

EEN STRALENDE
TOEKOMST
VOOR
DE **ZON**
WERINGS
BRANCHE

**WAT BETEKENT DAT
VOOR OPLEIDING
EN ONTWIKKELING
VAN WERKNEMERS?**



opleiding
ontwikkeling
metaalbewerking

WIE IS OOM?

OOM is het scholingsadviesbureau van de sociale partners in de metaalbewerking. Ons gezamenlijke doel is om het vakmanschap in de branche naar een hoger plan te tillen.

We doen dit door de leercultuur binnen bedrijven te stimuleren en daar zowel werkgever als werknemer bij te betrekken. We werken in de overtuiging dat leren jezelf verrijkt, nieuwe deuren kan openen, maar bovenal leuk is.

Goed opgeleide mensen zijn het kapitaal van onze sector. Een belangrijk onderdeel van onze dienstverlening is het co-financieren van de opleidingskosten voor werkgever, werknemer of leerling.

Vanuit onze rol als verbinder en aanjager koesteren we onze relaties bij de bedrijven. Wie contact met ons heeft, ervaart betrokken en open-minded professionals die kritisch meedenken.

We helpen met gerichte — maar ook vaak inventieve — adviezen om gezamenlijk de (bij)scholing binnen een bedrijf op gang te brengen en te verankeren in de dagelijkse praktijk.

Vanuit onze verantwoordelijkheid voor de instroom van voldoende vakmensen, willen we een klankbord zijn voor het beroepsonderwijs. Wij zien van dichtbij hoe banen en functies in de branche zich ontwikkelen en op welke manieren je daar met het onderwijs bij aan blijft sluiten.

OOM – OPLEIDING, ONTWIKKELING, METAALBEWERKING

COLOFON

OPDRACHTGEVER Stichting Opleiding Ontwikkeling

Metaalbewerking (OOM)

UITGAVE november 2019

UITVOERING ONDERZOEK OOM, Petra Boers (Buro

Vonkstof)

TEKST Petra Boers

GRAFISCH ONTWERP Ontwerphaven

BEEELD Shutterstock.com

DRUK Booxs

EEN STRALENDE TOEKOMST VOOR DE ZON WERINGS BRANCHE

WAT BETEKENT DAT
VOOR OPLEIDING
EN ONTWIKKELING
VAN WERKNEMERS?



opleiding
ontwikkeling
metaalbewerking

EEN STRALENDE
TOEKOMST
VOOR
DE **ZON**
WERINGS
BRANCHE

**WAT BETEKENT DAT
VOOR OPLEIDING
EN ONTWIKKELING
VAN WERKNEMERS?**

INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING: SAMEN BOUWEN AAN EEN ZONNIGE TOEKOMST!	4
2. DE HUIDIGE BRANCHE IN CIJFERS	6
Aantal bedrijven Vergrijzing een groot probleem Krapte op de arbeidsmarkt Uitdaging: werving van nieuwe medewerkers Brancheverenigingen zonwering	
3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN DE BRANCHE	10
Zeven trends in de markt Nieuwe technieken en producten Nieuwe wet- en regelgeving en keurmerken Nieuwe diensten De toekomstbestendige monteur en verkoper	
4. OPLEIDING EN ONTWIKKELING IN DE BRANCHE	16
Gering aantal stagiairs en leerlingen Ontwikkeling medewerkers is belangrijk, maar... Leren op de werkplek is favoriet Externe opleidingen vaak bij fabrikanten Opleiden en ontwikkelen vooral informeel onderwerp van gesprek	
5. WAT ZIJN DE KNELPUNTEN IN OPLEIDING EN ONTWIKKELING?	20
Huidige situatie: knelpunten in opleiding en ontwikkeling De toekomst: de grootste uitdagingen in opleiding en ontwikkeling	
6. ADVIEZEN: NAAR EEN TOEKOMSTBESTENDIGE ZONWERINGSBRANCHE	24
Branchebrede adviezen, ideeën en tips Adviezen, ideeën en tips voor ondernemers	
BIJLAGE: GERAADPLEEGDE EXPERTS EN BRONNEN	32

Zonwering zo oud als de weg naar Rome

Zonwering werd al in het oude Rome toegepast. Bijvoorbeeld in het wereldberoemde Colosseum waar gladiatoren hun bloedige strijd streden. Niet onder knikarmschermen met *smart home solutions* natuurlijk, maar onder ingenieus gespannen doeken bovenin de arena.



INLEIDING SAMEN BOUWEN AAN EEN ZONNIGE TOEKOMST!

Nederland regenland? Nederland zonland! De afgelopen zomers waren zeer warm. Ook de steeds betere isolatie veroorzaakt oververhitting van gebouwen. Het gevolg: een recordverbruik aan elektriciteit door energieverblindende airco's. Een effectievere én milieuvriendelijker oplossing is zonwering. Maar de personeelstekorten in de branche zijn groot. En een mbo-opleiding bij een roc bestaat niet. Hoe zorgen we samen voor een zonnige toekomst van de branche?

DRIEDUBBELE OVERVERHITTING

'Heetste zomer ooit in Nederland!', kopten de kranten in 2019. De warmterecords buitelden over elkaar. Ondertussen worden woningen en bedrijfspanden, zowel nieuwbouw als bestaande bouw, steeds perfecter geïsoleerd. Dat betekent: energiebesparing in de winter, maar ook: kans op oververhitting in de zomer. De zonnewarmte kan immers niet weg als een ruimte eenmaal is opgewarmd. Dit is tegenwoordig zelfs al merkbaar in het voorjaar.

Zonwering was lange tijd het ondergeschoven kindje in klimaatbeheersing. Er werd pas aan gedacht als het gebouw af en soms al bewoond was. Door hoogconjunctuur in combinatie met een explosieve stijging van de vraag als gevolg van de warme zomers, trad de afgelopen jaren een tweede type oververhitting op: zonweringsbedrijven konden de markt vraag niet tot nauwelijks aan. Tel daarbij op de 'oververhitting' op de arbeidsmarkt en het beeld van de branche is compleet.

BENG!

Tegelijkertijd gloort aan de nabije horizon een nieuwe kans. In 2020 moet alle nieuwbouw in Nederland voldoen aan de eisen voor bijna-energie neutrale gebouwen (BENG). Zonwering is een bij uitstek slimme en duurzame technische oplossing voor zon-, licht- en warmteregeling. Voor het eerst komt zonwering dan ook voor in de eisen; het wordt een integraal onderdeel van ieder bouwbestek. Kortom: BENG gaat zorgen voor een nog grotere vraag naar zonwering.

BEPERKT EXTERNE SCHOLING

Tenminste... als we slim en snel inspelen op alle veranderingen. Als we nieuwe instroom van medewerkers weten te genereren, leerlingen opleiden en zorgen dat de huidige medewerkers zich blijven ontwikkelen. Omdat de zonweringsbranche geen eigen vakopleiding bij de roc's heeft, leidt de branche op dit moment nauwelijks leerlingen en stagiairs op. In vergelijking met andere sectoren volgen medewerkers beperkt extern scholing. Wel blijkt uit ons

GOED OPGELEIDE VAKMENSEN STAAN VOOR KWALITEIT ÉN CONTINUÏTEIT VAN DE BRANCHE

onderzoek onder zonweringsbedrijven dat er veel waarde wordt gehecht en ruimte wordt geboden aan scholing voor medewerkers.

OPLEIDEN = BOUWEN AAN DE TOEKOMST

Is het erg om weinig te scholen? Jazeker, want investeren in opleiding en ontwikkeling betekent bouwen aan een gezonde toekomst. Stilstand is per definitie achteruitgang.

Het effect van de voorbije crisisjaren waarin minder is geïnvesteerd in opleiding en ontwikkeling is nu zichtbaar. Een fabrikant: 'Afgelopen twee warme jaren had de branche een beduidend hogere omzet kunnen draaien, als er meer goed opgeleid personeel was geweest. Nu hoor ik veel ondernemers zeggen: "Geef mij maar crisis!" omdat ze niet weten hoe ze het allemaal moeten organiseren.'

Regeren is vooruitzien. Daarom stimuleert OOM een leven lang leren: van instroom naar doorstroom naar uitstroom. Zo zorg je niet alleen dat jonge medewerkers het aantrekkelijk vinden om in de branche te komen werken, maar ook dat de huidige werknemers duurzaam inzetbaar blijven. Goed opgeleide vakmensen staan voor kwaliteit én continuïteit van je bedrijf en de branche. Op korte, maar ook op lange termijn.

TOEKOMSTBESTENDIG OPLEIDEN, HOE DOE JE DAT?

Hoe zorgen we ervoor dat de zonweringsbranche is voorbereid op de toekomst? Om dit preciezer in kaart te brengen, heeft OOM in 2019 onderzoek gedaan binnen de zonweringsbranche. In het onderzoek staan vier kernvragen centraal:

- Wat is de huidige situatie in de branche, wat zijn de trends en ontwikkelingen?
- Wat doet de branche op het gebied van opleiding en ontwikkeling?
- Welke uitdagingen of knelpunten spelen er op dit moment of gaan spelen in de toekomst?
- Wat kan de branche doen om toekomstbestendig te (blijven) opleiden en ontwikkelen?

In dit rapport vind je de antwoorden op deze vragen.

METHODE: ENQUÊTE EN EXPERTS

Voor het onderzoek hebben we drie typen bronnen gebruikt. Ten eerste maakten we gebruik van cijfers over de opbouw van de sector⁽¹⁾ en scholingsdeelname die bij OOM intern beschikbaar zijn. Ten tweede voerden we een enquête uit onder een selectie van 60 bedrijven in de branche – grotendeels bedrijven die monteren en installeren.⁽²⁾ Van de geënquêteerde bedrijven was 20 procent lid van branchevereniging Romazo en 80 procent niet. Ten derde hebben we interviews gehouden met externe experts, leden van het bestuur van Romazo en fabrikanten. In de bijlage vind je een lijst met de geraadpleegde experts en andere bronnen.

AAN DE SLAG!

Met de compacte weergave van de resultaten in dit rapport willen we je inspireren om toekomstgericht opleiden op de kaart te zetten binnen de branche en binnen jouw bedrijf. Om zowel de vaktechnische als persoonlijke ontwikkeling van medewerkers te stimuleren. Om tijdig in te spelen op trends en ontwikkelingen. En om branchebreed te werken aan voldoende jonge instroom of zijinstroom.

Natuurlijk gaan ook OOM, Romazo Professionals en Stichting Vakopleiding Zonwering (SVZ) aan de slag met de resultaten. Wij maken op basis van de uitkomsten en adviezen een 'actieagenda' die nauw aansluit bij de behoeften.

