

# Implementatieplan VMRG Inspirations

‘Van inspiratie naar creatie’

**today isn't  
just  
another  
day. today  
i'll create  
something  
beautiful.**

**Stefan Donker**

JBC- B301 | 1529240

Hogeschool Utrecht

**VMRG**

Einsteinbaan 1

3430 BL Nieuwegein



**Juni 2011**

# Samenvatting

De VMRG promoot haar leden en partners en voorziet hen van kennis. Dit zijn twee van de speerpunten van de VMRG. De VMRG, die de belangen behartigt van gevelbouwers en toeleveranciers, probeert door middel van themadossiers deze speerpunten na te leven. Door middel van themadossiers wil de VMRG ook een belangrijke doelgroep aan zich binden, namelijk architecten. De VMRG streeft naar meer interactie tussen deze doelgroep en de VMRG-bedrijven.

Uit verschillende gesprekken is gebleken dat architecten vrijgelaten willen worden in hun keuzes, maar wel graag van informatie worden voorzien rondom afgebakende thema's. De VMRG levert hieraan een bijdrage in de vorm van 'inspiratiedossiers', bestaande uit: kennis rondom het desbetreffende thema, inspiratieprojecten, inspiratiesessies, een award en een gastinspirator die verschillende keren spreekt. Dit alles met als doel: inspireren en uiteindelijk relaties leggen tussen architecten en VMRG-bedrijven.

Dit implementatieplan heeft tot doel organisatoren van de themadossiers handvatten te bieden waardoor het opzetten van een themadossier eenvoudiger wordt. Allereerst moet duidelijk zijn dat themadossiers het doel hebben om architecten van inspiratie te voorzien. Daarna is het zaak om met nieuwe goede thema's te komen. Zo kan er gekeken worden naar actualiteiten, recente onderzoeken of kan er gebrainstormd worden met de verschillende doelgroepen over interessante thema's. Daarnaast zijn er een aantal thema's al geschetst, namelijk: vormen, kleur, materiaal en 'het gebouw van de toekomst'. De huidige thema's licht en duurzaamheid worden niet geschetst.

Wanneer het thema bedacht is, moet aan de hand van het thema een projectgroep samengesteld worden. Allereerst is de VMRG hierin de initiator die alles in gang zet. Daarnaast moet er binnen de bestaande netwerken gezocht worden naar een architect die gespecialiseerd is in het desbetreffende onderwerp. Hij wordt de gastinspirator van het themadossier. Tot slot wordt contact gezocht met de architectenbranche waarbij de gastinspirator aangesloten is, met studenten voor innovatieprojecten en kunnen er eventueel ook sponsors benaderd worden om de kosten enigszins te drukken. Deze en bovenstaande stappen behoren tot de initiatiefase.

Nadat het projectteam is samengesteld, wordt er een passend programma samengesteld voor het 1,5 jaar durende themadossier. Uiteraard gaat dit in overleg met de gastinspirator. Wel is het de bedoeling dat bij ieder themadossier dezelfde onderdelen terugkeren. Deze onderdelen zijn: artikelen in vakblad GevelBouw, inspiratiesessies, deelname aan een award, regiobijeenkomsten voor de VMRG-leden en -partners, bijeenkomsten voor architecten, de VMRG-website, innovatieprojecten en een afsluitend themaboek.

Vervolgens moet gekeken worden naar de communicatie rondom het themadossier. Allereerst wordt dit via de bestaande kanalen van de VMRG gedaan: print, online en bijeenkomsten. Daarnaast blijkt een deel van de doelgroep actief te zijn op sociale media zoals LinkedIn en Twitter. Ook deze middelen worden ingezet. Deze fase en het vaststellen van het thema behoren tot de definitiefase.

Tot slot moet er een planning worden gemaakt voor het themadossier, de communicatie daaromheen én moet er gekeken worden wat er mogelijk is binnen het budget (€ 27.500 - €40.000) per themadossier. Na afloop van het project zal er uiteindelijk een evaluatie plaatsvinden om de kwaliteit van het themadossier te blijven verbeteren. Dit gebeurt in de realisatie- en evaluatiefase.

# Inhoud

|                                             | <b><u>Pagina</u></b> |
|---------------------------------------------|----------------------|
| <b><u>FASE 1: INITIATIE</u></b>             |                      |
| <b>1. Inleiding</b>                         | <b>3</b>             |
| 1.1 Wat zijn themadossiers?                 | 3                    |
| 1.2 Waarom themadossiers?                   | 4                    |
| 1.3 Doelgroepen                             | 4                    |
| 1.4 Doelstellingen                          | 5                    |
| 1.5 Projectmatig werken                     | 6                    |
| <b>2. Nieuwe thema's</b>                    | <b>8</b>             |
| 2.1 Thema's bedenken                        | 8                    |
| 2.2 Mogelijke thema's                       | 9                    |
| 2.2.1 Vormen (compositie)                   | 9                    |
| 2.2.2 Kleur                                 | 9                    |
| 2.2.3 Materiaal                             | 10                   |
| 2.2.4 Het gebouw van de toekomst (domotica) | 10                   |
| 2.3 Serie themadossiers                     | 11                   |
| <b>3. Projectgroep samenstellen</b>         | <b>12</b>            |
| 3.1 Intern                                  | 12                   |
| 3.2 Gastinspirator                          | 12                   |
| 3.3 Overige externe partijen                | 13                   |
| <b><u>FASE 2: DEFINITIE</u></b>             |                      |
| <b>4. Onderdelen dossier</b>                | <b>15</b>            |
| 4.1 Centraal concept                        | 15                   |
| 4.2 GevelBouw                               | 15                   |
| 4.3 Inspiratiesessies                       | 16                   |
| 4.4 Award                                   | 16                   |
| 4.5 Regiobijeenkomsten VMRG                 | 17                   |
| 4.6 Bijeenkomsten architecten               | 18                   |
| 4.7 Innovatieprojecten                      | 18                   |
| 4.8 Website                                 | 19                   |
| 4.9 Themaboek                               | 19                   |
| 4.9.1 Foto's                                | 20                   |
| 4.9.2 Teksten                               | 21                   |
| 4.9.3 Vormgeving                            | 21                   |
| 4.9.4 Drukken                               | 22                   |
| 4.10 Randvoorwaarden                        | 23                   |

|                        |           |
|------------------------|-----------|
| <b>5. Communicatie</b> | <b>24</b> |
| 5.1 Kanalen VMRG       | 24        |
| 5.1.1 Online           | 24        |
| 5.1.2 Print            | 25        |
| 5.1.3 Bijeenkomsten    | 26        |
| 5.2 Sociale Media      | 26        |

### **FASE 3: REALISATIE**

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| <b>6. Planning</b>  | <b>27</b> |
| 6.1 Projectduur     | 27        |
| 6.2 Projectplanning | 27        |
| 6.2.1 Themadossier  | 27        |
| 6.2.2 Communicatie  | 29        |

|                  |           |
|------------------|-----------|
| <b>7. Budget</b> | <b>30</b> |
|------------------|-----------|

### **FASE 4: EVALUATIE**

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| <b>8. Evaluatie</b> | <b>34</b> |
|---------------------|-----------|

|                        |           |
|------------------------|-----------|
| <b>Literatuurlijst</b> | <b>35</b> |
|------------------------|-----------|

### **BIJLAGEN**

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| A Specificaties themaboek         | I   |
| B Kosten mediakanalen architecten | II  |
| C Projectschema                   | III |
| D Enquête passieve deelnemers     | IV  |
| E Enquête actieve deelnemers      | VI  |

# Hoofdstuk 1: Inleiding

De initiatiefase begint bij het definiëren van de opdracht. Wat zijn themadossiers? Wat kun je ermee? Voor wie is het bedoeld? Wat zijn de uiteindelijke doelstellingen die de VMRG wil bereiken? In dit hoofdstuk zullen deze geschetst worden.

## 1.1 Wat zijn themadossiers?

### Missie

“De VMRG streeft naar de versterking van de positie van gevelbouwbedrijven, hun diensten en producten. Tevens stimuleren zij continue proces- en productie-innovatie in de markt.”

De missie van de VMRG is opgedeeld in vier pijlers, namelijk:

- Belangenbehartiging;
- Voorlichting en promotie;
- Scholing, onderzoek, opleiding en kennisoverdracht;
- Beheer van het VMRG-keurmerk.

### Themadossiers

Zoals uit de missie blijkt, zijn promotie en kennisoverdracht twee speerpunten waar de VMRG zich op richt. Themadossiers maken deel uit van deze twee speerpunten binnen de totale activiteitenplanning van de VMRG. Daarnaast behartigen zij de belangen van de leden en partners.

Een themadossier is een complete informatievoorziening rondom één enkel thema binnen de gevelbranche. Hierbij gaat het om zowel geprinte media, online media als fysieke bijeenkomsten. Door deze verschillende communicatiekanalen kan ten eerste de doelgroep goed bereikt worden en ten tweede wordt dezelfde boodschap meerdere malen herhaald. Hierdoor zal deze beter worden onthouden.

Om duidelijker te maken wat een themadossier precies is, wordt hieronder een voorbeeld geschetst van het eerste themadossier van de VMRG: ‘Light Inspirations’.

“Licht is een actueel thema binnen de gevelbranche. Doordat wij in een 24-uurs maatschappij leven waarin we veel binnen zitten en werken, ziet de mens te weinig zonlicht. De gevel staat als het ware als een dichte schil om ons heen. In plaats van dat wij ons aan gebouwen aanpassen, moeten gebouwen zich aanpassen aan de behoefte van de mens” (Harsta, 2009). Om vanuit de VMRG meer aandacht voor dit onderwerp te krijgen is er op de website een inspiratiedossier opgenomen. Hier zijn de nieuwste innovaties en visies te vinden met betrekking tot het thema licht én zijn er inspirerende projecten opgenomen waarin licht centraal staat. Naast de website worden er door de VMRG verschillende inspiratiesessies met architecten en gevelbouwers georganiseerd. Dit om te discussiëren over verschillende visies op licht en wat er allemaal mogelijk is met licht. Tot slot is er ook nog een bestaand evenement gekoppeld aan dit themadossier, namelijk de Daylight Award. Hierbij kunnen architecten en gevelbouwers meedingen naar een award voor het beste gebouw waarbij op een unieke manier gebruik is gemaakt van daglicht. Om het dossier een complete afronding te geven, wordt het afgesloten met een themaboek waarin verschillende projecten, visies en innovaties verzameld zijn.

## 1.2 Waarom themadossiers?

Volgend uit de beschrijving die in de vorige paragraaf gemaakt is, kan men zich afvragen waarom het principe van ‘themadossiers’ in het leven is geroepen. Er zijn toch genoeg inspiratieprojecten te vinden op verschillende websites en in allerlei naslagwerken? Het antwoord op deze vraag is vrij eenvoudig: standaard worden gebouwen en inspiratie gecategoriseerd in soorten gebouwen zoals woningbouw en utiliteitsbouw, terwijl architecten hebben aangegeven liever hun inspiratie via verschillende thema’s binnen te krijgen. In plaats vanuit de eigen gedachtegang te denken, wordt er vanuit de visie van architecten gedacht.

Het onderzoek dat hiernaar gedaan is, is voornamelijk kwalitatief gedaan door middel van interne gesprekken tussen de VMRG, gevelbouwers en architecten.

### **Draagvlak**

Voor ieder project en draagvlak moet draagvlak zijn. Over het algemeen is het eerste themadossier, licht, een dossier met twee kanten. Aan de ene kant werd het positief onthaald. De deelnemers vonden bijeenkomsten en inspiratiesessies inspirerend. Aan de andere kant ontbrak de rode draad doordat de synergie ontbrak. Door dit in de toekomst te verbeteren, wordt geprobeerd om te leren van de facetten die minder goed verliepen. Ook uit de metingen die in paragraaf 1.4 beschreven zullen worden, kan uiteindelijk worden geconcludeerd hoeveel draagvlak er is. Het feit dat je inspeelt op de behoeften van de architect zou moeten betekenen dat er draagvlak is voor de themadossiers.

## 1.3 Doelgroepen

De VMRG wil twee doelgroepen bereiken en dichterbij elkaar brengen door middel van themadossiers. Allereerst zijn dit architecten. Zij zijn diegenen, die in samenwerking met de afnemer van het nieuwe gebouw bepalen wat er wel en niet gebouwd gaat worden. Door juist deze groep aan te spreken, probeert de VMRG de gehele gevelbranche te promoten met als uiteindelijke doel een groei van het aantal projecten en daarmee de gevelbranche. Architecten zijn namelijk de directe doelgroep van de VMRG-bedrijven, daar waar de VMRG-bedrijven weer de doelgroep zijn van de VMRG.



Figuur 1: relatie VMRG, bedrijven en architecten

### **Architecten**

Binnen de themadossiers staan architecten centraal. Hoe denken ze? Hoe ontwerpen ze vanuit deze gedachte? Wat zijn de afwegingen die ze maken? Hoe komen zij aan hun inspiratie? Hoe kan de VMRG hierin voorzien? Dit zijn de basisvragen die altijd in het achterhoofd gehouden moeten worden om deze doelgroep op een juiste manier aan te spreken en van inspiratie te voorzien. In totaal zijn er zo’n 2.500 architectenbureaus met in totaal 12.000 architecten (PropertyNL, 2007). Van deze 2.500 bureaus heeft de VMRG er zo’n 1.600 in haar bestand, dit zijn voornamelijk de grotere bureaus.

## **VMRG-leden en -partners**

De tweede (secundaire) doelgroep binnen de themadossiers zijn VMRG-leden en -partners. Via themadossiers kunnen zij aan de ene kant hun portfolio laten zien aan architecten en daarmee eventuele projecten binnenhalen. Aan de andere kant kunnen zij ook kennis verkrijgen rond bepaalde thema's, waardoor ze beter mee kunnen denken met de architect en de klant. In totaal zijn er 125 VMRG-leden met in totaal 4.000 werknemers én 90 bedrijven die VMRG-partner zijn.

### *1.4 Doelstellingen*

De doelstellingen voor beide doelgroepen staan hieronder geformuleerd aan de hand van kennis-, houding- en gedragsdoelstellingen. Het gaat hierbij om doelstellingen die gelden aan het einde van de periode waarin aandacht wordt besteed aan een thema.

#### **Kennis**

Architecten en gevelbouwers krijgen een compleet beeld van één afgebakend thema. Wat is de algemene kennis van het thema? Welke projecten zijn hierbij inspirerend? Wat zijn de bijbehorende innovaties?

