aantrekkelijkheid van de branche\*.
- Anticiperen op toenemende behoefte aan nieuwe competenties in de bedrijfstak\*.

\*) Het e.e.a. op dit terrein is reeds vevat in het Onderwijsbeleidsplan van UNETO-VNI (2007-2012) en wordt continu getoetst aan de actualiteit.

#### Kleurcodering:

hoe roder, des te belangrijker



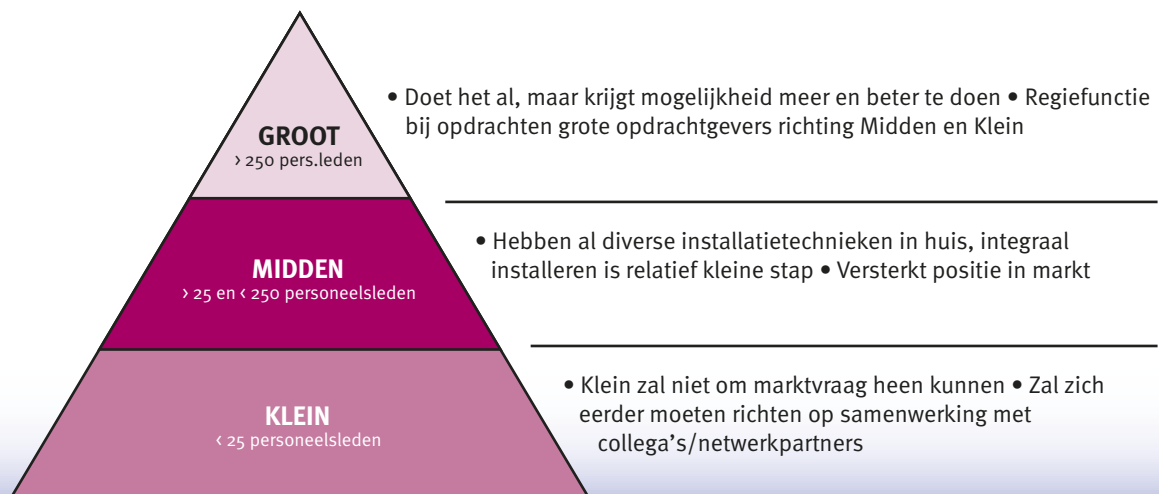
## 2. Integraal installeren

### Wat is integraal installeren?

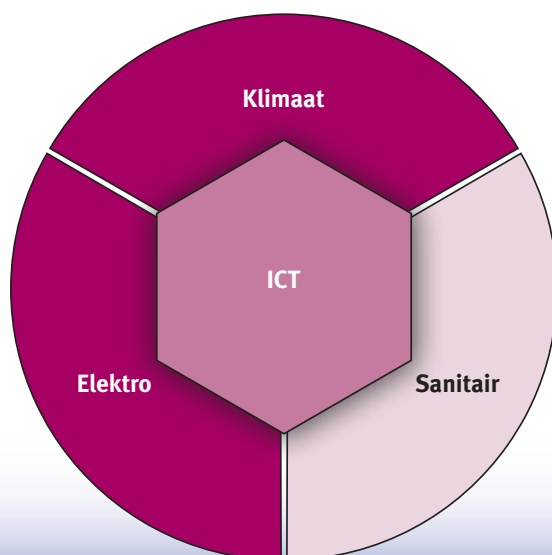
Integraal installeren gaat uit van gewenste/ gevraagde/ noodzakelijke functionaliteiten en complete oplossingen die gerealiseerd worden door zowel een:

- integratie van installatietechnieken en – disciplines;
- integratie van installatietechnieken met het bouwproces/ bouwkundige voorzieningen;
- integratie met de omgeving:
  - Kernelement is het opschuiven naar denken in functionaliteiten en adviseren.
  - Ook zijn de ontwikkelingen op het gebied van het Building Information Model (BIM) onder dit thema van belang.

Voor welke leden is integraal installeren het meest interessant?



Welke disciplines zijn de trekkers voor integraal installeren?



Kennisdomeinen Elektro (met als speerpunt meet- en regeltechniek en gebouwautomatisering) en Klimaat zijn leidend. Ict is 'slechts' facilitator. Installateurs zullen voldoende kennis van ict moeten hebben om gerichte opdrachten aan de it-sector te geven. Zo blijft de installateur aan het roer en is hij/zij regievoerder in het hele traject.

Voor welke markten is integraal installeren het meest relevant?

### Woning

- Eindgebruiker wil een loket, wil oplossingen en geen techniek.
- Randvoorwaarde is wel dat er duidelijke oplossingen verkocht worden, het liefst door instructie video's of demonstraties.

### Industrie

- Complexe markt die veel klantspecifieke kennis vraagt. Zal met name voor 'Groot' en 'Groot-Midden' interessant zijn.

### Infrastructuur

- Koppeling aan omgeving.
- Koppeling aan netwerken.
- Fine tuning op lokaal niveau.

### Utiliteit

- Koppeling aan omgeving.
- Koppeling aan netwerken.
- Fine tuning op lokaal niveau.
- Belangrijkste speerpunt: Opwaardering huidige voorraad kantoorgebouwen.

Voor welke externe doelgroepen is integraal installeren het meest relevant?

- **bewoners eindgebruikers gebouweigenaren**
- **woningcorporaties**
- **bouwkolom** - architecten, projectontwikkelaars en opdrachtgevers
- **zorgsector**
- **it-sector** - standaardisatie
- **industrie**
- **werknemersorganisaties**
- **energiemaatschappijen**
- **overheden** - als opdrachtgever (bijv. Rijkswaterstaat), wetgever, facilitator/stimulator
- **leveranciers** - standaardisatie
- **facilitaire dienstverlening**

### Speerpunten voor UNETO-VNI

- Leden bewust maken van en informeren over het belang en de mogelijkheden van integraal installeren
- Installateur ondersteunen om integraal te werken. Bieden van hulpmiddelen: contracten, opleidingen, checklists, voorbeelden
- Invulling randvoorwaarden, zoals bijvoorbeeld samenwerkingsplatforms met leveranciers en ict, standaardisatie, ruimte in aanbestedingen

