

Niet dat het wel eens misloopt, maar dat er nog zo veel goed gaat in de bouw, dat verbaast Pieter Huijbregts, directeur van Coficient en adviseur voor innovatie en samenwerking in de bouw. Soms zijn er meer dan tweehonderd partijen met één bouwproject verbonden. Vaak voor het eerst met elkaar samenwerkend. Steeds opnieuw wordt het wiel uitgevonden. Juist in die tijdelijke samenwerkingsverbanden tussen de partijen kan veel verbeterd worden, maar dan moeten wel eerst strategische keuzes worden gemaakt.



Ir Pieter Huijbregts van Coficient, adviesbureau voor innovatie en samenwerking in de bouw

Een andere manier van denken

Tekst | [Xander Arets](#) Beeld | [Xander Arets](#)

'Conceptueel Bouwen is niet door mij uitgevonden', betoogt Pieter Huijbregts. 'Het bestaat al veel langer. Alleen houden zich er nu nog te weinig partijen mee bezig.' Met zijn bedrijf Coficient wil Huijbregts juist zoveel mogelijk partijen in de bouw overtuigen van Conceptueel Bouwen. En daarmee zoveel mogelijk partijen bij elkaar brengen.

Kosten

Voor Conceptueel Bouwen is een omslag in het denken nodig. Partijen in de bouw zijn gewoon om iedere keer als er gebouwd wordt met nieuwe onbekende partijen samenwerkingen aan te gaan. Of het nu één particuliere woning betreft of een reusachtig academisch ziekenhuis. Vaak is prijs de enige reden dat partijen elkaar überhaupt ontmoeten. Zo kiest een opdrachtgever in veel gevallen de goedkoopste architect, de architect kiest weer de goedkoopste hoofdaannemer en deze kiest ten slotte op zijn beurt de goedkoopste onderaannemers. Omdat de samenwerking vaak eenmalig is, kunnen partijen zich niet te veel inspannen om hun samenwerking te verbeteren. Conceptueel Bouwen creëert juist omstandigheden die investeren in het samenwerken bij de bouwbedrijven en ontwerpers stimuleren.

Concept

'Conceptueel Bouwen gaat uit van de behoeften van de doelgroep', stelt Huijbregts. 'Er worden met een team van bedrijven verschillende projectafhankelijke concepten voor specifieke doelgroepen ontwikkeld. Binnen elk concept is er veel ruimte voor variatie om tot maatwerk per klant te kunnen komen. Het initiatief, dat normaal gesproken bij de opdrachtgever ligt, komt nu bij het team van ontwerpers en bouwers te liggen. De klanten kiezen uit concepten. Na die keuze hebben ze met één loket te maken, waarbij zaken als ontwerp, uitvoering, prijs en garanties helder zijn geregeld. Zo wordt het ook makkelijker om de verschillende

producten te vergelijken.' Omdat conceptuele producten of diensten vaker worden toegepast en dus herhaling optreedt, daalt de prijs. Het initiatief tot de conceptontwikkeling kan liggen bij een uitvoerend bouwbedrijf, maar evengoed bij een architectenbureau. Maar is dit wel een nieuw geluid, geldt dit verhaal niet ook al voor bijvoorbeeld de cataloguswoning? Huijbregts 'Een cataloguswoning mist één belangrijk aspect van Conceptueel Bouwen. En dat is flexibiliteit. Cataloguswoningen bieden maar keuze uit een beperkt aantal types. En binnen dat type is de vrijheid om de woning zelf in te delen gering. Het aantal liefhebbers van boerderettes is bovendien beperkt. Daarom is hun marktaandeel ook niet zo groot.'

Kleermaker

Huijbregts vergelijkt de huidige praktijk van veel architectenbureaus graag met het kleermakersvak van ruim honderdvijftig jaar geleden. Voor een kostuum, maar ook voor een gewone dagelijkse broek ging je naar de plaatselijke kleermaker. Dat was kostbaar, want ook voor een standaard broek werd een patroon op maat getekend, een stof uitgekozen en in elkaar genaaid. Met de industriële revolutie betreedt de confectione-industrie het toneel. Prompt verdwijnen veel kleine kleermakers. De klant kan nu in een kledingwinkel kiezen uit verschillende modellen en maten. Maar is het vak kleermaker daarmee ook verdwenen? Het vak is veranderd, maar er wordt nog steeds ontworpen. De topontwerpers, de haute-couture, ontwerpen nog steeds unica of kleding-op-maat. Maar de grootste groep modeontwerpers werkt samen in een atelier om de winter- en zomercollecties van grote ketens als H&M, We en C&A te ontwerpen. Deze ontwikkeling voorspelt Huijbregts ook in de architectuur; 'Er zullen altijd topbureaus zijn voor specifieke unieke architectuuropdrachten. De Koolhazen zul je altijd blijven tegenkomen. Maar het grootste deel van de bouwproductie zal op ateliers

Conceptueel Bouwen heeft de volgende kenmerken:

- Het bieden van oplossingen met resultaatplicht in plaats van het bieden van capaciteiten met inspanningsplicht.
- Oplossingen die zijn ontwikkeld voor een doelgroep in plaats van voor een klant.
- Oplossingen zijn integraal; er wordt met één 'loket' in plaats van met meerdere partijen zaken gedaan.
- De aanbieders werken duurzaam samen in plaats van werken in eenmalige combinaties.
- Maatwerk is mogelijk door gebruik van flexibele standaardisatie.

[Meer informatie?](#)

Website | www.conceptueelbouwen.nl

plaatsvinden, waarbij veel nauwer dan nu wordt samengewerkt met de bouwindustrie.'

Ondernemer-architect

Wie niet gaat voor haute couture zal zijn rol moeten veranderen. Anders zal architecten hetzelfde lot als de kleermakers zijn beschoren. Architecten zijn bij uitstek de ontwerper van concepten. Maar dan moet die veel meer energie steken in het ontwikkelen van concepten, samen met andere partijen uit de bouwwereld. Een veel grotere kennis van de doelgroep is daarbij noodzakelijk. De architect zal zich veel meer in de wensen van de klantengroep moeten interesseren en hun wensen vertalen naar een goed functionerend concept. Huijbregts: 'Ik merk dat concepten, ontwikkeld door architectenbureaus meer flexibiliteit en ruimte voor architectuur bieden, dan de concepten die door de uitvoerende industrie zijn geïnitieerd. Het architectenbureau Cepezed en M3 architecten zijn hier goede voorbeelden van. De toekomst is aan de ondernemende architect.' ■

Architect
'07 28 en 29 maart 2007
Cruise Terminal Rotterdam