- Aan het eind van het themadossier weet 85% van alle architecten in Nederland en de leden en partners van de VMRG dat de VMRG een themadossier heeft opgezet.
- Aan het eind van het themadossier heeft 50% van de doelgroepen deelgenomen aan het themadossier. Dit kan door een bezoek aan het themadossier online, door het lezen van het themaboek dat ze opgestuurd krijgen, door het bijwonen van een VMRG regiobijeenkomst waar gesproken wordt over het themadossier of door deel te nemen aan een van de inspiratiesessies.

#### **Houding**

Architecten en gevelbouwers staan positief tegenover de themadossiers in het algemeen en het desbetreffende thema specifiek.

- 75% van de architecten en gevelbouwers die deelgenomen hebben aan het themadossier vindt het een goed idee om naast de gebruikelijke inspiratieprojecten ook gebruik te maken van specifieke themadossiers.
- 60% van de architecten en gevelbouwers die deelgenomen hebben aan het themadossier vindt ze inspirerend.

#### **Gedrag**

Het uiteindelijke gedrag dat de VMRG probeert te bewerkstelligen is dat er meer natuurlijk (zon)licht wordt toegepast binnen de ontwerpen van de architect. Omdat dit lastig te meten is, worden hier geen concrete doelstellingen aan verbonden. Wel kan gekeken worden naar de verhouding tussen het aantal nieuwe gebouwen en het aantal nieuwe gebouwen dat een gevel heeft. Hieruit kan opgemaakt worden of er meer gevels zijn geplaatst dan voorheen. Ook kan hierbij gekeken worden wat er per project met het thema 'licht' gedaan is. Uiteraard is dit giswerk, aangezien er veel meer factoren zijn die hierop invloed hebben.

## Meten & Evalueren

Om te kijken of de doelstellingen uiteindelijk behaald zijn, is het belangrijk om te meten in hoeverre iedere doelstelling is gehaald. Dit kan door middel van onderzoek. Momenteel wordt er weinig tot geen gebruik gemaakt van onderzoek. Dit gebeurt alleen tijdens overleggen met de doelgroepen of wanneer dit toevallig ter sprake komt. Om het aanbod richting de doelgroep te verbeteren is het essentieel om te gaan evalueren.

Aangezien dit eerste themadossier op sommige punten nog enkele kinderziektes kende, is het goed om juist nu te beginnen met evalueren. Ook bij het tweede en derde themadossier is het goed om te blijven evalueren. Dit kan zowel via kwantitatief onderzoek (enquête naar iedere architect en VMRG-leden en -partners) als via kwalitatief onderzoek bij personen die nauw betrokken waren bij het project. In bijlage D en E staan voorbeelden van enquêtes voor zowel de actieve als passieve deelnemers.

Enquêtes kunnen per e-mail naar de actieve deelnemers worden gestuurd, aangezien de VMRG deze adressen in haar bezit heeft. Voor de versturing van de overige enquêtes kan voor twee manieren worden gekozen. Het versturen van een brief via de post (samen versturen met de themaboeken) of via het beperkte e-mailbestand dat de VMRG momenteel in haar bezit heeft. Het advies is om in eerste instantie iedere architect te benaderen via een brief met daarin een URL waar zij de enquête kunnen vinden. Wanneer na enkele themadossiers het e-mailbestand groter is kan eventueel enkel een e-mail verstuurd worden. Uit de enquêteresultaten kunnen weer nieuwe lessen getrokken worden.

### 1.5 Projectmatig werken

Het organiseren van een themadossier is een relatief groot project. Er zijn verschillende groepen mensen bij betrokken, er zijn verschillende doelgroepen en verschillende onderdelen. Om resultaatgericht te werken, is het verstandig om op een projectmatige manier te werken. Hieronder een korte definitie:

Bij projectmatig werken gaat het om het bereiken van een van tevoren vastgelegd resultaat. Daartoe gaat men planmatig te werk. Een project is in tijd begrensd; het heeft een duidelijk begin en een duidelijk einde. Bovendien is er een opdrachtgever en een projectleider, die verantwoordelijk is voor de uitvoering van de opdracht. De projectleider geeft leiding aan de projectgroep, de mensen die het project uitvoeren.

Zoals hieronder te zien is, is het projectmatig werken bij de Watervalmethode opgedeeld in vier fasen:



Figuur 2: fasen projectmatig werken

1. **Initiatief (hoofdstuk 1,2 & 3)**  
Overeenstemming bereiken over wat het projectresultaat wel of niet moet zijn. Tijdens deze fase wordt de projectopdracht geschreven.
2. **Vorbereiding (hoofdstuk 4 & 5)**  
Akkoord bereiken over de oplossing, de vormgeving van het projectresultaat. Instemming verkrijgen over het projectresultaat zoals het er gerealiseerd zal gaan uitzien.
3. **Realisatie (hoofdstuk 6 & 7)**  
Acceptatie verwerven van het gerealiseerde projectresultaat.
4. **Evaluatie en Nazorg (hoofdstuk 8)**  
Evalueren van projectresultaten en instemming verkrijgen over aanpassingen in het gebruik, beheer en onderhoud van het projectresultaat (Kaldewaij, 2011).

Binnen het themadossier is het aan te raden om volgens deze vier stappen te gaan werken, hierdoor wordt het project opgedeeld in meerdere fasen, waardoor het beter te ordenen is. In dit implementatieplan zal door de hoofdstukken heen al verwezen worden naar deze vier fasen.

Naast het gebruik van de Watervalmethode voor de fasering is de beheersing van het project ook erg belangrijk. Dit kan worden gedaan via de MOSQUITO-aspecten: Money, Safety, Quality, Information, Time, Organization.

#### **Money (Geld)**

Beheersing van de tijd is zeer belangrijk binnen de themadossiers, aangezien er een beperkt budget beschikbaar is. Bepaalde activiteiten moeten daarom misschien geschrapt worden. Doel is om met relatief weinig geld een zo groot mogelijke doelgroep te bereiken.

#### **Safety (Veiligheid)**

Veiligheid is binnen de projectbeheersing niet erg van belang. Enige waaraan gedacht kan worden zijn de steeds strenger wordende bouwregels waarmee rekening gehouden moet worden.

#### **Quality (Kwaliteit)**

Kwaliteit is belangrijk, maar in sommige gevallen ondergeschikt aan geld, aangezien een minimale kwaliteitsverbetering enorm veel geld kan kosten. Uiteraard streeft de VMRG ernaar om kwalitatief hoogwaardige producten op te leveren. De randvoorwaarden staan beschreven in paragraaf 4.10.

#### **Information (Informatie)**

Informatie vanuit de organisator, VMRG, richting overige partijen is erg bepalend. De VMRG moet mensen informeren wat er moet gebeuren en wat hierbij de mijlpalen zijn. Zowel de geformaliseerde informatiestromen (bijeenkomsten) als de informele gesprekken in de wandelgang zijn belangrijk.

#### **Time (Tijd)**

Het project heeft een beperkte tijd waarin alles geregeld dient te worden. Er zit enige speling binnen het gehele project, maar desondanks is er bij een aantal onderdelen een strakke deadline waaraan voldaan moet worden. Hierdoor is tijd een belangrijk beheersinstrumenten.

#### **Organization (Organisatie)**

De VMRG is de organisator en daarmee verantwoordelijk voor de planning, kwaliteitsbepaling etc.

## Hoofdstuk 2: Nieuwe thema's

Nadat de grenzen van het project zijn afgebakend, moet in de initiatiefase ook gekeken worden naar de daarop volgende stap: het kiezen van een thema. Het kiezen van een juist thema is van belang, omdat bij het ene thema heel veelzijdig is en het andere weer heel beperkt. In dit hoofdstuk worden tips gegeven voor het bedenken van thema's en worden enkele thema's geschetst.

### 2.1 Thema's bedenken

Er zijn verschillende manieren om nieuwe thema's te bedenken. Zo kan er ouderwets gebrainstormd worden, maar ook gekeken worden wat architecten momenteel bezighoudt. Wat zijn algemene trends? Wat boeit een architect? Hieronder zijn de twee manieren verder uitgewerkt.

#### Actualiteiten

Het uitgangspunt van iedere architect is om klanten te voorzien in hun behoeften. Zo moet een gebouw zich aanpassen aan de gebruiker in plaats van de gebruiker aan het gebouw. Maar hoe kom je er nu achter wat mensen bezighoudt? Dat kan door goed te kijken naar de maatschappelijke trends en actualiteiten. Tegenwoordig wordt er wekelijks gesproken over termen als groen en duurzaamheid, wat je in principe in alle bedrijfstakken door kunt voeren. Zo ook in de metalen ramen en gevelbranche. Maar hoe is dit in de toekomst? Dit weten we natuurlijk nog niet, maar er kunnen wel nauwkeurige voorspellingen worden gedaan. Het uitgangspunt is om vooruit te blijven kijken naar wat de mensen in de toekomst willen. Open je ogen en oren, kijk om je heen en zie en hoor wat anderen belangrijk vinden.

Daarnaast worden er ook allerlei onderzoeken gedaan op architecturale gebieden. Als hier 'schokkende' bevindingen uitkomen, bijvoorbeeld met betrekking tot de mens, kan de VMRG hierop inspelen door er een themadossier aan te wijden. Heeft een kleurrijke omgeving invloed op mensen? Zijn er nieuwe materialen die licht, duurzaam en makkelijk te verwerken zijn die wij nog niet voldoende gebruiken? Wat is de optimale vorm van een gebouw, het ouderwetse vierkant of misschien toch niet? Hoe zien onze gebouwen er in de toekomst uit, wat gaat er veranderen?

#### Brainstormen met architecten

De tweede manier om aan nieuwe thema's te komen is om met architecten zelf in gesprek te gaan. Dit is iets dat te weinig gebeurt. Bij dergelijke gesprekken zou het goed zijn om een driehoeks-gesprek te hebben met architecten(doelgroep), gevelbouwers(uitvoerders) en de VMRG als overkoepelende organisator van de themadossiers. Uit voorgaande inspiratiesessies tussen deze drie partijen zijn ook interessante uitkomsten naar boven gekomen. Zo bleek dat architecten vaak een gebouw van binnenuit benaderen, terwijl gevelbouwers puur naar het exterieur kijken.

Nadat gekeken is naar de actualiteiten, er gebrainstormd is over mogelijke thema's, moet er gekozen worden wat het uiteindelijke thema wordt. Dit wordt binnen de VMRG bepaald door de afdeling Communicatie, met uiteindelijke goedkeuring van de directeur. Bij het kiezen van een thema, wordt niet alleen naar het thema zelf gekeken, maar ook naar de eventuele mogelijkheden die er per thema zijn.

## 2.2 Mogelijke thema's

Naast het zelf bedenken van thema's worden hieronder al een aantal thema's beschreven. Enkele staan geheel in het teken van de adaptatie van een gebouw aan de behoefte van de mens. Anderen zijn niet gericht op functionaliteit maar op kunst en sier. De eerste twee thema's (licht en duurzaamheid) worden niet meegenomen.

### 2.2.1 Vormen (compositie)

Door allerlei nieuwe technieken binnen de bouw- en gevelindustrie zijn de bouwmogelijkheden enorm gestegen. Daar waar je vroeger een vierkant gebouw had omdat dit zowel stevig als makkelijk te realiseren was, is dit nu niet meer nodig. Een voorbeeld hiervan zijn blobs, gebouwwormen uit het deconstructivisme en supermodernisme.

*Blobs zijn 'vloeiende' vormen en is de afkorting voor Binary Large Object. De blobs worden bekleed met materialen als zink, koper, staal, aluminium en kunststof. Door middel van de techniek 'explosievormen' kunnen complexe dubbelgekromde vlakken worden gemaakt. De gebouwen zijn meestal vrij gesloten en worden vooral gebruikt voor concertzalen en tentoonstellingsruimten.*

*In het proces van ontwerp en uitvoering vragen blobs veel inventiviteit. Om de gebouwen te realiseren wordt soms gebruik gemaakt van traditionele technieken uit de scheepsbouw of kassenbouw. Wanneer een minder makkelijk vervormbaar materiaal als bijvoorbeeld glas wordt gebruikt, kan de vorm worden benaderd door gebruik te maken van een groot aantal driehoeken. Een voorbeeld is het stadhuis in Alphen aan den Rijn. Karel Vollers (1951) en fabrikant Alcoa ontwikkelden de AA100Q-Twist, een getordeerd gevelsysteem met te openen delen. Hierbij is ook het glas meegebogen (Hillen, 2008).*

Naast deze blobs zijn er veel meer soorten vormen gebouwen, denk aan de kubus-gebouwen in Rotterdam, de Facet in Utrecht of de ovalen torens van het Rabobank-gebouw in Utrecht. Wat is er mogelijk? Wat zijn de voor- en nadelen? In het themadossier Vormen kan er alles over verteld worden.

### 2.2.2 Kleur

Kleur is enorm belangrijk binnen de architectuur, maar wordt door vele architecten nog te weinig gebruikt. Ze stellen functionaliteit boven uiterlijk. Een themadossier over kleur besteedt aandacht aan kleurrijke gevels. Welke associaties heeft de mens bij welke kleur en hoe komt dit? Hoe kun je ervoor zorgen dat er een juiste kleurencombinatie ontstaat, zowel binnen als buiten?

*De mogelijkheden met kleur in architectuur zijn talrijk. Kleur kan een verbinding leggen, een samenhang maken, manipuleren, een ruimte groter of kleiner laten lijken, architectuur ondersteunen of corrigeren, identiteit geven, emotie prikkelen bijvoorbeeld intimiteit of afstand, rust of juist reuring creëren, zij kan richting aangeven of een plaats bepalen. Kleur kan bijvoorbeeld saaie, achterstallig onderhouden gebouwen, flats, kantoren, wachtruimten, interieurs maar ook nieuwbouwprojecten een (nieuw) gezicht geven.*

*De functie van het gebouw of de ruimte, de ligging, de lichtval, het soort licht, het materiaal, de structuur en de gebruikers zijn belangrijke factoren die een rol spelen om tot een goed kleurontwerp te komen.*

*Samenvattend kan er met kleur in architectuur een relatie gelegd worden met zowel haar omgeving als haar gebruikers, bezoekers en voorbijgangers (Budding, 2011).*

Zoals in de passage hierboven te lezen is, is het uitgangspunt een optimale samenhang tussen materiaalkleur en toegevoegde kleur. Enkele kleurrijke voorbeelden zijn: de Faculteit Educatie van de Hogeschool Utrecht, het Museum voor Beeld en Geluid in Hilversum of het speciale kameleon-folie dat gebruikt is bij de bouw van L'Arc en Ciel in Deventer. Heeft kleur alleen maar voordelen of ook nadelen? In het themadossier Kleur kan alles met betrekking tot kleur en architectuur behandeld worden.