### Kleurcodering:

hoe roder, des te belangrijker



### 3. *Intelligente energievoorziening*

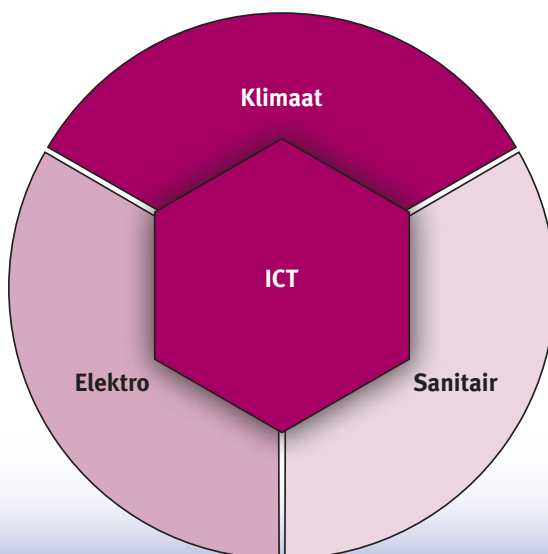
#### Wat is 'intelligente energievoorziening'?

- Decentraal opgewekte energie gaat een belangrijke rol spelen.
- Maar veel decentraal opgewekte energie fluctueert.
- Daarom groeit de behoefte aan intelligente oplossingen in het net om:
  - vraag naar en aanbod van energie te sturen;
  - voortijdig kans op storingen te signaleren.
- Die intelligente oplossingen worden op drie niveaus gevraagd:
  - Landelijk
  - Regionaal/lokaal
  - Een of enkele woningen/bedrijven.

Voor welke leden is intelligente energievoorziening het meest interessant?



Welke disciplines zijn de trekkers voor intelligente energievoorziening?



Bij realisatie van intelligente energievoorziening gaat het met name om een goede afstemming van elektro en klimaat met behulp van ict. Gekeken moet worden hoe ict binnen de installatiebranche een goede plek krijgt.

Voor welke markten is intelligente energievoorziening het meest relevant?

### Woning

- *Comfort zonder zorgen voor bewoner / eindklant*

### Industrie

- *Aansluitingen op facilitaire processen centraal, kernprocessen veelal te ver weg*
- *Sterkte technische diensten industriële bedrijven*

### Infrastructuur

- *Aangrijpingspunt voor werkelijk grootschaligere doorbraak*

### Utiliteit

- *Voordelen evident*
- *Problematiek gebruiker eigenaar tamelijk dominant*

### Speerpunten voor UNETO-VNI

- Leden bewust maken van en informeren over het belang en de mogelijkheden van intelligente energievoorziening.
- Leden ondersteunen en actief stimuleren bij intelligente energievoorziening. Bieden van hulpmiddelen: contracten, opleidingen, checklists, voorbeelden, concepten, projecten.
- Marktpartijen de mogelijkheden van intelligente energievoorziening en de rol van de installateur/technisch dienstverlener tonen.
- Met andere partijen samenwerken t.b.v. harmonisatie, kennisuitwisseling en gezamenlijke lobby.

Voor welke externe doelgroepen is intelligente energievoorziening het meest relevant?

- **bewoners eindgebruikers gebouweigenaren**
- **woningcorporaties**
- **bouwkolom - architecten, projectontwikkelaars en opdrachtgevers**
- **zorgsector**
- **it-sector - standaardisatie**
- **industrie**
- **werknemersorganisaties**
- **energiemaatschappijen**
- **overheden - als wetgever**
- **leveranciers - standaardisatie**
- **facilitaire dienstverlening**

### Kleurcodering:

hoe roder, des te belangrijker

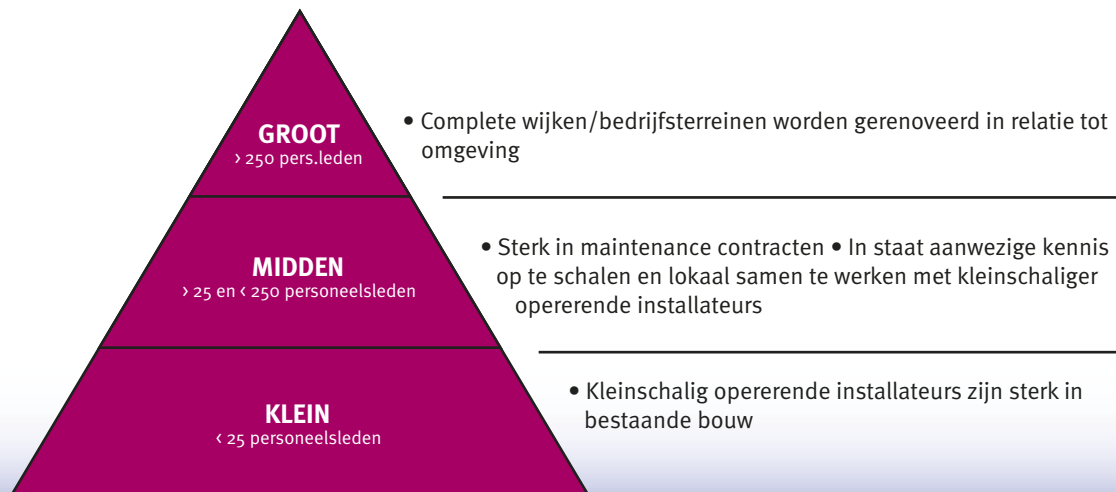


## 4. Renovatie-evolutie

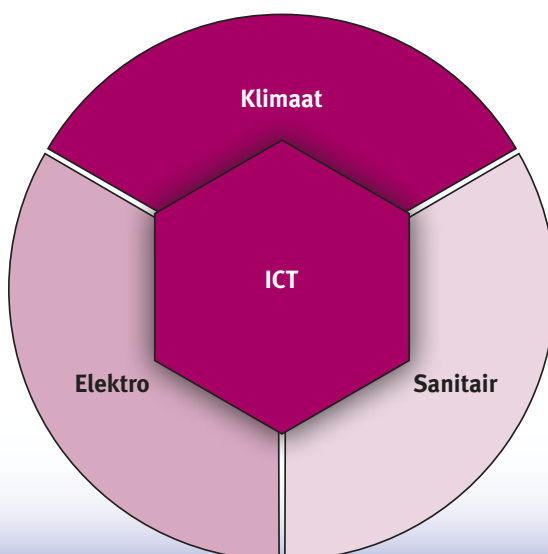
### Wat is 'renovatie-evolutie'

- Bij de renovatie-evolutie gaat het om functioneel renoveren, waarbij de functionaliteit van het gebouw centraal staat.
- De meeste technologie die wordt toegepast in de renovatie-evolutie bestaat in de basis al, maar zal verder doorontwikkeld worden en op grotere schaal toegepast gaan worden.
- De rode draad is meer (lucht)warmtepompen en meer ict.
- Verder kan worden geconstateerd dat de behoefte aan persoonlijk instelbaar comfort groeit en dat bijvoorbeeld die oplossingen voor ziekenhuizen en kantoren dichterbij komen.

