


Never waste a good crisis!

 nder druk van de economische crisis verdampen de bouwvolumes en is er een moordende (prijs)concurrentie gaande. Voor opdrachtgevers (o.a. woningcorporaties, beleggers, ontwikkelaars) is de verleiding groot om nu maximaal te profiteren van de marktwerking en hun (resterende) bouwopgave weg te zetten tegen de laagste prijs. Voor velen geldt dat het ontwikkelen, bouwen en onderhouden van vastgoed een manier is om invulling te geven aan de eigen strategische doelstellingen. Denk hierbij aan klanttevredenheid, duurzaamheid, reductie van de levensduurkosten of het verbeteren van de productkwaliteit c.q. het wooncomfort. Opvallend is echter dat vele opdrachtgevers het alleen selecteren op de laagste prijs tot een ware kunst hebben verheven. Groot is het enthousiasme als een werk ver

onder de eigen begroting is aangenomen door een van de vele bouwondernemers die zitten te springen om werk. De grote vraag is echter wat de uiteindelijke prijs/prestatie is, als het werk is afgerond. Hier wordt vaak niet op gestuurd.

Is het geen interessante gedachte om aanbieders, zeker in deze tijden, uit te dagen verder te kijken dan alleen een scherpe bieding? Ze ook uit te dagen om op zoveel mogelijk andere strategische doelstellingen een meetbare bijdrage te leveren? Hiermee wordt ontwikkelen, bouwen en onderhouden van vastgoed veel meer dan alleen het stapelen van stenen.

Zo selecteren opdrachtgevers niet meer alleen op prijs, maar op de hoogste waarde (prijs/prestatie). Hierdoor doet men niet alleen zichzelf, maar ook kopers/huurders, bouwers en overige partners een groot plezier.

Het mes snijdt immers aan meerdere kanten. Door marktpartijen uit te dagen kosten te verlagen én de kwaliteit te vergroten, wordt een belangrijke bijdrage aan de professionalisering van de sector geleverd. Hierdoor neemt zowel de product- als procesinnovatie toe en zal het mogelijk worden veel sneller tot duurzame oplossingen te komen. Is dat niet veel meer van deze tijd?

Hierbij is het van groot belang dat zichtbaar wordt gemaakt wat de relatie is tussen het selecteren op de laagste prijs en de prestatie die daar tegenover staat. Iedere professionele opdrachtgever zou moeten willen weten wat de verschillende samenwerkingsvormen nu uiteindelijk opleveren uitgedrukt in de genoemde dimensies van Tijd, Geld en Kwaliteit. Pas dan kan worden vastgesteld of de prijs/prestatie die men zoekt daadwerkelijk gediend is met het inkopen op de laagste prijs.

Veel opdrachtgevers (en hun toezichhouders) hebben geen idee welke samenwerkingsvormen nu de beste prijs/prestatie opleveren. Is het niet verstandiger om die partner te selecteren die de meeste waarde toevoegt voor de eigen organisatie?

Opdrachtgevers zijn zo goed als de (bouw)partners waarmee ze werken. Door met dit besef in de toekomst bouwpartners te selecteren, krijgen nieuwe samenwerkingsvormen de ruimte om zich te bewijzen. Dat daardoor de faalkosten significant gaan dalen en dat opdrachtgevers dat kunnen 'bewijzen' door prestaties op continue basis meetbaar te maken, zal uiteindelijk zorgen voor een versnelde professionalisering van de sector. Hierdoor zal deze sector in de nabije toekomst nooit meer een 'achterlijke' sector worden genoemd! 



Dr. ing. Marcel Noordhuis

Promovendus op Nyenrode Business Universiteit op het onderwerp faalkostenreductie door ketensamenwerking. Tevens is hij directeur bij Deloitte Real Estate. Dit artikel is geschreven op persoonlijke titel. (m.noordhuis@nyenrode.nl)