### 2.2.3 Materiaal

Binnen het themadossier Materiaal worden in eerste instantie de metalen behandeld vanuit het huidige VMRG perspectief. Zo komen de volgende metalen aan bod: ijzer, aluminium, koper, chroom en staal. Hiermee kan veel gedaan worden, aangezien er alleen al 2.500 soorten staal zijn (Hijmans, 1963).

Naast metaal heeft de VMRG de ambitie om de brancheorganisatie van het complete gebouwexterieur te worden. Tegen de tijd dat dit themadossier uitkomt, hoopt de VMRG meer materiaalsoorten te beheren. Denk hierbij aan de verschillende soorten kunststof, maar ook hout en rubber. De laatste eeuwen zijn er steeds meer soorten kunststof ontwikkeld en deze ontwikkeling is nog niet ten einde. Welke zijn geschikt voor de bouw en welke niet? Wat zijn de voor- en nadelen van metalen en kunststoffen? Wat kun je precies met welk materiaal? In het themadossier Materiaal komt het allemaal aan bod. Onderstaand voorbeeld illustreert wat de kracht van metaal is binnen de gevelbouw en architectuur.

*Metaal is een van de oudste, maar ook zeker sterkste materialen. Zo waren er vroeger metalen stoommachines en werd metaal ook gebruikt bij de uitvinding van het licht. De bouw profiteert ook al eeuwen van de kracht van metaal, denk maar aan de Eiffeltoren in Parijs. Ondanks dat het er sterk, robuust en onbuigzaam uit ziet zijn er toch veel toepassingsmogelijkheden met de verschillende metalen die wij rijk zijn. Enkele voorbeelden zijn de faculteit Bètawetenschappen van de Universiteit Utrecht, Solids appartementencomplex in Amsterdam en de watertoren in Bussum.*

### 2.2.4 Het gebouw van de toekomst (domotica)

Afhankelijk van hoelang de VMRG de themadossiers wil behandelen, zou 'het gebouw van de toekomst' een stijlvolle afsluiting zijn. Er zijn namelijk maar een beperkt aantal thema's interessant en uitvoerbaar, waarvan er hierboven enkele beschreven staan. Om de visie (vooruit kijken) van de VMRG compleet te maken, zou het goed zijn om af te sluiten met een dossier, waarin vele toekomstvisies en toekomstige aspecten behandeld worden. Hieronder wordt kort één van de vele visies geschetst.

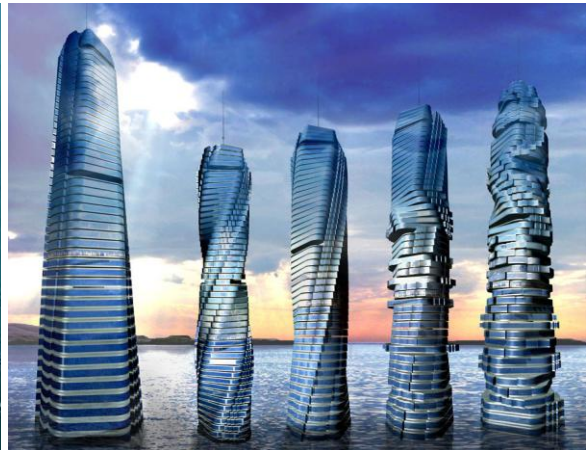
*"Volgens de Intergovernmental Group on the Evolution of the Climate stijgt de zeespiegel tussen de 20 en 90 centimeter gedurende de 21e eeuw. Als oplossing hiervoor heeft architect Vincent Callebaut*

*een stad ontworpen waarbij de inwoners kunnen wonen en werken op een futuristisch drijvend eiland. Dit om te voorkomen dat er rekening gehouden hoeft te worden met de stijgende zeespiegel.*

*De ontwerper gelooft dat mensen wanhopig opzoek gaan naar onderdak, dit naar aanleiding van de klimaatveranderingen. Het is helaas niet mogelijk om de hele wereld kwijt te kunnen op deze eilanden, waarschijnlijk is dit alleen weggelegd voor de rijken. Het eiland is bedekt met groene zijkanten, een met gras bedekte bovenkant en het binnenste gedeelte is bedekt met een Palm Oasis. Het onderste gedeelte fungeert als bed voor zee-planktons en oceanische planten (New Future, 2010).*



Afbeelding 1: Eiland van de toekomst (Vincent Callebaut)



Afbeelding 2: Dynamisch gebouw (David Fisher)

Naast deze visie zijn er ook nog allerlei visies over dynamische gebouwen. Bovenstaande draaiende gebouwen wekken energie op doormiddel van de zon en de regen (Pohl, 2009). Deze en andere futuristische projecten zijn te vinden in het themadossier 'Het gebouw van de toekomst'.

### 2.3 Serie themadossiers

Zoals hierboven beschreven staat, komen er in totaal zes themadossiers: vijf gerichte onderwerpen en één futuristisch onderwerp. Om de synergie binnen de naam terug te laten komen is gezocht naar een overkoepelend gedeelte in de naam, aangevuld door de specifieke benaming van het themadossier. Als centraal woord is gekozen voor 'Inspirations' aangezien dit de doelstelling van het gehele dossier is. Hieronder worden de mogelijke namen geformuleerd:

1. Light Inspirations
2. Green Inspirations
3. Shape Inspirations
4. Colour Inspirations
5. Material Inspirations
6. Future Inspirations

Tot slot is er nog geen ondertitel dat ieder themadossier aan elkaar verbindt. De ondertitel die ik sterk zou aanraden te gebruiken is: 'Van inspiratie naar creatie'. Deze slogan dekt de lading van het themadossier en moet als oneliner blijven hangen bij de doelgroep.

## Hoofdstuk 3: Projectgroep samenstellen

Wanneer in de initiatiefase het thema gekozen is, moet er een projectgroep samengesteld worden om alle activiteiten te gaan organiseren. Met deze stap wordt de initiatiefase afgerond. In dit hoofdstuk worden alle verschillende rollen verdeeld en beschreven.

### 3.1 Intern

Het themadossier wordt vanuit de VMRG georganiseerd, daarom wordt het meeste werk achter de schermen ook verricht door de VMRG zelf. De communicatieafdeling is hiervoor verantwoordelijk gesteld. Momenteel is dit één persoon. Hij of zij bepaalt het uiteindelijke thema, gaat opzoek naar een gastinspirator, waarna zij samen een specifiek plan opstellen voor het gehele themadossier. Hoeveel personen de VMRG vanuit de eigen organisatie op het project zet, kan bepaald worden aan de hand van de hoeveelheid interne uren die in het budget (hoofdstuk 7) staan beschreven. Belangrijk is dat één persoon de verantwoordelijke voor het project is. Hij of zij zal te alle tijden het aanspreekpunt zijn. Wel kan er ondersteuning vanuit het bedrijf worden verleend mits dit nodig is.

### 3.2 Gastinspirator

De gastinspirator is het gezicht van het themadossier. Een gastinspirator is een architect, of eventueel een gevelbouwer, die pionier is wat betreft het thema. De eerste stap die de VMRG moet nemen, nadat intern het thema gekozen is, is het zoeken van een gastinspirator.

Eerst moet gekeken worden welke architect gespecialiseerd is in het onderwerp van het themadossier. Dit kan gedaan worden door te kijken naar de verenigingen die gespecialiseerd zijn in het desbetreffende themadossier. Zo was dit bij licht de stichting Living Daylight. In principe is bij iedere gespecialiseerde vereniging wel een of meerdere architecten aangesloten. Vaak heeft de VMRG al eens contact gehad met een van deze architecten vanwege het ruime netwerk dat de VMRG bezit. Daarna moet ook gekeken worden of deze persoon geschikt is om gastinspirator te worden. De gastinspirator moet iemand zijn die overtuigend kan spreken, een goed verhaal heeft en anderen daarmee kan inspireren. Daarnaast moet de gastinspirator professioneel kunnen handelen door mee te denken met de VMRG en zich proactief opstellen. Tot slot moet natuurlijk gevraagd worden of de architect interesse heeft in deze rol. Het is namelijk een rol die redelijk wat tijd kost. Zo moet hij of zij een aantal artikelen schrijven, presentaties verzorgen tijdens regiobijeenkomsten en het gezicht van het themadossier zijn tijdens andere evenementen.

Zoals hiervoor al genoemd is, kan een nieuwe gastinspirator geselecteerd worden uit het ruime relatiebestand dat de VMRG heeft, of er kan via de communicatiekanalen waarvan de VMRG gebruik maakt een oproep gedaan worden.

#### Kosten

Het zijn van gastinspirator heeft voor de gastinspirator zelf voornamelijk voordelen. Zo krijgt deze, samen met zijn bedrijf, veel gratis publiciteit. Wel moeten zij tijd investeren in de activiteiten rondom het themadossier. De regel die de VMRG hanteert rondom het vergoeden van de activiteiten van de gastinspirator is: 'Als de gastinspirator aangeeft tijdens de oriënterende gesprekken, of in een later stadium van het project, dat hij een vergoeding wil voor de gemaakte uren, dan is dit bespreekbaar. Presentaties worden in ieder geval vergoed'. Uiteraard worden hier niet de standaard prijzen voor

gerekend omdat de gastinspirator ook veel gratis publiciteit krijgt. In hoofdstuk 7 (budget) wordt hier meer over verteld. Het is in ieder geval belangrijk dat dit in een vroeg stadium goed onderling overlegd en vastgelegd wordt.

### 3.3 Overige externe partijen

Naast deze twee hoofdpartijen die betrokken zijn bij vrijwel ieder onderdeel van het themadossier, zijn er ook nog andere partijen die deelnemen aan specifieke onderdelen.

#### Studenten

Om architecten een aantal thema-innovaties aan te bieden, moeten deze natuurlijk wel 'uitgevonden' worden. Ieder jaar zijn er studenten bouwkunde die afstuderen op onderwerpen die relevant zijn voor het themadossier. Zo zijn er de afgelopen jaren studenten geweest die innovaties binnen de gevelbranche hebben doorgevoerd. Een voorbeeld hiervan is een 'Espaciel', dit is een lichtreflector naast een raam die door zijn spiegelenwerking extra zonlicht naar binnen kaatst.

De VMRG heeft nauwe banden met de TU Delft en TU Eindhoven. Hiervan kan de VMRG gebruik maken door ruim van tevoren aan te geven waar het volgende themadossier over gaat. Zo kunnen de studenten bijpassende innovaties ontwikkelen. Bouwkundestudenten kunnen op een goede plek afstuderen, aangezien zij ondersteuning en veel gratis publiciteit krijgen. De investering die de VMRG hierin hoeft te doen is minimaal, de uitkomst zal hopelijk een innovatie zijn die door architecten en gevelbouwers opgepikt wordt. In het geval van de 'Espaciel' was dit het geval.

#### Sponsors

Om de kosten te drukken moet er bij ieder themadossier nagedacht worden over sponsors. De VMRG is en blijft een non-profit organisatie waardoor de budgetten laag zijn. Denk bij sponsors aan architecten of gevelbouwers die zijn of haar project of product wil presenteren door middel van een advertorial. Dit kan bijvoorbeeld in het themaboek (hoofdstuk 4) of het plaatsen van content in vakblad GevelBouw.

Naast deze direct betrokken partijen kan er ook gedacht worden aan externe leveranciers. De volgende partijen zouden per themadossier benaderd kunnen worden:

| <b>Categorie</b>                  | <b>Partner</b>                                |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------|
| <u>Duurzaamheid</u>               | Informatie Duurzaam Bouwen<br>Duurzaamgebouwd |
| <u>Vormen</u>                     | Stichting Kunst en Openbare Ruimte            |
| <u>Kleur</u>                      | Stichting Kleur Buiten<br>Flexa Verf          |
| <u>Materiaal</u>                  | Koninklijke Metaalunie                        |
| <u>Het gebouw van de toekomst</u> | Living Tomorrow                               |

Wanneer een sponsoring niet mogelijk is, kan wel gekeken worden naar een eventuele tijdelijke samenwerking met de desbetreffende bedrijven.

## **Architecten & Gevelbouwers**

De laatste groep die betrokken is bij het themadossier zijn de doelgroepen zelf: architecten en gevelbouwers. Aan de ene kant bied je hen veel nieuwe informatie, ervaringen en contacten. Aan de andere kant wordt hun medewerking gevraagd tijdens inspiratiesessies. De ervaring heeft geleerd dat de doelgroepen graag deelnemen aan dergelijke activiteiten, maar dat agenda's erg vol zitten. Hierdoor is het noodzakelijk om in een vroegtijdig stadium met de doelgroepen te communiceren.

## **Architecten organisatie**

Om beter toegang te krijgen tot architecten zou de BNA (Bond Nederlandse Architectuur) of Boosting (Platform voor koplopers in bouwinnovatie) een goede ingang zijn. In plaats van continu architecten in de richting van de VMRG te trekken is het goed om ook naar hen toe te gaan. Voor de BNA en Boosting zou dit ook een aanwinst zijn, aangezien ze onder hun eigen label gratis informatie aan de architecten kunnen verstrekken. Wanneer gekeken wordt naar de activiteiten van BNA en Boosting zijn hierin zeker overeenkomsten met die van de VMRG te zien, namelijk:

- De rol en waarde van de architect in het bouwproces profileren;
- Opleiding, onderzoek & ontwikkeling.

Over eventuele samenwerking op bepaalde gebieden is nog niet besproken, maar dit zou wel moeten gebeuren om architecten zo goed mogelijk te bedienen. Belangrijk is om per themadossier te kijken naar de connecties die de desbetreffende gastinspirator heeft. Vaak is hij of zij aangesloten bij één of meerdere architectenverenigingen waarbij hij of zij directe contacten heeft. Hierdoor wordt de samenwerking met dergelijke partijen makkelijker.

## Hoofdstuk 4: Onderdelen Themadossier

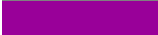
Nadat de initiatiefase is afgerond komt de definitiefase waarin de concrete inhoud wordt vastgesteld. In dit hoofdstuk wordt allereerst het centrale concept besproken, waarna ieder dossieronderdeel apart toegelicht wordt. Uiteindelijk volgen de randvoorwaarden.

### 4.1 Centraal Concept

Om één synergetisch geheel te creëren, is het belangrijk telkens het thema op dezelfde manier in te richten. Dit betekent: dezelfde onderdelen, maar dan wel telkens in het jasje van het desbetreffende thema gegoten.

Ieder thema krijgt een eigen kleur om duidelijk te maken dat het om het desbetreffende themadossiers gaat. Deze kleuren komen ook weer terug binnen de gedrukte en digitale media van het themadossier.