Samen bouwen we graag aan een stralende toekomst van deze schitterende branche!

Wat doet OOM voor een gezonde zonweringsbranche?

OOM wil het vakmanschap in de metaalbewerking naar een hoger plan tillen. Daarvoor investeren wij in de leercultuur bij bedrijven. Ook doen wij onderzoek naar nabije en toekomstige ontwikkelingen in de techniek of branches om het effect op het vakmanschap in kaart te brengen en naar scholing of projecten te vertalen.

(1) OOM maakt gebruik van gegevens die in opdracht van de sociale partners door MN zijn verzameld.

(2) Bij de interpretatie van de resultaten van de enquête is het belangrijk te melden dat het geen representatief wetenschappelijk onderzoek betreft. Wel geven de resultaten een goed beeld van de trends in de branche.





Wat doet de branche?

Zonweringsbedrijven werken voor zowel particulieren als voor bedrijven en instellingen. De branche levert producten voor nieuwbouw en bestaande bouw:

- Buitenzonwering (markiezen, knikarmen en uitvalschermen)
- Rolluiken voor geluidswering
- Beveiligingsrolluiken
- Veranda's
- Screens
- Shutters
- Serres met textieldaken

DE HUIDIGE BRANCHE IN CIJFERS

Hoeveel mensen werken in de zonweringsbranche in Nederland? Hoe groot zijn de bedrijven gemiddeld en waar zijn ze gevestigd? Wat is de gemiddelde leeftijd van medewerkers? En hoe zit het met vacatures, instroom en werving? In dit hoofdstuk schetsen we kort de huidige branche in cijfers.

AANTAL BEDRIJVEN

BEDRIJVEN EN WERKNEMERS

Op de peildatum 1 september 2019 vallen onder de OOM-branchecode zonwering, binnenwand- en plafondsysteem 365 bedrijven. Bij deze bedrijven zijn 3.159 werknemers in dienst. Wij hebben ook gekeken naar leveranciers van rolluiken en garagedeuren, omdat rolluiken ook tot zonwering kunnen worden gerekend. In die branche komen we op 135 bedrijven met 1.227 werknemers.⁽³⁾

Monteurs zijn de grootste groep medewerkers in de branche. Zij gaan doorgaans met zijn tweeën op pad om zonwering of rolluiken aan een gevel te bevestigen.

SPREIDING OVER NEDERLAND

De spreiding van zonweringsbedrijven over Nederland is gelijkmatig. In de drie noordelijke provincies en West-Brabant en Zeeland zien we iets minder bedrijven.

Vestigingsplaats (OOM-regio's)	Aantal bedrijven zonwering	Aantal bedrijven rolluiken en garagedeuren
Limburg	53	23
Overijssel	50	11
Midden- en Oost-Brabant	47	14
Gelderland	45	20
Midden-Nederland	44	14
Rijnmond	40	10
Noord-Holland en Flevoland	39	31
West-Brabant en Zeeland	32	7
Groningen, Friesland, Drenthe	21	5
Totaal	365	135

(3) In de OOM-database is het niet mogelijk bedrijven die uitsluitend garagedeuren monteren eruit te filteren, dus we vermelden ook alle bedrijven die geregistreerd zijn in de branche rolluiken en garagedeuren.



SOCIAL MEDIA IS HET MEEST GEBRUIKTE KANAAL OM NIEUWE MEDEWERKERS TE WERVEN

HOE GROOT ZIJN BEDRIJVEN?

De meeste bedrijven in de zonweringsbranche zijn klein: 235 bedrijven hebben minder dan vijf medewerkers. Aan de andere kant van het spectrum zien we grote bedrijven met meer dan vijftig medewerkers (zie kader Top 7 Grootste bedrijven).

Bij de bedrijven voor rolluiken en garagedeuren zien we relatief iets meer grotere bedrijven. De grootste is Unilux Nederland in Bostel (76 werknemers).

Bedrijfs grootte	Aantal bedrijven zonwering	Aantal bedrijven rolluiken en garagedeuren
Geen personeel	40	6
1 t/m 4 medewerkers	195	51
5 t/m 15 medewerkers	72	53
> 15 medewerkers	51	23
> 50 medewerkers	7	2
Totaal	365	135

Top 7 Grootste bedrijven zonwering

	aantal medewerkers
1. Trendiy, Nunspeet	147
2. Vdl Hapro, Kapelle	115
3. B&C Raamdecoratie, Nunspeet	84
4. Horren Insectenwering Keje, Dronten	71
5. Schellekens en Schellekens, Beuningen	64
6. G.B. Products, Beuningen	59
7. Suncircle, Barneveld	51
Totaal aantal medewerkers	591

VERGRIJZING IS EEN GROOT PROBLEEM

GEMIDDELDE LEEFTIJD

De gemiddelde leeftijd van medewerkers in de zonweringsbranche en bij bedrijven die rolluiken leveren is hoog: 41,9 jaar.

AANTAL 45-PLUSSERS

Bijna de helft (47,5 procent) van de medewerkers in de zonweringsbranche is boven de 45 jaar. In de sector rolluiken en garagedeuren is dit 42,2 procent. Ter vergelijking: in de hele metaaltechniek is dat landelijk 41,5 procent. Het percentage 45-plussers

verschilt per bedrijf: van 42 procent tot zelfs 100 procent van het personeel. In die laatste categorie gaat het nagenoeg altijd om kleine bedrijven met minder dan vier medewerkers.

Kortom: in de zonweringsbranche vergrijst het personeelsbestand nog sterker dan in andere branches. Ondertussen is er weinig jonge aanwas. Een deel van het werk is fysiek zwaar. Oudere monteurs hebben veel kennis, maar worden fysiek minder sterk of krijgen lichamelijke klachten. Vergrijzing is daarmee een grote uitdaging voor de branche.

Straks niet meer tillen?

'Een aantal van onze monteurs is rond de 50 en je ziet dat ze nu al niet meer goed kunnen tillen of eerder moe zijn. Je vraagt je dan wel af: hoe moet dat straks op hun 60ste? Je krijgt over 10 jaar echt een probleem.'

– een ondernemer in de zonwering

KRAPTE OP DE ARBEIDSMARKT

DE HELFT HEEFT VACATURES

Uit onze enquête onder 60 zonweringsbedrijven blijkt dat bijna de helft (48 procent) op dit moment vacatures heeft. In sommige gevallen geven ondernemers aan dat zij niet actief vacatures open hebben staan, maar dat nieuwe medewerkers zeker welkom zijn als zij zich aandienen.

Bedrijven met vacatures zoeken het vaakst naar een zelfstandig werkende monteur (66 procent) die ze alleen op pad kunnen sturen voor een montage. Bedrijven staan zeker ook open voor monteurs die het vak nog moeten leren als assistent-monteur (52 procent).

WEINIG JONGE INSTROOM

Voor de zonweringsbranche geldt hetzelfde als voor alle branches in de techniek: het is zeer lastig om nieuwe mensen te vinden. In de zonweringsbranche geldt dit misschien nog wel sterker, omdat zij niet via een bestaande studierichting op het roc gepromoot kan worden. Veel jonge mensen weten niet dat het beroep en de branche bestaan.

BIJNA DE HELFT VAN DE MEDEWERKERS IN DE BRANCHE IS BOVEN DE 45 JAAR

DE LAT LIGT LAAG

Bedrijven voelen duidelijk de krapte op de arbeidsmarkt. Daarom leggen veel bedrijven de lat voor nieuwe medewerkers niet hoog. Een beetje technische achtergrond (61 procent) en motivatie om te leren en werken (51 procent) vinden zij voldoende om te kunnen starten. De rest leren nieuwe medewerkers dan bij het bedrijf. Een kleiner aantal bedrijven (19 procent) vraagt om veel technische kennis of wil uitsluitend een zelfstandig werkende monteur (10 procent).

UITDAGING: WERVING NIEUWE MEDEWERKERS

SOCIAL MEDIA OP 1

Bijna een derde van de bedrijven ontplooit geen extra activiteiten om nieuwe medewerkers aan te trekken. De rest onderneemt wel actie: social media (53 procent) is hierbij het meest gebruikte communicatiekanaal. Op de tweede plaats staan advertenties in vooral lokale bladen (39 procent), gevolgd door werving via de eigen website (15 procent). Een heel enkel bedrijf pakt het creatiever aan: ze zetten een advertentie op de eigen bus of loven een premie uit aan medewerkers die nieuwe mensen binnenbrengen.

EIGEN NETWERK WERKT BESTE

Als het lukt om nieuwe monteurs te werven, komen ze meestal uit het eigen netwerk (56 procent) van het bedrijf. Verder worden vaak uitzendbureaus (48 procent) ingeschakeld. Veel minder vaak vinden ondernemers nieuwe mensen via de huidige medewerkers (10 procent) of via het UWV (8 procent). De instroom vanuit vmbo-scholen en stages is minimaal (4 procent).

BRANCHEVERENIGINGEN ZONWERING

ROMAZO PROFESSIONALS

De branchevereniging van de zonweringsbranche is Romazo Professionals. Hierbij is 30 procent van de bij OOM geregistreerde bedrijven aangesloten. Samen hebben ze 850 werknemers. Leden mogen

het Romazo Garant Keurmerk voeren. Een van de eisen van het keurmerk is dat medewerkers specifiek opgeleid zijn voor hun vak en hun kennis en vakmanschap op niveau houden door trainingen en cursussen.

ROMAZO FABRIKANTEN

Fabrikanten van systemen voor zonwering, rolluiken en buitenleven en hun toeleveranciers hebben zich verenigd in Romazo Fabrikanten. Romazo Fabrikanten leveren aan de bedrijven die zijn aangesloten bij Romazo Professionals.

ROMAZO BEVEILIGINGSROLLUIKEN

Romazo Beveiligingsrolluiken is een onderdeel van Romazo Professionals. Deze groep bedrijven heeft zich gespecialiseerd in beveiligingsrolluiken voor de professionele markt. De systemen die zij leveren en installeren, voldoen aan de eisen van de overheid en opdrachtgevers.

VMRG

Een aantal bij Romazo aangesloten bedrijven is ook lid van de VMRG, de brancheorganisatie voor gevelbouwers. Bedrijven die zijn aangesloten kunnen het VMRG Keurmerk voeren. Dit betekent dat hun producten voldoen aan eisen op het gebied van kwaliteit, veiligheid, comfort en duurzaamheid.

STICHTING VAKOPLEIDING ZONWERINGSBEDRIJVEN (SVZ)

De Stichting Vakopleiding Zonweringbedrijven (SVZ) biedt een verscheidenheid aan cursussen voor installatiemonteurs, storingsmonteurs, verkopers en leidinggevendenden in de zonweringsbranche. Via deze cursussen kunnen zij specialistische kennis opdoen. Na het afronden van de cursussen Zonwering I, II en III en de specialisaties Zonwering of Beveiligingsrolluiken ontvangt de cursist het diploma Zonweringmonteur of Monteur beveiligingsrolluiken.



TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN DE ZONWERINGSBRANCHE

Welke brede trends en ontwikkelingen zien we in de branche? Zijn er nieuwe technieken en producten of komen deze er binnenkort aan? Nieuwe regelgeving? Wat betekenen al deze ontwikkelingen voor de kennis en het vakmanschap van medewerkers? In dit hoofdstuk zetten we het antwoord op deze vragen op een rij.

ZEVEN TRENDS IN DE MARKT

1. 'HET BUITENLEVEN IS HOT'

Mensen willen steeds meer buiten leven. Ze verleggen hun woonkamer naar hun tuin door het plaatsen van een veranda en textieldaken. Sommige zonweringsbedrijven spelen in op de buitenleventrend door branchevreemde producten zoals barbecues, elektrische verwarmingssystemen of meubels in hun showroom te verkopen.

Opmars van de "groeiserre"

'Wij spreken wel van een "groeiserre": het begint met een veranda of terras met overkapping, en het wordt langzamerhand een tuinkamer, waar mensen het hele seizoen tijd doorbrengen. Dan wordt het steeds luxer: er komt verwarming en verlichting in.'

– Eddy Hillebrand, directeur Ambiance Goes

2. 'SFEER EN ESTHETIEK GAAN BOVEN DUURZAAMHEID'

Consumenten willen best rekening houden met duurzaamheid, maar sfeer en esthetiek gaan bij hun keuze op dit moment nog voor. Zowel consumenten als architecten kiezen zonwering vaak op basis van emotie.

3. 'SMART HOMES'

De tijd dat mensen handmatig hun zonwering omhoog slingerden is voorbij. Met één druk op de knop van je afstandsbediening of een app op je smartphone stuur je de zonwering aan. Daarbij komt consumenten graag een steeds 'slimmer' huis willen. In een *smart home* communiceert alles met elkaar en is te bedienen via een *home motion*-systeem: verwarming, binnenzonwering, buitenzonwering, verlichting en temperatuur. Gemak dient de mens.

4. 'GLAS, GLAS EN NOG EENS GLAS'

De trend in Nederland om te bouwen met veel glas zet nog altijd door. Een groot glasoppervlak betekent

'HOME MOTION IS HET NIEUWE SLINGEREN'

– Frank van Kerkwijk, directeur Ambiance IJmond

dat woningen in de zomer sneller opwarmen – zeker met de hetere zomers. 'In Zuid-Europa hebben woningen niet voor niets kleine raampjes,' merkt een ondernemer op. Ook koelt een ruimte in de winter sneller af. Goede zonwering draagt bij aan het oplossen van beide problemen. De glastrend betekent kansen voor de branche. Wel is zij daarbij in concurrentie met zonwerend glas (zie het interview met Harm Valk op pagina 29).

5. 'GRILLIGE GEBOUWEN'

Een andere trend in bouwend Nederland zijn gebouwen zonder vlakke gevel, de zogenaamde 'grillige gebouwen'. Montage of reparatie van zonwering is bij dit type gevel niet eenvoudig. Het inhuren van hoogwerkers – als dat al mogelijk is bij een gebouw – werkt kostenverhogend. Dit betekent dat medewerkers moeten kunnen klimmen. Er is al een bedrijf dat hierop inspeelt door specifiek medewerkers te verhuren die vanaf de bovenkant van een gebouw abseilen.

6. 'GOEDKOOP IS DUURKOOP'

Een negatieve trend die ondernemers zien is dat bij aanbestedingen van grote projecten de opdracht naar de laagste bidder gaat. Ook consumenten kiezen vaak voor goedkoop. Zij laten de montage bijvoorbeeld doen door een zzp'er die weinig verstand heeft van zonwering. Juist omdat zonwering een investering is voor de lange termijn geldt hier: 'goedkoop is duurkoop'.

100 screens kapot

'Ik werd gevraagd om een oplossing te vinden voor een project waar 100 screens na 2 jaar al niet meer werkten. Wij hebben toen de motoren moeten wisselen.'

– Eddy Hillebrand, directeur Ambiance Goes

7. RENOVATIE: ZONWERING (NOG) NIET IN BEELD

Bij renovatie wordt zonwering op dit moment vrijwel nooit meegenomen in ontwerp en uitvoering. Terwijl er volop geïnvesteerd wordt in isolatie, wordt niet stilgestaan bij de verhitte die dit veroorzaakt. De verwachting is dat dit in de toekomst verandert met BENG (zie ook pagina 13 en 29).

Moordend heet

'Ik had vorig jaar een project in Tilburg waar sociale huurwoningen bij renovatie heel goed geïsoleerd waren. Helaas, als de zon scheen werd het in die goed geïsoleerde woningen moordend heet. Met het buitenhouden van de warmte was geen rekening gehouden. Dan kan je de boel mooi achteraf komen redden.'

– Frank van Kerkwijk, directeur Ambiance IJmond

NIEUWE TECHNIEKEN EN PRODUCTEN

Welke nieuwe of al langer bestaande technieken en producten zijn van invloed op de gevraagde kennis en het vakmanschap in de zonwering?

SENSOREN

Steeds meer zonwering wordt met sensoren uitgerust, zodat de zonwering bij bepaalde temperaturen of lichtinval automatisch uit- of inklapt. Niet alleen biedt zonwering met sensoren gemak voor de gebruiker, het draagt ook bij aan energiebesparing.

SMART HOME-TOEPASSINGEN OF DOMOTICA

Sensoren maken onderdeel uit van een bredere trend. Zoals gezegd zie je op dit moment een snelle toename van *smart home*-toepassingen of domotica: geïntegreerde systemen die op een slimme manier met elkaar communiceren. Denk aan verlichting die automatisch aangaat als de zonwering naar beneden gaat. In de toekomst zullen steeds meer systemen steeds intelligenter met elkaar communiceren (*internet of things*). Ook motoren van zonwering zullen steeds slimmer worden. Denk aan motoren die automatisch doorgeven dat hun levenscyclus eindigt.

NIET ALLEEN BIEDT ZONWERING MET SENSOREN GEMAK VOOR DE GEBRUIKER, HET DRAAGT OOK BIJ AAN ENERGIEBESPARING

LUCHTDICHT BOUWEN

Luchtdicht bouwen is bouwen zonder kieren en naden in een woning of gebouw om zo ongecontroleerde luchtstromen en lekken te voorkomen. In een luchtdicht gebouw is alleen nog gecontroleerde ventilatie. Luchtdicht bouwen draagt bij aan een zeer laag energieverbruik en een hoge kwaliteit van de binnenlucht. Het wordt zowel toegepast bij nieuwbouw als bij renovatie. Met de inwerkingtreding van BENG (zie volgende paragraaf) wordt luchtdicht bouwen nog actueler.

ZONNE-ENERGIE

Zonwering op zonne-energie heeft de toekomst en ontwikkelt zich snel. De tijd van losse accu's en zonnepanelen is voorbij. Deze worden steeds mooier, kleiner en geïntegreerd in één product. Dat betekent: één keer plakken, één keer klaar. Een groot voordeel van zonwering op zonne-energie is dat luchtdichte gebouwen ook luchtdicht blijven. Er hoeft immers geen elektrische kabel door gaten naar binnen, dus kan er geen warmte lekken. Een voordeel voor zowel consument als monteur is dat zonwering kan worden gemonteerd terwijl mensen niet thuis zijn.

BIM (BUILDING INFORMATION MODELLING)

Bij het nieuwe bouwen wordt steeds meer gewerkt met BIM (*Building Information Modelling*). Dit is een werkmethode waarbij diverse disciplines in de bouwsector in een 3D-model integraal samenwerken. Een BIM-model geeft een digitale representatie van alle fysieke en functionele kenmerken van een gebouw. Deze gedeelde kennisbron dient als basis om over de hele levenscyclus van het gebouw besluiten te nemen: tijdens het eerste ontwerp, gedurende de bouw, tijdens het beheer van het gebouw en bij de eventuele uiteindelijke sloop ervan.

INNOVATIE IN DOEKEN

Ook op het vlak van doeken staat de innovatie in de zonweringsbranche niet stil. Zipscreens hebben in 10 jaar tijd de gewone screens verdrongen. HR-doeken leveren een hoog rendement. Ook zien we een opmars van doeken zonder milieubelastende stoffen, zoals pvc-vrije doeken.

NIEUWE WET- EN REGELGEVING EN KEURMERKEN

BENG: NIEUWE ENERGIENORM VOOR NIEUWBOUW

Vanaf 1 juli 2020 moeten bouwaanvragen voor nieuwbouw, zowel woningbouw als utiliteitsbouw, voldoen aan de eisen voor bijna energie-neutrale gebouwen (BENG). Deze eisen vervangen de EPC (Energie Prestatie Coëfficiënt) uit 2012. Voor het eerst komt zonwering expliciet voor in de eisen; het wordt daarmee een integraal onderdeel van ieder bouwproject. De nieuwe norm vormt dan ook een grote kans voor de zonweringsbranche.

'TO-JULI': NORM VOOR TEMPERATUURVERSCHRIJDING

Naast de BENG-norm treedt op 1 juli 2020 nog een nieuwe eis in werking die belangrijk is voor de zonweringsbranche. In de wandelgangen wordt deze eis wel de 'TO-juli' genoemd, de Temperatuurs Overschrijdings Indicator Juli. Deze indicator berekent een risicogetal voor de temperatuur in een gebouw. Is het getal hoger dan 1,0? Dan moet een bouwer er iets aan doen, bijvoorbeeld door zonwering op te nemen in het ontwerp.

HR-ZONWERING: LEEFCOMFORT IN ZOMER EN WINTER

Met HR-zonwering verlaag je verwarmingskosten, beperk je het gebruik van kunstlicht, vermijd je lichthinder en verhoog je het comfort in een woning. Het HR-zonweringskeurmerk geeft aan welke systemen en doeken de beste prestatie leveren, gebaseerd op de Europese normering EN 14500. De systemen worden door het onafhankelijke instituut Stichting Keurmerk Garantie (SKG) getest en gecertificeerd.

De branche heeft dit keurmerk al rond 2008 ontwikkeld. Monteurs werden getraind om 'HR-ready' te zijn: hoe monteer je zodat de zonwering automatisch gestuurd wordt en hoe monteer je luchtdicht? Daarna kwam de crisis en werd er nauwelijks nog gebouwd. Met BENG is het keurmerk en de bijbehorende benodigde kennis weer actueel.