Voor welke leden is de renovatie-evolutie het meest interessant?

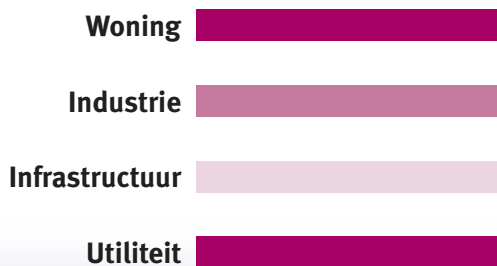


Welke disciplines zijn de trekkers voor de renovatie-evolutie?



Bij renovatie-evolutie gaat het om functionaliteit en duurzaamheid. Bij de realisatie zijn ict en energiezuinige klimaatbeheersing belangrijk.

Voor welke markten is de renovatie-evolutie het meest relevant?



Voor welke externe doelgroepen is de renovatie-evolutie het meest relevant?



#### Speerpunten voor UNETO-VNI

- Leden bewust maken van en informeren over het belang en de mogelijkheden van renovatie-evolutie.
- Leden ondersteunen en actief stimuleren bij renovatie-evolutie.
- Monitoren ontwikkelingen, daarbij met name ook ontwikkelingen bij andere sectoren, zoals bijvoorbeeld het nauwlettend volgen van facilitaire dienstverleners.
- Marktpartijen meerwaarde renovatie-evolutie en rol van de installateur en de technisch dienstverlener tonen.

#### Kleurcodering:

hoe roder, des te belangrijker

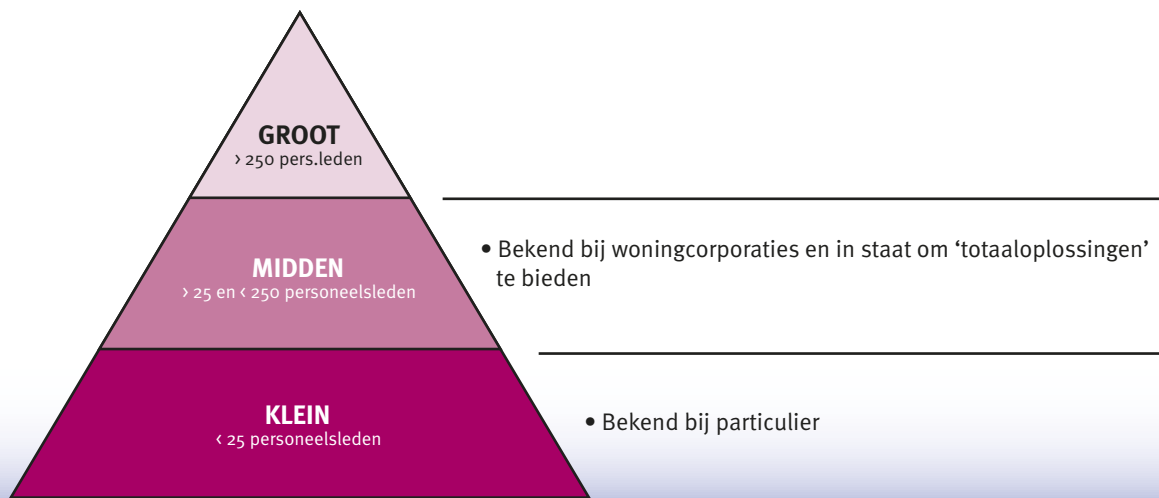


## 5. Comfortabel leven

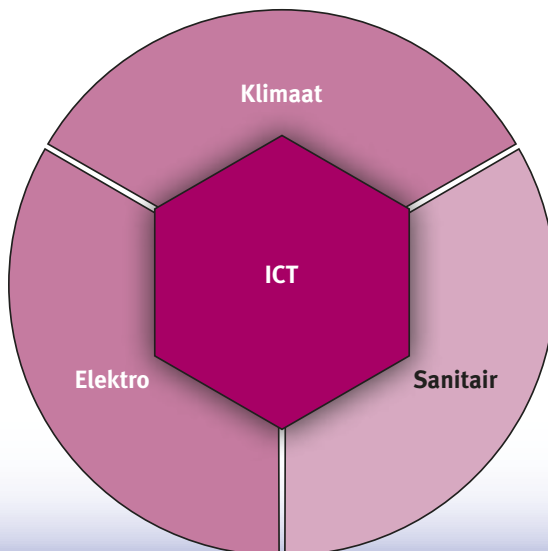
### Wat is comfortabel leven?

- Uitgangspunt is dat de woning een behaaglijke en veilige plek is om te ontspannen, om te werken en om in contact met je omgeving te staan.
- Het gaat om een samensmelting van allerlei functies. Daarbij worden termen gebruikt als bijvoorbeeld levensloopgeschikt wonen, een zelfregulerend huis, zorg op afstand, het nieuwe werken.
- Kern is de integratie van technieken, processen en oplossingen.

Voor welke leden is 'comfortabel leven' het meest interessant?



Welke disciplines zijn de trekkers voor 'comfortabel leven'?



Voor welke markten is 'comfortabel leven' het meest relevant?

### Woning

- *Woning en wonen staat centraal.*

### Industrie

### Infrastructuur

- *Want ook de relatie naar communicatie, energienetten, openbare verlichting en openbare veiligheidsvoorzieningen.*

### Utiliteit

- *Gaat ook over thuis werken, 'het nieuwe werken' en zorg.*

Voor welke externe doelgroepen is 'comfortabel leven' het meest relevant?

