



07

BMR en MODINT lanceerden vorig jaar ieder een eigen app. Ze zijn totaal verschillend.

tekst: Gemma Schoot

# ZOVEEL ZOVEEL

Twee verenigingen met ieder een heel andere app. Die van MODINT is eenvoudig en bedoeld voor een breed publiek; die van BMR bevat het hart van de activiteiten van de vereniging.



# VERENIGINGEN apps

## De MODINT-app

- Lancering: juni 2013, als een pilot van een jaar.
- Doel: leden en prospects informeren.
- Doelgroep: 'iedereen', betrokken bij of geïnteresseerd in de mode-, interieur-, tapijt-, en textielbranche.
- Inhoud: branchenieuws, agenda, informatie over de diensten van MODINT, rechtstreeks contactopties, foto's en social media.
- Ondersteuning: nee.
- Gratis: ja, te downloaden bij de App Store en de Play Store.
- Attendering: via Modint.nl, Twitter, Facebook, nieuwsbrieven, ondertekening e-mails.

### MODINT

MODINT is de ondernemersorganisatie van fabrikanten, importeurs, agenten en groothandelaren van kleding, mode accessoires, tapijt en (interieur)textiel met 750 leden en een gezamenlijke omzet van € 9 miljard in Nederland (ruim 50% is export). MODINT wil met de leden een waardevolle toekomst creëren via innovatieve en zichtbare belangenbehartiging en dienstverlening.

## De IQ-recycling-app

- Lancering: april 2013.
- Doel: vereenvoudiging kwaliteitsgarantie van recyclingbouwstoffen.
- Doelgroep: directieleden en kwaliteitsexperts bij BMR-leden, certificatie-instellingen, monsternemers en laboratoria.
- Inhoud: alle noodzakelijke procedures, werkinstructies, formulieren en berekeningen om te voldoen aan wettelijke eisen (BRL 2506, Europese normen, Besluit bodemkwaliteit en Besluit mobiel breken).
- Updates: centrale, periodieke update aan wettelijke eisen en veranderende normen.
- Ondersteuning: LinkedIn-userplatform en helpdesk.
- Maandelijkse licentiekosten: beperkt, lager dan financiële meerwaarde.

### Branchevereniging Mobiele Recycling (BMR)

De nog relatief jonge vereniging is actief voor veertig leden in puinrecycling op sloop-, wegenbouw- en verzamellocaties via het inzetten van mobiele installaties (met GPS-tracker die verbonden is met de app) met als doel recyclingbouwstoffen te produceren met kwaliteitsgarantie. De vereniging beperkt haar advies niet tot Nederland, maar ging bijvoorbeeld naar Brazilië om te adviseren rond de sloop- en recycling van vijf FIFA-arena's en van enkele gebouwen in Rio de Janeiro in voorbereiding op WK Voetbal 2014 en Olympische Spelen 2016.

In eerste instantie was het de bedoeling van VM om twee verenigingsmanagers elkaars app te laten bespreken. Maar meteen werd al duidelijk dat de ene app de andere niet is. Hoe kwamen twee verenigingen tot hun app?

**Breed mobiel bereik |** Ilse Wiegman, adviseur communicatie bij MODINT, legt uit dat heel bewust is gekozen voor een openbare, gratis app. "We kunnen hiermee behalve onze leden ook ondernemers in onze branches bereiken die nog geen lid zijn. Of belangstellenden die graag op de hoogte zijn van wat er allemaal gebeurt in de mode, corporate fashion, interieurbranche, textielindustrie, tapijtindustrie, brei-industrie en gordijnateliers. Dat is heel divers en dat willen we graag op meerdere manieren onder de aandacht brengen bij onze doelgroepen. De app is een van die manieren."

**Mobiele website of app? |** "De aanleiding voor het ontwikkelen van een eigen app ontstond twee jaar geleden toen we onze website vernieuwden. Daarbij kwam de vraag aan de orde of we de leden en prospects in onze branches ook mobiel wilden bereiken: met een mobiele website, of met een app? Tegenwoordig is iedereen immers voortdurend online met tablets en smartphones en daar wilden we als moderne organisatie op inspelen. Het is de MODINT-app geworden (ontwikkeld op basis van de standaard ledenorganisatie-app van CCI IT GROEP) en daarmee zijn we vorig jaar juni een pilot van een jaar gestart. Komende zomer onderzoeken we wat de app ons heeft gebracht en hoe we er verder mee gaan."

**10 pictogrammen |** "Het ontwerp van de app is heel toegankelijk. De eerste pagina is de inhoudsopgave, in de vorm van tien pictogrammen waar je op kunt klikken. Je kunt bijvoorbeeld het laatste nieuws over de sectoren volgen: van de prijsontwikkeling van kleding die achterblijft bij de gemiddelde inflatie tot veranderingen in bedrijfsaansprakelijkheidsverzekeringen, van informatie over de minimumlonen van landen waarnaar kledingproducenten de productie willen outsourcen tot algemene voorwaarden voor producenten die zakendoen in België en Luxemburg. Verder biedt de app de agenda van evenementen, workshops en congressen die MODINT organiseert of mede organiseert. Via 'MODINT Facebook' kan de app-gebruiker rechtstreeks een van onze medewerkers bellen of mailen. En via het pictogram Social Media MODINT op Twitter- en Facebook volgen. Natuurlijk staat ook de algemene informatie over MODINT op de app."

