

“ De huidige bouwwereld zit vol olietankers, moeilijk in beweging te brengen ”

Column

Ik ben op zoek

Ik ben op zoek. Al een tijdje. En ik kan u verzekeren: het is niet gemakkelijk. Ik ben op zoek naar iemand met ervaring en met visie, iemand die kan inspireren en een staat van dienst heeft om jaloers op te zijn. Het zijn hoge eisen, ik weet het, maar het is voor de goede (groene) zaak. In Nederland hebben we namelijk dringend behoefte aan groene leiders die helpen de verduurzaming van de gebouwde omgeving te versnellen. Dat het nodig is en urgent bovendien weten we allemaal: wij zijn de eerste generatie die hard wordt geconfronteerd met de klimaatproblematiek en de laatste die het tij nog kan keren.

Ik ben op zoek naar leiders die durven op te staan, die doorbraken kunnen forceren, die met hun visie niet alleen inspiratie zijn voor de andere koplopers, maar ook het peloton in beweging krijgen. Verduurzaming van de gebouwde omgeving, en daarmee de bijdrage die we kunnen leveren aan het behalen van de klimaatdoelstellingen, is namelijk niet alleen de taak van het (smeltende) topje van de ijsberg, maar van iedereen.

Natuurlijk, in onze branche en daarbuiten kom ik veel managers, directeuren en CEO's tegen die de wereld van morgen mooier willen maken dan die van vandaag en gisteren. De vraag is of hier duurzame leiders tussen zitten: een groene manager is immers nog geen groene leider. Daarin zitten minimale maar essentiële verschillen.

Zo kijkt een manager vooral naar de korte en middellange termijn, terwijl een leider een visionair is. Een manager geeft instructies, een leider geeft richting. Een manager stelt hoe-vragen, een leider vraagt waarom. Een manager stuurt op macht, een leider stuurt op kracht. Een manager stuurt z'n troepen vooruit, een leider loopt vooruit op z'n troepen en neemt ze mee. Een manager vraagt respect, een leider geeft het. Een manager wil stabiliteit, een leider zoekt naar verandering.

Naar zo'n Green Leader ben ik dus op zoek. Zoekt u mee? Kijk op www.greenleaderaward.nl.

Annemarie van Doorn
Directeur Dutch Green Building Council

Column

Like-book, love-book... angry-book

Het kan je bijna niet zijn ontgaan, Facebook heeft een grote verandering ondergaan! Eerst kon je namelijk alleen een post 'liken' en nu kun je er veel meer emotie aan toevoegen zonder direct een reactie te plaatsen.

Vanaf nu kunnen we kiezen uit een like, love, haha, wow, sad en angry. Allemaal leuk, maar wat betekent dit nu voor de beheerders van bedrijfspagina's? Facebook is daar nu nog heel duidelijk over; nu tellen de buttons nog allemaal als de eerdere like, maar ze introduceren deze buttons natuurlijk wel met een reden:

"Over time we hope to learn how the different reactions should be weighted differently by News Feed to do a better job of showing everyone the stories they most want to see."

De verwachting is dan ook dat Facebook in de toekomst de timeline van gebruikers zal gaan stroomlijnen op basis van de engagement die gebruikers geven op een bepaalde post. Dus als je vaker 'angry' gebruikt dan 'like' zul je waarschijnlijk meer posts met dat type reactie gaan zien.

Het wordt dus nog belangrijker om vooraf na te denken over je berichten en welke reactie je hoopt te krijgen. Het betekent namelijk niet dat je 'angry' ook negatief moet uitleggen! Bij een bericht van Wakker Dier over de plofkip is angry misschien wel de emoji om te

zeggen dat je je ook boos maakt. En dat was ook de intentie van het bericht. Voor de beheerders van bedrijfspagina's betekent deze ontwikkeling dat men meer werk moet maken van de contentstrategie en de analyse. Nog te vaak zie ik simpele tellingen van aantal fans/volgers, aantal likes en aantal reacties die gemeten worden en dat is het dan. Nu zul je dus duiding moeten geven aan je KPI's (key performance indicators). Als Wakker Dier tien keer like en duizend keer angry meet op een post, is dat wellicht juist heel goede content voor hen.

Het professioneel aanpakken van de social media, en dus ook Facebook, was al belangrijk, maar deze toevoeging aan de like-button maakt de impact op je merk alleen maar groter.

Robin Wollenberg
Social media manager bij BAM Bouw en Techniek

MARKT

Grown-up en start-up tot elkaar veroordeeld

In de biotech, nanotech fintech gaat het heel hard. De vernieuwingen volgen elkaar in razend tempo op en de start-ups schieten uit de grond. Deze drie sectoren zullen blijvend worden beïnvloed door nieuwe start-ups die continu ontstaan.

In de biotech, nanotech en fintech is iedereen zich bewust dat disruptieve start-ups hét gevaar zijn voor de grote bestaande organisaties. Waar de traditionele grote banken in het nabije verleden nog een afwachtende houding aannamen, onderkennen zij nu de toegevoegde waarde van de innovatieve start-ups. En zien ze tevens het potentiële gevaar dat die start-ups kunnen gaan vormen voor hun eigen, verouderde, businessmodellen.

De Nederlandse bouw-, infra- en vastgoedsector zit al jarenlang in een impasse waar men lastig uit kan komen. De lage winstmarges, hoge faalkosten, marketing die nog moet worden uitgevonden, rendabele (sociale) innovatie en (keten-) samenwerking zijn sinds de bouw-fraude onderwerp van talloze goede initiatieven geweest. Een structurele vernieuwing heeft echter nog niet plaatsgevonden.

