

## Onderweg naar het ANBOS van de toekomst

*Bij ANBOS blikken we graag vooruit. Daarom zijn we gestart met het traject 'ANBOS van de toekomst'. In dit traject ontwikkelen we – samen met onze leden - een visie op het jaar 2027. Hierin kijken we vooruit naar wat er op ons af zal komen en waar nieuwe mogelijkheden en kansen liggen. Tijdens workshops op de afgelopen ledenvergadering, persoonlijke gesprekken en via een ledenonderzoek hebben we veel waardevolle inzichten ontvangen. In dit artikel lees je meer over het visietraject, de opgehaalde inzichten en de vervolgstappen die we gaan nemen.*

**In het jaar 2022 vonden de eerste stappen plaats voor het traject 'ANBOS van de Toekomst'. Met dit traject komen we tot een visie op onze rol als brancheorganisatie in het jaar 2027. Deze visie omvat onze positie en imago, de meerwaarde voor leden, de voorwaarden die we stellen voor onze branche en de wijze waarop we onze organisatie daarvoor moeten inrichten. Deze visie stellen we vanzelfsprekend niet alleen op, maar juist samen met jullie: onze leden.**

### Invulling geven aan 'ANBOS van de Toekomst'

Het startsein hiervoor is gegeven op de Algemene Ledenvergadering (ALV) van afgelopen 19 juni. Daar vond een eerste inventarisatie plaats over waar we in 2027 willen staan. Ook hebben we de fasering van de visievorming doorgenomen:

1. **Start visievorming op de ALV:** op juni 2023 met interactieve workshops aan de slag met de basis.
2. **Interactie met leden:** tussen augustus 2023 en januari 2024 werken we met jullie samen aan de inhoud van de visie via bijeenkomsten, ledenonderzoeken, workshops en een denktank.
3. **Presentatie meerjarenvisie:** in de ALV op 5 februari 2024 presenteren we de meerjarenvisie.

### Uitkomsten van de ALV-workshop

Tijdens de interactieve workshop van de afgelopen ALV in juni hebben we samen ingezoomd op drie pijlers die richtinggevend zijn voor onze branche: 'Ondernemerschap', 'Health, Care & Wellness' en 'Professionaliteit'. Gedurende de workshop hebben we inzichten van deelnemende leden opgehaald over hoe we scoren op deze thema's. Wat doen we goed? Wat kan er beter? En waar willen we naartoe? Ook hebben

de workshops geleid tot een basis voor een denktank van specialisten, die als kritisch klankbord kunnen reflecteren op (strategische) vraagstukken binnen de vereniging. Samengevat waren de resultaten van de workshops als volgt:

**Pijler 1: Ondernemerschap** – Hier worden diverse goede zaken benoemd zoals de consumentencampagne, de ledenzoeker, onze lobby, documenten en collectieve regelingen. Tegelijkertijd is het een groeipunt om te investeren in ons imago en onze zichtbaarheid.

**Pijler 2: Health, Care & Wellness** – Leden vinden het thema belangrijk en de noemer goed passen. Er is behoefte aan meer profilering van het vak en het duidelijk maken waarom professionaliteit en vakbekwaamheid doorslaggevend zijn. Ook is er gekeken naar de titel 'schoonheidsspecialiste' en óf andere, óf aanvullende benamingen die een positieve invloed kunnen hebben.

**Pijler 3: Professionaliteit & Kwaliteit** – De Academy, workshops en de communicatie vanuit ANBOS worden aangehaald als sterke punten. Onze zichtbaarheid neemt toe. Leden vinden dat er meer accent mag komen op verschillende niveaus van kennis en kunde. Ook is er veel meegedacht over kansen die onze zichtbaarheid verbreden en versterken.