**Thema's |** "Onder 'MODINT bereikt' staan thema's beschreven waar MODINT het afgelopen jaar aan heeft gewerkt en die nog steeds hoog op onze agenda staan: het bevorderen van innovatie, mvo en duurzaamheid, collectieve voordelen realiseren en het tegengaan van oneerlijke handelspraktijken en protectionisme. Dit laatste doen we in samenwerking

met collega's in andere Europese landen. Ook maken we ons sterk voor de brandveiligheid van kleding.

Uniek aan MODINT is dat we deze belangenbehartiging al vanaf 2000 combineren met commerciële diensten en die zijn ook op de app te vinden. Denk bijvoorbeeld aan creditmanagement, waarbij MODINT voor leden onder andere de incasso uitvoert. Of denk aan diensten op het gebied van inkoop en productie, arbeid en recht, en van marktondersteuning in zowel Nederland als in het buitenland. De sterke integratie van collectiviteit in verenigingsverband en dienstverlening maakt MODINT anders dan andere brancheorganisaties."

**De app als verdienmodel** | BMR koos een heel andere doelstelling voor de te ontwikkelen app. Johan Put, directeur van BMR vertelt: "Voor ons betekent de app de jongste stap in een organisch gegroeid verbeteringsproces van de kwaliteitssystemen van onze leden. Daarin hebben ook onze leden meegedacht. Het ontwikkelen van kwaliteitssystemen begon al in 1997, het oprichtingsjaar van BMR, toen de overheid het Bouwstoffenbesluit voor onze branche publiceerde. De leden moesten het besluit in de werkprocessen opnemen en daartoe maakten wij voor elk bedrijf een apart kwaliteitshandboek. Al gauw puilden de kasten natuurlijk uit van de ordeners. In 2003 hebben we de handboeken gedigitaliseerd en verder ontwikkeld. Twee jaar geleden namen we de logische vervolgstap: het hele kwaliteitssysteem in een app. Zo bieden wij een meerwaarde voor onze bedrijven. De app werkt voor zowel de vereniging als de leden als een verdienmodel.

## WE WILDEN LEDEN EN PROSPECTS MOBIEEL BEREIKEN

Zo hoeven de gebruikers niet meer zelf de updates van nieuwe wettelijke eisen en normeringen in te voeren. Dat is een vrijwel maandelijks terugkerende taak – bewerkelijk ook! – die nu centraal door de vereniging, als app-beheerder, wordt geregeld. Dat geeft de gebruikers tijdwinst en zekerheid. Daarnaast bereiken we voor de leden efficiency. BMR sluit gunstige collectieve contracten over tarieven af met certificatie-instellingen, laboratoria en monsternemers. Dat is alleen haalbaar door de gestandaardiseerde aanpak in de app.

Laboratoriumresultaten gaan per digitale brug rechtstreeks naar de app."

**Audits via de app** | "Certificatie-instellingen hebben leesrechten en kunnen dus op afstand, virtueel, audits uitvoeren. Nu die infrastructuur er is, wordt het procesmatig ook gemakkelijker om nieuwe recyclinggrondstoffen op de markt te brengen. Voordat zo'n nieuw granulaat wordt toegelaten moet het namelijk voldoen aan milieu-hygiënische en civieltechnische eisen en daarvoor zijn laboratoriumanalyses nodig. De app ondersteunt daarmee ook het innovatieve imago van de leden. Onderaan de streep bereiken we dus met de app kostenreductie bij zowel de vereniging als de leden.

Een half jaar na de introductie tellen we al 150 gebruikers. We hebben hen tot nu toe twee keer informeel bevraagd over hun ervaringen: een keer via onze LinkedIn-groep – maar dat bleek niet het geschikte medium – en een keer per e-mail. Hier kwam een tiental leuke reacties op. Zelf vind ik vooralsnog het einde van de dag het belangrijkste peilmoment. Dan neem ik als trekker van het project alle gebruikerservaringen door die zijn binnengekomen bij de helpdesk."

**Strategische versterking** | "Al met al blijkt nu dat de app, meer dan we initieel dachten, een strategische versterking van de BMR en van de afzonderlijke leden is. Het is niet evident om in deze tijd een branchevereniging in de bouw te zijn. Je wilt je leden in het nieuwe economische tijdperk helpen en dan moet je meerwaarde substantieel zijn. Het is een bekend prangend probleem dat leden afhaken. Wij hebben juist nieuwe leden mogen verwelkomen, met name het afgelopen half jaar was de toestroom sterker dan daarvoor, wel 10% meer. Dat resultaat durf ik rustig toe te schrijven aan de app. De meerwaarde ervan vertelt zich door, reclame hoeven we niet te maken."

**Volwassen club** | "Ik beschrijf onze ontwikkeling wel eens zo: we kwamen op de markt als een kind dat opgroeit tot puber en zich daarna ontwikkelt tot volwassene. In het begin vertrouwde de overheid mobiele recyclingbedrijven niet die op een nieuwe manier gingen werken, niet op verzamellocaties maar ter plekke. Inmiddels hebben we aangetoond dat je ook daar volgens de regels kunt werken en milieuvriendelijker bovendien. Er worden zelfs steeds meer verzamellocaties, dus niet-mobiele recyclingbedrijven, lid van onze vereniging. Wij zijn een volwassen club geworden die zich onderscheidt met een app waarmee de leden zich in alle transparantie kunnen verantwoorden tegenover klanten, certificatie-instellingen en overheden. Dat resultaat geeft het prettige gevoel dat je iets voor hen betekent en een bijdrage levert aan de Nederlandse samenleving. Juist vanwege de lange weg die we gegaan zijn." ←