

# de verbinding

# DV

WINTER 2017 / JAARGANG 17

MAGAZINE VOOR DE RELATIES VAN DURA VERMEER GROEP NV

**#02** Inspirerende verhalen over Toon, Huisman en Quooker \* **Maar wat kan jij?** \* Een dixie op kantoor \* **Ontzorgen is het nieuwe klussen** \* Van contract naar contact \* 'Nooit meer terug'



**DURAVERMEER**

Waarmaken van ambities



*Innovatie*  
als inspiratie



**THUIS**



DE SHOWROOM

Waar alles  
samenkomt



[info@thuis-deshowroom.nl](mailto:info@thuis-deshowroom.nl)

# Innovatie als inspiratie

**M**et een themanummer over innovatie, sluiten we het jaar vol inspiratie af. In deze editie praten we wat minder over onze eigen innovaties, maar geven we het podium aan drie aansprekende en succesvolle ondernemers, die de toon zetten met baanbrekende vernieuwingen. Hoe doen ze dat en wat kunnen we daarvan leren? Drie verschillende personen, met verschillende producten, met eigen visies, ideeën en aanpak, maar met innovatie als drijvende kracht achter hun ondernemerschap. Wat daarbij opvalt, is dat iedereen het op zijn eigen wijze doet. De één wat meer geformaliseerd, de ander juist op intuïtie. De voorzichtige conclusie is dat er geen goed of slecht is, maar wel dat de klant altijd gelijk heeft. Laat je inspireren!

Alvast fijne feestdagen toegewenst.

De redactie



6

HUISMAN

'Als je niets doet, gebeurt er niets'



8

TOON

Van slimme thermostaat tot smart services platform



10

QUOKER

Dampend succes



14 Werken bij Dura Vermeer  
Maar wat kan jij?



Rondetafelgesprek  
Van contract naar contact

16 Bouw AFAS Experience Center  
Een dixie op kantoor

20



18  
Concept van de toekomst  
'Ontzorgen is het nieuwe klussen'



23 Nul-op-de-meter  
'Nooit meer terug'

## colofon

**Uitgave:** Dura Vermeer Groep NV **Redactie-adres:** Postbus 11267, 3004 EG Rotterdam **Redactie:** \* Glenn Metselaar, M 06 535 99 793, g.metselaar@duravermeer.nl \* Dianne Huiberts, M 06 535 99 818, d.huiberts@duravermeer.nl \* Maud Dekkers, T 06 247 56 984, m.dekkers@duravermeer.nl \* Larisa Dekker, M 06 531 15 771, l.dekker@duravermeer.nl \* Eefje Peters, M 06 535 99 113, eefje.peters@duravermeer.nl \* Ben Hasselman, M 06 223 93 251, b.hasselman@duravermeer.nl \* Tinka Dros, M 06 535 99 619, t.dros@duravermeer.nl **Art direction en realisatie:** Gentle Giant, Den Haag

**Cover artist impression:** CAD & Company **AFAS Experience Center, Leusden**



## Unilever Global Foods Innovation Centre

In Wageningen verrijst het nieuwe Unilever Global Foods Innovation Centre, een 45.000 m<sup>2</sup> groot complex voor onderzoekers en studenten van de Wageningen Universiteit (WUR), startups, kenniscentra en consumenten om op duurzame wijze te werken aan innovaties in de voedingsmiddelenindustrie.

Het Global Foods Innovation Centre, naar ontwerp van Paul de Ruiter Architects, bestaat uit een Pilot Plant, een Food & Customer Experience en twee verdiepingen met kantoren en laboratoria. In

de Pilot Plant -een mini-fabriek- vindt de proefproductie van nieuwe producten in beperkte volumes plaats. Deze Pilot Plant is verbonden met de Food & Customer Experience, waar in diverse testkeukens dagelijks geëxperimenteerd wordt met innovatieve ingrediënten en recepten voor de ontwikkeling van nieuwe producten.