- **bewoners eindgebruikers gebouweigenaren**
- **woningcorporaties**
- **bouwkolom** - *architecten, projectontwikkelaars en opdrachtgevers*
- **zorgsector**
- **it-sector** - *standaardisatie*
- **industrie**
- **werknemersorganisaties**
- **energiemaatschappijen**
- **overheden** - *als opdrachtgever (bijv. Rijkswaterstaat), wetgever, facilitator/stimulator*
- **leveranciers** - *standaardisatie*
- **facilitaire dienstverlening**

### Speerpunten voor UNETO-VNI

- Marktvraag stimuleren.
- Installateur en de technisch dienstverlener ondersteunen om naar de klant te luisteren en die marktvraag in te vullen. Daarvoor is nodig:
  - kennis van de markt
  - kennis van samenhang diverse disciplines installatietechnieken
  - op de markt gerichte bedrijfsorganisatie
  - samenwerking met netwerkpartners.
- Invulling randvoorwaarden, zoals bijvoorbeeld financiering zorg, passende producten, platform samenwerking met leveranciers en ict, standaardisatie.

### Kleurcodering:

hoe roder, des te belangrijker



## 6. Nieuwe businessmodellen

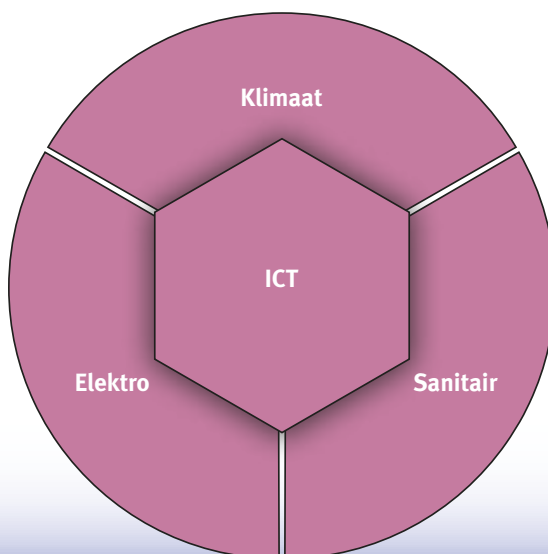
### Wat zijn 'nieuwe businessmodellen'?

- Een toenemend aantal eindgebruikers wil niet zozeer een product, maar meer een oplossing voor hun wens of behoefte.
- Klanten betalen dan niet meer voor een installatie, maar bijvoorbeeld voor een service of comfort – of gebruiksniveau.
- Waarbij het begrip 'service' vertaald moet worden naar functionaliteiten en uiteindelijk natuurlijk ook naar technische specificaties.
- En dat betekent dat de wijze waarop installateurs calculeren, risico's analyseren, organiseren en samenwerken met anderen drastisch wijzigt. Kern daarbij is de ontwikkeling van een kostprijs plus naar een 'customer value pricing' businessmodel.

Voor welke leden zijn nieuwe businessmodellen het meest interessant?



Welke disciplines zijn de trekkers voor het thema 'nieuwe businessmodellen'?



Nieuwe businessmodellen betreffen het vertalen van de functionele vraag naar techniek. Dat betekent: meer risicoverantwoordelijkheid, goede beheersing van het proces. Met als basis goede vakkennis.

Voor welke markten zijn nieuwe businessmodellen het meest relevant?

### Woning

- Valt veel te doen.
- Meer differentiëren naar marktgroepen.

### Industrie

- Minder functionaliteit en meer op secundaire processen gericht.

### Infrastructuur

- Min of meer eenduidige opdrachtgevers overheden.

### Utiliteit

- Ontwikkeling is er al.
- Meer differentiatie naar marktpartijen nodig.

Voor welke externe doelgroepen zijn nieuwe businessmodellen het meest relevant?

-  **bewoners eindgebruikers gebouweigenaren**
-  **woningcorporaties**
-  **bouwkolom** - *architecten, projectontwikkelaars en opdrachtgevers*
-  **zorgsector**
-  **it-sector** - *standaardisatie*
-  **industrie**
-  **werknemersorganisaties**
-  **energiemaatschappijen**
-  **overheden** - *als opdrachtgever (bijv. Rijks-waterstaat), wetgever, facilitator/stimulator*
-  **leveranciers** - *standaardisatie*
-  **facilitaire dienstverlening**

### Speerpunten UNETO-VNI

- Leden bewust maken van en informeren over het belang en de mogelijkheden van nieuwe businessmodellen.
- Leden ondersteunen en actief stimuleren bij nieuwe businessmodellen. Bieden van hulpmiddelen: contracten, opleidingen, checklists, voorbeelden, concepten, projecten.
- Marktpartijen mogelijkheden nieuwe businessmodellen tonen.

### Kleurcodering:

hoe roder, des te belangrijker

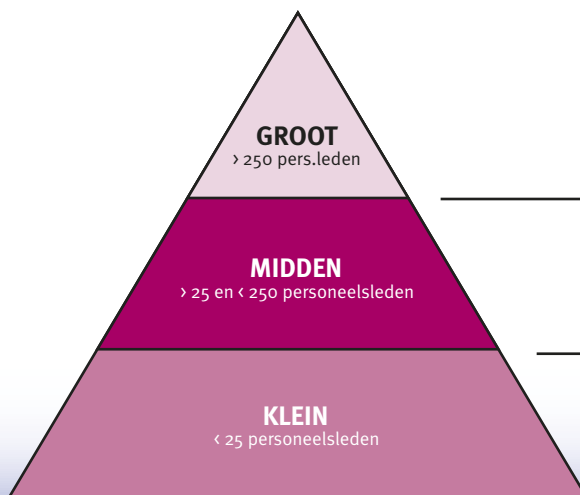


## 7. Installeren nieuwe stijl

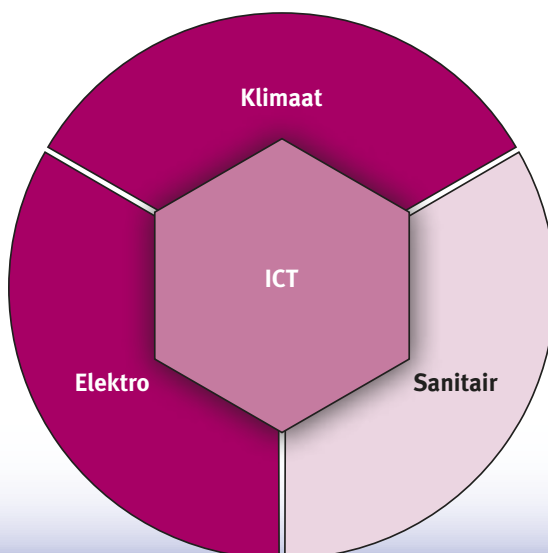
### Wat is installeren nieuwe stijl?