'VAKMANSCHAP WORDT STEEDS BELANGRIJKER, OMDAT DAARMEE JE ONDERSCHIEDEND VERMOGEN TOENEEMT TEN OPZICHTE VAN INTERNETVERKOOP'

- Caby van Bodegraven, directeur Velota

ROMAZO GARANT KEURMERK: ZEKERHEID VOOR DE CONSUMENT

Romazo Garant Keurmerk is bedoeld om consumenten de zekerheid te geven dat zij te maken hebben met een betrouwbaar bedrijf met deskundig personeel. Bedrijven mogen het keurmerk pas voeren als zij voldoen aan een lijst van meer dan 60 eisen. Om het jaar worden alle bedrijven door een onafhankelijk keuringsinstituut gecontroleerd.

ENERGIE PRESTATIE INDICATOR: KEUZETOOL VOOR ZONWERINGSADVISEUR

Vanuit het keurmerk is ook de Energie Prestatie Indicator ontwikkeld. Dit is een waaier die voor verschillende typen zonwering weergeeft hoe goed de warmtewerende eigenschappen in de zomer zijn én wat de isolerende eigenschappen van zonwering in de winter zijn. De waaier is tot stand gekomen in nauwe samenwerking met TNO. De waaier ondersteunt bij bewustwording van de consument. Ze kan bijvoorbeeld resulteren in advies voor een ander type zonwering, waardoor warmte beter geweed wordt.

NIEUWE DIENSTEN

VERBREIDING DIENSTEN

Op dit moment zien we een duidelijke verbreding van het werk in de zonweringsbranche. Het gaat niet meer alleen over monteren, maar steeds vaker over het hele proces: advies, montage en onderhoud.

TOTAALPAKKETTEN

Sommige bedrijven bieden een totaalpakket om de klant te ontzorgen. Zij werken bijvoorbeeld bij de aanleg van een serre samen met een tuinman die kijkt wat nodig is in de tuin en een verwarmingsmonteur die de verwarming verzorgt. Dat nemen ze mee in de totale planning, zodat alles feilloos verloopt. Zo bieden ze extra service waardoor mensen voor hen kiezen.

ADVIES

Advies over zonwering geven zonweringsbedrijven op dit moment vaak nog gratis, bijvoorbeeld advies aan architecten of aannemers. Advies is nu een onderdeel van het verkoopproces en ondernemers willen hun klanten niet op voorhand afschrikken door er een prijskaartje aan te hangen. Nu zonwering steeds belangrijker wordt in het gesprek over energiebesparing, is de verwachting dat advies een apart product kan worden.

ONDERHOUDSCONTRACTEN

Onderhoud is een kostenpost en zorgkind voor gebouwbeheerders. Een servicecontract afsluiten als onderdeel van de totaallevering biedt een oplossing. Meer aandacht voor onderhoud en garantie betekent dat consument en architect ook bewust moeten zijn bij het ontwerpen van woningen dat de zonwering te bereiken is. Nu komt het vaak voor dat de motor volledig wordt weggewerkt in een strak ontwerp, wat grote problemen geeft bij onderhoud.

Waar is de motorkap?

'Een huis staat er gemiddeld 100 jaar. Zonwering gaat gemiddeld 19,8 jaar mee. Je moet er in die periode dus zeker vijf keer bij. Omdat de consument geen zichtbaar servicelukkig wenst is het verzorgen van service lastig. Hoe geef je garantie of onderhoud op de motor als je er niet meer bij kan? Ik zeg vaak: je auto heeft ook een motorkap. We pleiten dus voor servicelukkigjes. Dan laat je de spouwmuur zoals hij is. Dat is vele malen goedkoper.'

- Arthur Rentink, directeur Ambiance Terborg

'IK HEB TWEE JONGENS DIE WEL EEN KLIMOPLEIDING WILLEN DOEN. DA'S GAAF!'

- Jaap Bakker, directeur Ambiance Gorinchem

DE TOEKOMSTBESTENDIGE MONTEUR EN VERKOPER

Wat betekenen de op de vorige pagina's geschetste trends en ontwikkelingen voor het vakmanschap in de branche? We zetten de eisen aan 'toekomstbestendige' monteurs en verkopers kort op een rij.

DE TOEKOMSTBESTENDIGE MONTEUR:

... IS ZOWEL TECHNISCH ALS DIGITAAL VAARDIG

Nieuwe technieken en digitalisatie zorgen ervoor dat het vak van monteur verandert. De monteur van nu monteert niet alleen zonwering, hij legt ook elektra aan en regelt met een laptop het systeem in. Hij checkt vervolgens of alles werkt. Dit vraagt kennis op het gebied van meet- en regeltechniek, batterijen en energieopslag. Dit betekent dat je hoogwaardige monteurs nodig hebt. De digitalisatie heeft vooral impact op de oudere vakman; die vindt deze ontwikkeling niet altijd prettig. Veel jongeren vinden de nieuwe technieken juist wel interessant.

... IS ALLROUND & PROBLEEMOPLOSSEND

Bedrijven zijn op zoek naar zelfstandig werkende, allround monteurs. Er wordt een steeds groter beroep gedaan op het probleemoplossend vermogen van monteurs.

... IS EEN VRAAGBAAK VOOR DE KLANT

Klanten stellen steeds hogere eisen. Zij verwachten dat monteurs klantgericht zijn. Dat ze verstand van zaken hebben en zaken kunnen uitleggen, bijvoorbeeld over de HR-eigenschappen van zonwering. Dit vraagt om monteurs die een brede kennis hebben over zonwering en die communicatief vaardig zijn. Zij moeten over meer beschikken dan alleen technische kennis.

... WERKT VEILIG EN GEZOND

De leeftijd waarop mensen stoppen met werken in Nederland is de afgelopen jaren flink omhoog gegaan. Hoe zorgen we dat werknemers tot hun 67^{ste} inzetbaar blijven? Door goed te zorgen voor de veiligheid en gezondheid. Denk daarbij aan aandacht voor goed tillen en stofvrij boren.

... IS EEN KLIMMER?

De trend van meer grillige gebouwen betekent dat er meer behoefte komt aan monteurs die kunnen klimmen. Het huren van hoogwerkers voor korte reparatieklussen op hoogte is kostbaar. Dit betekent dat voor een deel van de monteurs een klimopleiding nodig is.

DE TOEKOMSTBESTENDIGE VERKOPER:

... HEEFT EEN STERKERE ADVISEURSROL

De verkoper, vaak ook de ondernemer, verkoopt niet langer simpelweg een zonwering in een bepaalde maat met een mooie kleurstelling. Van hem of haar wordt in het verkoopproces steeds meer kennis verwacht op basis waarvan hij kan adviseren: wat past het beste bij een klant?

... IS EEN SMART SOLAR SHADING ADVISOR

De verkoper maakt de klant bewust van de consequenties van keuzes voor de energiehuishouding van de woning of het gebouw. Kennis van de energieprestaties van zonwering is onontbeerlijk. Vaak nog kiezen consumenten en architecten zonwering op basis van esthetiek en emotie, terwijl de keuze op basis van rationele argumenten zou moeten plaatsvinden. Met BENG in het vooruitzicht is een opleiding tot *smart solar shading advisor* een *must*.

... HEEFT BOUWKUNDIGE KENNIS

Wat past het beste bij de situatie en gevel van de klant? Aan piepschuim of ander isolatiemateriaal kun je bijvoorbeeld geen zonwering bevestigen. Is het beter om regulier of chemisch te bevestigen? En hoe zit het met luchtdicht bouwen? Ook elektrotechnische kennis is van belang.

... KENT DE VOORDELEN VAN INNOVATIES IN ZONWERING

Wat zijn de voordelen van innovaties in zonwering, bijvoorbeeld zonwering die werkt op zonne-energie? De toekomstbestendige verkoper kent ze.



OPLEIDING EN ONTWIKKELING IN DE BRANCHE

Hoe ziet opleiden en ontwikkelen in de zonweringsbranche eruit? Hoeveel leerlingen en stagiairs leiden bedrijven op? En hoe staat het met de opleiding van zittende medewerkers? In dit hoofdstuk zetten we de opmerkelijkste conclusies uit ons onderzoek op een rij.

GERING AANTAL STAGIAIRS EN LEERLINGEN

Hoeveel stagiairs en leerlingen melden de bij OOM aangesloten zonweringsbedrijven? Van 1 januari 2016 tot 1 september 2019 zien wij het volgende beeld (zie tabel onderaan de pagina).

STAGIAIRS

Opvallend is dat een derde van de stagiairs in de zonwering bij slechts drie bedrijven stageloopt. Gemiddeld werkt maar 10 procent van de bedrijven in de zonwering met stagiairs. Dat is weinig. Ter vergelijking: in de hele metaaltechniek werkt gemiddeld 20 procent van de bedrijven met stagiairs. Een verklaring voor het geringe aantal vmbo-stagiairs is dat zij in deze branche weinig kunnen doen. Omdat ze geen VCA-certificaat hebben, mogen ze de bouwplaats niet op.

LEERLINGEN

Ook leerlingen vinden we weinig in de zonweringsbranche. In de onderzochte periode melden bedrijven 23 mbo-leerlingen bij OOM. De verklaring voor het geringe aantal leerlingen is dat er geen specifieke mbo-opleiding bestaat van waaruit leerlingen

instromen, zoals bij andere branches in de techniek. Bovendien zijn de meeste zonweringsbedrijven te klein om te voldoen aan de eisen die worden gesteld aan leerwerkbedrijven.

Onze enquête in de zonweringsbranche laat een iets positiever beeld zien voor wat betreft de instroom van leerlingen. Hier geeft iets meer dan een kwart van de bedrijven aan dat er leerlingen instromen. De leerlingen komen van allerlei soorten studierichtingen. Vaakst genoemd worden mbo metaalbewerking, een bouwopleiding en installatietechniek.

GROTE BEREIDHEID

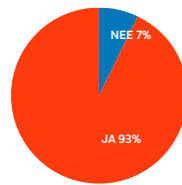
Bijna driekwart van de bedrijven in de enquête geeft aan dat zij wel degelijk openstaan voor leerlingen van het vmbo of roc. We zien hier dus een kloof tussen de wens en de praktijk. Een belangrijke verklaring voor de kloof is, zoals gezegd, dat veel zonweringsbedrijven te klein zijn als leerwerkbedrijf en dat er geen 'automatische' instroom is vanuit een gespecialiseerde mbo-opleiding. In de enquête voeren sommige bedrijven nog als redenen aan dat ze er simpelweg nooit over nadenken of dat ze geen leerlingen kunnen vinden.