Voor de thema's zijn de volgende kleuren bedacht:

| Themadossier               | Kleur | CMYK                 | Voorbeeld                                                                             |
|----------------------------|-------|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Licht                      | Geel  | C=0, M=0, Y=100 K=0  |    |
| Duurzaamheid               | Groen | C=75 M=5 Y=100 K=0   |    |
| Vormen                     | Blauw | C=100 M=90 Y=10 K=0  |   |
| Kleur                      | Rood  | C=15 M=100 Y=100 K=0 |  |
| Materiaal                  | Grijs | C=0 M=0 Y=0 K=50     |  |
| Het gebouw van de toekomst | Paars | C=0 M=100 Y=0 K=40   |  |

Daar waar mogelijk is gekozen voor een passende kleur, bij de themadossiers 'Vormen' en 'Het gebouw van de toekomst' is geen kleur te verzinnen die direct past bij het thema. In deze gevallen wordt gekozen voor een kleur die nog niet gebruikt is.

Naast de vormgeving hebben alle themadossier een zelfde soort naam (zie paragraaf 2.3) en de zelfde ondertitel, namelijk: 'Van inspiratie naar creatie'.

### Crossmedialiteit

Crossmedialiteit is tegenwoordig steeds belangrijker. Daar waar vroeger iedereen de krant las, omdat daarin het meest actuele nieuws stond, zijn er tegenwoordig veel meer manieren om informatie te verspreiden. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de kwaliteiten van ieder medium. Ook binnen de onderdelen van het themadossier (hoofdstuk 4) en de communicatie daar omheen (hoofdstuk 5) zal crossmedialiteit een belangrijk onderdeel innemen door verbanden te leggen tussen verschillende media. Denk hierbij aan tweets die linken naar het online themadossier of discussies uit de inspiratiesessies die voorgezet worden op LinkedIn.

### 4.2 GevelBouw

De VMRG brengt samen met Louwers Uitgevers iedere twee maanden het magazine GevelBouw uit. In dit magazine heeft de VMRG een katern van zo'n 20 pagina's. De VMRG kan in ieder nummer aandacht besteden aan het themadossier door interessante projecten te plaatsen, kennis te delen en een agenda te plaatsen met evenementen van de komende maanden. Door verschillende contactmomenten te kiezen wordt dit themadossier telkens weer genoemd waardoor de boodschap

beter blijft hangen. Dit is beter dan dat één keer het gehele katern besteed wordt aan het themadossier, de VMRG heeft ook ander nieuws te melden.

### *4.3 Inspiratiesessies*

Het tweede vaste onderdeel per thema zijn de inspiratiesessies. Dit zijn twee sessies waarbij de gastinspirator in gesprek gaat met een groep architecten en een groep gevelbouwers. Ook kan er gekozen worden voor een gemengde groep architecten en gevelbouwers, zodat de verschillende gedachtenpatronen opgemerkt kunnen worden. Dit is tot op heden nog niet gedaan.

De deelnemers (maximaal 10) wordt vooraf gevraagd om een foto mee te nemen die hen inspireert met betrekking tot het thema. Iedereen vertelt waarom juist deze foto inspirerend is. Het is de bedoeling dat er aan de hand van deze beelden een discussie ontstaat over het onderwerp. Om de inspiratiesessie op gang te houden, bedenkt de gastinspirator van tevoren een aantal actuele stellingen over het themadossier, waarbij de deelnemers hun visie per stelling kunnen formuleren. Aan de hand van deze nieuwe informatie die losgekomen is, worden de sessies wat concreter en praktischer. Dit kan door de nieuwe ideeën die ontstaan zijn uit te gaan werken in tekeningen. Dit hoeven in eerste instantie geen ideeën te zijn die direct uitvoerbaar zijn in de praktijk, vaak kunnen 'out of the box' ideeën andere deelnemers weer op nieuwe, verbeterde concepten brengen. Belangrijk bij deze sessies is om de geest de vrije loop te laten, zodat uiteindelijk goede, nieuwe ideeën ontstaan.

De gastinspirator bereidt deze sessie voor, organiseert deze in samenwerking met de VMRG en maakt aan het eind een verslag dat later weer gebruikt kan worden voor het themaboek (paragraaf 4.9). Om de kosten te drukken, zou er ook voor een alternatief gekozen kunnen worden. Hierbij is de communicatieafdeling van de VMRG aanwezig bij de sessies, deze maakt foto's en schrijft het verslag zelf. Bij het eerste themadossier zijn hierbij namelijk veel kosten verloren gegaan, omdat er geen afspraken waren gemaakt over het schrijven van verslagen na de inspiratiesessies.

### *4.4 Award*

Om de kwaliteit van architecten en gevelbouwers te erkennen, kan gebruik gemaakt worden van verschillende awards. Hierbij gaat het om bestaande awards die gekoppeld worden aan het themadossier. Het organiseren van een award van goed niveau is voor de VMRG momenteel niet reëel. Het organiseren neemt voor de VMRG te veel tijd in beslag en ook financieel gezien is dit niet haalbaar. Daarnaast wegen de kosten niet op tegen de baten die de VMRG heeft bij het organiseren van een dergelijke award.

Voordeel van het sponsoren van een award is dat de VMRG niets hoeft te organiseren, maar er wel bij betrokken wordt door architecten en gevelbouwers projecten in te laten sturen. Uiteraard heeft de VMRG verder geen zeggenschap over dergelijke evenementen. Door het sponsoren wordt de VMRG vermeld op de website en op andere communicatie-uitingen. Per voorgesteld thema kunnen de volgende awards overwogen worden:

| Thema                             | Award                                     | Frequentie             | Website                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------------|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Duurzaamheid</b>               | Duurzaam Bouwen Award (DuBo)              | Jaarlijks              | <a href="http://www.awardduurzaambouwen.be/">http://www.awardduurzaambouwen.be/</a>                                                                                         |
|                                   | Global Award for Sustainable Architecture | Jaarlijks              | <a href="http://www.global-award.org/">http://www.global-award.org/</a>                                                                                                     |
|                                   | Award Duurzame Architectuur               | Jaarlijks              | <a href="http://www.fmn.nl/duurzamearchitectuur">http://www.fmn.nl/duurzamearchitectuur</a> & <a href="http://cfp.nl/nl/greenbuildings">http://cfp.nl/nl/greenbuildings</a> |
| <b>Vormen</b>                     | Dutch Design Awards cat. Ruimtelijk       | Jaarlijks              | <a href="http://www.dutchdesignawards.nl/nl/wedstrijd/categorieen/ruimtelijk/">http://www.dutchdesignawards.nl/nl/wedstrijd/categorieen/ruimtelijk/</a>                     |
|                                   | BNA Gebouw van het Jaar                   | Jaarlijks              | <a href="http://www.bnagebouwvanhetjaar.nl">http://www.bnagebouwvanhetjaar.nl</a>                                                                                           |
| <b>Kleur</b>                      | Kleur Buiten Prijs                        | Tweejaarlijks (oneven) | <a href="http://www.kleurbuitenprijs.nl/">http://www.kleurbuitenprijs.nl/</a>                                                                                               |
| <b>Materiaal</b>                  | Aluminium Award                           | Tweejaarlijks (even)   | <a href="http://www.aluminium-award.eu/">http://www.aluminium-award.eu/</a>                                                                                                 |
|                                   | Nationale Staalprijs                      | Tweejaarlijks (even)   | <a href="http://www.bouwenmetstaal.nl">www.bouwenmetstaal.nl</a>                                                                                                            |
| <b>Het gebouw van de toekomst</b> | Dutch Design Awards cat. Future Concepts  | Jaarlijks              | <a href="http://www.dutchdesignawards.nl/nl/wedstrijd/categorieen/future_concepts/">http://www.dutchdesignawards.nl/nl/wedstrijd/categorieen/future_concepts/</a>           |
|                                   | KNX Professionals Domotica Awards         | Jaarlijks              | <a href="http://www.knx-professionals.nl/Project/Awards">http://www.knx-professionals.nl/Project/Awards</a>                                                                 |

Tabel 1: Thema-awards VMRG Inspirations

Binnen deze lijst is het aankomende thema duurzaamheid wel genomen, omdat de VMRG momenteel bezig is met het opzetten van het tweede themadossier.

#### 4.5 Regiobijeenkomsten VMRG

Twee maal per jaar, in april en november, organiseert de VMRG zes regiobijeenkomsten (twee maal per jaar, drie dezelfde bijeenkomsten voor de regio's Noord, Midden en Zuid) voor leden en partners. Hierbij kan aandacht besteed worden aan het themadossier. Innovatie is een van de vier pijlers die tijdens deze bijeenkomsten vast op de agenda staat en vanuit die gedachte zou het themadossier daar goed binnenpassen. De gastinspirator of de directeur van de VMRG geeft tijdens een regiobijeenkomst de officiële start van ieder thema en tijdens tussentijdse bijeenkomsten een update. Ook de innovaties (paragraaf 4.7) kunnen hier gepresenteerd worden. Tijdens de regiobijeenkomst is geen ruimte voor interactie in verband met het grote aantal bezoekers van dit evenement. Dit moet dan ook als eenzijdige (top-down) communicatie worden gezien. De inspiratiesessies zijn betere momenten om interactie (tweezijdige communicatie) te zoeken.

#### 4.6 Bijeenkomsten architecten

De BNA kent regiobijeenkomsten (5 regio's) waarbinnen allerlei activiteiten voor architecten georganiseerd worden. Hierin zou de VMRG goed kunnen participeren door de gastinspirator, een architect, een presentatie te laten geven in iedere regio over het themadossier. Besproken wordt welke kennis en regelgeving relevant is, wat interessante voorbeeldprojecten zijn etc. Daarnaast wordt er verteld waar meer informatie te vinden is en wat er georganiseerd wordt door de VMRG. Naast de BNA zou ook gekozen kunnen worden voor Boosting. Boosting heeft geen vaste regiobijeenkomsten maar organiseert wel regelmatig evenementen, waar de VMRG een presentatie kan geven.

Hieronder staat een globaal programma weergegeven van een architectenbijeenkomst met daarin de presentatie van het themadossier:

- 15.30 - 15.45 uur: Ontvangst
- 15.45 - 16.00 uur: Presentatie Architect
- 16.00 - 17.00 uur: Wandeling met aansluitend rondleiding (locatie is een interessant architectonisch gebouw)
- 17.00 - 17.45 uur: Kringvergadering
- 17.45 - 18.00 uur: Presentatie Themadossier
- 18.00 uur: Afsluiting

#### 4.7 Innovatieprojecten

Tijdens ieder themadossier komen enkele innovatieprojecten aan bod. Zoals in paragraaf 3.3 al beschreven werd, worden er tijdens ieder themadossier twee of meer innovaties behandeld die door studenten gemaakt zijn. De VMRG kan hierbij gebruik maken van de goede connecties met TU Eindhoven en TU Delft. Het is gebleken dat de VMRG een interessant bedrijf is om af te studeren. Dit aangezien de mogelijkheden groot zijn en de publiciteit die eromheen gegenereerd wordt aanzienlijk is. De begeleiding voor de VMRG is minimaal, aangezien het om een afstudeerstage gaat, waarbij de VMRG een opdracht opstelt en studenten aan de hand daarvan kiezen om de opdracht uit te voeren. Uiteindelijk kunnen de studenten een dergelijk project kort presenteren tijdens de regiobijeenkomsten van de VMRG. Om het interessanter te maken wil de VMRG een prijs koppelen aan de beste innovatie die door een afstudeerder is ingediend. Denk hierbij aan een prijs van 750 euro en een prototype van de innovatie. Door deze prijs krijgt de VMRG tegen relatief lage kosten toch promotie voor de afstudeeropdracht, waarmee weer veel gedaan kan worden. Om veel aanmeldingen te krijgen kan er op de websites van de TU Delft en TU Eindhoven een bericht geplaatst worden over de opdracht. Tot slot kan als naam voor deze prijs gedacht worden aan: VMRG <naam themadossier NL>prijs of <naam themadossier EN>Inspirations prijs. Zo zou bij het tweede thema gekozen kunnen worden voor VMRG duurzaamheidsprijs of Green Inspirations prijs.

Het kan natuurlijk zo zijn dat het niet lukt innovatieprojecten van een goed niveau te presenteren, dan kunnen er altijd algemene innovaties gepresenteerd worden. Deze zijn dan uiteraard niet vanuit de VMRG ontwikkeld, maar door actief te zoeken naar innovaties. Bestaande (internationale) innovaties kunnen door VMRG getest worden in het Kenniscentrum Gevelbouw, waarna de VMRG de doelgroep op maat kan informeren over de innovatie en uitgevoerde tests.

#### 4.8 Website

Pijlers speciaal voor architecten zijn prominent op de website van de VMRG aanwezig. De website is het centrale deel waar allerlei interessante projecten, innovaties en actualiteiten ontstaan. Binnen alle themadossiers moet dit een centraal punt blijven. Een aanpassing die gedaan moet worden is dat er een rechtstreekse URL naar ieder themadossier komt. Denk hierbij aan [www.vmr.nl/licht](http://www.vmr.nl/licht) of [www.vmr.nl/groen](http://www.vmr.nl/groen). Daarnaast kunnen leden en partners zelf projecten gaan uploaden bij deze themadossiers. Dit wordt gedaan door middel van een formulier waar gegevens met betrekking tot het project ingevuld moeten worden. Denk aan de naam van de architect en gevelbouwer, opleveringsjaar en een beschrijving van het project met betrekking tot het desbetreffende themadossier. Hierbij kunnen leden en partners rechtenvrije foto's uploaden die bij het project getoond worden. Aangezien dit gratis publiciteit is voor de architecten en gevelbouwers, zijn velen bereid om hun projecten op zoveel mogelijk verschillende plaatsen te tonen. Belangrijk is wel om duidelijk aan te geven dat architecten verantwoordelijk zijn voor het verkrijgen van de fotorechten.

#### 4.9 Themaboek

Als afsluiting van ieder thema is gezocht naar een communicatiemiddel dat bewaard kan worden, zodat het op ieder moment weer voor nieuwe inspiratie kan zorgen. Daarom is er gekozen voor een themaboek. Dit 80 pagina's tellende boek vat aan de ene kant samen wat er rond het themadossier georganiseerd is, aan de andere kant bevat het ook weer nieuwe projecten en kennis om op die manier de aandacht te blijven trekken van de doelgroep. Bij het themaboek kan aan de volgende onderdelen gedacht worden.

