

u kan worden. inschrij-  
bij sommige criteria  
teit') de ruimte hebben  
en inventieve en onder-  
wijze op in te gaan. De  
moet zijn beslissing goed  
le rechtbank oordeelde  
le motivatie, bestaande  
enoverzicht van de  
nder onderbouwing voor  
de winnaars en de  
nschrijver, onvoldoende  
oek van de inschrijvers  
esteder dit puntenover-  
remotiveerd, en introdu-  
nij nieuwe beoordelings-  
1. Ook dit was  
ar, aangezien alle  
gels en (sub)criteria van  
baar moeten zijn. Deze  
eft een nadere invulling  
die gelden voor een  
slissing, en de mate  
ingscriteria van tevoren  
:ten zijn.

hao  
Allen & Overy LLP,

## Jevels en daken

toenemende mate door  
ateriaal om nieuwe  
Composieten zijn  
ffen. De meest gebruikte  
zel versterkt polyester.  
1, op zoek naar verras-  
en schappelijke prijs,  
n een aantal composiet  
liseren. De composieten-  
ren geworden in de  
igbouw. In de bouw  
en nauwelijks, maar de  
aantal ervaren  
constructieve ontwer-  
n een handvol produ-  
mponenten maken. Wat  
ild-attitude opviel is dat  
e jong is, in feite  
jn in de fabriek, maar  
n op het bouwen op een  
ukelen nogal eens over  
sen zitten vol met  
ructies waarop moeten  
eranties, aansluitingen  
jn in wezen problemen  
in hun beeld. Terwijl  
s en bouwers beginnen  
alen van daaruit  
s. Om een solide  
or de composietindus-  
de composietindustrie  
:en als de traditionele  
in groei naar volwassen-  
latform kunnen doen, in  
rdeel van de Neder-  
ief grote vrijheid om al  
dat de producten  
liteit hebben. Daarna,  
:cten, ligt er een mooie  
en.

**wor den nog vaak geormi-  
neerd door het oude wij/  
zij-denken. De mentaliteits-  
verandering die nodig is om  
dat te doorbreken, laat zich  
niet afdwingen. Verander om  
te beginnen je gedrag, dan  
volgt uiteindelijk ook die  
mentaliteit, zegt Richard  
Mooiman. Hij geeft vier  
handvatten.**

Nieuwe contractvormen - of beter  
gezegd: nieuwe manieren van  
samenwerken - kunnen zowel voor  
opdrachtgevers als voor bouwers  
grote voordelen hebben. Bouwers  
kúnnen meer opschuiven in de  
waardeketen en opdrachtgevers  
kúnnen zo meer waar voor hun geld  
krijgen. Het kan, maar toch gebeurt  
het vaak niet. Zo'n samenwerking  
vraagt namelijk om een andere  
mentaliteit. Een waarbij je de ander  
oprecht iets gunt in de volle overtuig-  
ing dat je samen verder komt dan  
ieder voor zich. Maar goed, dat is best  
lastig in een branche waar de mores  
decennialang totaal anders waren.  
Het is dus geen verrassing dat die  
mentaliteitsverandering niet  
een-twee-drie optreedt.  
Opdrachtgevers hebben vaak nog  
moeite met de grotere vrijheid die ze  
expliciet aan de bouwer moeten  
geven. Soms ook is het de bouwer die  
in z'n oude, meer afwachtende rol  
schiet. Ondanks alle goede bedoelin-

alweer snel het oude liedje: wij tegen  
zij en zij tegen wij. Het doorbreken  
van dit soort patronen doe je niet door  
alleen te zéggén dat het roer om moet.  
Dat doe je vooral door heel concreet je  
gedrag te veranderen. Ofwel door  
zaken vandaag anders te doen dan  
gisteren. Dat is lastig. Hoe moeilijker  
en abstracter de verandering, hoe  
concreter die gedragsverandering  
moet zijn. Bij nieuwe contractvormen  
zijn vier aspecten zeer bepalend voor  
succes.  
Ten eerste moet de opdrachtgever niet  
alleen een budgettaire bovengrens  
stellen, maar ook een ondergrens.  
Meer nog dan bij een traditioneel  
contract is de bouwer immers sterk  
bepalend voor de kwaliteit. En dus is  
het killing als die té laag inschrijft. De  
klant kan en moet weten dat onder  
een bepaald bedrag de geformuleerde  
eisen en kwaliteitsambitie gewoon  
niet meer haalbaar zijn. Goedkoop is  
duurkoop.  
Ten tweede moeten de contracten van  
de 'hoofdaannemer' met 'onderaanne-  
mers' naadloos aansluiten op die  
tussen de hoofdaannemer en de  
opdrachtgever. Voor een goede  
samenwerking - en dus een succesvol  
project - is het essentieel dat alle  
partijen hun waarde kunnen  
toevoegen. Een dbm-contract waarbij  
onderaannemers het vel over de over  
wordt gehaald, is gedoemd te  
mislukken.  
Ten derde moeten de beste mensen op  
de belangrijkste posities worden  
gezet. Juist op de liaison-positie  
tussen opdrachtgever en -nemer