Dura Vermeer past bij de bouw de principes toe van circulaire economie en ambitieuze BREEAM-normen. Medio 2019 is de verwachte oplevering. ↗

## Nul-op-de-meter voor Amsterdam en Heerhugowaard

Nul-op-de-meter is in opmars bij woningcorporaties. Voor Eigen Haard renoveert Dura Vermeer vijf portieketageflats in de Amsterdamse Wegener Sleeswijk. In de Bomenwijk in Heerhugowaard gaat Dura Vermeer in opdracht van Woonwaard begin 2018 aan de slag met de verduurzaming van 111 eengezinswoningen.

In het project in Amsterdam wordt blok voor blok, huis voor huis gewerkt. Elke veertien dagen is een woning klaar. Eind 2018 wekken al deze 157 portiekflatwoningen de benodigde stroom en energie voor verwarming, ventilatie en warm tapwater zelf op middels zonnepanelen. In Heerhugowaard gaan de woningen van het gasnetwerk af. De daken voorziet Dura Vermeer eveneens van zonnepanelen. De woningen krijgen optimale isolatie en nieuwe duurzame installaties om onder meer de woning te voorzien van warmte. ↗

## 3D-geprint betonnen bankje voor Haarlem

Wie even zijn rust wil pakken en bijvoorbeeld een blik wil werpen op de door Dura Vermeer gerenoveerde Buitenrustbruggen in Haarlem, kan dat voortaan doen vanaf een bijzonder stadsbankje. Dura Vermeer ontwierp dit bankje samen met Inbo en gaf het cadeau aan de gemeente Haarlem ter gelegenheid van de goede samenwerking

tijdens de renovatie van de bruggen. Het betonnen bankje is in 3D geprint door de firma Cybe, onder toezicht van burgemeester Jos Wienen. Dura Vermeer is voornemens in elke regio een loyale klant een duurzaam innovatief bankje cadeau te doen. Na tien jaar wordt het opgehaald en het materiaal hergebruikt. ↗



## Mini-geluidsschermen tegen spoorgeluid

Op het spoorbaantraject Amsterdam-Amersfoort zijn mini-geluidsschermen geplaatst. Het betreft een pilot van spoorbeheerder ProRail en gemeente Hilversum.

Dura Vermeer plaatste de geluidsschermen over een lengte van 400 meter in een periode van 48 uur toen het spoor tijdelijk buiten gebruik was. De mini-schermen van 75 cm hoog zijn dicht op het spoor geplaatst en vangen het geluid direct bij de bron op. Bij het stranden van een trein dienen de schermen ook als uitstapvoorziening voor de reizigers. Dagelijks rijden tientallen treinen door de gemeente Hilversum. De mensen die dicht langs dit spoor wonen hebben nu minder last van het geluid van langrijdende treinen. ↻



## Zadkine: icoon van Rotterdam

Zadkine is na een grondige renovatie klaar voor de toekomst. Het iconische scholencomplex, onder Rotterdammers ook wel bekend als Technikon, kan weer jaren mee. Het pand werd in 1970 gerealiseerd door Dura Aannemingsmaatschappij. Ruim 45 jaar later mocht Dura Vermeer weer aan de slag met het gebouw van staal, beton en glas. Eerder renoveerde Dura Vermeer het naastgelegen Grafisch Lyceum. ↻



## Lammermarkt en Velsertunnel in de prijzen

Twee projecten van Dura Vermeer zijn onlangs in de prijzen gevallen. Parkeergarage Lammermarkt en de Velsertunnel sleepten beide de Betonprijs in de wacht. Parkeergarage Lammermarkt is winnaar geworden in de categorie Uitvoering. De Velsertunnel in de categorie Restauratie/Reparatie. De jury looft de 'ingenieuze en gewaagde uitvoeringstechniek' die is toe-

gepast om de 22 meter diepe ondergrondse parkeergarage in Leiden te bouwen. Met het uitreiken van de prijs voor de Velsertunnel sprak de jury haar waardering uit voor de technische investering gedaan in dit project. Parkeergarage Lammermarkt ontving hiernaast ook de Rijnlandse Architectuur prijs 2017. ↻