	ZONWERING		ROLLUIKEN EN GARAGEDEUREN	
	Aantal leerlingen	Aantal bedrijven	Aantal leerlingen	Aantal bedrijven
Stagiairs	232	35	83	19
Leerlingen	23	16	12	8
BBL-niveau	17		7	
hbo-niveau	6		5	

SLECHTS 10 PROCENT VAN DE BEDRIJVEN WERKT MET STAGIAIRS; DAT IS DE HELFT VAN HET LANDELIJK GEMIDDELDE IN DE METAALTECHNIEK

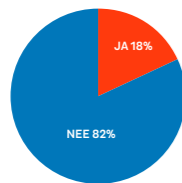
ONTWIKKELING MEDEWERKERS IS BELANGRIJK, MAAR...

Bedrijven hechten veel belang aan ontwikkeling van hun medewerkers. Uit de enquête blijkt dat vrijwel alle ondernemers (93 procent) dit belangrijk vinden. Ook zegt bijna de helft van de ondernemers dat zij hun medewerkers de gelegenheid bieden om zelf cursussen te volgen (48 procent).



Vraag: Vindt u het belangrijk dat uw medewerkers zich ontwikkelen?

In tegenspraak met het belang dat bedrijven zeggen te hechten aan ontwikkeling is de hoeveelheid tijd en budget die zij begroten. Op de vraag: begroot u budget en tijd? antwoordt maar liefst 82 procent nee. De ondernemers die zeggen niet te budgetteren geven vaak de kleine bedrijfsomvang aan als reden. 'Het komt zoals het komt en wanneer scholing nodig is, gebeurt het gewoon,' is een vaker gehoorde opmerking.



Vraag: Begroot u budget en tijd voor het opleiden en ontwikkelen van medewerkers?

LEREN OP DE WERKPLEK IS FAVORIET

Leren gebeurt in deze branche vooral op de werkplek. De branche besteedt veel aandacht aan het intern en op de werkvloer zelf trainen van de eigen mensen. Monteurs gaan altijd in duo's naar de klant. Nieuwe monteurs worden tijdens het werk ingewerkt; zij draaien mee 'op de bus' bij een hoofdmonteur. Die leert hen de kneepjes van het vak.

Zo kunnen monteurs zich ontwikkelen van hulpmonteur naar hoofdmonteur. Na een flink aantal jaren ervaring is er de mogelijkheid te specialiseren tot servicemonteur: je moet dan verstand hebben van alle zonweringen, ook oude modellen, en beschikken over een goed ontwikkeld probleemoplossend vermogen.

EXTERNE OPLEIDINGEN VOORAL BIJ FABRIKANTEN

Natuurlijk leren medewerkers niet alleen op de werkplek. Welke externe opleidingen worden veel gevolgd in de zonweringsbranche?

TRAININGEN BIJ FABRIKANTEN

Op 1 staan trainingen of opleidingen van fabrikanten of dealers: 60 procent van de ondernemers in de enquête noemt dit als opleidingsplek. Nieuwe ontwikkelingen worden door fabrikanten en leveranciers verwerkt in nieuwe productlijnen. Vervolgens bieden zij monteurs trainingen om nieuwe vaardigheden of specialistische kennis op te doen.

Incompany-trainingen hebben de voorkeur; zo kost het trainen minder tijd, zeker omdat veel leveranciers in Duitsland of België zitten. Sommige bedrijven nodigen voor een incompany ook andere bedrijven in de buurt uit om de kosten te delen. Verder volgen monteurs trainingen op locatie bij de leveranciers. Sommige bedrijven huren dan een bus en maken er een 'dagje' Duitsland of België voor alle monteurs van.

OPLEIDING SMART SOLAR SHADING ADVISOR

Binnen de zonweringsbranche is de afgelopen jaren een nieuw beroep ontstaan: adviseur in slimme zonwering. De Stichting Vakopleiding Zonweringsbranche organiseert daarom de opleiding *Smart solar shading advisor*. Doel van de opleiding is klanten in de particuliere markt deskundig te kunnen adviseren over maatwerk zonweringsoplossingen die energie-efficiënt zijn: hoe houd je hitte in de zomer het beste buiten en hoe zorg je dat je zonnwarmte in de winter benut? In de training is ook informatie opgenomen over het HR-zonweringskeurmerk, de nieuwe normen voor Bijna Energie Neutrale Gebouwen (BENG) en de nieuwe norm ter voorkoming van oververhitting (TO-juli). De opleiding geeft voorbeelden van eenvoudige sommen.

Professionals die de opleiding afronden worden opgenomen in het register van de *European Solar Shading Organisation* (ES-SO), de Europese paraplu-organisatie voor brancheverenigingen en bedrijven. Het certificaat is 5 jaar geldig. Het bedrijf waarvoor een adviseur werkt mag het beschermde kwaliteitsmerk *Smart Solar Shading* gebruiken. In juni 2019 waren in Nederland 87 mensen opgeleid. Op dit moment staan veel nieuwe opleidingsdagen gepland voor 2019-2020.

'IK WIJS ONZE MEDEWERKERS OP NIEUWE TRAININGEN; IK STIMULEER ZE OM ZICH TE BLIJVEN ONTWIKKELEN IN HUN VAK'

- Caby van Bodegraven, directeur Velota

100 procent aanbevolen

'Het is bemoedigend om te zien dat 100 procent van de deelnemers de cursus aanbeveelt aan vakgenoten.'
- Martin Straver, ontwikkelaar/docent opleiding *Smart solar shading advisor*

OPLEIDING SMART SOLAR SHADING EXPERT

Op het gebied van BENG en de TO-juli is in de branche ook behoefte aan een expertopleiding. Daarom ontwikkelt SVZ op dit moment de opleiding *Smart solar shading expert*. Deze opleiding gaat dieper in op de berekeningen achter BENG en de TO-juli. Na afronding van de opleiding zijn deelnemers volwaardige adviseurs van projectontwikkelaars, architecten en bouwadviesbureaus over energie-efficiënte zonweringstoepassingen. De verwachting is dat deze opleiding in 2020 klaar is.

VAKOPLEIDING ZONWERING

Van de huidige vakopleiding Zonwering van SVZ wordt weinig gebruik gemaakt. Er zijn niet altijd genoeg aanmeldingen om de opleiding door te laten gaan. Op dit moment wordt de opleiding up-to-date gemaakt. De verwachting is dat de vernieuwde opleiding binnenkort klaar is en ingepland kan worden.

TRAININGEN VEILIGHEID EN GEZONDHEID

Uiteraard worden op het gebied van veiligheid ook extern trainingen gevolgd, met name voor zwaar lichamelijk werk. Romazo is bezig zelf een BHV/veiligheidsstraining op te zetten voor Romazo-monteurs. Daar zit bijvoorbeeld ook stofvrij boren en verstandig tillen in.

VERKOOPTRAININGEN

Tot slot worden verkooptrainingen genoemd. Zo volgen monteurs van verschillende Ambiancebedrijven samen de incompany-training 'De monteur als ambassadeur', een opleiding ontwikkeld door Kenneth Smith specifiek voor de zonweringsbranche.

AANVRAGEN BIJ OOM

We zien dat de branche relatief weinig aanvragen doet voor bijdragen aan cursussen of versterking van de leercultuur. Kanttekening hierbij is dat OOM alleen zicht heeft op cursussen waarvoor een bijdrage is aangevraagd.

De bijdragen worden vooral aangevraagd voor veiligheidstrainingen, P&O-cursussen en trainingen over wet- en regelgeving. Zodra de Stichting Vakopleiding Zonweringsbranche een opleiding organiseert ziet OOM deze terug in de aanvragen. Ook zien we een duidelijke toename van de aanvragen voor de opleiding *Smart solar shading advisor*. Wij hebben het afgelopen jaar deze opleiding én de mogelijkheid om hiervoor een tegemoetkoming aan te vragen bij OOM actief onder de aandacht gebracht bij bedrijven.

OPLEIDEN EN ONTWIKKELEN VOORAL INFORMEEL ONDERWERP VAN GESPREK

'Wanneer is opleiden en ontwikkelen onderwerp van gesprek in uw bedrijf?' vroegen wij ondernemers in onze enquête. Bij iets meer dan een op de tien bedrijven is opleiden en ontwikkelen helemaal nooit onderwerp van gesprek.

WERKOVERLEG EN FUNCTIONERINGSGESPREK

Een kwart van de bedrijven noemt het werkoverleg. Dit werkoverleg is meestal informeel, bijvoorbeeld het dagelijks werkoverleg voordat monteurs vertrekken naar klanten. Of tijdens de koffiepauze of overleggen die minder vaak plaatsvinden. Ongeveer een kwart van de bedrijven noemt functionerings- en beoordelingsgesprekken als moment om de opleidingsbehoefte te bespreken.

TRAINING FABRIKANT

Een ad-hoc-aanleiding om te bespreken wie extra training nodig heeft, is een uitnodiging voor een training door een fabrikant bij de introductie van een nieuwe productlijn of bevestigingsmethode (16 procent). Tijdens werkoverleggen wordt dan gekeken welke monteurs de trainingen willen volgen. Een gesprek over opleiden vindt soms ook plaats op verzoek van een medewerker (14 procent) of bij de instroom van een nieuwe medewerker (11 procent). De gesprekken zijn vooral gericht op het bijhouden en het ontwikkelen binnen de huidige functie en niet op de verdere loopbaan.



WAT ZIJN DE KNELPUNTEN IN OPLEIDING EN ONTWIKKELING?

Bouwen aan een gezonde toekomst van de branche betekent altijd: investeren in scholing en ontwikkeling. Doet de branche dat voldoende? In dit hoofdstuk zetten we de gesignaleerde knelpunten op een rij.

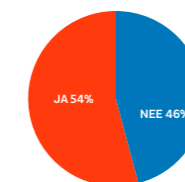
HUIDIGE SITUATIE: KNELPUNTEN IN OPLEIDING EN ONTWIKKELING

1. TIJDGEBREK!

Er wordt op dit moment weinig geschoold in de branche. Meer dan driekwart van de ondernemers zegt dat ze het ontwikkelen van specialistische kennis en vaardigheden bij haar werknemers stimuleert en faciliteert. Tegelijkertijd ontbreekt de tijd, geeft 40 procent toe. Er is heel veel werk en er zijn onvoldoende medewerkers, waardoor de werkdruk hoog is. De waan van de dag regeert. Dan schiet opleiding er al snel bij in. Buiten het seizoen is er meer tijd, maar het seizoen wordt volgens de ondernemers steeds langer.

2. NIET VINDEN WAT JE ZOEKT

Bijna de helft van de bedrijven vindt op het gebied van opleiden en ontwikkelen niet wat zij zoekt.



Vraag: Vindt u op het gebied van opleiden en ontwikkelen wat u zoekt?

