

Techniek Nederland de nieuwe naam van UNETO-VNI

Sinds 15 januari van dit jaar heeft de branchevereniging voor ondernemers in de installatiebranche en de technische detailhandel een nieuwe naam: **Techniek Nederland**. Het is niet alleen de nieuwe naam van de vereniging, maar ook de merknaam die alle bedrijven gaan gebruiken richting zowel consumenten als zakelijke opdrachtgevers. Wij spraken over de naamswijziging met Rob Wierenga, hoofd consumentenelektronica & installatie-retail bij de branchevereniging.

Tekst en foto Marco Mekenkamp

UNETO-VNI ontstond in 2002 toen de organisaties Uneto (Unie van Elektrotechnische ondernemers) en VNI (Vereniging Nederlandse Installatiebedrijven) samengingen. En sinds dit jaar is Techniek Nederland dus de nieuwe naam. "Onze voorzitter Doekle Terpstra heeft de noodzaak tot naamswijziging perfect omschreven", zo begint Rob Wierenga het gesprek.

"Het begint bij techniek. Techniek maakt ons land schoner, veiliger en sterker. Onze sector is onmisbaar voor de energietransitie die we in het Klimaatakkoord hebben afgesproken. Maar óók voor het oplossen van andere grote maatschappelijke vraagstukken, zoals mobiliteit, langer zelfstandig thuis wonen, verstedelijking en toenemende complexiteit van onze infrastructuur. De maatschappelijke relevantie zal de komende jaren dus alleen maar groeien. Zo'n sector verdient een glasheldere naam met een herkenbare klank. Daarom heten we voortaan Techniek Nederland."

Wierenga vervolgt: "Als sector worden we steeds belangrijker als het gaat om het realiseren van grote maatschappelijke veranderingen voor Nederland. We moeten onze

bescheidenheid durven te laten varen en opkomen voor onze nieuwe positie. Want laten we duidelijk zijn als we het hebben over energietransitie, langer gezond thuis wonen, smart mobility of grote oplossingen voor verstedelijking en veilige digitalisering, het begint allemaal bij goed ontworpen en geïmplementeerde techniek."

Een duidelijke profilering

De nieuwe naam reflecteert volgens Wierenga de gekozen koers van de vereniging. "We willen in het maatschappelijke debat duidelijker naar voren komen, en we willen een nog bekendere partij worden, die benaderd wordt als bijvoorbeeld journalisten een visie zoeken bij technische vraagstukken. Duidelijk is dat we voortaan hét aanspreekpunt zijn namens de bedrijven die techniek toepassen in Nederland. Er is nog een weg te gaan. Onze leden moeten de nieuwe naam omarmen, maar ook de consument moet weten waar wij voor staan. Dit is een langdurig proces, we hebben hiervoor een periode van drie jaar uitgetrokken."

Kwaliteit is key

"Techniek Nederland streeft naar een kwaliteitsuitstraling waarin we streng

zullen kijken naar de geleverde kwaliteit aan de markt, kwaliteitsbewaking binnen het bedrijf, de werkzaamheden, voorwaarden en bepalingen. Ondernemers en stakeholders zullen hieraan moeten voldoen om toe te kunnen treden tot de organisatie." Dat vraagt niet alleen de overheid maar ook de eindgebruiker.

Van identiteit naar activiteit

De nieuwe naamsverandering is ook een unieke gelegenheid om Retail en Installatie meer samen te voegen, weet Wierenga. "We zullen onder de naam Techniek Nederland geen onderscheid meer maken tussen retailers en installateurs maar veel meer kijken naar de activiteiten van een bedrijf. We kijken naar bedrijven die fysieke verkoop en e-commerce (omni-channel), reparatie- en installatiewerkzaamheden of refurbish-activiteiten doen. Deze bedrijven houden zich bezig met werkzaamheden in de Consumentenmarkt (B2C) en Utiliteit (zakelijk). Dit maakt dan ook dat we in 2019 een krachtig Techniek Nederland zijn met 4.630 leden die tezamen 7.500 vestigingen en 150.000 werknemers hebben en een forse 16,6 miljard euro omzet realiseren."



Rob Wierenga

'We willen in het maatschappelijke debat duidelijker naar voren komen'

Focus op de innovators

Het zijn ambitieuze plannen van Techniek Nederland. Maar hoe gaat men de leden allemaal op één lijn krijgen? "De focus in deze transitiefase zal zijn op de early adaptors", vertelt Wierenga. "We denken niet meer in oude hokjes of structuren. Zij zullen de motor zijn om dit geheel aan te jagen en vorm te geven. Dit geeft ook de ruimte om nieuwe ondernemingen toe te laten en Techniek Nederland in de komende jaren een nieuw elan te geven."

Van product naar toegevoegde waarde

Wierenga constateert dat er in de afgelopen jaren een disruptie in het businessmodel is gekomen. "En deze zal zeker naar de toekomst toe alleen maar sterker worden. Branche- en ketenkolomvervaging is hierdoor groot.

Zowel de fabrikanten, groothandels en formules als zelfstandigen doen direct zaken met de eindgebruiker en consument. Dit betekent ook dat we door de gehele keten gaan en niet meer in een oude bedrijfskolom denken. Hier zullen we ons meer moeten focussen in de maatschappelijke ontwikkelingen en niet meer alleen denken in disciplines."

Hoe ziet Wierenga dat gebeuren? "We zullen community's en platformen moeten ontwikkelen. Flexibeler van aard, meer gericht op eerdergenoemde activiteiten, en dus ook meer 'tijdelijke' doelgroepen en of allianties. Ook kijkend naar de eindgebruiker zal het niet meer gaan om alleen de producten of diensten. Consumenten en bedrijven zullen een brede dienstverlening van ons verwachten: van advies en producten tot nazorg."

Cyberveiligheid

Er zijn ook andere vlakken waarop kan worden samenwerkt. Een voorbeeld is cyberveiligheid. "De overheid wil graag weten wat wij hiervan vinden en wij denken graag mee om Nederland veiliger te maken. Dit is een voorbeeld van onze belangenbehartiging. De nieuwe naam betekent een krachtiger profiel waardoor wij nog meer voor elkaar krijgen voor onze leden. En dat is het uiteindelijke doel", besluit Rob Wierenga. «



Het logo van Techniek Nederland