

Gezicht van de brancheorganisatie

Eind 1982 werd de branchevereniging VEBIDAK opgericht. Kort daarna zag ook de eerste editie van het *VEBIDAK-Bericht* het licht. Inmiddels is het blad toe aan zijn 31^e jaargang. In de loop der jaren ontwikkelde het tijdschrift zich van een overwegend intern gericht periodiek tot een breed georiënteerd vaktijdschrift.

De oprichting van VEBIDAK markeert een belangrijk punt in de professionalisering van de platte dakenbranche. Eigenlijk betrof het een heroprlichting want een gelijknamige – in 1962 ontstane – organisatie was niet lang daarvoor geliquideerd. De ‘nieuwe’ VEBIDAK richtte zich echter volledig op de behartiging van de belangen van haar leden, in de breedste zin des woords, en ging daartoe ook als werkgeversorganisatie van dakbedekkingsbedrijven fungeren. De brancheorganisatie heeft zich sindsdien ontwikkeld tot belangrijke factor op het gebied van kwaliteit – zowel uitvoeringskwaliteit in algemene en projectoverstijgende zin, als de kwaliteit van het ondernemerschap – en belangenbehartiging.

Cees Woortman, directeur/secretaris van VEBIDAK, vertelt dat het blad aanvankelijk in de eerste plaats was bedoeld voor interne mededelingen en berichtgeving. Geleidelijk verschoof de focus echter naar het nieuws dat ook voor de buitenwacht interessant is. Dankzij een mix van inhoudelijke artikelen en analyses trok het *VEBIDAK-Bericht* geleidelijk steeds meer externe lezers. Momenteel wordt het blad in een oplage van 800 exemplaren verspreid, waarvan er circa 200 bestemd zijn voor de leden. De rest wordt verspreid onder andere marktpartijen (waaronder met name opdrachtgevers in het private en publieke segment) en in het uitgebreide relatienetwerk van VEBIDAK zelf. Woortman constateert dat de oplage geleidelijk verder toeneemt. “Na elke editie krijgen wij stevast een aantal vragen om extra exemplaren te mogen ontvangen of op de verzendlijst te worden geplaatst. Dit bevestigt eens te meer dat het *VEBIDAK-Bericht* goed wordt gelezen.”

Tweeledige functie

“Het blad heeft een tweeledige functie,” aldus Woortman. “Het informeert zowel de leden als onze externe doelgroepen over de meest uiteenlopende dakgerelateerde onderwerpen. Tegelijkertijd fungeert het blad als uithangbord voor onze achterban. Uit het *VEBIDAK-Bericht* komt immers naar voren wat onze leden, als serieuze dakbedekkingsbedrijven, bezighoudt en welke activiteiten ze op brancheniveau ontwikkelen om hun opdrachtgevers nog beter van dienst te

zijn. Het blad visualiseert, kortom, een bepaald ‘corporate image’ dat afstraalt op onze leden. Wij werken relatief veel met rubrieken en dat wordt gewaardeerd door onze lezers. Zo plaatsen we altijd minimaal één en dikwijls meer artikelen van technische aard, krijgen financiële en fiscale onderwerpen stevast aandacht en kennen we een veelgelezen rubriek over het netwerk van VEBIDAK. Door inzichtelijk te maken welke organisaties en overheden tot onze relatiekring behoren, laten we ook zien welke ingangen de branchevereniging in dit opzicht biedt. Het is mooi om te zien dat dit onze leden of andere doelgroepen regelmatig op nieuwe ideeën brengt. De rubriek ‘Samen voor de zaak’, over familiebedrijven, is – behalve lezenswaardig uit een oogpunt van human interest – vooral ook een goede manier om ons ledenbestand te positioneren als degelijke en betrouwbare MKB-bedrijven.”

“Leveranciers en dienstverleners presenteren zich graag in ons periodiek. We zijn echter zuinig op de toegevoegde waarde van het blad voor onze leden en daarom ook kritisch op onze adverteerders. Zonder een oordeel te hebben over al hun producten en diensten, hechten we er waarde aan dat het gerenommeerde en betrouwbare partijen betreft die bij onze leden niet ter discussie staan. Zo maakt het *VEBIDAK-Bericht* zijn doelstellingen ook in dit opzicht waar.” ●



Dit artikel kunt u downloaden op www.dakweb.nl