- Als gevolg van ('drivers') andere klanten, nieuwe werknemers, andere bedrijfsorganisatie, andere relaties tussen werkgever en werknemer, kortere productcycli, druk van leveranciers.
- Wordt met gebruikmaking van nieuwe en laagdrempelige ict-hulpmiddelen sneller, efficiënter en zekerder geïnstalleerd: installeren nieuwe stijl!

Voor welke leden is installeren nieuwe stijl het meest interessant?



Welke disciplines zijn de trekkers voor installeren nieuwe stijl?



Elektro en klimaat zijn leidend, daar in deze vakgebieden de meeste complexiteit schuil gaat

- snelle veranderingen. Ict is 'slechts' facilitator.

Voor welke markten is installeren  
nieuwe stijl het meest relevant?

**Woning** 

**Industrie** 

- *Want complex en groot afbreukrisico*

**Infrastructuur** 

- *Want complex en groot afbreukrisico*

**Utiliteit** 

Voor welke externe doelgroepen is  
installeren nieuwe stijl het meest relevant?

 **bewoners eindgebruikers gebouweigenaren**

 **woningcorporaties**

 **bouwkolom** - *architecten, projectontwikkelaars en opdrachtgevers*


 **zorgsector**

 **it-sector** - *standaardisatie*

 **industrie** - *m.n. global/proces*

 **werknemersorganisaties**

 **energiemaatschappijen**

 **overheden** - *als opdrachtgever*  
(bijv. Rijkswaterstaat)

 **leveranciers** - *standaardisatie*

 **facilitaire dienstverlening**

**Kleurcodering:**

hoe roder, des te belangrijker



## 1. *Techniek*

Zoals beschreven in de inleiding voor de elektrotechnische detailhandel volgen technologische innovaties elkaar snel op en penetreren deze de markt in een steeds sneller tempo. Het keuzeaanbod van producten en gadgets groeit hiermee enorm en geeft convergentie in het productaanbod, zodat branchevervaging de komende jaren verder zal toenemen. Nieuwe technieken als augmented reality doen hun intrede, die zowel het leren en verkopen ingrijpend zullen veranderen. Nieuwe technieken zorgen dat klanten meer verbonden raken aan een product en merk. Beleving verbonden aan lifestyle gaat een belangrijke rol spelen.

Vooraf voor bruikbaar, telecom en computers geldt dat technologische innovaties elkaar steeds sneller opvolgen en productcycli korter worden. Een huis wordt een systeem met functies met virtuele besturingsmiddelen: wat je hebt wil je overal en het wordt belangrijk om dit werkend te krijgen en te houden.

Consumenten wensen maatwerkoplossingen met netwerktoepassingen, convergentie blijft toenemen en nieuwe technieken als 3D en augmented reality worden bruikbaar.

Zowel in de producten voor de consument als op de winkelvloer en het opleiden van personeel.

## 2. *Klant*

Ook behoeften van klanten veranderen voortdurend. Winkeliers zijn genoodzaakt zich te onderscheiden en goede dienstverlening en advies te leveren. De levensduur en recycling van apparatuur vraagt daarbij voortdurend om duidelijke kaders. Klanten zijn kritischer en prijsbewust en vragen om de toepassing van heldere leveringsvoorwaarden en garanties, of men nu online of offline een product aanschaft.

Goed geïnformeerde klanten kopen op het laatste moment en verlangen maatoplossingen die direct werkbaar worden afgeleverd. Daarbij willen zij

ontzorgd worden van de ingewikkelde werkzaamheden als configureren en installeren. Dit betekent dat installatie, logistiek en service nog belangrijker worden. Bij reparaties is informatie over de afhandeling en transparantie nodig.

Klanten gaan leveranciers en winkeliers meer en meer beoordelen op hun duurzaam gedrag.

Meewerken aan wettelijke verplichtingen als energielabels en inname van afgedankte apparaten is niet meer genoeg. Ook zal aandacht moeten worden gegeven aan duurzaam inkopen, transparantie van land van herkomst, deelnemen en uitbouwen van de winkelvloercampagne EnergieWeter en het hebben van energiezuinige winkels (verlichting, airco, luchtsluizen) en bezorgwagens.

Klanten kopen anders dan vroeger. Bewuster, selectiever en zijn minder loyaal en merkgebonden (het nieuwe winkelen). Winkeliers zullen hierop in moeten spelen door nieuwe mogelijkheden te benutten.

## 3. *Winkellandschap*

De komende jaren gaan verschillende ontwikkelingen het winkelen veranderen, zeker bij de elektrotechnische detailhandelsbranche. Het is de enige branche waar na productintroducties de consumentenprijzen snel dalen door wereldwijde toepassingen. Hierdoor is in de mainstream verdere schaalvergroting voor de inkoop noodzakelijk. Zelfstandigen kunnen daarin niet meer mee en gaan zich op een niche onderscheiden. Er zullen enkele grote nieuwe toetreders uit de VS komen, die in korte tijd een eigen marktaandeel zullen veroveren. Daarnaast zet branchevervaging door, nu al wordt consumenten elektronica bij bouwmarkten, warenhuizen en sommige supermarkten verkocht. Dat zal verder toenemen als er meer perifere winkelcentra komen en de eerste hypermarkten met grote non-food afdelingen open gaan. Het aandeel online verkopen is nog niet uitgegroeid, bricks 'n' clicks wordt al toegepast en betrouwbare merken zullen overwinnen. Maar een nieuwe balans van online winkelen, kijken en funshoppin in experience

winkels en afhalen op (fijnmazige) kleinere winkellocaties moet zich nog ontwikkelen.

Ook de wijze waarop producten worden verkocht verandert doordat internetverkoop toeneemt. Internet en crossmediale marketing, via multichanneling en sociale netwerken bieden nieuwe kansen.