## Tunnelbekisting innoveert verder

Dura Vermeer innoveert haar tunnelbekisting voor seriematige woningbouw (grondgebonden en appartementen). De nieuwe tunnelbekisting, vier stalen tunnelkisten met eindwanden, waarmee wanden en verdiepingsvloeren in één keer kunnen worden gestort, is dusdanig ontworpen dat zij in lengte en breedte kan variëren.



## Website met beste sollicitatie-ervaring

De werken bij-website van Dura Vermeer biedt de beste digitale sollicitatie-ervaring en is daarvoor beloond met de Digitaal-Werven Award 2017. Het terugkerende thema 'Maar wat kan jij?' wordt op de site en in alle wervingsuitingen consequent doorgevoerd en potentiële collega's worden als personen aangesproken die echt iets toe kunnen voegen aan de organisatie. ↻

Met de nieuwe tunnel kan de breedte worden aangepast van 4,20 meter tot 6,10 meter. De lengte van de tunnel is met meer dan 2 meter toegenomen tot 12 meter. Hierdoor kunnen veel meer verschillende typen woningen worden gemaakt. Op het project RijswijkBuiten is de nieuwe tunnelbekisting op feestelijke wijze in gebruik genomen. ↻

HUISMAN

# 'Als je niets doet, gebeurt er niets'

Huisman in Schiedam, met productielocaties in Nederland, Brazilië, China en Tsjechië, en kantoren in Australië, Noorwegen, Singapore en de Verenigde Staten, staat wereldwijd bekend als één van de meest innovatieve bedrijven in de markten voor olie- en gas, duurzame energie, recreatie en civiele werken. In een wereld die wordt gedomineerd door 'huge', 'heavy' en 'big numbers' is dat makkelijker gezegd dan gedaan. Joop Roodenburg is CEO van Huisman. Zijn visie op innoveren is simpel: 'Je moet dingen anders doen, anders heeft het geen zin' en 'Iemand die nooit fouten heeft gemaakt, heeft nooit iets nieuws geprobeerd.'

FOTOGRAFIE HUISMAN EN STUDIO OOSTRUM

**G**especialiseerd in het ontwerpen en fabriceren van zware constructie-installaties, zoals kranen, boorinstallaties, pijplegsystemen, lieren en scheepsontwerpen, opereert Huisman in markten waarin alles draait om tijdwinst, veiligheid, efficiency en milieuvriendelijkheid.

Zevenendertig jaar geleden betrad Roodenburg de offshoremarkt met zijn ingenieursbureau ITREC, gespecialiseerd in het ontwerpen van hijsystemen. In 1987 fuseerde ITREC met het, in 1929 opgerichte, staalconstructiebedrijf Huisman. Een wereldwijde speler waarbij innovatie de sleutel blijkt voor de groei en voor de continuïteit. De goed gevulde prijzenkast voor winnende innovaties is het bewijs.

## Uitdaging

Roodenburg heeft een grote ontwerpkracht, durft risico's te nemen, heeft een sterke visie en wil vooral van zijn fouten leren. Maar dat zijn klanten niets kopen wat ze niet gezien hebben, is een uitdaging voor Roodenburg.

'Door goed naar klanten te luisteren, leer ik hen beter te begrijpen', zegt de CEO. Een mooi voorbeeld daarvan is de torenhoge Huisman Innovation Tower (HIT) op de werf die we vanaf zijn werkkamer kunnen bewonderen. 'Mooi zo'n demomodel van een innovatief boorsysteem waarin allerlei robotica is verwerkt, maar in het echt beweegt een schip op het water,' zo zei een klant tegen Roodenburg. Gevolg is dat Huisman nog enkele miljoenen investeerde in een systeem dat beweging van de 'multi-purpose tower' op ruwe zee simuleert.