Wanneer bedrijven niet vinden wat zij zoeken, leren medewerkers de vaardigheden op het bedrijf zelf of gaan hiervoor naar fabrikanten of leveranciers. Knelpunt hierbij is dat opleidingsplekken bij leveranciers soms vol zitten.

Langere trainingen doen het niet goed. Monteurs vinden een hele dag waarop één onderwerp wordt besproken vaak te lang. Ze zijn dan niet gemotiveerd om deze trainingen te volgen of zien er geen meerwaarde van in.

40 PROCENT ZEGT DAT TIJD VOOR OPLEIDING ONTBREEKT

3. BASISKENNIS TECHNIEK ONTBREEKT BIJ NIEUWE MEDEWERKERS

Op de vraag op welke onderwerpen of vakgebieden er binnen het bedrijf behoefte is aan training of bijscholing, merken bedrijven op dat bij nieuwe medewerkers vaak een basiskennis van techniek ontbreekt. Dit betekent dat de inwerktijd voor nieuwe medewerkers lang is. Een van de geïnterviewden schatte dat je minimaal 1 jaar nodig hebt om intern op te leiden.

4. ONTWIKKELINGEN DUURZAAMHEID GAAN VOORBIJ AAN DE MONTEUR

Op het gebied van duurzame ontwikkelingen in de zonwering is er vooral scholing van eigenaren en verkopers. 'In zonweringsland beschouwen eigenaars en verkopers een dagje naar de toeleverancier vaak als uitje. Ze nemen hun vrouw mee, in plaats van een monteur,' vertelt een ondernemer. Terwijl het juist heel belangrijk als ook monteurs die nieuwe kennis hebben. Zij zijn de belangrijkste bron van informatie van klanten: klanten vinden hun oordeel ook het belangrijkste. Als een monteur zegt: 'Daar zou ik niet voor gekozen hebben', wordt de verkoper gezien als onbetrouwbare partij.

Top 6 Behoeftte aan (bij)scholing

1. Techniek algemeen (bijvoorbeeld materiaal- en gereedschapskennis)
2. Gedegen vakopleiding voor nieuwe monteurs
3. Elektrotechniek
4. Domotica en app-aansturing
5. Klantgericht handelen: van monteur naar ambassadeur
6. Voor verkopers: verkooptrainingen voor meer rendement

Bron: enquête onder 60 zonweringsbedrijven

DE TOEKOMST: DE GROOTSTE UITDAGINGEN IN OPLEIDING EN ONTWIKKELING

1. VINDEN VAN VAKKUNDIG PERSONEEL

Op de vraag wat de grootste uitdagingen zijn die ondernemers de komende 3 jaar verwachten op het gebied van opleiding en ontwikkeling staat – niet verrassend – op nummer 1: het vinden van nieuw personeel. Vergrijzing en gebrek aan instroom worden als het grootste probleem van de branche ervaren: hoe vinden we nieuwe mensen?

2. DUURZAME INZETBAARHEID OUDERE WERKNEMERS

Als er weinig nieuwe instroom is, is het zaak de uitstroom te beperken. Hoe behoud je mensen een leven lang voor je branche? Dan moeten ze wel gezond de eindstreep halen. Ook dit zien sommige ondernemers als een uitdaging in de komende jaren.

3. TIJD EN MOTIVATIE

Een uitdaging die direct samenhangt met het huidige en verwachte personeelsgebrek is: tijd vinden voor zittende medewerkers om cursussen en opleidingen te blijven volgen. Geld verdienen gaat voor veel ondernemers voor opleidingstijd. Ook werknemers zelf motiveren om zich te blijven ontwikkelen wordt genoemd als uitdaging. Als de werkdruk hoog is, hebben zij weinig tijd en energie om cursussen te volgen of zelfs maar na te denken over hun professionele toekomst.

4. VAKMANSCHAP IN APPBESTURING EN DOMOTICA

Ruim zes op de tien ondernemers verwacht dat in de nabije toekomst technologische of andere ontwikkelingen van invloed zijn op het vakmanschap van hun medewerkers. Bediening van zonwering en rolluiken via apps en de opmars van domotica zijn volgens hen de belangrijkste ontwikkelingen die extra vaardigheden van medewerkers vragen.



ADVIEZEN: NAAR EEN TOEKOMST-BESTENDIGE ZONWERINGSBRANCHE

De zonweringsmarkt is oververhit en er is een groot gebrek aan personeel. Het effect? De waan van de dag regeert. Gevolg is dat de branche te weinig vooruitkijkt om de huidige en toekomstige knelpunten gezamenlijk op te lossen. Wat kunnen we doen voor een toekomstbestendige zonweringsbranche? In dit laatste hoofdstuk verzamelen we adviezen, ideeën en tips.

BRANCHEBREDE ADVIEZEN VOOR HET VERGROTEN VAN INSTROOM

ZET DE BRANCHE IN HET ZONNETJE MET BRANCHEBREDE MARKETING

Onbekend maakt onbemind. De zonweringsbranche heeft weinig profiel. Zodra je zegt: 'Ik ben timmerman', snappen mensen wat dat is. Zeg je 'Ik ben zonweringsmonteur' dan wordt het beeld onscherper. Op dit moment doet de branche zeer weinig aan gezamenlijke marketing. Daardoor weet niet alleen de gemiddelde klant weinig van de – duurzame – wereld achter zonwering, ook voor potentiële kandidaten op de arbeidsmarkt is het geen voor de hand liggende keuze. Kortom: de branche zou zichzelf gezamenlijk veel meer in het zonnetje moeten zetten!

WERK VEEL MEER SAMEN BINNEN ÉN BUITEN DE BRANCHE

Hoe zorgen we voor sterke branchebrede marketing? Uit ons onderzoek rijst een beeld van versnippering op: fabrikanten, leveranciers en montagebedrijven trekken weinig gezamenlijk op. Sommige geïnterviewden benoemen deze versnippering als een groot nadeel. Mede daardoor ontbreekt een sterke gezamenlijke aanpak op het gebied van marketing, arbeidsmarktwerving of onderwijs.

Samen staan we sterk. Verken niet alleen mogelijkheden tot samenwerking binnen de branche, maar ook branche-overstijgende opties. De branche is te klein om alles alleen te doen. Juist op het gebied van instroom, promotie en aansluiten bij het onderwijs kan samenwerking met branches zoals de bouw en dak- en geveltechniek veel opleveren. Zoek naar de overeenkomsten en kijk waar je gezamenlijk kunt optrekken.

DE BRANCHE IS TE KLEIN OM ALLES ALLEEN TE DOEN

INSPIREER JONGEREN OM TE WERKEN IN DE BRANCHE!

Hoe zorgen we dat jongeren in de branche willen komen werken? Hier ligt een belangrijke taak voor alle bedrijven, fabrikanten en de brancheorganisatie. Verzorg bijvoorbeeld inspirerende gastlessen bij relevante opleidingen op vmbo of mbo (zie kader hieronder). En deel als branche goede voorbeelden van geslaagde open dagen, lezingen, filmpjes of andere wervende activiteiten voor jongeren. Zo kunnen bedrijven leren van elkaar.

Hoe maak je jongeren enthousiast voor werk in de zonwering?

'De zonweringsbranche biedt schitterend werk dat jongeren zeker zou moeten aanspreken!' vertelt Bram Floris Plattel, commercieel directeur van Guillaume Janssen. Eerder verzorgde hij een gastles op een roc in Zwolle. Wat vertelt hij jongeren?

- Je werkt zelfstandig. Je hebt bijvoorbeeld meer vrijheid dan bij fabriekswerk: baas op eigen bus!
- Je werk is inhoudelijk afwisselend: je krijgt te maken met techniek in de breedte, van bijvoorbeeld elektrotechniek tot bouwkundige aspecten.
- Zonwering is milieuvriendelijk. Jouw werk draagt bij aan verminderen van CO₂-uitstoot door bijvoorbeeld airco's of verwarming.
- Je levert 'zichtwerk': je brengt iets moois aan voor mensen wat comfort en gezelligheid brengt.
- Je hebt direct contact met klanten.
- Je draagt verantwoordelijkheid voor het resultaat dat je oplevert.
- Je bent lekker veel buiten.

BEVORDER DE INSTROOM DOOR LEERLINGEN OF STAGIAIRS TE PLAATSEN

Als je leerlingen in je bedrijf haalt, is de kans groot dat ze blijven nadat ze kennisgemaakt hebben met het vak. Wat kunnen we als branche doen om te zorgen voor meer leerlingen en stagiairs?

- Ga gesprekken aan met vmbo en mbo op het gebied van metaalbewerking, bouw, installatie of constructie. Hoofdvraag: hoe kunnen we onze samenwerking met het onderwijs het beste verstevigen? Bepaal aan de hand van de opgehaalde

informatie wat zinvol is, bijvoorbeeld een specifieke module inrichten binnen bepaalde opleidingen, gastdocenten langs laten komen of andere vormen kiezen die werken voor het onderwijs.

- Stimuleer als branchevereniging de aangesloten bedrijven om meer mogelijkheden te bieden voor stagiairs en, waar mogelijk, BBL-leerlingen. Breng hierbij ook de mogelijkheden voor financiële ondersteuning vanuit OOM onder de aandacht.

WERK SAMEN MET GESELECTEERDE UITZENDBUREAUS

Zijinstromers kunnen goed gevonden worden via uitzendbureaus. Werk samen en maak afspraken met een aantal geselecteerde uitzendbureaus, waar bij zijinstromers een korte opleiding kunnen volgen tot zonweringsmonteur. Maak de opleiding verplicht onderdeel van het wervings- en instroomproces.

BRANCHEBREDE ADVIEZEN VOOR ONTWIKKELING VAKMANSCHAP EN OPLEIDINGEN

ZET IN OP EEN KEUZEDEEL OP MBO-NIVEAU

Een mbo-keuzedeel gericht op zonwering is een grote wens van de branche. Niet alleen zorg je zo voor goed opgeleide vakmensen, ook genereert een eigen module automatisch meer instroom van jongeren. Liefst zou de branche een beroepsopleiding willen die geregistreerd is in het centraal register beroepsopleidingen (crebo), maar dit lijkt gezien de omvang van de branche niet haalbaar. Een keuzedeel is dat misschien wel. Het verdient aanbeveling om dit te onderzoeken.

Veelzijdig vak

'Een mbo-module zonwering moet multidisciplinair zijn. Je moet iets leren over bevestigingstechnieken, bouwen, elektrotechniek en steeds vaker ook kennis hebben van ICT. Bovendien heb je klantencontact en verkoop je misschien wel aanvullende dienstverlening.'
- Klaas-Jan Postma, area sales manager Swela

'DE ZONWERINGSBRANCHE BIEDT SCHITTEREND WERK DAT JONGEREN ZEKER MOET AANSPREKEN!'

