

in perspectief

dealflow te vergroten door uitbreiding van het aantal projecten, dat wordt ontwikkeld door publieke en private partijen. Dat moet leiden tot een stevig lange termijn investeringspakket voor S-projecten. Nu komen er jaarlijks veel te weinig projecten op de markt om de deskundigheid te verankeren.

De opbouw en verspreiding van kennis over S komt in de begroting niet terug. Het gaat om tellen van een nieuwe commissie en kijken naar alleen nieuwe financieringsmogelijkheden. Het is niet genoeg, vindt Bouwend Nederland. Het moet worden ingezet op een bredere ambitie en concrete doelstellingen voor PPS in Nederland; meer gebiedsontwikkeling, meer ruimte voor financiering door derden en meer kennis(verspreiding) naar de andere overheden.

Stevige impuls

Het kabinet wil een stevige impuls geven aan de kwaliteit van het onderwijs en gaat weer op zoek naar een gezonde balans tussen kennis en vaardigheden. Het kabinet heeft bovendien voornemen om de schooluitval in 2012 te halveren ten opzichte van de huidige situatie. De plannen zijn volgens Bouwend Nederland een stap in de goede richting, maar onvoldoende om de grote problemen te bestrijden waar het Nederlandse onderwijs mee wordt geconfronteerd. Bestrijding van de voortijdige schooluitval is een belangrijk speerpunt, maar niet ambitieus genoeg. De vereniging ziet in de kabinetsvoorstellen onvoldoende naar voren komen hoe de kwaliteit van het onderwijs nu daadwerkelijk wordt verbeterd en hoe de bureaucratie in het onderwijs wordt bestreden.

Bouwend Nederland is verheugd over het kabinetsvoornemen om te investeren in de arbeidsvoorwaarden van de leraren en spreekt de wens uit dat het kabinet de voorstellen van de commissie Rinnooy Kan overneemt en hierdoor het vak van leraar weer een belangrijke status heeft. Leraren moeten in staat worden gesteld om kennis up to date te houden. Dat zet een grote plus op het meer praktijkgericht maken van het onderwijs. •

|De bouw innoveert|

Een blok stad in de verkoop



Rotterdam wil meer hogeropgeleide, creatieve en ondernemende mensen binnen de stadsgrenzen halen. Om dat bereiken heeft ERA Bouw de renovatie van circa vijftig vooroorlogse panden aangegrepen om een vernieuwend marketingconcept te ontwikkelen, specifiek gericht op mensen met hart voor de stad, die geloven in de maakbaarheid van de eigen buurt en die niet schrikken van de stedelijke dynamiek.

Eén blok stad staat voor een documentaireconcept, dat is uitgewerkt in vier filmafleveringen, een teaserclip op internet en een speciale website, waar alle informatie en de documentaire over het project te vinden zijn. Alle overige communicatieactiviteiten zijn erop gericht zo veel mogelijk bezoekers naar de internetsite te lokken en 'rumour around the project' te genereren. Dat moet uiteindelijk leiden tot het aanvragen van verkoopmateriaal of een bezichtiging van een pand. De woningen worden geheel gerenoveerd en casco opgeleverd. Volgens ERA Bouw zorgt dat niet alleen voor een pand met toekomstwaarde voor een bereikbare prijs, maar betekent het ook dat de toekomstige bewoners de woning helemaal naar eigen inzicht, tempo en budget kunnen afbouwen.

ERA Bouw heeft dit jaar de Bouwkennis Marketing Jaarprijs gewonnen voor het innovatieve marketing/communicatieconcept van dit project.