- Visies;
- Kennis;
- Inspiratieprojecten;
- Inspiratiesessies;
- Award;
- Innovaties;
- Vooruitblik volgend thema.

De namen van de boekonderdelen moeten wel aangepast worden op de desbetreffende thema's om zo meer synergie binnen ieder themaboek te krijgen. Zo is bij het themadossier licht gekozen voor: Zicht op Licht (visies gastinspirator en directeur VMRG), Inzicht in Licht (kennis), Lichtinspiratie (inspiratieprojecten), Lichtsessies (inspiratiesessies), Daylight Award (award), Lichtpunten (visie deelnemers inspiratiesessies) etc.

De specificaties van het themaboek zijn terug te vinden in bijlage A.

Bij het opstellen van het themaboek zijn een aantal zaken van belang om binnen afzienbare tijd een goed boek op te leveren. Zo moeten er foto's van allerlei projecten en personen geregeld worden, moeten er teksten overgenomen en herschreven worden én moet het uiteindelijk vormgegeven worden tot een synergetisch themaboek.

#### 4.9.1 Foto's

Het meest tijdrovende is het verkrijgen van fotorechten rondom de inspiratieprojecten, de projecten die tijdens de inspiratiesessies zijn behandeld en de meegebrachte foto's van de deelnemers aan deze sessies. Daarom is het belangrijk om hier in een vroeg stadium mee te beginnen. Het verkrijgen van foto's kan via verschillende kanalen, namelijk:

1. Gevelbouwers/toeleveranciers;
2. Architecten;
3. Fotografen.

De nummers 1,2 en 3 zijn hierbij ook de volgorde waarin om foto's gevraagd wordt. Allereerst kunnen dus de gevelbouwers en/of toeleveranciers benaderd worden. Zij kopen vaak de rechten voor een aantal foto's af. Hierbij mogen ze de foto's gebruiken 'voor promotionele doeleinden' van de desbetreffende bedrijven. Wanneer deze regeling is vastgelegd tussen de fotograaf en de gevelbouwer kunnen de foto's gebruikt worden voor publicatie in het themaboek.

Wanneer de gevelbouwer geen fotorechten heeft afgekocht, kan dezelfde procedure herhaald worden bij de architect. In het geval er geen regeling is getroffen waarbij de architect en/of gevelbouwer de foto's voor promotionele doeleinden mag gebruiken, kunnen foto's opgevraagd worden bij fotografen. Hierbij moet rekening gehouden worden dat fotografen vaak geld willen voor dergelijke foto's. Voor verenigingen, zoals de VMRG, willen sommigen een uitzondering maken. Anders moet er kritisch gekeken worden naar de kosten van dergelijke foto's omdat de budgetten beperkt zijn. Normaal kosten dergelijke foto's namelijk €80, - per stuk, maar wanneer meerdere foto's worden afgenomen, is hier goed over te onderhandelen. Belangrijk is het om wel in het boek te vermelden wie de fotograaf van welke foto is.

Tot slot komen er ook visiebladen en inspiratiesessies waarbij foto's van bepaalde projecten geplaatst worden, ook hier geldt dezelfde procedure als die hierboven beschreven is.

#### **Overig beeldmateriaal**

Naast projectfoto's komen er nog portretfoto's, grafieken, tabellen en/of tekeningen in.

- Portretfoto's zijn vrij te gebruiken wanneer deze opgevraagd zijn bij de eigenaar (deelnemers inspiratiesessies);
- Tekeningen van deelnemers zijn door henzelf gemaakt, dus vrij te gebruiken;
- Bij het kennisonderdeel worden vaak tabellen, grafieken etc. gebruikt om ook dit informatieve gedeelte enigszins aantrekkelijk te maken. De gastinspirator heeft meestal veel materiaal in zijn bezit, anders zal dit uit externe bronnen verkregen moeten worden. Hierbij is in de meeste gevallen een naamsvermelding voldoende.

#### 4.9.2 Teksten

De teksten voor het themaboek worden grotendeels verzameld en herschreven. Hieronder staat per onderdeel aangegeven welke teksten waar vandaan komen:

| <b>Tekst</b>                            | <b>Aanlevering</b>                                                                |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Voorwoord                               | - Directeur VMRG                                                                  |
| Visies gastinspirator en directeur VMRG | - Directeur VMRG & Gastinspirator                                                 |
| Kennis                                  | - Gastinspirator of VMRG (afhankelijk van budget)                                 |
| Inspiratieprojecten*                    | - Navraag bij architecten en/of gevelbouwers<br>- GevelBouw (bestaande projecten) |
| Inspiratiesessies*                      | - Gastinspirator (verslag)                                                        |
| Award*                                  | - VMRG / Organisator award (persbericht)                                          |
| Innovaties                              | - Studenten / VMRG                                                                |
| Vooruitblik volgend thema               | - Gastinspirator                                                                  |

\*Teksten zijn al aanwezig

Zoals te zien is, zijn de grootste onderdelen van het themaboek al aanwezig, waardoor er relatief weinig nieuwe input geleverd hoeft te worden. Wel moet er gezorgd worden dat het voorwoord en de visies geschreven worden door de directeur en de gastinspirator.

Het schrijven van het kennisonderdeel hangt af van het beschikbare budget. Wanneer hier budget voor is, kan dit aangeleverd worden door de gastinspirator, anders kan dit geschreven worden door de VMRG zelf. Vaak is deze kennis al beschikbaar via andere kanalen (internet of boeken), aangezien het om basiskennis gaat. Het schrijven van een dergelijk artikel zal de VMRG relatief gezien wel meer tijd kosten, omdat de communicatieadviseur zich wel eerst moet inlezen voordat het schrijven van start kan gaan.

Inspiratieprojecten staan deels al in GevelBouw, daarnaast worden er nieuwe projecten geplaatst om vernieuwend richting de doelgroep te blijven. Teksten kunnen hierbij vaak aangevraagd worden bij architecten. Over het algemeen beschikken zij wel over geschreven teksten per project dat zij ontworpen hebben. Anders kunnen altijd websites als [www.architectenweb.nl](http://www.architectenweb.nl) geraadpleegd worden voor meer informatie.

Tot slot schrijven de studenten enkele pagina's over hun innovatie en de nieuwe gastinspirator geeft vast een vooruitblik op het volgende thema.

Het schrijfwerk voor de VMRG lijkt vrij minimaal, echter moeten alle teksten correctiegelezen worden en wanneer nodig compleet herschreven worden om synergie binnen het themaboek te behouden.

#### 4.9.3 Vormgeving

Wanneer al het materiaal (teksten en foto's) verzameld is, moet het vormgegeven worden tot een themaboek. De vormgeving voor het eerste boek stond in principe redelijk vrij, maar vervolgboeken worden op dezelfde manier vormgegeven als het eerste themaboek. Het huidige Indesign-bestand kan telkens als sjabloon worden gebruikt voor een nieuw themaboek.

Hieronder staan enkele regels weergegeven qua vormgeving:

### Binnenwerk

- Kleuren: CMYK;
- Fotoresolutie: 300 dpi, maximale plaatsing 150% = 200 dpi;
- Overlap pagina: 3mm;
- Kolommen: 2 wanneer mogelijk, anders 1;
- Marge: 20mm
- Kolomruimte: 8mm;
- Bolletjes rechts: 100% tint, 66% transparency, kleur (paragraaf 4.1);
- Bolletjes links: Wit (C=0 M=0 Y=0 K=0) 100%, 66% transparency;
- Gekleurde visiepagina's: 80% tint, kleur (zie paragraaf 4.1);
- 80 pagina's (210mm x 210 mm), geen spread.
- Lettertype: Calibri 11pt. (Overige stijlen staan in Light\_Inspirationsv3\_inhoud\_Compleet.ind)

### Voorpagina

- Kleuren: 2 kleurendruk, Pantone Process Coated;
- 20 mm (overlap) + 215 mm (pagina) + 9,5 mm (rug) + 215 mm + 20 mm = 479,5 mm breed;
- 20 mm (overlap) + 210 mm (pagina) + 20 mm = 250 mm hoog.

### Schutbladen

- Kleuren: CMYK (1 tint);
- 1 pagina (420mm x 210mm).

### *4.9.4 Drukken*

Bij de vormgeving moet al rekening gehouden met de specificaties die aangehouden dienen te worden bij de drukker. Hieronder staan de specificaties die in Adobe Indesign gebruikt worden om het kant-en-klaar aan te leveren bij de drukker:

#### General

Compatibility: Acrobat 4 (PDF 1.3)

Pages: All

Spreads: No

Export Layers: Visible Layers

#### Compression

Image Quality: Maximum

Compression: Automatic

Bicubic Downsampling: >450 pixels per inch naar 300 pixels per inch

#### Marks and Bleeds

Printermarks: Crop and Registration

Offset: 3mm

Bleed: 3mm

#### Output

Colour conversion: Convert to Destination (Preserve Numbers)

Destination: Euroscale Uncoated V2

Profile Inclusion Policy: Don't Include Profiles

#### Advanced

Transparency Flattener: High Resolution

#### 4.10 Randvoorwaarden

In paragraaf 1.5 is met de MOSQUITO-methode al een manier aangegeven waarmee de randvoorwaarden voor het project zijn vastgesteld. Hier worden de belangrijkste uitgelicht.

##### **Tijd**

De tijd die voor een themadossier staat is 1,5 jaar (zie paragraaf 6.1), hierbinnen moet het themadossier afgerond worden. Wanneer het project dreigt uit te lopen of bepaalde onderdelen nog niet georganiseerd zijn, moet hierover een beslissing komen. Als er maar acht projecten staan in het vakblad GevelBouw in plaats van negen, zal dit geen grote problemen opleveren. Wanneer het niet lukt om binnen de projecttijd twee inspiratiesessies te organiseren, zal dit grotere problemen opleveren, aangezien hier een verslag van komt in het themaboek.

##### **Geld**

Het maximale budget voor het themadossier is €40.000. Wanneer het goedkoper kan, is dit altijd meegenomen. Het kan mogelijk zijn dat de kosten uit de hand dreigen te lopen, hierop kan worden geanticipeerd door of te bezuinigen op bepaalde onderdelen, of een onderdeel te schrappen. In het budget, hoofdstuk 7, is te zien dat het plaatsen van een advertentie vrij duur is, hierop kan worden bezuinigd door deze te schrappen wanneer dit nodig is.

##### **Kwaliteit**

De VMRG streeft naar zo hoog mogelijke kwaliteit, maar geld is in het geval van de VMRG een belangrijkere factor. De VMRG zal in eerste instantie bepalen wat de kwaliteit van de op te leveren producten en activiteiten is. Wanneer uit de evaluatie blijkt dat de doelgroep niet tevreden is over de afgeleverde producten of diensten, moet overwogen worden om hierin een verandering aan te brengen.

Enkele eisen hiervoor zijn:

- Themaonderdelen dienen informerend ofwel inspirerend te zijn;
- Onderdelen dienen door de betrokkenen minimaal met een 'voldoende' beoordeeld te worden;
- De doelgroep dient op een goede manier bereikt te worden.

# Hoofdstuk 5: Communicatie

Het dossier is opgesteld, de volgende stap is het betrekken van de doelgroep bij het dossier. Ook dit is onderdeel van de definitiefase, waarin de globale inhoud van het themadossier wordt vastgesteld. Bij het betrekken van de doelgroepen is communicatie van essentieel belang. Door ze telkens van nieuwe informatie te voorzien rondom het thema en te laten zien dat dit hen echt inspiratie oplevert, wat het uiteindelijke doel is, moeten architecten in gaan zien dat het nuttig is om het themadossier te volgen. Om dit te bewerkstelligen zijn er verschillende mogelijkheden. Hierbij moet aandacht besteed worden aan de bestaande kanalen, maar moet ook zeker aan nieuwe media.

## 5.1 Kanalen VMRG

De VMRG maakt zelf al gebruik van een aantal middelen, namelijk: website, print en evenementen. Deze zullen hieronder toegelicht worden.

### 5.1.1 Online

#### **Website VMRG**

Naast het themadossier dat een speciaal gedeelte op de website van de VMRG heeft, kan er op de homepage nog speciale aandacht aan het dossier besteed worden. Zo is het goed dat er aan de linkerkant van de website een speciale kolom staat met betrekking tot het themadossier. Wat hieraan nog toegevoegd moet worden is een lijst met de meest recente berichten die toegevoegd zijn aan het themadossier. Dit voorkomt dat bezoekers zelf op zoek moeten naar de meest recente berichten. Aan de website is goed te zien dat architecten een belangrijke doelgroep voor de VMRG is aangezien dit onderdeel op een centrale plaats van de VMRG-website staat.

#### **Intranet website VMRG**

Op het besloten deel van de VMRG-website kunnen partners en leden extra informatie vinden die buitenstaanders niet kunnen zien. Hierbij gaat het om specifieke informatie, die alleen voor leden en partners te lezen of te downloaden is. Denk hierbij aan presentaties van bijeenkomsten of downloads van brochures/boeken waar niet-leden en -partners voor moeten betalen. Het zou goed zijn om ook specifieke informatie met betrekking tot ieder themadossier te plaatsen. Hier moet wel een aparte pagina voor komen, omdat anders de structuur van het intranet compleet verdwijnt.

Naast de presentaties kunnen ook de specifieke richtlijnen en kwaliteitseisen in een los document geplaatst worden, momenteel is er namelijk alleen het VMRG-Kwaliteitseisenboek. Zo kunnen gevelbouwers direct zien wat er allemaal bij de regelgeving rond ieder thema komt kijken. Tot slot kunnen er nog allerlei checklists en formulieren geplaatst worden om zo te controleren of gebouwen die gebouwd worden, voldoen aan criteria die horen bij het desbetreffende thema. Bij duurzaamheid zou je bijvoorbeeld een formulier kunnen maken om te kijken binnen welk energielabel het gebouw valt.

#### **Digitale Nieuwsbrief**

De VMRG maakt sinds kort gebruik van digitale nieuwsbrieven. Alle artikelen bevatten links naar de intranet-website van de VMRG. Het is de bedoeling dat er in iedere VMRG-nieuwsbrief voor leden en partners één of meer artikelen gewijd worden aan het themadossier.

Daarnaast is er een nieuwsbrief Inspiratieprojecten VMRG in ontwikkeling. Deze gaat behalve naar leden en partners ook naar architecten en andere geïnteresseerden. Hierin staan de meest recente inspiratieprojecten van de VMRG-website met uiteraard links naar deze projecten. Deze nieuwsbrief komt uit wanneer er door leden en partners voldoende nieuwe projecten zijn aangeleverd om een nieuwsbrief te vullen. Te overwegen is om in deze nieuwsbrief een deel te wijden aan het desbetreffende themadossier met inspirerende projecten. Wellicht moet de opzet van de nieuwsbrief of de website veranderen aangezien deze nieuwsbrief automatisch vanuit de website gegenereerd kan worden.