- Bram Floris Plattel, commercieel directeur Guillaume Janssen

UPDATE DE SVZ-OPLEIDING

Zoals gezegd bestaat er nu geen erkende vakopleiding op mbo-niveau. Maar de branche heeft op dit moment wél grote behoefte aan een goede vakopleiding, zo blijkt uit de rondvraag. Liefst een opleiding die beginnende monteurs basiskennis biedt en in korte tijd klaarstoomt voor het vak. De huidige door de branche opgezette Vakopleiding Zonwering is verouderd en wordt op dit moment geüpdatet. Een verklaring die ondernemers geven voor de geringe interesse in deze opleiding is dat monteurs het beste leren in de praktijk: hoe hang je iets op, hoe zet je iets in elkaar? In een theorielokaal zitten en les krijgen van mensen die zelf niet in de praktijk werken sluit niet goed aan. Bij de update zou e-learning en learning-by-doing misschien een grotere rol moeten krijgen. Ook pleiten ondernemers voor aandacht in de opleiding voor relevante brede kennis: waarom hang je zonwering op? Wat doen verschillende soorten zonwering? Hoe draagt zonwering bij aan een prettig leefklimaat?

ORGANISEER MEER KORTE, RELEVANTE OPLEIDINGEN

Een belangrijke conclusie uit de enquête is dat iets minder dan de helft van de bedrijven in het aanbod van opleidingen niet vindt wat zij zoekt. Om beter aan te sluiten bij de vraag gaan OOM en de brancheorganisatie inventariseren of er experts uit bedrijven zijn die specifieke kennis of ervaring hebben en die deze willen overdragen. Daarbij kunnen roc's of bedrijven ruimte beschikbaar stellen waar deze experts lesgeven, bijvoorbeeld 's avonds of op zaterdag. Ook zal OOM onderzoeken of leveranciers geïnteresseerd zijn om een serie masterclasses te verzorgen gericht op specifieke kennis.

NIEUWE VERPLICHTE (?) OPLEIDINGSDAG: VEEL HERHALEN!

Het zou helpen als monteurs af en toe een verplichte herhaling en update krijgen. Denk aan BHV, hoogwerkerscertificaat, nieuwe bevestigingstechnieken, nieuwere manieren van bouwen, maar ook: hoe moet ik tillen, hoe moet ik met een lift werken, hoe moet ik stofvrij boren? Door meerdere onderwerpen aan te bieden op één dag, werk je samen aan duurzame inzetbaarheid. Romazo is op dit moment in gesprek om zo'n opfris- en update-opleiding aan te gaan bieden.

STIMULEER HET VOLGEN VAN OPLEIDINGEN

Opleiden kost geld, maar goed opgeleide werknemers leveren ook heel veel op. Om bedrijven te stimuleren te investeren in hun medewerkers, gaan we het volgende doen:

- OOM en de branche gaan met elkaar en met bedrijven en hun medewerkers in gesprek over de consequenties van de opgetekende ontwikkelingen voor het vakmanschap en de instroom.
- OOM en de branche gaan werken aan meer bekendheid van de financiële regelingen bij de branche, onder andere door meer en betere uitleg te geven over het inzetten van de regelingen.

ONTWIKKEL EEN PUNTENSYSTEEM?

Hoe kunnen we de branche verder professionaliseren en medewerkers motiveren zich te blijven ontwikkelen? Een idee dat in de toekomst het onderzoeken waard is, is de ontwikkeling van een puntensysteem. Medewerkers kunnen punten verdienen voor bijscholing, zoals in veel andere beroepsgroepen gebruikelijk is. Ook op de werkplek verworven kennis en vaardigheden zouden gehonoreerd moeten worden met punten. Van leerling naar monteur naar hoofdmonteur naar servicemonteur: maak de stappen inzichtelijk en zorg dat de punten centraal geregistreerd worden. Zo kunnen medewerkers hun competenties en waarde aantonen bij hun eigen werkgever, bij collega's of bij de overstap naar een andere baan.

BEREID JE ALS BRANCHE GOED VOOR OP BENG

Het is zaak dat de branche zich goed voorbereidt op BENG en zich verder ontwikkelt tot een volwaardige gesprekspartner op het gebied van energie-efficiënt inzetten van zonwering. Dat kan bijvoorbeeld door zo veel mogelijk verkopers/adviseurs de opleiding tot *Smart solar shading advisor* te laten volgen. Voor adviseurs die aan tafel zitten met architecten, bouwkundige bureaus en projectontwikkelaars is de opleiding tot *Smart solar shading expert* een interessante cursus (zie pagina 18 en 19).

‘DE IWAB (IK WEET ALLES BETER) GAAT JE NIKS LEREN ALS JE HEM NIET LEERT HOE HIJ ANDEREN IETS KAN LEREN’

– Eddy Hillebrand, directeur Ambiance Goes

TIPS VOOR ONDERNEMERS OM INSTROOM TE VERGROTEN

BEDENK NIEUWE MANIEREN

Bedenk nieuwe manieren om jongeren kennis te laten maken met de branche. Denk bijvoorbeeld aan een gastles op een vmbo in de buurt. Of aan instroom via bijbaantjes van zaterdagshulpen.

Zaterdagshulpen ‘warm’ maken

‘Ik heb nu zaterdagshulpen van 15 en van 17 jaar aangenomen die graag het vak willen leren. Ik neem vaker zaterdagshulpen aan die dan doorstromen.’
– Remco Roelofs, directeur Siemar Zonwering

ORGANISEER EEN ‘MINISTAGE’ OF OPEN DAG

Bedenk creatieve manieren om vmbo-leerlingen enthousiast te maken voor het vak. Denk bijvoorbeeld aan korte meeloopstages, zoals ‘Een dag op de bus’. Of organiseer een open dag bij je bedrijf met leuke activiteiten. Sowieso zijn open dagen goed voor je bedrijf om zijn zichtbaarheid te vergroten, omdat mensen met eigen ogen kunnen zien en ervaren wat er gebeurt.

ZET IN OP ZIJNSTROOM VAN ‘TWEDEKANSERS’

Alle technische bedrijven vissen op dit moment in dezelfde vijver voor nieuw personeel. Mik daarom voor een oplossing van de krapte niet alleen op bestaande monteurs of jongeren. Kijk ook of je kunt werven onder ‘tweedekansers’. Denk aan jongens die werkzaam zijn in een fabriek of minder aantrekkelijke baan en die iets anders willen. Zijinstroom is ook mogelijk vanuit de installatie- en kozijnen-techniek. De vakgebieden komen steeds dichterbij elkaar.

Van fabriek naar buiten

‘Ik heb vorig jaar twee nieuwe jongens aangenomen, de ene kwam uit de afwerkbouw, de ander werkte in een poedercoatfabriek. Beiden wilden ze iets anders, doorgroeien. Ze zien ons werk en het vak spreekt ze aan. Dan ga ik met ze in gesprek om te zien of ze geschikt zijn.’

– Arthur Renting, directeur Ambiance Resec

TIPS VOOR ONDERNEMERS OM KENNIS EN VAKMANSCHAP TE VERGROTEN

BEREID JE GOED VOOR OP BENG!

Op dit moment een prioriteit voor alle ondernemers in de branche: bereid je voor op BENG (zie pagina 13, 18 en 19)!

ROULEER MONTEURS

Werkpleklers is favoriet in de branche. Monteurs gaan altijd in duo’s naar de klant. Bij sommige bedrijven zijn dit heel lang dezelfde tweetallen. Het argument daarvoor is: ze kunnen goed samenwerken en vertrouwen elkaar. Risico is dat er een vaste taakverdeling ontstaat en dat ze niet meer van elkaar leren: de een sluit bijvoorbeeld alles aan, de ander monteert. Zo krijg je geen allround monteurs. Beter is het om te rouleren om zo het vakmanschap te bevorderen.

STIMULEER EEN ‘LEERCULTUUR’

Van elkaar leren is niet altijd vanzelfsprekend. Je ziet zowel bij de jongeren als ouderen echte ‘IWAB’s’ (Ik Weet Alles Beter). Zij houden informatie bij zich. ‘De IWAB gaat je niks leren als je hem niet leert hoe hij anderen iets kan leren’, vertelt Eddy Hillebrand, directeur van Ambiance Goes. Stimuleer bewust dat mensen van elkaar leren, bijvoorbeeld door:

- informatie over klantvragen te delen met de monteurs;
- feedback te vragen aan monteurs als zaken anders lopen;
- technische problemen en oplossingen met elkaar te delen tijdens werkoverleg.

Geef complimenten als monteurs slimme oplossingen met elkaar delen. Zo zorg je voor een ‘leercultuur’, wat positief bijdraagt aan het vakmanschap.

INTERVIEW IR. HARM VALK OVER BENG

‘DE ZONWERINGSBRANCHE MOET LEREN HOE DE SOMMETJES WERKEN’

Per 1 juli 2020 wordt BENG van kracht. Hoe kan de branche zorgen dat zij zich beter positioneert in de keten? We spraken hierover met Harm Valk, voorzitter van de Projectgroep NTA 8800 en de normsubcommissie Energieprestatie van Gebouwen van NEN, en senior-adviseur Energie en Duurzaamheid bij Nieman Raadgevend Ingenieurs.

Hoe wordt zonwering op dit moment meegenomen in het ontwerp van nieuwbouw?

‘In de utiliteitsbouw is zonwering redelijk geaccepteerd om mee te nemen in bestekken. Maar in de woningbouw zag je tot voor kort een zeer sterke focus op de wintersituatie. De zomersituatie kwam nauwelijks aan de orde. Daar komt bij dat zowel corporaties als ontwikkelaars en bouwers voor de particuliere woningmarkt terughoudend zijn met het toepassen van zonwering in projecten. Zij doen van alles om zonwering buiten de deur te houden, merk ik in mijn advieswerk.’

Vanwaar die ‘hekel’ aan zonwering?

‘De ontwikkelaar/bouwer kan er niet mee uit de voeten vanwege de grote diversiteit aan wensen van toekomstige bewoners van een complex. Als je mazzel hebt, krijg je als toekomstige bewoner hooguit een stroompunt om zelf iets aan vast te knopen. In het ontwerp rekening houden met toekomstige zonwering aan de gevel is meestal een brug te ver. Corporaties branden hun vingers liever niet aan zonwering vanwege de extra investering en de grote onderhoudsgevoeligheid. Zonwering is in het beheer van panden een flinke onderhoudspost.’

Maar zonwering moet met BENG toch worden meegenomen in het ontwerp?