Sociale veranderingen, winkelcriminaliteit en toename van agressie en geweld zijn zeker ook aan de orde de komende vijf jaar. Tot nu zijn er zeer beperkt overvallen in de branche geweest, de eerste waren er in 2009, toename kan niet voorkomen worden. Vanwege de enorme emotionele impact op medewerkers en omstanders van een overval vraagt de training en opvang bijzondere aandacht van de ondernemingen.

#### 4. *Arbeidsmarkt*

Op de arbeidsmarkt ontstaat krapte door vergrijzing, veranderende werkwijzen en concurrentie met andere branches en sectoren. Over drie jaar zal de krapte op de arbeidsmarkt voor onze branche voelbaar worden en zullen vacatures moeilijker te vervullen zijn. Verder zal door schaalvergroting het aantal arbeidsplaatsen in het MKB afnemen en vandaar komen oudere werkkrachten beschikbaar. Door de verdere toename van webverkopen en het gebruik van sociale netwerken op internet zijn meer it-medewerkers nodig. Op termijn dreigt echter een fors tekort aan technici, hetgeen tot upgradering van de waarde van technische kennis zal leiden.

#### 5. *Wetgeving, consumentenrecht*

De maatschappij wordt sneller en complexer en de branche krijgt steeds meer te maken met de noodzaak voor bundeling van krachten en een sterke lobby. Tot nu toe was dat met de huidige aanpak succesvol voor een aantal belangrijke issues (btw mobiele telefoons, consumentenrechten, WEEE, auteursrechten e.d.), maar het aantal issues zal toenemen.

De Europese dimensie wordt de komende jaren steeds belangrijker doordat meer wetgeving vanuit Europa zal komen en het feit dat ketens en samenwerkingsverbanden Europees opereren. Het ziet er niet goed met betrekking tot de EU-lobby naar volledig geharmoniseerde garantieregels. Dat betekent dat Nederland zijn eigen regels zal houden en onduidelijkheid nationaal aangepakt moet worden.

#### 6. *Keten*

De relatie tussen producent, installateur, detaillist en reparatiebedrijf is van steeds groter belang en vraagt om een goede en gezonde samenwerking die van levensbelang is voor de ondernemer.

## Beleidsdoelstellingen Elektrotechnische detailhandel en reparatiebedrijven

De thema's die van invloed zijn op de leden en hun onderneming zijn ingedeeld in vier beleidsterreinen.

### Personeel & Sociaal

Mensen en kennis vormen het belangrijkste kapitaal van een onderneming en de bedrijfstak. Kennis van sociale veranderingen in de maatschappij, personeelsbeleid, arbeidsverhoudingen, werving en selectie, beloningsstructuren, arbeidsvoorwaarden en opleidingsplannen zijn voor iedere ondernemer noodzakelijk.

Ook vraagt een gezonde bedrijfstak om voldoende en goed geschoold personeel. UNETO-VNI heeft een beleidsvisie om medewerkers te werven, boeien en binden. Hierin werkt zij samen met partnerorganisaties, het onderwijsveld en belanghebbenden. Een goede CAO speelt een belangrijke rol. Door snelle innovaties is continue bijscholing van medewerkers van enorm belang. Het is de komende jaren de uitdaging om met de ROC's, leveranciers, detailhandel en reparatiebedrijven samen te komen tot snelle en effectieve (digitale) uitwisseling van informatie en kennis.

Een goede toepassing van de ARBO-regels speelt een belangrijke rol. Het verminderen van de belasting bij het tillen en bezorgen van producten is een issue. De totstandkoming van de ARBO-catalogus is belangrijk.

UNETO-VNI zorgt voor sociaal-juridische ondersteuning van haar leden en is voortdurend actief hen te informeren en te ondersteunen met diverse diensten en het ontwikkelen van dienstverlening verbonden aan relevante trends. De samenwerking met het Opleidings- en ontwikkelingsfonds voor de elektrotechnische detailhandel (hierna te noemen: OFED) is daarbij van strategisch belang.

### Kwaliteit & Vakmanschap

Activiteiten van UNETO-VNI richten zich op een zo goed en efficiënt mogelijke goederenstroom en dienstverlening naar de klanten van haar leden. Klanten vragen om heldere leveringsvoorwaarden, helderheid op het gebied van consumentenrechten, levensduur van apparaten en garantie daarop. Leden van UNETO-VNI onderscheiden zich door dezelfde leveringsvoorwaarden te hanteren. UNETO-VNI ondersteunt door samen te werken met consumentenorganisaties en voorlichting te geven. Het geven van zekerheid aan de consument, middels garanties en voorwaarden in combinatie met een heldere voorlichting over hun rechten en plichten, is van belang voor de wijze waarop de ondernemers zich kunnen positioneren. Optimale en voor de consument transparante logistieke verwerking bij levering, service en reparatie is van groot belang, afspraken in de keten kunnen dit verder verbeteren.

### Markt & Maatschappij

Naast product-technologische trends, zijn er ook diverse maatschappelijke trends die van invloed zijn op het koopgedrag van de consument. UNETO-VNI volgt dergelijke trends en informeert winkeliers, zodat zij hierop kunnen inspelen. Daarnaast is UNETO-VNI de spreekbuis naar de media op het gebied van algemene trends en innovaties. Zo is er steeds meer markt voor producten op het gebied van wellness en allerlei elektronische gadgets en 3D-tv.

Ook andere trends zijn van invloed, zoals de behoefte van de maatschappij om te verduurzamen wegens klimaatveranderingen en stijgende brandstofprijzen. Zowel uit milieutechnisch als economisch oogpunt is het van belang als ondernemer te verduurzamen, maar ook kansen te grijpen om deze nieuwe markten aan te boren. UNETO-VNI ondersteunt door convenanten te sluiten met partnerorganisaties, bijvoorbeeld voor goede inzameling van afgedankte apparaten, voorlichting op het gebied

van energieverbruik van apparaten, etc. Het streven is daarbij zoveel mogelijk samen te werken met partijen zoals Milieu Centraal (voorlichting), NVMP en ICT~milieu (inzameling afgedankte apparaten). Zoals in de inleiding geschetst startte UNETO-VNI i.s.m. VROM en Milieucentraal in 2010 de meerjarige campagne EnergieWeter.