De nieuwsbrief komt iedere twee maanden uit en bevat zo'n twaalf tot vijftien artikelen. Hierbij staat er allereerst een column van de directeur. Daaronder staan enkele artikelintro's met bijbehorende foto. De laatste artikelen worden alleen door middel van de kop getoond, deze zijn tevens een link naar het complete bericht is.

De VMRG heeft ervoor gekozen om architecten zichzelf aan te laten melden voor deze nieuwsbrief. Hierdoor wordt duidelijk wie echt geïnteresseerd is in de themadossiers en wie niet.

### *5.1.2 Print*

#### **Persbericht**

Wanneer de VMRG nieuws heeft te melden wordt gebruik gemaakt van persberichten. Ook binnen het themadossier is het goed om hiervan gebruik te maken. Belangrijk is wel dat er echt iets te melden valt. Het blijft tenslotte een gok of de berichten ook echt geplaatst worden, aangezien het een gratis manier van publiciteit genereren is. De ervaring leert dat wanneer er iets nieuws te melden is, de desbetreffende media dit vaak overnemen. Gedacht kan worden aan een persbericht over het uitbrengen van een themaboek of het bekend maken van de winnaars van de desbetreffende awards rond het themadossier. VMRG bezit al perslijsten waarin contactgegevens van de desbetreffende media staan.

#### **Redactionele pagina's**

De VMRG heeft doorlopend redactionele bijdragen in diverse vakbladen uit de branche. Zo is er een vaste samenwerking met 'Raam en Deur' en vakblad 'Profiel'. Maar ook in andere vakbladen verschijnen publicaties van de VMRG. In vakblad 'Raam en Deur' heeft de VMRG iedere twee maanden één pagina waarin een artikel en een column van de directeur van de VMRG staat. In een van deze columns of artikelen zou de VMRG aandacht kunnen besteden aan het themadossier. In 'Profiel' staan één of twee pagina's met nieuws van VMRG-bedrijven, hier zou telkens een bericht kunnen komen wat een bedrijf doet met betrekking tot het desbetreffende themadossier.

Met de metalen gevel en ramen branche bereik je waarschijnlijk een groot deel van de VMRG-leden en -partners, maar architecten juist veel minder. Zij zijn meer geïnteresseerd in literatuur die verspreid wordt via de vakbladen voor architecten. Enkele populaire titels hierbij zijn 'De Architect', 'Architectenweb Magazine' en 'Architectuur NL'. Daarnaast lezen ze ook internationale bladen zoals 'Mark Magazine' en 'Architectural Review'. Er zou voor gekozen kunnen worden om hierin advertorials te plaatsen of een redactionele bijdrage aan te leveren. Momenteel wordt hier nog geen gebruik van gemaakt. Kosten voor deze advertenties staan in hoofdstuk 7 en bijlage B.

### 5.1.3 Bijeenkomsten

Naast de regiobijeenkomsten die onderdeel zijn van het themadossier, organiseert de VMRG meer bijeenkomsten waarbij aandacht gevraagd kan worden voor de themadossiers. Zo is er één keer per jaar de directiedag en de marktdag, is er de algemene ledenvergadering, zijn er businessclub-bijeenkomsten en worden er excursies georganiseerd. Ook hierbij zouden onderdelen van het themadossier terug kunnen komen.

## 5.2 Sociale Media

Binnen de VMRG is al een aantal keer gekeken hoe er via nieuwe media contact gezocht kan worden met de doelgroepen. Zo zijn er tijdens regiobijeenkomsten met de VMRG partners en leden al presentaties geweest over het nut van sociale media. Gevelbouwers en leveranciers lopen daarin nog achter, maar architecten zijn steeds actiever op sociale media zoals LinkedIn en Twitter.

### LinkedIn

De VMRG heeft een LinkedIn-groep waarop 408 mensen actief zijn. Dit is een discussieplatform waarop dagelijks nieuwe posts komen. Discussies gaan over allerlei zaken van 'Is de Poolse producent een gevaar voor Nederlandse bedrijven?' tot 'Van Dijk-Inpijn zoekt een Werkvoorbereider / Projectleider voor de afdeling Geveltechniek'. De VMRG zou ook gebruik van LinkedIn kunnen maken binnen de themadossiers. Discussies die bij de inspiratiesessies op gang komen kunnen via de LinkedIn-groep voortgezet worden. Dit benadrukt het crossmediale karakter van het themadossier. Belangrijk kenmerk van LinkedIn is het zakelijke aspect, het moet geen discussie zonder enige inhoud worden. Ook moet er overwogen worden om een subgroep aan te maken. Hierdoor kunnen architecten lid van worden om op deze manier niet alle niet gerelateerde berichten te ontvangen. Wel moeten VMRG-leden en -partners zich weer apart aanmelden bij deze subgroep.

### Twitter

Tot op heden maakt de VMRG zelf geen gebruik van Twitter, omdat de doelgroep hier ook nog weinig gebruik van maakt. Als VMRG gebruik gaat maken van dit medium, zullen er altijd mensen zijn die ook gaan te twitteren en anderen inspireren. Nu er met architecten een nieuwe doelgroep wordt aangesproken, zou Twitter ook voor hen een uitkomst zijn. Vergeleken met gevelbouwers, zijn architecten momenteel actiever op Twitter.

Het is voor de VMRG dus raadzaam om een algemeen Twitter-account aan te maken, ook al zijn er nog weinig gevelbouwers die dit medium gebruiken. Momenteel bestaat het account @VMRG al, daarom is er al een alternatief account aangemaakt: @VMRGbranche.

Omdat het themadossier voor de VMRG een andere doelgroep kent dan gebruikelijk, is het slim om naast het algemene account een alternatief account aan te maken: @VMRGinspiration. Dit account geeft specifieke informatie over de themadossiers.

@VMRGinspiration zal een account worden waarmee specifiek over de themadossiers wordt getwitterd. Berichten over nieuwe gebouwen, innovaties en bijeenkomsten zullen hierbij getweet worden. Deze tweets kunnen natuurlijk door middel van een 'tiny-URL' weer linken naar de VMRG-website. Daarnaast kunnen er algemene architectuur- en inspiratieberichten getweet worden. Hoe doen andere beroepstakken inspiratie op? Welke technieken kun je gebruiken? Hierdoor ontstaat een groot totaalconcept rondom het thema.

# Hoofdstuk 6: Planning

Wanneer de definitiefase afgerond is, kan de realisatiefase beginnen. Alle activiteiten die gekozen zijn en de communicatie die er omheen bepaald is, moet in een goede planning opgesteld worden. Eerst wordt er gekeken naar de algemene duur van een themadossier, waarna een planning van een compleet themadossier wordt gegeven.

## 6.1 Projectduur

De eerste vraag die gesteld moet worden is: hoelang laten we een themadossier lopen? Het eerste themadossier 'licht' heeft ruim twee jaar gelopen, dit werd als vrij lang ervaren. Aangezien er nog vijf themadossiers komen, zou er dan een plan zijn t/m 2021. Om de vernieuwing binnen de themadossiers enigszins op gang te houden zou de tijdsduur korter moeten. De meest logische optie zou zijn om dan van één jaar uit te gaan. Dit is echter een te korte tijd, aangezien architecten vaak drukke agenda's hebben en er ook nog enige regeltijd overheen gaat om een dergelijk themadossier te organiseren.

De tussenliggende optie, 1,5 jaar, zou qua tijd het meest gunstige zijn. Binnen deze 1,5 jaar is er van alles te realiseren, alleen krijg je verschillende begin- en eindpunten van de themadossiers. Hierdoor moet er een keuze gemaakt worden, waarbij de inhoud van het dossier belangrijker zou moeten zijn dan de ongunstige tijdsduur. Het advies is hierbij om 1,5 jaar aan te houden waarbij de dossiers beginnen in de volgende maanden.

| <b>Themadossier</b>   | <b>Van</b>   | <b>Tot</b>   |
|-----------------------|--------------|--------------|
| Green Inspirations    | Juni 2011    | Januari 2013 |
| Shape Inspirations    | Januari 2013 | Juni 2014    |
| Colour Inspirations   | Juni 2014    | Januari 2016 |
| Material Inspirations | Januari 2016 | Juni 2017    |
| Future Inspirations   | Juni 2017    | Januari 2019 |

## 6.2 Projectplanning

Nu de globale projectduur is vastgesteld, moet ook gekeken worden naar een individuele planning per onderdeel van het themadossier verdeeld over de 1,5 jaar. De enige onzekerheid hierbij zijn de awards, omdat de VMRG hier geen invloed op heeft. In de planning moet hiermee rekening gehouden worden. Alle onderdelen van het themadossier (H4) en de relevante communicatie (H5) worden hieronder beschreven met de bijbehorende communicatiefrequentie. In bijlage C is daarnaast het bijbehorende projectschema te vinden.

### 6.2.1 Themadossier

#### GevelBouw

Het tijdschrift GevelBouw komt zes maal per jaar uit, in iedere uitgave komt één project en eventueel een column met betrekking tot het themadossier. Daarnaast kan er bij de 'nieuwtjes' nog bericht worden over evenementen of innovaties. Over achttien maanden zijn er negen contactmomenten in GevelBouw.

### **Inspiratiesessies**

In totaal wordt er voor twee groepen inspiratiesessies georganiseerd. Afhankelijk van de grootte van de groep (maximaal tien) wordt er besloten om per doelgroep één of twee sessies te organiseren. In totaal zouden er dus twee tot vier sessies georganiseerd worden. In de planning worden er daarom twee sessies en twee reservesessies opgenomen. De eerste sessies zullen ongeveer na zeven maanden zijn. De reden hiervoor is dat er enige voorbereidingstijd is voordat de eerste inspiratiesessie kan plaatsvinden.

### **Award**

Aan ieder themadossier wordt één award gekoppeld. Over het tijdstip valt weinig te zeggen, aangezien dit een van de weinige factoren is die VMRG niet in eigen hand heeft. De meeste awards zijn jaarlijks, waardoor er minimaal één, maximaal twee awards per themadossier zijn. Op dit moment kan nog niet vastgesteld worden wanneer welke awarduitreiking is. Over het algemeen is dit wel rond een vaste datum, maar nu kan nog niet gezegd worden of dit over vijf jaar nog zo is. Bij andere awards moet er dus gekeken of dit gunstig uitkomt. In het geval van de Kleur Buiten Prijs is dit zo, aangezien dit evenement iedere twee jaar (aan het begin van een oneven jaar) gehouden wordt. Het dossier loopt hierbij van juni 2014 tot januari 2016, de awarduitreiking zou hierbij in februari 2015 zijn.

### **Regiobijeenkomsten VMRG**

Twee maal per jaar, in april en november, organiseert de VMRG regiobijeenkomsten (3 dezelfde bijeenkomsten voor de regio's Noord, Midden en Zuid). Per themadossier zijn er drie regiobijeenkomsten waar aandacht aan het themadossier besteed kan worden. Tijdens de eerste bijeenkomst spreekt de gastinspirator, bij de tweede zou dit de sponsor kunnen zijn en bij de derde een innovatieproject. Echter moet bij het innovatieproject wel gekeken worden wanneer de studenten dit kunnen presenteren in verband met afstudeerperiodes. Vaak zou dit in april (tijdens het studiejaar) of in november (net na het studiejaar) gepresenteerd kunnen worden.

### **Regiobijeenkomsten architecten**

Tijdens de bijeenkomsten van de BNA of Boosting (afhankelijk van gastinspirator), kan de gastinspirator van het themadossier een korte presentatie houden. Bij BNA zijn er vijf regio's, waarbij iedere regio één maal bezocht wordt. Bij Boosting is er geen verdeling in regio's waardoor je met minder bijeenkomsten, toch een groot bereik kunt genereren. Hierbij wordt uitgegaan van twee presentaties.

### **Website**

De website is een continue factor die gedurende het 1,5 jaar durende themadossier online is en na het themadossier ook zichtbaar blijft. Het is wel de bedoeling om regelmatig iets te posten, denk hierbij aan minimaal één bericht per twee weken. Dit hoeven niet per se grote berichten te zijn. Dit kan gaan over nieuwe projecten, andere activiteiten rond het themadossier of inspireren in het algemeen. Het plaatsen van méér goede berichten is in principe alleen maar beter.

### **Innovatieprojecten**

Afhankelijk van de afstudeerperiodes van de studenten moet gekeken worden naar de planning van de innovatieprojecten. Aangezien er jaarlijks afstudeerders zijn, is het binnen 1,5 jaar zeker mogelijk innovatieprojecten te plaatsen. Wanneer dit kan, worden de projecten verspreid opgenomen in het dossier, anders tegelijk.

## **Themaboek**

Het themaboek komt aan het eind van ieder themadossier uit, aangezien dit een complete samenvatting van het gehele dossier is. Er moet gezocht worden naar een goed moment om dit officieel af te sluiten. De VMRG organiseert door het jaar heen verschillende congressen, regiobijeenkomsten en marktdagen waarbij dit gepresenteerd kan worden.

### **6.2.2 Communicatie**

#### **Digitale Nieuwsbrief**

Het streven is om de digitale inspiratienieuwsbrief iedere 3 maanden uit te laten komen, waardoor er in totaal 6 nieuwsbrieven per themadossier gepubliceerd worden. Hierbij is de VMRG afhankelijk van leden en partners. Er moet dus continu naar leden en partners gecommuniceerd worden dat ze zelf projecten kunnen aanleveren en er moet actief gevraagd worden om interessante projecten te plaatsen. Specificaties met betrekking tot de omvang van de nieuwsbrief staan in paragraaf 5.1.1.

#### **Persbericht**

Persberichten moeten spaarzaam ingezet worden, omdat anders de kracht ervan verloren gaat. Gedacht kan worden aan drie persberichten per themadossier.

- Introductie Themadossier: begin
- Winnaars award: variabel
- Innovatieproject: variabel

#### **Redactionele pagina's**

Vakblad Raam en Deur verschijnt zes keer per jaar, dus negen maal gedurende het themadossier. Aangezien de VMRG meer nieuws te melden heeft, zou de VMRG twee maal de column of het artikel kunnen gebruiken om te berichten over het themadossier. Dit zou na een aantal maanden kunnen zijn en het eind. Dit om enige spreiding te houden.

Het vakblad 'Profiel' wordt zes keer per jaar, dus negen maal gedurende het themadossier uitgegeven. Er zou telkens een bericht geplaatst kunnen worden wat een bedrijf doet ten opzichte van het desbetreffende thema.