Ondanks de grote interesse vanuit de markt is de boortoren anderhalf jaar na introductie nog steeds niet verkocht. Een gevolg van de slechte olie- en gasmarkt. 'Het is een slechte timing, maar als je niets doet, gebeurt er niets,' aldus Roodenburg's simpele waarheid.

Dat laatste kenmerkt de innovator pur sang, die open en eerlijk is over zijn successen, maar ook over zijn mislukkingen. Ja, Roodenburg heeft met zijn innovaties veel geld verloren, maar gelukkig heeft hij er ook veel geld mee verdiend. 'Mijn ervaring is dat innovaties op korte termijn eigenlijk altijd verliesgevend zijn en pas op de langere termijn renderen. Daarom adviseer ik startups altijd niet te snel met investeerders in zee te gaan, maar het altijd eerst op eigen kracht te proberen.' Hij beseft wel dat hij





Joop Roodenburg

## 'Ik ben behoorlijk impulsief, ga af op mijn gevoel en ondernemerschap'

makkelijk praten heeft als grootaandeelhouder van Huisman. 'De investeringen die ik doe, kan niet iedereen zomaar maken. Het is uiteindelijk mijn eigen portemonnee.'

Roodenburg zit na bijna veertig jaar in de techniek, in de herfst van zijn carrière. Geld verdienen is nooit zijn drijfveer geweest, maar innovatief ondernemerschap des te meer. Wat is zijn belangrijkste les voor innovators? Roodenburg: 'Ik ben behoorlijk

impulsief, ga af op mijn gevoel en ondernemerschap. Misschien had ik dat minder moeten zijn. Meer acteren vanuit een goed onderbouwd businessplan. Anderzijds weet ik dat bij innovaties de kosten voor de baten gaan. Het kan langjarig duren en je weet nooit zeker of iets zich terugverdient. Maar voor mij is er geen weg terug als ik eenmaal begin. Het duurde tien jaar voordat ik mijn eerste miljoen verdiende.'

### **Buccaneer Delft**

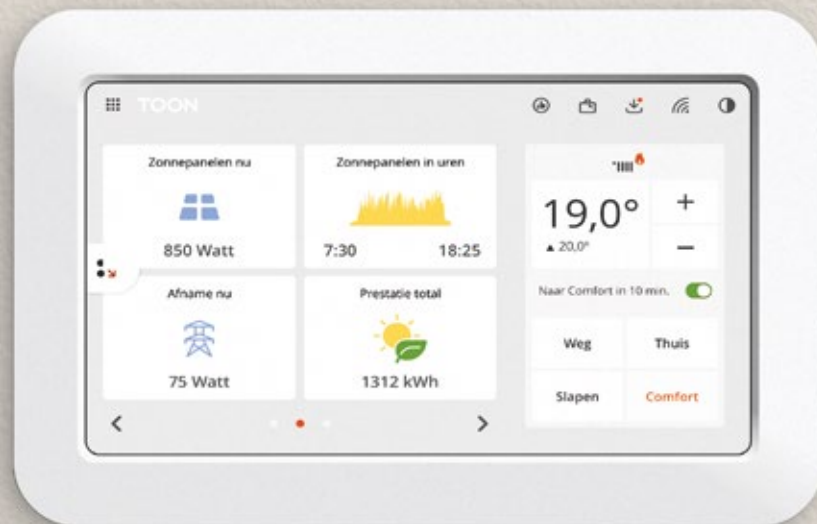
Impulsief of niet? Een mooi voorbeeld is de aankoop door Roodenburg van het voormalige wapenarsenaalterrein inclusief opstallen in Delft, nu vier jaar geleden. 'Ik zag het te koop staan en deed zonder veel uitzoekwerk en zonder een doordacht plan het hoogste bod. Hij verbouwde het tot een complex dat nu de naam 'Buccaneer