een project kunnen managen als het  
goed gaat, maar ook bij de onvermij-  
delijke tegenvallers. Klantvriendelijk  
en stevig, inhoudelijk en commercieel.  
Geef ze voldoende mandaat om ook  
echt knopen door te hakken.  
Ten vierde het allerbelangrijkste:  
maak een einde aan de afrekencul-  
tuur. De naam zegt het al: nieuwe  
contracten zijn nieuw. Dat betekent  
dat er sprake is van een leerproces. En  
tijdens dat proces zullen fouten  
worden gemaakt. Daarvan leren is cru-  
ciaal. Goede, gemotiveerde 'ezels'  
stoten zich ook in dit geval geen twee  
keer aan dezelfde steen. Vervang ze  
niet bij het minste of geringste. Geef  
ze de kans beter te worden. Koester ze.  
Nieuwe contracten vragen om ander  
gedrag: stel in de aanbesteding ook  
een ondergrens, zorg dat alle  
contracten 'nieuwe contracten' zijn,  
zet de beste mensen op de belangrij-  
ste posities en geef ze de kans om daar  
daadwerkelijk te leren. O ja, en  
onthoud altijd dat het betere de vijand  
is van het goede. Tijdens de rit  
voortdurend de lat nog hoger leggen,  
kan er ook toe leiden dat je uiteinde-  
lijk vooral lager uitkomt.  
Wie zich anders gaat gedragen, zal  
ervaren dat de noodzakelijke  
mentaliteitsverandering ogenschijn-  
lijk vanzelf op gang komt. Zeker, dat  
kost tijd. Maar wie zich realiseert hoe  
groot de beloning is, neemt dat maar  
wat graag voor lief.

**Ing. Richard Mooiman**  
Senior projectmanager bij To Interface,  
rmo@tointerface.nl

## BRIEVEN

### Bewoner wil rust, comfort en lage loonlasten

Bas van de Griendt en Friso de Zeeuw  
lijken het beste voor te hebben met de  
gebruiker, maar doen het omgekeerde  
door het woningenlabel technisch te  
benaderen (*Cobouw* 19 mei). We  
vermoeden dat dit komt doordat de  
auteurs een aantal foute aannames  
maken, door datgene wat ze weten van  
Bream-NL voor commercieel  
vastgoed te extrapoleren naar het nog  
te ontwikkelen label voor woningen.  
Juist door die gebruiker wel centraal  
te stellen is makkelijk te onderbou-  
wen dat ze wel degelijk een certificaat  
willen. Niet het papiertje zelf, net als  
dat men geen A-label-ijskast wil, maar  
laag stroomverbruik. Men wil wat zo'n  
certificaat allemaal op kan leveren,  
samen te vatten als rust, comfort en  
lage woonlasten.  
Bewoners willen veel, en lang niet

allemaal hetzelfde en in dezelfde  
mate, maar naast een passend huis op  
een aansprekende locatie willen de  
meesten financieel voordeel bij  
aankoop, een ontzorgd bouwproces,  
bij oplevering zekerheden met  
betrekking tot kwaliteit, lage  
woonlasten en gebruikscomfort. Hét  
grote nadeel voor de huidige woon-  
consument is dat deze zich in al die  
verschillende aspecten apart moet  
verdiepen. 'Heb ik een SWK-garantie?  
Is de cv-ketel zuinig? Is mijn woning  
straks veilig? Hoe kom ik aan een  
politiekeurmerk veilig wonen en  
levert dat korting op de verzekerings-  
premie? Hoe energiezuinig moet mijn  
woning zijn om bij de Triodos-bank  
korting op de hypotheekrente te  
krijgen? Is de kinderkamer vrij van  
schadelijke chemicaliën?  
Allemaal essentiële zaken bezien  
vanuit de gebruiker maar vrijwel  
onmogelijk dit zelf uitgezocht en

georganiseerd te krijgen. Als dit zich  
in één certificaat kan vertalen, biedt  
dat de gebruiker een mate van  
zekerheid en rust die op een andere  
manier niet te verkrijgen is.  
Het is aan DGBC om, in samenwerking  
met 'de markt', het label vanuit de  
gebruiker te ontwikkelen, geholpen  
door de ervaringen met woningen in  
de huidige versie. Het zou de wonin-  
gen-nieuwbouw wel eens de boost  
kunnen geven waar de sector het al zo  
lang over heeft, en wat nog veel te  
weinig van de grond komt: de klant  
ontzorgen tijdens het bouwproces en  
bij oplevering kwaliteit, comfort en  
garanties bieden.

**Mark Spetter**  
Globalance - advies MVO  
**Paul Zonneveld**  
Duurzaamheidscoach

## REAGEER OP COBOUW

De redactie opinie van Cobouw stelt uw reacties zeer op prijs. U kunt e-mailen: [cobouw@bimmedia.nl](mailto:cobouw@bimmedia.nl) of bellen: 070-3046786. Ook via [www.Twitter.com/CobouwNL](http://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.