‘Ja, maar dat wil niet zeggen dat de keuze automatisch op zonwering valt. Pas geleden maakten wij een BENG-berekening voor een nieuw appartementencomplex. Het ontwerp voldeed nog niet aan de nieuwe normen. De vraag is dan: hoe kunnen we het ontwerp aanpassen zodat het wél voldoet? Zonwering was wat mij betreft een zeer voor de hand liggende optie. Maar de opdrachtgever zei: “Wij hebben liever zonwerend glas. Dat is goedkoper, is makkelijker in beheer en geeft geen gedoe in het proces.” Ik adviseerde dat dit onverstandig was om-

dat je energiegebruik dan omhoog gaat. Toch vraagt een opdrachtgever ons dan een variant te verzinnen zonder zonwering die wél aan de BENG-norm voldoet. Als adviseur ga je niet over zijn portemonnee. Dus adviseer je over aanpassingen in het ontwerp, bijvoorbeeld kleinere ramen.’

Hoe kan de branche zorgen dat zonwering steviger op de kaart komt?

‘Het zou in mijn ogen goed zijn als de zonweringsbranche haar marketing verbetert. Zorg voor een deskundig imago door actieve aanwezigheid op beurzen, evenementen en kennissessies, door artikelen in vaktijdschriften – laat overal in bouwland actief je deskundigheid zien en horen. In feite moet je daar in de branche of als leveranciers iemand voor vrijspelen.’

Zijn bouwadviesbureaus een goede ingang?

‘Ja, het zou goed zijn als de zonweringsbranche het komende halfjaar actief bouwadviesbureaus op de hoogte brengt: “Heb je in de gaten wat BENG betekent voor zonwering? Let even op de uitgebreide tabellen in NTA 8800 ten opzichte van de EPC.” Toon ze de categorieën, effecten van kleur, type en binnen- of buitenzonwering.’

Nog meer tips?

‘Bouwadviesbureaus overtuigen is stap één, maar je moet ook projectontwikkelaars en bouwers overtuigen. Wat kun je als bouwer met zonwering voorvoordelen boeken? Hoe kun je zonwering integreren in het ontwerp? De zonweringsbranche moet veel eerder aan tafel en partner worden in het hele ontwikkelingsproces: meedenken in het voortraject, bijvoorbeeld over onderhoud. Een goed voorbeeld zijn leveranciers van warmtepompen: zij adviseren over onderhoud en nemen desgewenst ook beheer voor hun rekening. Zo nemen ze zorgen weg.’

GA OP TIJD IN GESPREK MET MEDEWERKERS EN VERKEN DE MOGELIJKHEDEN

LAAT JONGEREN VAN OUDEREN LEREN EN VICE VERSA

Zet niet de jongeren alleen in op nieuwe technieken en de oudere op 'oude' technieken. Laat jongere en oudere medewerkers van elkaar leren. Zo geef je het vakmanschap door tussen generaties.

NEEM DE MONTEUR MEE NAAR VERKOOP

De monteur is de ambassadeur van je bedrijf, het product en de branche. Daarom is het van belang dat monteurs weten wat de producten die zij monteren doen. Het gaat om brede kennis: waarom hang je zonwering op? Wat doen verschillende soorten zonwering? Wat doet een scherm, wat doet een screen? Dit kan bijvoorbeeld door monteurs mee te nemen bij de verkoop. Je wilt geen verkooporgaan dat drie stappen van de monteurs af staat. Door ze beter te leren wat de producten doen voelen ze: wat wij maken, daar mag je trots op zijn!

STIMULEER E-LEARNING VIA OZONE

Tegen monteurs moet je niet zeggen: 'Hier heb je een boek, ga maar leren'. Het beste is om een weg te vinden tussen leren en werken. E-learning met filmpjes kan daarbij goed ondersteunen. oZone kan daarbij een sterke rol vervullen. oZone is het leerplatform voor de techniek, vóór en dóór bedrijven. Het bevat een grote hoeveelheid leercontent speciaal voor de technische sector, waardoor medewerkers op een laagdrempelige manier kunnen leren. Ook kun je als bedrijf zelf makkelijk content toevoegen om zo kennis te delen met andere bedrijven en scholen. OOM onderzoekt samen met de zonweringsbranche of, en hoe branche-opleidingen binnen oZone passen. Kortom: meld je aan bij OOM.

VRAAG OPLEIDINGSADVIES AAN OOM

OOM komt graag bij bedrijven langs voor een 'toolboxmeeting'. Samen ontdekken medewerkers welke ontwikkelstappen ze willen zetten en welke opleiding daarbij past. Wat kan er allemaal en waar vind je dat?

5 tips voor opleidingen

De volgende bestaande opleidingen zijn geschikt voor de zonweringsbranche. De eerste drie kunnen bij voldoende belangstelling op maat worden gemaakt voor de branche:

1. Training Werven via social media
2. Training Werkplekbegeleider
3. Training De monteur als ambassadeur
4. Basistraining voor de beginnende monteur (SVZ)
5. Vervolgtraining voor de beginnende monteur (SVZ)

TIPS VOOR DUURZAME INZETBAARHEID

GA TIJDIG IN GESPREK OVER DE TOEKOMSTIGE INZETBAARHEID VAN OUDERE MEDEWERKERS

Fysiek zwaar werk of werk op hoogte zijn onderdeel van het werk in de zonweringsbranche. Gezien de vergrijzing in de branche en de geringe instroom van jongeren, is het van groot belang nú al te anticiperen op verminderde inzetbaarheid van oudere medewerkers. Ga hierover op tijd in gesprek met medewerkers en verken de mogelijkheden. Denk aan een nieuw loopbaanperspectief binnen het bedrijf, bijvoorbeeld door na een bepaalde leeftijd te specialiseren tot verkoper/adviseur of begeleider van jongeren. Of denk samen na over gerichte uitstroom op het juiste moment.

KIJK VOORUIT NAAR DE AMBITIES VAN JE BEDRIJF EN WAT DAARVOOR IN DE TOEKOMST AAN KENNIS EN VAARDIGHEDEN NODIG ZIJN

Te zwaar werk? Nieuwe baan!

'Een medewerker die al heel lang bij ons werkte, gaf aan dat het werk hem te zwaar werd en dat hij werken met een hoogwerker niet meer fijn vond. Ik heb toen met hem besproken of hij openstond om een andere functie te zoeken, en dat ik hem daarbij natuurlijk graag wilde helpen. Hij is nu heel tevreden als expeditie-medewerker bij een ander bedrijf.'

– Jaap Bakker, directeur Ambiance Gorinchem

LAAT HOOFDMONTEURS EEN OPLEIDING TOT WERKPLEKBEGELEIDER DOEN

Hoofdmonteurs kunnen een opleiding tot werkplekbegeleider doen, ook al werken ze niet bij een leerbedrijf. De opleiding leert ze hoe ze hun waardevolle kennis en vaardigheden (nog) beter kunnen overdragen.

VOORKOM VERMINDERDE INZETBAARHEID DOOR VEILIG WERKEN

Voorkomen is beter dan genezen. Door nú in te zetten op gezond werken, behoud je gezonde monteurs voor de toekomst. Zorg dat je monteurs geregeld updates krijgen over gezond en veilig werken. Moedig als bedrijf gezond en veilig werken ook regelmatig aan.

STIMULEER 'EEN LEVEN LANG LEREN'

Medewerkers die een leven lang blijven leren, houden plezier in hun werk en zijn duurzaam inzetbaar. Als bedrijf kun je er op verschillende manier concreet aan werken om te zorgen dat je medewerkers een leven lang blijven leren. Een paar tips:

- Draag als werkgever een positieve boodschap uit over leren: leren is leuk, je investeert in jezelf. Je wordt steeds beter in je vak en dat komt je loopbaan ten goede!
- Zorg voor een opleidingsplan voor medewerkers. Kijk daarin ook vooruit naar de ambities van je bedrijf en wat daarvoor in de toekomst voor kennis en vaardigheden bij medewerkers nodig zijn.
- Zet opleiden standaard op de agenda tijdens functioneringsgesprekken. Bespreek wat de ambities van de werknemer zijn en welke vorm van leren of opleiding daarbij past.
- Jongere medewerkers hebben meer onderzoekende vaardigheden. Zij zijn eerder geneigd zelf dingen op te zoeken op internet en zo tot een oplossing te komen dan oudere medewerkers. Stimuleer dit soort onderzoekende vaardigheden bij alle medewerkers, bijvoorbeeld door ze dingen zelf te laten opzoeken in online handleidingen.

De adviseurs van OOM ondersteunen je graag om leren en ontwikkelen ook in jouw bedrijf stevig te verankeren!

BIJLAGE: GERAADPLEEGDE EXPERTS EN BRONNEN

GERAADPLEEGDE EXPERTS

Jaap Bakker directeur Ambiance Gorinchem

Caby van Bodegraven directeur Velota

Albert Bosma senior beleidsadviseur OOM

Anne Marie Heij voorzitter SVZ

Eddy Hillebrand directeur Ambiance Goes,
voorzitter Romazo Professionals

Jolanda Janssen senior beleidsadviseur OOM

Frank van Kerkwijk directeur Ambiance IJmond

Bram Floris Plattel commercieel directeur

Guillaume Janssen, voorzitter Romazo Fabrikanten

Klaas-Jan Postma area sales manager Swela,
Schmitz Textiles

Arthur Renting directeur Ambiance Resec

Remco Roelofs directeur Siemar Zonwering

Jeroen de Roos branchemanager Romazo
Professionals

Harm Valk voorzitter projectgroep NTA8800,
senior-adviseur Nieman Raadgevend ingenieurs

Iris Zijdeveld directeur Hulsman & de Veluwe
Zonweringstechniek, bestuurslid SVZ

ANDERE BRONNEN

- *Rapportage In kaart brengen opleidingsbehoefte bedrijven in zonwering en rolluiken, 2 oktober 2019, Alert Marktonderzoek, een enquête onder 60 bedrijven in de branche in opdracht van OOM*
- www.epa-adviesplatform.nl/nieuws/nta-8800-wat-moet-u-weten,
GERAADPLEEGD 10 SEPTEMBER 2019
- www.nen.nl/NEN-Shop/Bouwnieuwsberichten/NTA-8800-rekenmethode-energieprestatie-gebouwen-beschikbaar.htm,
GERAADPLEEGD 10 SEPTEMBER 2019
- www.rvo.nl/onderwerpen/duurzaam-ondernemen/gebouwen/wetten-en-regels-gebouwen/nieuw-bouw/beng-indicatoren,
GERAADPLEEGD 10 SEPTEMBER 2019
- hetnationaalbimplatform.nl,
GERAADPLEEGD 15 OKTOBER 2019