## Ledenonderzoek

De geplande vervolgactie – die gesterkt werd door inzichten uit de ALV-workshops – was het uitzetten van een kwantitatief onderzoek onder leden. Dit onderzoek had twee doelen:

**Blik op de branche (terugkerend)** – Er zijn nog te weinig cijfers beschikbaar over onze branche, onze achterban en onze doelgroepen. Door grip te krijgen op deze cijfers kan ANBOS de belangen van haar leden beter vertegenwoordigen en effectief zijn met lobbytrajecten. Om een up-to-date en accuraat inzicht te blijven houden, willen we deze ‘blik op de branche’ daarom jaarlijks herhalen. Dit jaarlijks onderzoek wordt aangevuld met extra vragen die relevant zijn in dat jaar, zoals dit jaar over de dienstverlening.

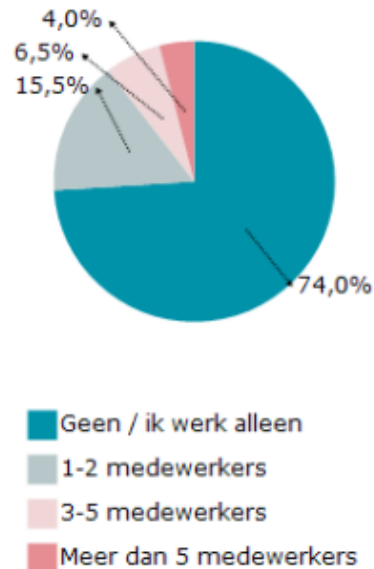
**Dienstverlening van ANBOS (eenmalig)** – Om te komen tot de visie 2030 en de actiepunten voor 2027 wil ANBOS gevolg geven aan hoe leden de dienstverlening beoordelen. Met deze input beoordelen we waar ANBOS zich op moet focussen en welke behoeften er nog niet zijn ingevuld.

Het online onderzoek is in september uitgezet onder ANBOS-leden. De vele reacties zijn ontzettend waardevol geweest. Daarom willen we iedereen bedanken die aan het onderzoek heeft deelgenomen.

### Resultaten: Jaarlijkse blik op de branche

Deze eerste uitvoering van het onderzoek geeft een beeld van de branche. De belangrijkste resultaten uit dit onderdeel zijn als volgt:

**Zelfstandig of werknemers in dienst** - In totaal werkt 74% van de leden alleen, 15,5% heeft 1 of 2 medewerkers in dienst, 6,5% heeft er 3 tot 5 en 4% heeft meer dan 5 werknemers in dienst. Daarbij heeft 92,2% van werknemers de rol van schoonheidsspecialist, 40,8% is pedicure, 13,5% van werknemers heeft de rol van huidtherapeut en 20,4% hebben ook andere rollen. Deze rollen variëren van nagelstylist, haarstylist en masseur tot administratieve ondersteuning, receptie of office manager.



**Alleen of samenwerken** – Een ruime meerderheid (66,7%) geeft aan alleen te werken. Sommige leden werken samen met (andere) schoonheidsspecialisten (8,5%), huidtherapeuten (6,5%), cosmetisch artsen (8,8%) of anderen (16,8%), zoals fysiotherapeuten, haarstylisten, pedicures, PMU-specialisten of huisartsen.



**Opleiding** – Van alle leden heeft ruim de helft (53,95%) een opleiding vergelijkbaar met allround schoonheidsspecialist MBO-4 afgerond. Voor 23,4% betrof het schoonheidsspecialist MBO-3. Een kleiner deel (4,8%) heeft een HBO-opleiding voor huidtherapie gevolgd. Ook andere opleidingen (17,9%) kwamen aan bod, zoals Stivas A+B of medisch schoonheidsspecialiste. In totaal heeft 73,2% van de leden specialisatievakdiploma's behaald. De meest voorkomende vakdiploma's waren acne (88,1%), bindweefselmassage (50,7%) en shiatsu massage (37,3%).

**Behandelingen** – De meest aangeboden behandelingen zijn basis gelaatsbehandeling (88,9%), acne (75,5%), bindweefselmassage (56,7%), microneedling (48,2%), elektrisch ontharen (37,9%) en microdermabrasie (35,3%).