### Ondernemerschap & Innovatie

Een gezonde bedrijfstak vraagt om een gezond economisch handelsklimaat en een vitale concurrentiepositie voor de leden van UNETO-VNI. De positie van de detaillist en de reparateur wordt mede bepaald door de keuzes die de ondernemer zelf maakt op het gebied van dienstverlening. UNETO-VNI is voortdurend actief om de ondernemer te helpen ontwikkelen en keuzes te maken.

Daarnaast voert UNETO-VNI lobbyactiviteiten uit om wetgeving zo min mogelijk het ondernemerschap te laten hinderen. Bij voorkeur wordt op dit terrein gebruik gemaakt van de sector- en koepelorganisaties.

Zowel technologische, bedrijfsmatige en sociale innovatie zijn van invloed op het gezond functioneren van een onderneming. UNETO-VNI biedt tools om de ondernemer hierin te ondersteunen. Daarnaast is UNETO-VNI vertegenwoordigd in diverse platforms om zorg te dragen voor heldere kaders op het gebied van bereikbaarheid, betalingsverkeer en bestrijding winkelcriminaliteit.

## *Platformfunctie*

Om haar platformfunctie gestalte te kunnen geven, heeft UNETO-VNI de juiste infrastructuur, voorzieningen en systemen nodig. Daarnaast dienen de medewerkers van het secretariaat de juiste verantwoordelijkheden, rollen en taken te hebben en ook uit te voeren. UNETO-VNI zal haar platformfunctie op verschillende manieren moeten kunnen inrichten. Om de juiste invulling ervan te kiezen, in te richten en/of te faciliteren wordt rekening gehouden met de demografische spreiding, ondernemersprofielen, wensen en behoeften van haar leden.

Om haar relevantie te behouden voor de leden en de markt zal UNETO-VNI zich, naast de strategische doelstellingen beschreven in dit document, blijvend verdiepen in veranderingen in behoefteprofielen, omgevingsfactoren, marktsegmenten en middelen.

## *Ondersteuning van de leden*

UNETO-VNI streeft ernaar haar leden op collectief en individueel niveau slagvaardig te ondersteunen. Dat omvat professionele en klantgerichte dienstverlening, informatie op maat, kennisdeling, lobby, het ontwikkelen van collectieve voorlichtingscampagnes voor de markt en mantelcontracten. Leden dienen alleen nog die informatie te ontvangen, die ze ook daadwerkelijk willen ontvangen. Kortom, informatie op maat. Daarbij speelt online communicatie – o.a. het gebruik van sociale media als Twitter en LinkedIn en de doorontwikkeling van het LedenNet – een belangrijke rol. De dienstverlening aan de leden is vooral een afgeleide van het beleid verwoord in de beleidsnotities die zijn gebaseerd op de strategische doelstellingen. UNETO-VNI streeft ernaar om innovatie op sociaal, maatschappelijk, economisch en technologisch gebied te stimuleren en daarmee de continuïteit van de bedrijfstak te waarborgen. Daarnaast heeft UNETO-VNI een signalerende functie op het gebied van nieuwe markten, trends en innovaties (zoals d.m.v. de Innovatie Radar). Zij stimuleert haar leden om in te spelen op diverse maatschappelijke trends. Veranderingen in de markt, zoals eisen van consumenten en

klanten, maar ook veranderingen in de bedrijfstak zijn van invloed op het ondernemerschap; ondernemers zullen keuzes moeten maken, naar markt en type onderneming die zij willen zijn. De diversiteit aan leden zal de komende vijf jaar groter worden. UNETO-VNI ondersteunt haar leden in de markten waar leden actief zijn of willen zijn.

## *Professionalisering en kwaliteit*

Voor stakeholders wil UNETO-VNI een toonaangevende, betrouwbare en proactieve gesprekspartner zijn. Door haar collectieve kracht is UNETO-VNI in staat om op te komen voor de belangen van de branche. De vereniging is regionaal en landelijk sterk vertegenwoordigd. Zij belegt daartoe bijeenkomsten en werkt samen met partnerorganisaties zoals Bouwend Nederland, Hoofdbedrijfschap Detailhandel en de FME, Detailhandel Nederland en FIARCE (bruingoedleveranciers) en VLEHAN (witgoedleveranciers).

De service, het vakmanschap en de kwaliteit van diensten die de leden zelf leveren, bepalen in belangrijke mate het imago van de branche. Daarnaast zijn het impliciete en expliciete gedrag van de vereniging én haar leden een belangrijke factor bij het bepalen van het imago van de branche.

Voor de leden wordt het gedrag vastgelegd in een gedragscode die aansluit op de missie en visie van UNETO-VNI.

Om het fundament van de vereniging te borgen wordt geïnvesteerd in de professionaliteit van de secretariaatsmedewerkers en bestuurders. Voor bestuurders staat professionaliteit t.a.v. hun kennis, verantwoordelijkheden en taken de komende jaren nadrukkelijker op de agenda. Voor besturen en secretariaat krijgt 'Corporate governance' t.a.v. verantwoording, beheer, controle en sociale verantwoordelijkheid veel aandacht. Daarnaast is er een set huisregels en worden bestuurlijke rollen en taken vastgelegd in de statuten van de vereniging.

Ook vanwege haar visie op het gebied van veiligheid en verantwoordelijkheid stelt de vereniging eisen aan het vakmanschap en de kwaliteit van het lidbedrijf en geleverde installatieconcept, product of dienst. UNETO-VNI voert een actief kwaliteitsbeleid op het gebied van techniek door zich te richten op regelgeving, normalisatie en certificering. Voor diverse disciplines en/of markten ontwikkelt zij specifieke eisen om de kwaliteit van de geleverde diensten en het vakmanschap met voortschrijdende inzichten te borgen. Daarnaast streeft zij naar het stimuleren van duidelijke service en dienstverlening van haar leden. Zo vraagt UNETO-VNI van haar leden eenduidige leveringsvoorwaarden te hanteren en biedt UNETO-VNI een nakominggarantie en een onafhankelijke geschillencommissie.

De waarde van het merk UNETO-VNI wordt beheerd door de vereniging. Service, kwaliteitsbeleving en vakmanschap gelden op twee terreinen:

1. Techniek (product, concept en toepassing)
2. Dienstverlening van de leden (bedrijf, merk en gedrag)

Vanuit deze uitgangspunten vormt de vereniging de verbindende schakel tussen de drie kerngebieden.

