

'THE LIVING FACADE' IN DE TWEEDE VERSNELLING

VERLEDEN JAAR PRESENTEERDE BERT LIEVERSE ALS VMRG-DIRECTEUR EN SECRETARIS-GENERAAL VAN DE FAECF (EUROPESE ORGANISATIE VOOR GEVELBOUWERS) HET INNOVATIEVE CONCEPT THE LIVING FACADE. MET THE LIVING FACADE RIEP LIEVERSE DE GEVEL UIT TOT HOOFDTHEMA VAN DE VERNIEUWENDE BOUWSECTOR. ALLEEN EEN LEVENDE GEVEL KAN HET GEBRUIKSCOMFORT VAN GEBOUWEN VERGROTEN. BOVENDIEN ZET DIT INNOVATIEVE CONCEPT DE GEVEL CENTRAAL BIJ HET VERBETEREN VAN DE MILIEUPRESTATIES VAN GEBOUWEN. OP HET DERDE JAARCONGRES VAN THE FUTURE ENVELOPE (MEI 2009) BESPRAK LIEVERSE DE AFGELOPEN JAAR GEBOEKTE VOORUITGANG. HOE WERKT DE GEVELSECTOR AAN DE REALISATIE VAN THE LIVING FACADE-CONCEPT? EEN INTERVIEW.

Control Media: KREEG U AFGELOPEN JAAR VEEL REACTIES OP UW CONCEPT THE LIVING FACADE?

Bert Lieverse: Het concept sloeg direct aan. Vele mensen uit verschillende disciplines reageerden positief. Van architecten en adviesinstellingen tot toeleveranciers. Ook klanten en gebruikers waren er voor in.

Eén reactie was wat afwijkend. Iemand merkte op dat hij het

concept maar vaag vond. Dat mijn verhaal niet af was. Dat The Living Facade nog volop open einden kende en zeker niet aansloot bij de leefwereld van de bouwsector. Dat vond ik juist een compliment, want dit was precies mijn bedoeling. The Living Facade draait nu juist om het scheppen van een ruim, uitdagend en niet-beperkend perspectief. Dat zo'n concept de bouwsector nog niet past, beschouw ik gewoon als een aansporing. De vastgeroeste tradities binnen het bouwen bieden altijd weerstand tegen veranderingen. Maar die vaste gewoontes binnen de bouwsector zijn hard aan vervanging toe. Mensen als Jos Lichtenberg bijvoorbeeld tonen dat keer op keer aan met het concept Slimbouwen®. De implementatie van The Living Facade kan daarom alleen slagen, als die hand in hand gaat met organisatorische veranderingen binnen de bouwbranche.

Control Media: WAT VOOR BEDRIJFSMATIGE CONTEXT ZIET U VOOR HET CONCEPT THE LIVING FACADE?

Bert Lieverse: Wij van de FAECF en de VMRG pone-

ren The Living Facade als dé visie voor de internationale gevelbranche. Elk goed geleid bedrijf werkt vanuit een degelijk gedefinieerde visie. Hoe benader je als bedrijf je markt? Welke rol zie je als bedrijf voor je product? The Living Facade richt zich op de directe toekomst en baseert zich op de essentiële rol die gevels nu al spelen. De gevelsector biedt met de gevelsystemen die ze ontwikkeld hebben gezondheid, milieuwinst en comfort aan de gebruikers van gebouwen. De gevelsector daagt uit en zoekt voortdurend de grenzen van de technologie op. Wij scheppen als gevelbranche een creatief klimaat waarin esthetica samengaat met topfunctionaliteit en verantwoordelijkheid. Onze collectieve en individuele expertise staat niet stil maar groeit.

Control Media: MOET DE BRANCHE NIET WENNEN AAN HET THE LIVING FACADE-CONCEPT?

Bert Lieverse: We laten de gevelsector wennen aan The Living Facade via de weg van de onderlinge kennisoverdracht. Goede voorbeelden hiervan zijn het werk van het Kenniscentrum Gevelbouw en de samenwerking van de VMRG met de Technische

Universiteit Delft bij de opleiding tot International Facademaster. Ook via R&D initiatieven ondersteunt de VMRG de ontwikkeling van de gevelsector. Een collectief programma van TU Delft, TU Eindhoven, University of Detmold en Polytechnico Milan is opgesteld met ondersteuning van de verschillende nationale gevelbouworganisaties. Er loopt een researchprogramma naar de adaptieve gevel binnen het Energiecentrum Nederland. Ook daaraan draagt VMRG bij. Met partners uit de installatiesector werken we aan de ontwikkeling van het meest complexe gebouwonderdeel namelijk de gevel/klimaat/energie-installatie. Wij willen de gecombineerde gevel- en installatiebedrijven dan ook een onafhankelijke positie in het bouwproces geven. Zeker ook om de meerwaarde voor opdrachtgevers duidelijk te maken. Zo'n innovatieve gevel/installatie zal natuurlijk op de meest efficiënte en industriële wijze vervaardigd moeten worden. Daarbij gaat de gevelsector lifetime-servicecontracten niet uit de weg. Niet alleen wil de gevelsector zo het functioneren van de geleverde gevel blijvend waarborgen, maar tevens telkens de nieuwste technische ontwikkelingen aanbrengen. Bijvoorbeeld nieuwe versies van regelsoftware. Bovendien wil de gevelsector meer zichtbaar zijn en los van lopende bouwprojecten en beperkende contractrelaties communiceren met klant en eindgebruiker.