**Omzetontwikkeling** – De financiële ontwikkelingen lijken vrij positief. Bij 50,3% van de leden is de omzet toegenomen in de afgelopen jaren. Bij 32,2% is de omzet ongeveer gelijk gebleven en bij 12,8% is de omzet gedaald. Ook de verwachtingen zijn enigszins optimistisch. Zo verwacht 41,1% dat de omzet zal toenemen in de komende 5 jaar, verwacht 46,1% dat de omzet gelijk zal blijven en verwacht maar 12,8% een afname.

## Resultaten: Dienstverlening van ANBOS

Aanvullend zijn in deze (eerste) editie van het jaarlijkse ANBOS-ledenonderzoek vragen opgenomen over de waardering en de verbeterkans van de dienstverlening. De belangrijkste resultaten zijn als volgt:



Ledenportaal



Juridische ondersteuning

**Algemene beoordeling** – Gemiddeld geven leden ANBOS een rapportcijfer van 6,9. De hoogste algemene score krijgen we met 7,1 voor 'Ontmoeten en verbinden'. Voor 'Versterken Collectief' beoordelen leden ANBOS met een 6,8. Op het gebied van 'Belangenbehartiging' en 'Individuele voordelen' scoort ANBOS een 6,7.

**Belangen** – Bij de vraag, waarvoor ANBOS zich hard moet maken, scoort 'Informatievoorziening over de laatste ontwikkelingen in de branche' het hoogste. Daarvan geeft 60,8% aan dit belangrijk te vinden. Maar ook 'Wet- en regelgeving' (58,8%) en 'Professionaliteit binnen ons vak' (57,6%) zijn vaak gekozen.

**Zorgen** – Over de onderwerpen waar leden zich zorgen over maken, wordt 'Vergoedingen van zorgverzekeraars' met 47,5% het vaakst gekozen. Daarna volgen 'Ontwikkeling van het vak' (35,7%), en 'Bijhouden van registraties' (29,9%). Ook kiest 25,2% voor de optie 'Ik maak mij gelukkig geen zorgen'.

**Dienstverlening** – Het individuele voordeel van lidmaatschap wordt door leden beoordeeld met een 6,7. Van de dienstverlening is 56,7% geabonneerd op de nieuwsbrief, maakt 51,3% gebruik van bijeenkomsten evenementen en gebruikt 48,1% de documenten, standaardcontracten of het ledenportaal. Verder worden ook de consumentencommunicatie zoals campagnes – veel aangehaald (37,6%) en scoren ook de korting op muzieklicentie (37%), de vermelding op de site (35,5%) en korting op scholing (35,5%) goed. De minst gebruikte

diensten zijn de leestafel (1,5%), korting op externe diensten (2,4%).

**Waardevoller lidmaatschap** – Tot slot werd gevraagd welke diensten ANBOS nog meer zou moeten aanbieden om het lidmaatschap waardevoller te maken. Op deze open vraag is massaal geantwoord met uiteenlopende suggesties, voorstellen en ideeën. Alle antwoorden worden zorgvuldig meegenomen in het ontwikkelen van de visie en de dienstverlening.

### Hoe nu verder?

*Met de inzichten uit zowel de ALV-workshops als beide onderdelen van het ledenonderzoek hebben we veel waardevolle inzichten gekregen in de wijze waarop jullie – onze leden – over ANBOS en de dienstverlening denken. En over waar we naartoe willen. De resultaten worden besproken met de denktankgroep, waarmee we wederom een nieuwe stap zetten in het concreet maken van het ‘ANBOS van de toekomst’.*

*Alle input die we gedurende dit proces verzamelen wordt gebruikt om het strategieplan te maken. Deze delen we met jullie op de volgende Algemene Ledenvergadering op 5 februari 2024. Kom je ook?*