Energy & Offshore Innovation Center' draagt. Het complex biedt ruimte aan accelerators en onderhoudt warme banden met het onderwijs zoals TU Delft en kennisinstututen zoals TNO. Roodenburg wil hiermee een ontmoetingsplaats, kruisbestuiving en kennisoverdracht voor jonge 'verlichte geesten' stimuleren en innovaties versnellen. Zo zit de Nederlandse 'hyperloop' in het complex. Zelf treedt Roodenburg op als adviseur en coach. 'Als je begint met innoveren, is het moeilijk bestaansrecht te krijgen. Het draait toch om vertrouwen. Met de Buccaneer probeer ik jonge mensen een opstapje te geven en hierdoor innovaties aan te moedigen. Ik zie het als mijn taak om deze jongere generatie ondernemers op weg te helpen. ♡'

**TOON**

Toon, de slimme thermostaat die inzicht geeft in energie- en elektriciteitsverbruik, siert inmiddels menig Nederlandse woonkamer. Dankzij een eenvoudig A4-tje met een idee van een startup dat ooit onder de neus van Hans Valk werd geduwd. Valk, de CEO van Quby, het bedrijf dat voortkomt uit deze startup en Toon verder in de markt zette, had nog niet eerder van een slimme thermostaat gehoord. 'Dit zou weleens wat kunnen worden.'

FOTOGRAFIE QUBY EN STUDIO OOSTRUM



# Van slimme thermostaat tot smart services platform

**W**e schrijven 2010. Valk was directeur Retail bij Eneco toen hij voor het eerst van Toon hoorde en in potentie een product in handen kreeg gedrukt dat weleens het verschil zou kunnen maken in hoe klanten naar Eneco kijken. Immers, spelers in de markt voor energie waren naarstig op zoek naar onderscheidend vermogen en klantloyaliteit was ver te zoeken.

Valk start de samenwerking met de bedenker van Toon, de startup Home Automation Europe. Valk: 'Die eerste fase is een soort koorddans.' Hij heeft Toon in het begin intern dan ook flink moeten uitleggen. 'Tien procent minder energie gebruiken, betekent tien procent minder omzet. Maar de marge is heel laag op energie. Het abonnement van Toon maakt dat goed.'

## Uitdaging

Een grote uitdaging voor Valk is hoe je binnen een grote onderneming investeert in een concept, zonder dat er een duidelijke businesscase en een werkend product is. Valk: 'Dat was best lastig. Maar overtuigd zijn, geloof uitstralen en een beetje burgerlijke ongehoorzaamheid hebben, heeft ons veel gebracht. Als je geen geloof uitstraalt, wordt het 'm niet, ook niet voor jezelf, om het vol te kunnen houden. Daarnaast investeerden we uit het eigen bestaande budget, zonder dat ik dat direct helemaal transparant maakte. Ik was gewoon aan het ondernemen.'

Valk zocht naar de juiste balans en verbinding tussen enerzijds het grote Eneco en anderzijds de startup, want beide hebben hun kracht en zwaktes. Volgens Valk is het succes van deze verbinding dat bij Eneco

niet neerbuigend werd gedaan over de startup. Valk: 'Eneco is strak geregisseerd en er wordt keurig gerapporteerd en geld verdiend. Tegelijkertijd moet je de startup opvoeden, want een grote onderneming lijkt wel log en bureaucratisch, maar dat heeft ook zijn goede elementen. Denk bijvoorbeeld aan de slagkracht als het gaat om marketing.'

De slimme thermostaat wordt in 2012 op de markt gebracht. Het aantal voorinschrijvingen overtreft met 30.000 stuks de verwachtingen. Terwijl er nog geen enkele Toon was geproduceerd. Voor Valk meteen een belangrijk leerpunt. 'We kregen niet alleen een gevoel qua potentie in de markt en dat we wat te pakken hadden, de druk was meteen groot omdat we onszelf ook direct een harde deadline hadden opgelegd om te leveren aan de klanten.'





