



Rijksvastgoedbedrijf
Ministerie van Binnenlandse
Zaken en Koninkrijksrelaties

Nulmeting markt: door het Rijksvastgoedbedrijf

Uitkomsten op hoofdlijnen

Vanuit het Marktvisie programma is eind vorig jaar een nulmeting gehouden onder 3.800 leveranciers en een groot aantal niet-leveranciers (groot, klein, adviseurs, aannemers, onderhoudsbedrijven, installateurs en meer). Dit onderzoek is uitgevoerd door Kantar Public (voorheen NIPO).

Algemeen

Doel van de meting is inzicht krijgen in de beoordeling van de marktpartijen op de speerpunten uit de RVB Marktvisie. Maar ook op eventuele andere aspecten die de reputatie van het RVB mede bepalen. Het onderzoek zal periodiek worden herhaald zodat trends in de reputatie van het RVB onder invloed van o.a. het Marktvisie programma kunnen worden gevolgd. In 2018 en 2019 staan twee vervolgonderzoeken gepland om de voortgang te meten.

Bekendheid RVB

Twee derde van de niet-leveranciers kent het Rijksvastgoedbedrijf. Hiermee is het Rijksvastgoedbedrijf een redelijk bekende uitvoeringsorganisatie, qua bekendheid vergelijkbaar met het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) en de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed.

Bekendheid RVB Marktvisie

7% van de leveranciers en niet-leveranciers kent de RVB Marktvisie 'Samenwerken op basis van vertrouwen' inhoudelijk. Daarnaast geeft een kwart van de leveranciers aan alleen de naam van de publicatie te kennen (25%). Onder niet-leveranciers is dat 14%, zowel bij de naamsbekendheid van het RVB als uitvoeringsorganisatie en de bekendheid van de marktvisie zijn er geen verschillen tussen de verschillende branches of naar grootte bedrijf.

Bekendheid activiteiten

Onder leveranciers zijn de activiteiten en initiatieven bekender dan onder niet-leveranciers. De Innovatieagenda Bouw (46%), Governance Code Veiligheid in de Bouw (40%), Bouwcampus (39%) en de Afstootstrategie 2015 – 2020 (38%) zijn met enige voorsprong het bekendst. De bekendheid van deze publicaties is ook onder leveranciers sterk branche gerelateerd, want de bekendheid van de vier publicaties is bekender onder bedrijven uit de bouw, architecten en aannemers dan binnen andere branches.

De activiteiten en initiatieven waar het Rijksvastgoedbedrijf in meer of mindere mate bij betrokken is, zijn niet erg bekend onder niet-leveranciers.

Met uitzondering van de Innovatieagenda Bouw. Een kwart van de niet-leveranciers kent dit document, de bekendheid is daarmee hoger dan van andere activiteiten en initiatieven.

Reputatie

Respondenten die het Rijksvastgoedbedrijf kennen - dus alle leveranciers en een deel van de niet-leveranciers - beoordelen de organisatie over het algemeen redelijk goed. Zo beoordeelt 65% de algemene reputatie als (zeer) goed en geeft 40% een zeer goed persoonlijk oordeel over de organisatie als geheel. Toch zijn er in de doorgaans goede algemene beoordeling ook aandachtspunten. Zo heeft één op de zes bedrijven weinig vertrouwen in de koers van het Rijksvastgoedbedrijf op de lange termijn (16%). Dit gebrek aan vertrouwen is overigens groter onder niet-leveranciers (22%) dan onder leveranciers (13%).

Driekwart van de leveranciers vindt het Rijksvastgoedbedrijf een betrouwbare partner (75%). Ruim zeven op de tien vinden dat de organisatie goed toeziet op de kwaliteit van de werkzaamheden (72%) en vindt het Rijksvastgoedbedrijf een prettige partij om mee samen te werken (70%). Ruim de helft vindt dat er een professioneel contractbeheer en -management wordt gevoerd (54%) en dat er goede contractvoorwaarden worden geboden (49%). Ook op andere voorgelegde punten heeft het Rijksvastgoedbedrijf een redelijk tot goede reputatie.