Tel daar bij op dat de meeste grotere organisaties beschikken over verouderde technologie, waardoor informatie vastzit in verschillende silo's en dus niet goed kan worden uitgewisseld en geïnterpreteerd. Aangezien deze organisaties over ongelofelijk veel relevante data

beschikken, is dit tegelijkertijd een enorme frustratie en een enorme kans.

Speedboten en olietankers

Organisatie-expert Menno Lanting publiceerde het boek *Speedboten en olietankers, wendbaar werken in de 21ste eeuw*. De huidige traditionele en conservatieve partijen in de bouw kun je vergelijken met olietankers die moeilijk in beweging zijn te brengen. Daarentegen staan de nieuwe organisaties gelijk aan wendbare speedboten, die ook nog eens heel efficiënt hun bestemming bereiken. De nieuwe organisaties (meer dan 150 ConTech start-ups) worden vaak door nieuwe technologieën gedreven. Ze breken de hoge toetredingsdrempels (aanbestedingen met hoge eisen) langzaam af. Dit doen ze door nicheproducten aan te leveren of door met compleet nieuwe businessmodellen te komen. Daarnaast hebben deze start-ups het tot een kunst verheven om hun producten te vermarkten, omdat ze beter kunnen leveren wat hun klanten willen.

Wat zien we nu?

Op 2 januari van dit jaar schreef Wouter van Noort in *NRC Handelsblad* over de lessen die door traditionele ondernemingen zijn te trekken uit de opkomst van Uber en Airbnb. Daarin stelt hoogleraar strategie aan INSEAD Annet Aris dat vergelijkbare schokken zijn te verwachten in nog veel meer branches. In de bouw, infra en vastgoedsector zijn er heel interessante ontwikkelingen aan de hand. "Waarom bouwen we nog parkeerplaatsen?", stelt Yuri van Geest. "Waanzin. De *self driving cars* komen eraan, die zetten je af in de stad en rijden meteen door naar een volgende passagier. Een verspilling van geld dus. Meer asfalt? Mesjogge. Over een jaar of tien hebben we met al die *self driving cars* nog maar een achtste nodig van al het asfalt dat er nu ligt. Waarom bouwen we nog ziekenhuizen? Die functie vervalt. Over twintig jaar draagt iedereen een apparaatje met sensoren dat precies kan vaststellen wat er aan de hand is, vervolgens stelt een computer als Watson een gepersonaliseerd medicijn samen dat thuis gewoon uit de DNA-printer rolt." In diverse andere sectoren zie je dat nieuwe organisaties grote slagen

slaan in hele korte periodes. Voor de bouw, infra en vastgoed zie ik een toekomst waarbij ConTech start-ups samenwerken met bestaande organisaties uit de sector. Waardoor bestaande bedrijven steeds beter aansluiten en ook technologische bedrijven worden. Het mooiste voorbeeld dat ik in deze context kan benoemen is Strukton. Op hun twitteraccount staat namelijk de volgende tekst: "Technologiebedrijf actief in markten railsystemen, civiele infrastructuur, techniek & gebouwen." Wow!

Smaakmakers

Op dit moment is er een aantal smaakmakers opgestaan uit onze sector die verbindingen aan het leggen zijn met de ConTech start-ups. Zo zijn onder andere Heembouw, Advin, Ballast Nedam, Dura Vermeer en Witteveen+Bos ermee in gesprek. Ik geloof dat samenwerking tussen grown-up en start-ups ervoor gaat zorgen dat de huidige partijen in staat worden gesteld om nieuwe business te genereren. Voor de start-ups is samenwerking essentieel om de innovatieve producten en diensten sneller te vermarkten en te kunnen groeien. De smaakmakers zijn op zoek naar start-ups die hun dienstverlening, winstmarges, faalkostenbeheersing en innovatief vermogen verbeteren op korte en juist ook op lange termijn.

Resultaat

Als beide werelden (start-ups en grown-ups) met elkaar gecombineerd worden, dan kan er een ongelofelijke synergie ontstaan. Hierbij zijn uiteindelijk alle klanten enorm gebaat. Daarmee bedoel ik bijvoorbeeld opdrachtgevers (overheden), maar zeker ook de eindklant (weggebruiker, huizenkoper of gebouwbeheerder en gebouwgebruiker). De producten en diensten kunnen intensief worden verbeterd. De huidige bouw kan zich onttrekken uit de jarenlange impasse en de ConTech start-ups kunnen profiteren van het netwerk van de bestaande organisaties.

Wouter Truffino
Matchmaker bij Holland ConTech

Reageren op dit artikel? Dat kan via redactie@cobouw.nl of via Twitter op @WouterTruffino of @HollandConTech

Cobouw vernieuwt!

Ik verhuis naar online

Met ingang van maart vindt u mijn column op Cobouw.nl

meer weten? cobouw.nl/vernieuwt

REAGEER OP COBOUW

De redactie opinie van Cobouw stelt uw reacties zeer op prijs. U kunt e-mailen: cobouw@bimmedia.nl of bellen: 070-3046792. Ook via www.Twitter.com/CobouwNL kunt u reageren. Columns en artikelen op deze pagina moeten gelezen worden als de mening van de auteur zelf. Alleen commentaren geven de opvatting van de krant weer. De redactie behoudt zich het recht voor artikelen te weigeren dan wel te redigeren of in te korten en via internet of op andere wijze openbaar te maken.