Control Media: EEN ANDERE EN BETERE RELATIE MET DE KLANT SPEELT EEN BELANGRIJKE ROL IN UW VERHAAL

Bert Lieverse: Ieder zich zelf respecterend bedrijf plaatst de klant centraal. Want elk goed bedrijf ziet de klant als bron en doel. Maar dan de bouw. Een bouwbedrijf maakt van elke klant al snel een partner-in-de-problemen. Naarmate het gevraagde bouwwerk daadwerkelijk groeit, nemen de zorgen voor de klant dan wel af, dan wel toe. Welke keuze biedt je de klant dan? Ieder goed bedrijf wil de werkelijke koopmotieven van de klant achterhalen en tracht de echte vraag-achter-de-vraag te begrijpen. Maar het reguliere bouwproces ziet de eigenlijke eindklant bijna niet. Merendeels blijft de eindgebruiker zelfs onbekend. Wij als gevelsector

leveren bijvoorbeeld onze gevels meestal aan aanbieders van gebouwen of aan tussenschakels. Toch heerst de overtuiging dat de bouwmarkt van een aanbieder- naar een vragersmarkt gaat en moet. Maar dat is moeilijk voor de bouwsector, die voor een andere benadering van de klant geen passende organisatievorm bezit. Daarom zal de gevelsector zelf haar marketing moeten voeren en zelf moeten achterhalen en begrijpen wat The Living Facade betekent voor de eindgebruiker. Kernbegrippen zijn dan: comfort, hoogwaardige productiviteitsbevorderende werkomgeving, energieregulering en energiebesparing.

Control Media: MAAR LOOP JE DAN NIET AAN HET HANDJE VAN DE KLANT?

Bert Lieverse: Het centraal plaatsen van de klant betekent niet alleen doen wat de klant belangrijk vindt. Het gaat uiteindelijk om het leveren van meerwaarde. Niet om een optelsom van kosten, wat in de reguliere bouw gebruikelijk is, maar om het formuleren van de waarde die de klant gedurende de lifetime van het gebouw realiseert. Dit lifetime-denken houdt ook goede after sales in. Meedenken met de klant over exploitatie en onderhoud. Wanneer de gevelsector zich zo profileert aan de vraag- en gebruikerszijde dan wordt de positie van de gevel/installatiebranche sterk en noodzakelijk. Binnen de één-op-één relatie met de klant valt dan alle verantwoordelijkheid over het leveren en installeren van de gecombineerde gevel/installatie. Dan ontstaat een succesvol en innovatief driemanschap van ontwerper, technische installateur en gevelsector, die gezamenlijk verantwoordelijkheid neemt voor de meest essentiële gebouwfuncties.

Control Media: DUS DE GEVELSECTOR KRIJGT EEN ONAFHANKELIJKE POSITIE VAN DE REST VAN DE BOUW?

Bert Lieverse: Soms vraag ik me zelfs af of het goed is voor de gevelsector om bij de bouw te horen. Misschien zou de gevelbranche zich beter tot de installatiesector kunnen rekenen. Het achtervoegsel -bouw in gevelbouw doet de gevelbouw-

sector vaak meer kwaad dan goed. En met bouw doel ik op het proces van het bouwen zelf. Eigenlijk duurt dat bouwproces maar een fractie van de levensduur van een gebouw, maar als proces verdient het nog steeds geen schoonheidsprijs. Neem de faalkosten. Duik maar eens in de archieven. Er wordt al 30 jaar over faalkosten gepraat zonder één enkel resultaat. Misschien is een grote schoonmaak waartoe de economische crisis de bouw waarschijnlijk dwingt, gewoon noodzakelijk. Nog niet eens zozeer vanwege de hoge kosten van de inefficiënties, maar om de vanzelfsprekendheid en de gelatenheid waarmee de bouw het falen accepteert.

Control Media: ESSENTIEEL IS EEN DOORGAANDE INNOVATIE VAN DE GEVELSECTOR?

Bert Lieverse: Innovatie lijkt misschien iets nieuws gezien alle maatschappelijke aandacht ervoor. Echter succesvol ondernemen was altijd al innovatief ondernemen. Zonder innovatie en creativiteit kan geen enkel bedrijf bestaan of de positie in de markt handhaven. Elke bedrijfsleiding moet zorgen voor een innovatief klimaat en zich telkens afvragen: Kunnen wij ons product succesvol verkopen aan de klanten? Kunnen wij het maken? Kunnen we eraan verdienen? Is het een innovatie? Leveren we ermee een bijdrage aan onze samenleving? Het draait om het voortdurend voortbrengen van concepten en ideeën. De gevelsector koestert een dergelijk klimaat. Vandaar dat de VMRG met 40 bedrijven samenwerkt in diverse innovatieprogramma's, daarbij geholpen door het ministerie van EZ. Vandaar dat de VMRG kennisdistributie realiseert en creativiteitsessies organiseert. De komende tijd houden we weer een nieuwe ronde met architecten/ontwerpers, installatiebedrijven, gevelbedrijven, toeleveranciers, adviseurs en klanten. Een bont en breed gezelschap dat het nieuwe profiel van onze industriële sector zal bepalen en het bouwen zal veranderen. In het nieuwe GevelBouw Presentatieboek 2009 laat de VMRG al de fraaiste staaltjes van onze gevel/installatie-industrie zien. Daar kondigt de toekomst van de gevelbouw zich al aan.