De goede reputatie op deze punten wordt breed gedeeld door de leveranciers, want er zijn geen verschillen in de beoordeling tussen de verschillende branches en tussen kleine, middelgrote en grote bedrijven.

Imago

Leveranciers en niet leveranciers - die het Rijksvastgoedbedrijf kennen - zien de organisatie in sterke mate als een partij die veilig werken goed waarborgt en oog heeft voor de publieke omgeving, twee actiepunten uit de RVB Marktvisie waarmee het RVB de dienstverlening aan leveranciers wil verbeteren. Het Rijksvastgoedbedrijf heeft een minder goed imago op het gebied van efficiency: een derde heeft de indruk dat de organisatie niet efficiënt werkt (32%). Op andere punten heeft de organisatie een niet uitgesproken slecht of goed imago.

Leveranciers zien het Rijksvastgoedbedrijf verder in sterke mate als integer, betrouwbaar, deskundig en professioneel. Aandachtspunten zijn er ook: zo wordt de organisatie niet gezien als vernieuwend en

inspirerend, terwijl veel leveranciers de organisatie te bureaucratisch en egocentrisch vinden. Heldere communicatie over waar het RVB de leveranciers voor nodig heeft en meer tijd en aandacht besteden aan afstemming en kennismaken met leveranciers worden als verbeterpunten met hoge prioriteit genoemd.

Belang en actiepunten uit de Marktvisie

In de Marktvisie staat een aantal actiepunten geformuleerd waarmee de dienstverlening aan leveranciers kan worden verbeterd. Aan alle respondenten is gevraagd welke zij belangrijk vinden. Op een duurzame manier werken, goed samenwerken met andere organisaties en op een innovatieve manier werken worden het belangrijkste gevonden. Op duurzaam werken en samenwerken wordt het RVB redelijk goed beoordeeld. Op een innovatieve manier werken is echter voor verbetering vatbaar. Zo vindt één op de vijf dat het RVB niet op een oplossingsgerichte en innovatieve manier werkt en is vernieuwend zijn één van de zwakkere imago's van het RVB.

Net Promotor Score

In welke mate zouden leveranciers het RVB aanbevelen bij andere bedrijven? Eén op de tien leveranciers zijn zogenaamde 'Ambassadeurs' van het RVB, bedrijven die zeer enthousiast zijn over de samenwerking en dit ook actief uitdragen. Deze 'ambassadeurs' zijn relatief vaak bedrijven uit de Elektrotechniek en uit de bouw- en aannemerssector. Overigens is de groep 'critici' groter dan de groep 'ambassadeurs'. Critici (19%) zijn negatief over de samenwerking met het RVB en zouden samenwerking met het RVB juist niet aanbevelen. Onder deze groep bevinden zich relatief veel Installatiebedrijven. De grootste groep bestaat overigens uit 'passief tevreden', bedrijven die tevreden zijn maar de samenwerking met het RVB niet actief aanbevelen.

Mediagebruik en communicatie

Drie op de tien respondenten - die het Rijksvastgoedbedrijf kennen - hebben de afgelopen maand iets over het Rijksvastgoedbedrijf gezien, gehoord of gelezen in de reguliere media. Ongeveer de helft van deze groep heeft dit gedaan in een landelijk dagblad en ruim vier op de tien op een nieuwssite en/of sociale media. Het gebruik en bezoek aan www.tenderned.nl is hoog. Zo gaf 40% aan de website de afgelopen maand nog te hebben bezocht, terwijl 28% de site langer dan een maand geleden nog heeft bezocht. Als het - tot slot - gaat om een favoriet informatiekanal over de activiteiten van het Rijksvastgoedbedrijf, noemt een ruime meerderheid van 57% de website van de organisatie.