#### **Twitter**

Twitter wordt net als de website een vrij continu medium, aangezien de kracht van Twitter is dat korte berichten in redelijk hoge frequentie verstuurd kunnen worden. Gedacht kan worden aan minimaal drie twitterberichten per week. De twitterberichten worden niet opgenomen in de complete planning (bijlage C), aangezien dit ruim 200 contactmomenten zou opleveren.

#### **LinkedIn**

Op de LinkedIn-pagina van de VMRG worden voornamelijk nieuwe discussies geopend door de leden van de groep. De VMRG zou maandelijks een nieuwe discussie kunnen openen met betrekking tot het themadossier. Hierbij kan het gaan om actualiteiten die op de website staan, maar ook stellingen etc. Hierdoor krijg je achttien discussies in 1,5 jaar op de LinkedIn-groep van de VMRG. Op deze pagina zou de volgende stelling bijvoorbeeld gebruikt kunnen worden: 'De bouwwetgeving met betrekking tot licht is achterhaald en moet vervangen worden'.

## Hoofdstuk 7: Budget

Alles voor het themadossier is ingepland, waar bij de inzet van middelen al globaal rekening is gehouden met de beschikbare budgetten van de VMRG. Nu moeten er specifieke budgetten gehangen worden aan de activiteiten en moet er gekeken worden of dit binnen de grenzen van de VMRG valt. Bij het budgetteren is allereerst rekening gehouden met het totale communicatiebudget van de VMRG, dat €100.000 bedraagt per jaar. Daarnaast is er gekeken naar wat er voor het eerste themadossier is uitgegeven. Als vereniging moet er kritisch gekeken worden naar de budgetten, aangezien er geen winstoogmerk is. Aan de andere kant moet er wel een goed product geleverd worden. De richtlijnen die voor een themadossier van 1,5 jaar zijn opgesteld zijn tussen de €27.500 en €40.000. Het laatste belangrijke punt, standaardkosten die al gemaakt worden, worden niet meegerekend. Denk hierbij bijvoorbeeld aan kosten voor de communicatiemedewerker van de VMRG en de zaalhuur voor de regiobijeenkomsten. Dit komt omdat het communicatiebudget buiten de algemene budgetten van de VMRG valt. Om aan te geven dat hier geen kosten aan verbonden zijn, staan deze onderdelen wel aangegeven in het budget.

| Activiteit              | Onderdeel              | Verantwoorde lijke    | Uren / Maal                                          | Bedrag    | Totaal                 |
|-------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|-----------|------------------------|
| <b>INITIATIEFASE</b>    |                        |                       |                                                      |           |                        |
| Thema                   | Bedenken               | VMRG                  | 2 uur                                                | -         | -                      |
| Gastinspirator          | Zoeken                 | VMRG                  | 6 uur                                                | -         | -                      |
| Gastinspirator          | Gesprekken             | VMRG                  | 3 uur                                                | -         | -                      |
| Gastinspirator          | Opstellen Themadossier | VMRG + Gastinspirator | 4 uur + 4 uur                                        | 125, -    | 500, -                 |
| <b>DEFINITIEFASE</b>    |                        |                       |                                                      |           |                        |
| Sponsoring *            | Regelen                | VMRG                  | 15 uur                                               | -         | -                      |
| Architecten organisatie | Contacten leggen       | VMRG + Gastinspirator | 4 uur + 4 uur                                        | 125, -    | 500, -                 |
| <b>REALISATIEFASE</b>   |                        |                       |                                                      |           |                        |
| GevelBouw               | Regelen projecten      | VMRG                  | 4 uur x 9 maal = 36 uur                              | -         | -                      |
| Inspiratiesessies       | Vorbereiden sessies    | Gastinspirator        | 8 uur                                                | € 125, -  | € 1000, -              |
| Inspiratiesessies       | Reistijd               | Gastinspirator        | 1,5 uur x 2 maal = 3 uur of 1,5 uur x 4 maal = 6 uur | € 85, -   | € 255, - of € 510, -   |
| Inspiratiesessies       | Sessies                | Gastinspirator        | 3 uur x 2 maal = 6 uur of 3 uur x 4 maal =           | € 1000, - | € 2000, - of € 4000, - |

|                              |                             |                |                                                                 |           |                               |
|------------------------------|-----------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------|
| 12 uur                       |                             |                |                                                                 |           |                               |
| Inspiratiesessies            | Reistijd                    | VMRG           | 1,5 uur x 2 maal =<br>3 uur of<br>1,5 uur x 4 maal =<br>6 uur   | -         | -                             |
| Inspiratiesessies            | Sessies                     | VMRG           | 3 uur x 2 maal =<br>6 uur of<br>3 uur x 4 maal =<br>12 uur      | -         | -                             |
| Inspiratiesessies            | Verslag<br>schrijven        | Gastinspirator | 8 uur                                                           | € 125, -  | € 1000, -                     |
| Award                        | Regelen<br>sponsoring       | VMRG           | 17 uur                                                          | -         | -                             |
| Award                        | Sponsoring<br>Award         | VMRG           | 1 maal                                                          | € 2500, - | € 2500, -                     |
| Regiobijeen-<br>komsten VMRG | Vorbereiding<br>Presentatie | Gastinspirator | 3,5 uur                                                         | € 125, -  | € 438, -                      |
| Regiobijeen-<br>komsten VMRG | Reistijd                    | Gastinspirator | 2 uur x 3 maal =<br>6 uur                                       | € 85, -   | € 340, -                      |
| Regiobijeen-<br>komsten VMRG | Presentatie                 | Gastinspirator | 3 maal (9 uur)                                                  | € 750, -  | € 1500, -                     |
| Bijeenkomsten<br>architecten | Bijdrage<br>Vereniging      | VMRG           | 1 maal                                                          | € 1000, - | € 1000, -                     |
| Bijeenkomsten<br>architecten | Vorbereiden<br>Presentatie  | Gastinspirator | 3 uur                                                           | € 125, -  | € 375, -                      |
| Bijeenkomsten<br>architecten | Reistijd                    | Gastinspirator | 1,5 uur x 2 maal =<br>3 uur of<br>1,5 uur x 5 maal =<br>7,5 uur | € 85, -   | € 255, -<br>of<br>€ 638, -    |
| Bijeenkomsten<br>architecten | Sessies                     | Gastinspirator | 2 maal (6 uur)<br>t/m<br>5 maal (15 uur)                        | € 1000, - | € 2000, -<br>t/m<br>€ 5000, - |
| Bijeenkomsten<br>architecten | Reistijd                    | VMRG           | 1,5 uur x 2 maal =<br>3 uur of<br>1,5 uur x 5 maal =<br>7,5 uur | -         | -                             |
| Bijeenkomsten<br>architecten | Sessies                     | VMRG           | 2 maal (6 uur)<br>of<br>5 maal (15 uur)                         | -         | -                             |
| Innovatieproject             | Werving                     | VMRG           | 15 uur                                                          | -         | -                             |
| Innovatieproject             | Begeleiding                 | VMRG           | 10 uur                                                          | -         | -                             |
| Innovatieproject             | Prijs                       | VMRG           | 1x                                                              | 750, -    | 750, -                        |
| Website                      | Plaatsen<br>content         | VMRG           | 1,25 uur x 78<br>weken = 97,5 uur                               | -         | -                             |

|                       |                                   |                 |                                    |            |            |
|-----------------------|-----------------------------------|-----------------|------------------------------------|------------|------------|
| Themaboek             | Verzamelen artikelen              | VMRG            | 40 uur                             | -          | -          |
| Themaboek             | Redigeren en herschrijven teksten | VMRG            | 40 uur                             | -          | -          |
| Themaboek             | Fotorechten verkrijgen            | VMRG            | 50 uur                             | -          | -          |
| Themaboek             | Vormgeven                         | VMRG            | 20 uur                             | -          | -          |
| Themaboek             | Drukken (3500)                    | Uitgeverij      | 1 maal                             | € 4.700, - | € 4.700, - |
| Themaboek             | Enveloppen (2500)                 | Uitgeverij      | 1 maal                             | € 1.325, - | € 1.325, - |
| Themaboek             | Verzending (2500)                 | Uitgeverij      | 1 maal                             | € 2.800, - | € 2.800, - |
| Website + Intranet    | Bijhouden                         | VMRG            | 0,5 uur x 76 weken = 38 uur        | -          | -          |
| Digitale Nieuwsbrief  | Opstellen                         | VMRG            | 3 uur x 6 maal = 18 uur            | -          | -          |
| Digitale Nieuwsbrief  | Verzenden                         | VMRG            | 0,5 uur x 6 maal = 3 uur           | -          | -          |
| Persbericht           | Opstellen                         | VMRG            | 2,5 uur x 3 maal = 7,5 uur         | -          | -          |
| Persbericht           | Versturen naar perslijst          | VMRG            | 0,5 uur x 3 maal = 1,5 uur         | -          | -          |
| Redactionele pagina's | Raam en Deur                      | VMRG            | 2 uur x 9 maal = 18 uur            | -          | -          |
| Redactionele pagina's | Profiel                           | VMRG            | 2 uur x 9 maal = 18 uur            | -          | -          |
| Redactionele pagina's | Optioneel                         | De Architect    | 1/1 pagina full colour advertorial | € 5090, -  | € 5090, -  |
|                       | Optioneel                         | Architecten-web | 1/1 pagina full colour advertorial | € 3250, -  | € 3250, -  |
|                       | Optioneel                         | Architectuur NL | 1/1 pagina full colour advertorial | € 2445, -  | € 2445, -  |
| Twitter               | Content plaatsen                  | VMRG            | 0,25 uur x 375 dagen = 93,75 uur   | -          | -          |
| LinkedIn              | Content plaatsen                  | VMRG            | 1 uur x 78 weken = 78 uur          | -          | -          |
| <b>EVALUATIEFASE</b>  |                                   |                 |                                    |            |            |
| Evaluatie             | Opstellen enquêtes                | VMRG            | 4 uur                              | -          | -          |

|           |                      |      |           |                      |         |
|-----------|----------------------|------|-----------|----------------------|---------|
| Evaluatie | Printkosten enquêtes | VMRG | 2500 maal | € 0,02               | € 50, - |
| Evaluatie | Verzendkosten        | VMRG | 1 maal    | Gelijk met themaboek | -       |
| Evaluatie | Verwerken gegevens   | VMRG | 24 uur    | -                    | -       |
| Evaluatie | Gesprekken intern    | VMRG | 3 uur     | -                    | -       |

---

|                  |                          |                 |
|------------------|--------------------------|-----------------|
| Minimale kosten: |                          | <b>€ 23.288</b> |
|                  | + 10% onvoorziene kosten | <u>€ 2.389</u>  |
|                  |                          | <b>€ 25.617</b> |
| Maximale kosten: |                          | <b>€ 39.771</b> |
|                  | + 10% onvoorziene kosten | <u>€ 3.977</u>  |
|                  |                          | <b>€ 43.682</b> |

\* Hoogte van de sponsoring is afhankelijk van de bijdrage die een eventuele sponsor wil leveren. In alle gevallen zal dit een gunstig effect hebben op het budget.

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
|  | Activiteit met meerdere mogelijkheden |
|  | Optionele kosten                      |

### Urenverdeling

| Wie            | Uren  | Weken | Uren per week |
|----------------|-------|-------|---------------|
| VMRG           | 695,5 | 78    | 8,92          |
| Gastinspirator | 74,75 | 78    | 0,96          |

# Hoofdstuk 8: Evaluatie

Alle activiteiten zijn uitgevoerd en veel projecten worden daarmee afgerond. Wat echter vaak vergeten wordt, is om te evalueren. Dit wordt gedaan in de evaluatiefase. Deze fase kost tijd en geld, terwijl het project al op zijn eind loopt en het huidige project niet meer kan verbeteren. Velen slaan deze fase daarom over. Toch is het verstandig om te evalueren. Wanneer namelijk kritisch teruggekeken wordt naar wat er goed ging en wat niet, kunnen hieruit verbeterpunten voor de volgende keer worden opgesteld. Wanneer dit niet gebeurt, zullen fouten keer op keer gemaakt worden. Dit zal uiteindelijk veel meer tijd en geld kosten dan het evalueren van elk themadossier. Tot op heden is er nog geen evaluatie geweest betreffende de themadossiers.

In totaal worden twee onderdelen geëvalueerd, namelijk:

- Interne samenwerking;
- Doelgroep.

## Interne samenwerking

De interne evaluatie vindt voornamelijk plaats tussen de VMRG en de gastinspirator. Eventueel kunnen hierbij nog sponsors aanwezig zijn die nauw betrokken waren. Uitgangspunt is dat alleen de mensen aanwezig zijn die aan de organiserende kant stonden. Belangrijk is een veilige sfeer te creëren, waardoor het mogelijk is fouten te bespreken en kritiek te uiten. Om de samenwerking van elkaar te beoordelen kan gebruik gemaakt worden van een 360° feedbackformulier, maar om het project zelf te evalueren zijn er eigenlijk weinig methoden. Wel staan er een aantal vragen centraal:

- Wat ging er goed?
- Wat kon er beter?
- Hoe kan dit in de toekomst verbeterd worden?

Het is belangrijk voor de VMRG om te luisteren naar de gastinspirator, hij was de meest betrokken (externe) persoon. Hij kan de VMRG tips geven om het volgende themadossier te verbeteren. Denk hierbij aan onderdelen verwijderen of toevoegen aan het themadossier, de opzet van activiteiten en de communicatie richting de doelgroep.

## Externe doelgroep

De doelgroep is in principe vrij groot, namelijk 1600 architectenbureaus met in totaal zo'n 5.500 medewerkers. Er wordt gekozen om per architectenbureau één enquête op te sturen, omdat bijvoorbeeld ook één themaboek per bureau wordt verspreid. Verder heeft VMRG momenteel nog geen verdere gegevens om te zien hoeveel architecten er per bureau werkzaam zijn. Daarom is er gekozen voor een kleinschalig, maar betrouwbaar onderzoek in plaats van een groot onderzoek dat minder betrouwbaar is. Daarnaast is er ook nog een enquête voor de actieve deelnemers (inspiratiesessies) en voor de passieve deelnemers. In bijlage D en E staan de twee korte enquêtes die als basis kunnen dienen voor de uiteindelijke enquêtes.

