

# Innovatie als succesfactor





Boosting, een club voor innovatoren in de bouw, bestaat in oktober 20 jaar. We praten met de voorzitter, Harm Boomsma, waar Boosting nu precies voor staat en wat de club zoal doet. Boomsma is naast voorzitter ook eigenaar van een adviesbureau op het gebied van innovaties. Innovatiever kan haast niet, zeg ik. 'Jazeker, als je van je hobby je werk maakt, kom je op een hellend vlak. Ik heb het inderdaad druk maar geniet met volle teugen!'

Innovatie in de bouw wordt te pas en te onpas genoemd, maar daar blijft het vaak bij. Boomsma: 'Mijn taak is om bij bedrijven die echt willen innoveren het proces op gang te brengen en te begeleiden. Zo ben ik samen met Wagenbouw Accommodaties bezig een ander concept voor modulair bouwen neer te zetten, dat ook gebruikt kan worden voor permanente huisvesting.'

#### **DOENERS**

Terug naar Boosting. Een groep gelijkgestemden. Boomsma: 'Wij beschouwen onszelf als de doeners van innovatie. 20 jaar geleden is de club opgericht uit onvrede met de bouwkolom. We wilden het bouwproces verbeteren, maar de hiërarchische structuur van de keten en de centrale rol van traditionele aannemers hield ons tegen. Ons credo was industrieel bouwen met ontwerpers en toeleveranciers, maar dit is inmiddels uitgebreid met innovatieve bouwers en opdrachtgevers waarbij innovatieversnelling centraal staat.'

Meestal zie je innovatie optreden als reactie op wijzigende wet- en regelgeving. Boosting wil dit voor zijn. Boomsma: 'We organiseren dan ook expertmeetings waarin we de onderstromen in kaart brengen. Als die duidelijk en eenduidig zijn beschreven, is

[www.boosting.nl](http://www.boosting.nl)

de volgende stap om te zoeken naar oplossingen. Momenteel zijn we bezig met zaken als het transformeren van kantoren naar woningen en energieneutrale gebouwen.'

Belangrijk is de structuur die je aanlegt en dat je nooit iets aanneemt alleen omdat het zo logisch klinkt. Een mooi voorbeeld is zelfreinigend glas. Iedereen dacht: hoe gladder het oppervlak hoe beter. Toen kwam iemand op het idee om een lotusbloem onder de



microscop te leggen, omdat daar altijd het vuil en water zo goed van afdroop. Wat bleek? Het oppervlak was helemaal niet vlak maar fijn bezet met een soort van naaldjes. Het kleinste vuilpartikel bleef op twee naaldjes plakken en had dus een gering contactoppervlak. Bij het eerste beetje wind of regen spoelde het partikel weg.

#### ACHTER

Boomsma: 'Het besef van het belang van innovatie loopt in Nederland nog achter. In Japan heb je bijvoorbeeld bouwondernemingen die net als bijvoorbeeld

Philips eigen R&D-afdelingen hebben. Ik zie dat hier ook meer gaan gebeuren. De huidige energie-eisen worden steeds strenger en het bouwproces dus ingewikkelder. Innovatie wordt hét middel om hier succes mee te hebben. Voor complexe projecten zal de bouwkolom dan ook veranderen, niet zozeer in aantal partijen, maar wel in hiërarchie. Bedrijven zullen meer in bouwteams optreden. Elk project zal als een soort integraal probleem worden beschouwd, waarbij iedereen zijn kennis en ervaring inbrengt om gezamenlijk vernieuwende oplossingen te realiseren. De aannemer wordt dan contractor: de partij die het financiële risico draagt en die alle partijen bij elkaar brengt en de regie voert. Een tendens die je nu al ziet bij grote aannemers, die steeds minder zelf uitvoeren.'

#### TIPS

Nog een laatste tip? Boomsma: 'Twee zelfs. De eerste: Boosting staat open voor echte innovatoren in de bouw (informatie via secretariaat). En de tweede: soms moet je delen om te winnen. Als je een nieuwe technologie hebt uitgevonden en je houdt die als monopolist, dan kan het tegen je gaan werken. Immers: als jij omvalt, zit de klant met de gebakken peren. Dat kan klanten weerhouden om voor je te kiezen. Dus net als video- en dvd-standaards moet je je kennis delen met je concurrenten. Echter: als je geld wilt maken met je innovaties, dan moet je dit delen wel slim doen. Ik zou zeggen: join the club!'

