

TOT HET VERKEERD GAAT...

Mensen zijn - de een wat meer dan de ander - sociale dieren. We komen graag samen voor iets dat ons bindt.

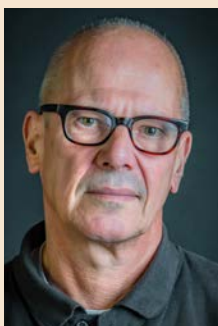
Of dat nu voor een (illegaal) parkfeestje, een wedstrijd, een herdenking of een demonstratie is. Voorbeelden genoeg. De kracht van het collectief blijkt sterk, niemand pakt 12.000 Ajax-supporters aan. Best link.

Dat samen sterk staan is ook de kracht van verenigingen, verzekeringen en belangenbehartigers. Samen heb je een stem. Dat had bestuurlijk Nederland duidelijk door. Opknippen in kleine (daardoor in minder krachtige) onderdelen. Waar vroeger de vuilophalers staakten voor het groter goed van alle ambtenaren, kunnen ze nu, mede dankzij privatisering, alleen nog staken voor zichzelf. Ze noemen dat het probleem individualiseren. Dan is het makkelijker dreigen en beloven. En het werkt, de IK-mentaliteit slaat aan. Verenigingen en vakbonden lopen leeg. Want IK zorg wel voor mezelf.

Tot het moment dat het verkeerd gaat en we gemengeld worden door allerlei besluiten. Dan gaan we steun zoeken bij gelijkgestemden en ervaren de kracht van het collectief. Achteraf...

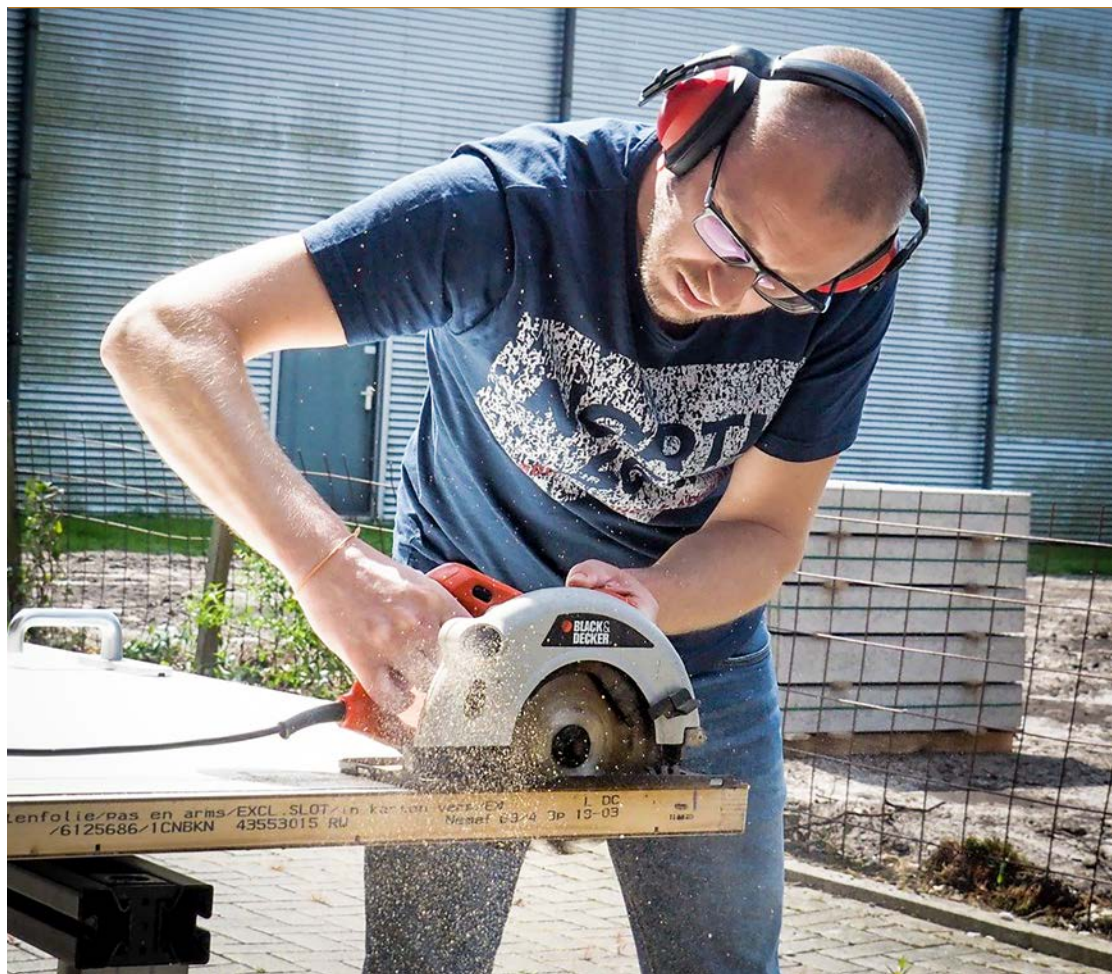
Kijk waar jouw belangen liggen, nu maar ook in de toekomst. Sluit je aan. Denk aan de kinderen, het milieu, de veiligheid, je bestaan. En aan de schoolraad, consumentenorganisaties en de (branche) vereniging. Geef hen nu je steun, dan weet je waar je het kunt halen als jij het nodig hebt. Investeer zo in je toekomst.

Kijk waar jouw belangen liggen nu en in de toekomst



Gerard Oltmans

Voorzitter van de Branchevereniging voor Klussenbedrijven, VLOK



Doe-het-voor-mij of doe-het-zelf?

Tot aan 2019 besteedden consumenten steeds meer klussen uit aan vakmensen. Deze ontwikkeling staat bekend als Do It For Me (DIFM) en heeft een relatie met de vergrijzing. Ook de millennials hadden destijds minder trek om de mouwen op te rollen. Vanwege corona stokt deze ontwikkeling. Want zat oudere mensen willen even geen vakman over de vloer. En vele millennials weten het gereedschap te vinden, ze hebben meer tijd om te gaan klussen.

Heeft de consument inmiddels definitief de klusmaak te pakken? Of zal een samenleving die zijn vrijheid hervindt en vaker het huis uit gaat, de klus toch weer aan vakmensen gunnen? USP Marketing zocht het uit.

Zat werk Wat zeker is: stijgende arbeidskosten hebben een dempend effect op uitbesteding van klussen en een positief effect op het aandeel doe-het-zelfklussen. Ook de beperkte beschikbaarheid van vakmensen doet mensen besluiten te gaan

doe-het-zelven. Maar er blijft zat werk liggen dat doe-het-zelvers niet zelf willen of durven uitvoeren. Dat werk zal op een zeker moment door vakmensen gedaan moeten worden. En ook voor de haastklussen zullen mensen een beroep op hen doen.

Innovatie USP onderzocht welke ontwikkeling we de komende tijd mogen verwachten. Kan de bouw- en installatiemarkt het arbeidstekort oplossen? Of zal het service-aanbod van DHZ-winkels en van vakmensen het gat opvullen? USP verwacht dat bij meer beschikbare rechterhanden de arbeidskosten wat dalen en het aanbod gaat stijgen. Do-it-for-me zal dan de trend zijn. Als de verbouwbranche geen oplossingen biedt voor het tekort aan vakkrachten, dan zal doe-het-zelf blijven stijgen. Overigens verwacht UPS niet dat "het aandeel uitbestede klussen flink zal dalen, vooral omdat steeds meer partijen het potentieel van de DIFM-markt inzien en innovatieve oplossingen aandragen."