

Vaak is iedereen in de stress vlak voor de kerst of net voor de bouwvak, omdat veel werkzaamheden per se af moeten. Alles wordt op alles gezet, alsof er na de kerst een ander tijdperk aanbreekt. In de bouw zoekt men steeds weer tijdstippen om naar toe te werken. Zo stimuleren de bouwers hun leveranciers en onderaannemers om de werkzaamheden af te ronden. Menig planner ziet deze tendens terug in contractschema's of gewoon op de planning aan de muur in zo'n nostalgische bouwkeet. Maar het is gewoon onzin, kunstmatige onzin. Want na de bouwvak of na het kerstverlof gaat alles gewoon weer door. Dit is het ongelooflijk belangrijke verschijnsel dat we continuïteit noemen. Misschien schrijven we dat wel verkeerd en zou het 'continue tijd' moeten zijn. Vaak denken we dat continuïteit geen aandacht vraagt, omdat het toch vanzelf gaat. Het tegendeel is waar.

Verantwoord ondernemersgedrag

Iedereen die een bedrijf bestuurt, weet dat dit besef, namelijk dat de toekomst er gewoon komt of moet komen, enorm wezenlijk is voor verantwoord ondernemersgedrag. Veel problemen van dit moment in de economie en in de samenleving komen voort uit het ontbreken van dit besef. De focus op de korte termijn lijkt lucratief en heeft voor enkelen vaak snel voordeel, maar geeft schade aan

Continuïteit *of* continue tijd?

velen op de langere termijn. Denk bijvoorbeeld maar aan de kredietcrisis (korte termijn winstbejag bij bankiers). Opmaken wat we nu hebben, schaadt de toekomst. Bezig zijn met nieuwe zaken die leiden tot bijvoorbeeld meer energie-efficiency of meer behoud van een gezond milieu zijn aspecten die van groot belang zijn voor de toekomst. Veel vraagstukken verplaatsen we naar de toekomst in de hoop dat die onbekende toekomst daar wel een oplossing voor heeft. "Komt tijd komt raad" heet een gezegde ook wel.

Investeren in de toekomst

Dit betekent niet alleen afzien van snelle consumptie (snel opmaken en genieten), maar ook, naast zorgvuldig omgaan met schaarse middelen, investeren in de toekomst. Nu dus, ook in mindere tijden. Want continue tijd betekent dat we na deze tijd een volgende krijgen. De taak en rol die de gevelindustrie daarin moet nemen om succesvol te zijn, moet nu worden ontworpen, doordacht en ontwikkeld. Het is best lastig om de langere termijn aandacht te geven als de korte termijn gezien de desastreuze markt vraagt om een overlevingsstrategie. Maar naast het absoluut noodzakelijke overleven, kunnen innoveren, onderzoeken, testen en trainen niet ontbreken. Je klaar maken voor morgen en overmorgen moet elke dag. Belangrijke lijnen uitzetten naar de toekomst is essentieel voor een bedrijf en die tijdshorizon gaat verder dan 2011, het jaar waarin



menigeen weer een keerpunt in de bouwmarkt verwacht. Ook dienen we te beseffen dat het keerpunt voor de verschillende bouwpartners niet op het zelfde tijdstip ligt. De tijds -spanne van een keerpunt dat de gehele bouw omvat kan nog wel 1 tot 1,5 jaar bedragen. Voor sommige bouwpartners komt dat dus gewoon later. Duurzaam ondernemen betekent in dit kader ook wel waakzaam zijn voor de duurzaamheid van het bestaan van een onderneming.

Korte termijn gericht

De gevel is een onmisbaar en essentieel middel om duurzame (lees waardevolle) gebouwen te maken en te exploiteren. Duurzame gebouwen die niet alleen worden geëxploiteerd voor de korte termijn, maar die met het oog op de gehele levensduur, van totstandkoming tot en met de totale gebruiksperiode, worden ontwikkeld. Er valt heel veel te verbeteren als het om energie-efficiency gaat of om een bijdrage aan een beter milieu. Kunnen materialen hergebruikt worden of is recycling mogelijk? Ook hier geldt continuïteit als belangrijke factor. De bouw is van oudsher korte termijn gericht. Waar in andere sectoren kwaliteit en duurzaamheid gewoon uitgangspunten zijn, kost het in de bouw veel moeite om verder te kijken dan de korte termijn (lees de prijs).

Lead nemen

De gevelindustrie zal zich aan de knellende beperkingen van de bouw moeten ontworstelen en meer de rol opeisen van brenger van duurzaamheid en comfort. Hoe? Door de lead te nemen. De VMRG biedt bedrijven die daarin actief mee willen research-, test- en innovatiemogelijkheden met SKG. Daarnaast biedt het Kenniscentrum Gevelbouw opleidingen op het gebied van commercie, techniek, management en duurzaamheid. Stichting Slimbouwen biedt contacten en mogelijkheden om samen met andere disciplines en

ontwerpers of architecten samen te werken.

Gevelindustrie

Iedereen die hierin perspectief ziet, is welkom. Nieuw is in 2011 het Marketing en Communicatiecentrum Gevelbouw, een integraal versterkende faciliteit om de Gevelbouw overal te doen horen en te laten zien. Want met het oog op de toekomst is het hebben van een visie een ding, maar deze uitdragen en bekend maken is minstens zo belangrijk. Voor continuïteit is het besef van continue tijd nodig en de wil om daarvoor actief en doelgericht aan mee te werken samen met de gehele gevelsector verenigd in de VMRG. Maar ook met anderen, want de gevelbouw zal door deze ontwikkelingen nog meer het karakter krijgen van een gevelindustrie. Men komt tevoren zorgvuldig uitgedachte geveldelen of gevelementen wel op de bouw monteren, maar de industriële en conceptuele arbeid die daaraan vooraf gaat is in mijn ogen veel wezenlijker. Bouwers zien graag bouwactiviteit en materiële voortgang, maar in de ogen van de gevelindustrie is het werk dat daaraan voorafgaat essentieel.

Componenten en industrieel gehalte

Het is dan ook logisch dat deze industrie met andere partners, leveranciers van componenten (solar elementen, dynamische panelen, elektronica) architecten en ontwerpers op weg is om concepten en nieuwe typen gevels te ontwerpen.

De Stichting Slimbouwen biedt daartoe een prima platform. We verleggen de scope van nu naar morgen en overmorgen en zetten daarmee niet alleen de gevelindustrie op het spoor van een succesvolle toekomst, maar ook alle betrokkenen met wie deze industrie te maken heeft. Voor het ambacht en de folklore gaan we wel naar braderieën en musea, maar de bouw zal een hoog industrieel gehalte krijgen.

Nu

Het is het unieke van nu dat de overlevingsstrategie om nu succesvol te zijn, precies samenvalt met de eisen van de nabije toekomst. In die zin dwingt de 'crisis' ons tot een fundamentele heroriëntatie, namelijk op industrieel vervaardigen van duurzame, comfortabele en efficiënte producten en diensten die passen bij de vraag van nu en die van morgen.

Verder kijken dan de korte termijn

Gevelindustrie moet de lead nemen