# Literatuurlijst

Budding, C. (2011). *Kleuradviezen voor architectuur, interieur en exterieur*. Opgehaald 18 mei 2011 van <http://www.betergekleurd.nl/kleurontwerp.html>

Harsta, A. (2009). *Offerte Aldus bouwinnovatie voor bijdrage aan Light Inspirations* (pp. 1)

Hijmans, E (1963). *Mens, metaal, machine : hun rol in onze behoeftevoorziening* (pp.25). Deventer: Kluwer

Hillen, M. (2008). *Op zoek naar een integere bouwmethode, twee bouwmethodes voor vrije vorm architectuur*

Kaldewaij, J. (2011). *Handleiding Projectmatig werken*. Opgehaald 26 mei 2011 van [http://www.let.leidenuniv.nl/pdf/pz/handleiding\\_projectmatig\\_werken.doc](http://www.let.leidenuniv.nl/pdf/pz/handleiding_projectmatig_werken.doc)

New Future. (2010). *Floating Building for water rising refugees*. Opgehaald 19 mei 2011 van <http://nw-future.blogspot.com/2010/10/floating-building-for-water-rising.html>

Pohl, E.B. (2009). *Dynamic Tower*. Opgehaald 26 mei 2011 van <http://nl.urbarama.com/project/dynamic-tower>

# Bijlagen

# Bijlage A: Specificaties themaboek

## Themaboek

- Oplage: 3500
  - o Architecten: ±1600
  - o Partners en Leden: ±250
  - o Ontwerpers (professionele opdrachtgevers): ±250
  - o Woningcorporaties: ±450
  - o Verkoop: ±950
- Omvang: 80 pagina's + 4 pagina's schutblad voor + 4 pagina's schutblad achter
- Formaat: 210 x 210 mm afgewekt
- Papier
  - o Omslag: 135 grs Silk gesatineerd mc
  - o Binnenwerk: 115 grs Silk
  - o Schutvellen (8 pagina's) 140 grs offset
- Bedrukking
  - o Omslag: Full colour 4/0 + matlaminaat
  - o Binnenwerk: Geheel full colour
  - o Schutvellen: Dubbelzijdig zwart en PMS zilver
- Afwerking
  - o Genaaid gebonden, rechte rug
  - o Cover geplakt op 2,5 mm karton

## Enveloppen

- Oplage: 3500
- Formaat: 250 x 250 mm
- Klep: 75 mm strip + Tearstrip, openliggend
- Bedrukking: geen

## Bijlage B: Kosten mediakanalen architecten

### De Architect (oplage: 5.200)

| Soort                   | Pagina | Afmetingen                 | Tarief     |
|-------------------------|--------|----------------------------|------------|
| Advertorial (zwart/wit) | 1/1    | 200 x 270 mm               | € 3.500, - |
| Advertorial (zwart/wit) | 1/2    | 95 x 270 mm of 200 x 63 mm | € 2.250, - |
| Advertorial (zwart/wit) | 1/4    | 95 x 130 mm of 200 x 30 mm | € 1.400, - |

#### Toeslagen

|                 |            |
|-----------------|------------|
| Speciale plaats | 25%        |
| Aflopend        | 10%        |
| Rugmarge        | 10%        |
| 1 steunkleur    | € 675, -   |
| Full colour     | € 1.590, - |

#### Overige mogelijkheden dearchitect.nl

| Soort                    | Formaat          | Tarief        |
|--------------------------|------------------|---------------|
| Banner: Leaderboard      | 728 x 90 pixels  | € 60, - (CPM) |
| Banner: Large rectangle  | 336 x 280 pixels | € 60, - (CPM) |
| Banner: Full size banner | 468 x 60 pixels  | € 45, - (CPM) |

### Architectenweb Magazine (oplage: 4.500)

| Soort                     | Pagina | Tarief     |
|---------------------------|--------|------------|
| Advertorial (full colour) | 1/1    | € 3.250, - |
| Advertorial (full colour) | 1/2    | € 2.100, - |
| Advertorial (full colour) | 1/4    | € 1.650, - |

#### Overige mogelijkheden Architectenweb.nl

| Soort                    | Formaat          | Tarief              |
|--------------------------|------------------|---------------------|
| Banner: Large rectangle  | 336 x 280 pixels | € 70, - (CPM)       |
| Banner: Full size banner | 468 x 60 pixels  | € 40, - (CPM)       |
| Banner: Segment banner   | 468 x 60 pixels  | € 1.250, - per jaar |
| Banner: Segment banner   | 336 x 280 pixels | € 1.950, - per jaar |
| Banner: Nieuwsbanner     | 468 x 60 pixels  | € 450, - per jaar   |

### ArchitectuurNL (oplage: 5.000)

| Soort                     | Pagina | Afmetingen   | Tarief     |
|---------------------------|--------|--------------|------------|
| Advertorial (full colour) | 1/1    | 204 x 320 mm | € 2.445, - |
| Advertorial (full colour) | 1/2    | 204 x 158 mm | € 1.724, - |
| Advertorial (full colour) | 1/4    | 204 x 77 mm  | € 1.257, - |

## Bijlage C: Projectschema

| Activiteit                          | Q1 |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    | Q2 |  | Q3 |  | Q4 |  | Q5 |  | Q6 |  |
|-------------------------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--|----|--|----|--|----|--|----|--|
|                                     | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
|                                     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Thema bedenken                      |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Projectteam samenstellen            |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| THEMADOSSIER                        |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Gevelbouw                           |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Inspiratiesessies                   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Award                               |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Regiobijeenkomsten VMRG             |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Regiobijeenkomsten BNA / Boosting   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Website (+ intranet)                |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Innovatieprojecten                  |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Themaboek                           |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| COMMUNICATIE                        |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Digitale Nieuwsbrief Inspirations   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Persbericht                         |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Redactionele Pagina's: Raam en Deur |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Redactionele Pagina's: Profiel      |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Redactionele Pagina's: Optioneel    |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Twitter                             |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| LinkedIn                            |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
|                                     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |
| Evaluatie                           |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |    |  |    |  |    |  |    |  |

- ▲ Activiteit
- ▲ Activiteit die nog ingepland moeten worden, met hoeveelheid activiteiten
- ▲ Optionele activiteit

## Bijlage D: Enquête passieve deelnemers

### Vraag 1: Wie bent u?

- ☐ – Een architect
- ☐ – Een VMRG-lid
- ☐ – Een VMRG-partner
- ☐ – Anders, namelijk:...

### Vraag 2: Binnen welke leeftijdscategorie valt u?

- ☐ – < 20 jaar
- ☐ – tussen de 20 en 30 jaar
- ☐ – tussen de 30 en 40 jaar
- ☐ – tussen de 40 en 50 jaar
- ☐ – tussen de 50 en 60 jaar
- ☐ – > 60 jaar

### Vraag 3: Hoelang bent u werkzaam als architect

- ☐ – < 3 jaar
- ☐ – tussen de 3 en 5 jaar
- ☐ – tussen de 5 en 10 jaar
- ☐ – tussen de 10 en 15 jaar
- ☐ – tussen de 15 en 20 jaar
- ☐ – > 20 jaar

### Vraag 4: Kent u de VMRG?

- ☐ – Ja, ik heb er persoonlijk contact mee gehad
- ☐ – Ja, ik ken de VMRG wel
- ☐ – Wel eens van gehoord
- ☐ – Nee weet niet precies wat het is
- ☐ – Nee, nog nooit van gehoord

De volgende vragen gaan over het themadossier <naam themadossier> dat de VMRG de afgelopen 1,5 jaar heeft georganiseerd. Zo zijn er artikelen verschenen, is er gesproken op verschillende regiobijskomsten, is er een award geweest en is dit afgesloten met een themaboek.

### Vraag 5: Kent u het themadossier <naam themadossier>?

- ☐ – Ja, ik heb actief deelgenomen aan een activiteit
- ☐ – Ja, ik heb één of meer artikelen of het themaboek gelezen
- ☐ – Ik ken het wel, maar het interesseert mij niet
- ☐ – Nee, maar had wel graag meer over dit thema willen weten
- ☐ – Nee en dit wil ik ook zo houden

Wanneer u bij vraag 5 het 3<sup>e</sup>, 4<sup>e</sup> of 5<sup>e</sup> antwoord heeft aangekruist, kunt u door naar vraag 11.

**Vraag 6: Aan welke onderdelen van het themadossier heeft u 'deelgenomen' en wat is voor u de waarde van dit onderdeel?**

|                           | <u>Geen waarde</u> | <u>Enige waarde</u> | <u>Veel waarde</u> | <u>Geen deelname</u> |
|---------------------------|--------------------|---------------------|--------------------|----------------------|
| Artikelen GevelBouw       | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Inspiratiesessie          | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Award                     | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Regiobijeenkomst VMRG     | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Bijeenkomst architecten   | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Innovatieprojecten        | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Themadossier website VMRG | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Themaboek                 | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |

**Vraag 7: Via welke communicatiekanalen heeft u verder gelezen over het themadossier?**

(Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ – Website VMRG
- ☐ – Intranetgedeelte VMRG (alleen voor VMRG-leden en -partners)
- ☐ – Digitale nieuwsbrief <naam themadossier>
- ☐ – Persbericht
- ☐ – Redactionele pagina's, namelijk:.....
- ☐ – Bijeenkomst, namelijk:.....
- ☐ – LinkedIn
- ☐ – Twitter

**Vraag 8: Wat is uw algemene oordeel over het themadossier?**

- ☐ – Uitstekend
- ☐ – Goed
- ☐ – Voldoende
- ☐ – Matig
- ☐ – Onvoldoende

**Vraag 9: Heeft het themadossier u geïnspireerd?**

- ☐ – Ja, ik ga deze nieuwe kennis zeker toepassen binnen aankomende projecten
- ☐ – Ja, maar ik weet nog niet of ik er iets mee ga doen
- ☐ – Het heeft me enigszins geïnspireerd
- ☐ – Nee, het heeft weinig toegevoegde waarde voor mijn beroep
- ☐ – Nee, ik heb er niets aangehad

**Vraag 10: Mist u nog onderdelen of heeft u tips hoe de VMRG volgende themadossiers kan verbeteren om u beter van inspiratie rondom een bepaald thema te voorzien?**

.....

.....

.....

**Vraag 11: Bent u van plan volgend themadossier weer te gaan volgen?**

- ☐ – Jazeker
- ☐ – Ja waarschijnlijk wel
- ☐ – Misschien
- ☐ – Nee denk het niet
- ☐ – Nee

Hartelijk dank voor het invullen van deze vragenlijst!

## Bijlage E: Enquête actieve deelnemers

### Vraag 1: Wie bent u?

- ☐ – Een architect
- ☐ – Een VMRG-lid
- ☐ – Een VMRG-partner
- ☐ – Anders, namelijk:...

### Vraag 2: Binnen welke leeftijdscategorie valt u?

- ☐ – < 20 jaar
- ☐ – tussen de 20 en 30 jaar
- ☐ – tussen de 30 en 40 jaar
- ☐ – tussen de 40 en 50 jaar
- ☐ – tussen de 50 en 60 jaar
- ☐ – > 60 jaar

### Vraag 3: Hoelang bent u werkzaam binnen uw huidige beroepstak?

- ☐ – < 3 jaar
- ☐ – tussen de 3 en 5 jaar
- ☐ – tussen de 5 en 10 jaar
- ☐ – tussen de 10 en 15 jaar
- ☐ – tussen de 15 en 20 jaar
- ☐ – > 20 jaar

De volgende vragen gaan over het themadossier <naam themadossier> waaraan u deel heeft genomen door het bijwonen van een inspiratiesessie.

### Vraag 4: Rangschik de volgende onderdelen van de inspiratiesessies naar belangrijkheid voor u ( 1= belangrijk, 4= onbelangrijk)

- ... – Meenemen eigen inspiratiebeeld en hierover discussiëren
- ... – Discussiëren over de door de gastinspirator bedachte stellingen
- ... – Samen nadenken over oplossingen binnen het thema
- ... – Schetsen van innovatieconcepten

### Vraag 5: Wat is uw algemene oordeel over deze inspiratiesessies?

- ☐ – Uitstekend
- ☐ – Goed
- ☐ – Voldoende
- ☐ – Matig
- ☐ – Onvoldoende

### Vraag 6: Wanneer een volgend themadossier u zou aanspreken, zou u bereid zijn weer deel te nemen?

- ☐ – Jazeker
- ☐ – Ja waarschijnlijk wel
- ☐ – Misschien
- ☐ – Nee denk het niet
- ☐ – Nee

De volgende vragen gaan over de overige onderdelen van het themadossier.

**Vraag 7: Aan welke overige onderdelen van het themadossier heeft u ‘deelgenomen’ en wat is voor u de waarde van dit onderdeel?**

|                           | <u>Geen waarde</u> | <u>Enige waarde</u> | <u>Veel waarde</u> | <u>Geen deelname</u> |
|---------------------------|--------------------|---------------------|--------------------|----------------------|
| Artikelen GevelBouw       | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Award                     | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Regiobijeenkomst VMRG     | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Bijeenkomst architecten   | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Innovatieprojecten        | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Themadossier website VMRG | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |
| Themaboek                 | 1                  | 2                   | 3                  | 4                    |

**Vraag 8: Via welke communicatiekanalen heeft u verder gelezen over het themadossier?**

(Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ – Website VMRG
- ☐ – Intranetgedeelte VMRG (alleen voor VMRG-leden en -partners)
- ☐ – Digitale nieuwsbrief <naam themadossier>
- ☐ – Persbericht
- ☐ – Redactionele pagina's, namelijk:.....
- ☐ – Bijeenkomst, namelijk:.....
- ☐ – LinkedIn
- ☐ – Twitter

**Vraag 9: Wat is uw algemene oordeel over het themadossier?**

- ☐ – Uitstekend
- ☐ – Goed
- ☐ – Voldoende
- ☐ – Matig
- ☐ – Onvoldoende

**Vraag 10: Heeft het themadossier u geïnspireerd?**

- ☐ – Ja, ik ga deze nieuwe kennis zeker toepassen binnen aankomende projecten
- ☐ – Ja, maar ik weet nog niet of ik er iets mee ga doen
- ☐ – Het heeft me enigszins geïnspireerd
- ☐ – Nee, het heeft weinig toegevoegde waarde voor mijn beroep
- ☐ – Nee, ik heb er niets aangehad

**Vraag 11: Mist u nog onderdelen of heeft u tips hoe de VMRG volgende themadossiers kan verbeteren om u beter van inspiratie rondom een bepaald thema te voorzien?**

.....

.....

**Vraag 12: Bent u van plan volgend themadossier weer te gaan volgen?**

- ☐ – Jazeker
- ☐ – Ja waarschijnlijk wel
- ☐ – Misschien
- ☐ – Nee denk het niet
- ☐ – Nee

Hartelijk dank voor het invullen van deze vragenlijst!