### *Duurzaam ondernemen (people, planet, profit)*

De Rijksoverheid en lokale overheden kopen vanaf 2010 voor respectievelijk 100% en 75% duurzaam in. Daardoor dienen leden van UNETO-VNI rekening te houden met milieu- en sociale aspecten van hun diensten en producten. Het is al goed zichtbaar en merkbaar dat bedrijven die duurzaam zijn ingericht, nu eerder opdrachten krijgen en beter de crisis doorkomen. Ook de klant raakt steeds beter geïnformeerd en kijkt kritischer naar producten en de herkomst ervan. UNETO-VNI heeft duurzaam ondernemen hoog in het vaandel staan. Zij geeft invulling aan haar beleid op dit terrein met behulp van het Platform MVO van UNETO-VNI en partners als MVO Nederland. UNETO-VNI streeft ernaar instrumenten te ontwikkelen om haar leden te ondersteunen op zowel maatschappelijk als praktisch terrein.

Zo liggen er heel concreet diverse kansen op het terrein van energie- en waterbesparing en CO<sub>2</sub>-reductie. Installatietechniek biedt dus oplossingen en de detailhandel informeert klanten over de duurzaamheid van energie- en waterverbruik van apparaten. Echter, lidbedrijven kunnen ook duurzaam ondernemen verankeren in de bedrijfsvoering, o.a. op het gebied van opleiding en training van personeel, meten van klanttevredenheid en het nemen van energiebesparende maatregelen. Ook kunnen leden duurzame alternatieven in offertes aanbieden en gebruik maken van subsidies en stimuleringsmaatregelen. Daarnaast wil UNETO-VNI zelf een voorbeeld zijn op het gebied van duurzaam ondernemen. Om die reden staat duurzaam ondernemen in de eigen bedrijfsvoering van de vereniging de komende jaren nadrukkelijk op de agenda.

### *Samenwerking en interne communicatie*

Om de leden optimaal van dienst te zijn, is het van belang dat de vereniging als een geoliede machine draait. Een goede infrastructuur en de kwaliteit van medewerkers dragen hieraan bij. Echter, zonder goede samenwerking, gecentraliseerde en/of integrale aanpak van beleidsthema's, transparante communicatie en projectmatig werken, blijven de beoogde resultaten van deze strategienota uit. De groottegroepen en vakgroepen spelen binnen de vereniging UNETO-VNI hierin een belangrijke rol. Enerzijds leveren zij voeding voor de totstandkoming van de (nieuwe) strategienota. Anderzijds zien ze van dichtbij wat er in de praktijk daadwerkelijk terecht komt van de geplande activiteiten die uit de strategienota voortkomen. Deze activiteiten worden, in tegenstelling tot voorgaande jaren, meer gestructureerd aangepakt en aangestuurd vanuit een gecoördineerd beleidskader. Besturen van groepen zullen zich bewust moeten worden van deze vernieuwde insteek. Zij vervullen immers geen sleutelrol in de koersbepaling voor de verschillende ledengroepen. Uiteindelijk maakt dit voor de groottegroepen en vakgroepen de vertaalslag van strategienota naar de eigen disciplines en activiteiten gemakkelijker en concreter.

Ook kunnen er bij de uitvoering kostenbesparingen worden gerealiseerd door afgebakende lijnen, duidelijke en herkenbare producten en diensten, en efficiënte werkprocessen. Om geïntegreerde oplossingen te kunnen aandragen, ligt binnen de vereniging de komende jaren de nadruk op het combineren van kennis. Intensievere samenwerking tussen de groepen onderling moet een nadrukkelijke meerwaarde opleveren voor de aangesloten lidbedrijven.

## *Arbeidsmarkt & scholing*

Eén van de kernactiviteiten van UNETO-VNI is het zorgdragen voor een goede CAO in samenwerking met gerelateerde branches. Hierbij speelt sociale innovatie een steeds grotere rol. Immers, mensen en kennis vormen het belangrijkste kapitaal van een onderneming en de bedrijfstak.

Kennis van sociale veranderingen in de maatschappij, personeelsbeleid, arbeidsverhoudingen, werving en selectie, beloningsstructuren, arbeidsvoorwaarden en opleidingsplannen zijn voor iedere ondernemer noodzakelijk. UNETO-VNI levert die kennis en biedt daar waar nodig sociaal-juridische ondersteuning aan de leden.

UNETO-VNI signaleert sociaal-maatschappelijke trends die van invloed zijn op de gezondheid van de bedrijfstak, zoals het bevorderen van diversiteit, een gezonde balans in werk en privé, het onderkennen van de fases in de levensloop van personeel, opleidingsniveau en de toenemende behoefte aan flexibilisering van de arbeidsmarkt.

Een gezonde bedrijfstak vraagt tevens om voldoende en goed geschoold personeel. UNETO-VNI heeft een beleidsvisie om werknemers te werven, boeien en binden. Hierin werkt zij samen met partnerorganisaties, het onderwijsveld en belanghebbenden. De afgelopen jaren is beleid<sup>8</sup> geformuleerd om ondernemers decentraal meer sturing te geven

op het gebied van onderwijs en meer te betrekken bij de opleiding van hun toekomstige personeel.

Een grote groep werknemers gaat de bedrijfstak wegens pensionering verlaten. Een kleinere generatie moet geïnteresseerd worden voor het vak. Een carrière in de branche moet nog aantrekkelijker gemaakt worden, omdat er een toenemende beroep op de kennis en techniek van de lidbedrijven zal worden gedaan. De verhoging van de pensioenleeftijd zal de komende jaren een grote rol spelen. Deze punten blijven dan ook hoog op de strategische agenda van UNETO-VNI staan!

<sup>8</sup> Onderwijsbeleidsplan UNETO-VNI 2007-2012, Werven, boeien, binden & coachen.

## Colofon

### Ontwerp & layout

S-Jeu, Vorm en Functie, Den Haag

### Drukwerk

Drukkerij Zoeterhage, Zoetermeer

### Productiecoördinatie

Afdeling Communicatie UNETO-VNI

UNETO-VNI  
Bredewater 20 - 2715 CA Zoetermeer  
Postbus 188 - 2700 AD Zoetermeer  
T 079 325 06 50 - F 079 325 06 66  
[www.uneto-vni.nl](http://www.uneto-vni.nl)