Hans Valk

## 'Als je geen geloof uitstraalt, wordt het 'm niet. Ook niet voor jezelf, om het vol te kunnen houden'

### Transformatie

De potentie van Toon speelde een belangrijke rol in de transformatie van Eneco: het leveren van gas en elektriciteit als businessmodel is eindig. Toon effende het pad voor de oprichting van de afdeling Smart Energy binnen Eneco. Het idee daarachter was dat er breder moest worden gekeken dan Toon alleen als product of dienst. De afdeling Smart Energy werd ingezet om innovatie binnen Eneco te versnellen en wat er is geleerd bij Toon toe te passen voor de hele organisatie. Valk: 'Toon leerde

ons klantgericht denken en niet vanuit technische specificaties. Je moet beginnen met de andere kant, zoals het observeren van huidige gebruikers en het organiseren van dialoog. We schakelden klantpanels in, vroegen om feedback en probeerden ons te verdiepen in de klantvragen: Waarom zit je hierop te wachten? Waar help je mij echt mee en hoe maak je het toepasbaar?'

Toon is een succes. Home Automation Europe is sinds 2015 een 100 procent deelneming van Eneco, gegroeid tot scale up

en draagt inmiddels de naam Quby. Vragen waarmee Valk en zijn team zich nu bezighouden, betreffen hoe Toon kan worden doorontwikkeld. Quby heeft ervoor gekozen hun ideeën over het aanbieden van diensten te delen met partners en door middel van feedback verder te innoveren. Het voorlopige einddoel is 'energy als een service', een platform voor het aanbieden van diensten via Toon, zoals het monitoren van de efficiency en werking van je zonnepanelen of je ketel.

Valk: 'We komen van een slimme thermostat en we zijn ons aan het ontwikkelen tot een platform waarin alles met data wordt ontsloten om diensten te ontwikkelen die voor mensen het leven makkelijker maakt. Hoe mooi is dat.' ↻

QUOOKER

# Dampend succes

De ontstaansgeschiedenis van Quooker, de innovatieve kokendwaterkraan voor in de keuken, leest als een spannend jongensboek. Grote kans dat deze er nu niet was geweest als bedenker en uitvinder Henri Peteri zijn droom niet had nagejaagd en zijn zoons Niels en Walter zijn concept niet verder hadden ontwikkeld. Met de verkoop van meer dan 100.000 kranen in 2016 en een jaarlijkse omzetgroei van rond de twintig procent is Quooker een dampend succes.

FOTOGRAFIE QUOOKER EN STUDIO OOSTRUM



In de stijlvolle showroom van Quooker in Ridderkerk neemt het verhaal van Henri Peteri een prominente plek in met talloze foto's en parafernalia. Eén zwartwit foto, genomen rond 1970, springt eruit. We zien de uitvinder aan een tafel in vergadering met de top van Unilever. Peteri is dan hoofd Research bij het voedingsmiddelenconcern en op dat moment bezig met de ontwikkeling van instant soep. Van Peteri mocht het zo niet heten, 'zolang het nog vijf minuten kost om een ketel water aan de kook te brengen'. Zie daar: het idee van Quooker is geboren.

Peteri, getrouwd en vader van zes kinderen waarvan er vier studeren, neemt in 1970 ontslag om zijn droom na te jagen. Zeven jaar lang werkt hij vanuit zijn kelder aan zijn uitvinding: een kokendwaterkraan.

Door geldgebrek moet hij zijn activiteiten staken en aan de slag gaan als consultant. Wanneer zijn in techniek gespecialiseerde zoon Niels in 1985 samen met zijn vader de draad opnieuw oppakt, begint het project opnieuw vorm te krijgen.

## Prototypes

De eerste prototypes verschijnen en worden her en der verkocht. Maar voor de grote stap naar een meer commerciële aanpak, wordt in 1993 de hulp van zoon Walter ingeroepen. Met succes: de omzet en bekendheid van het concept groeien stelselmatig en enkele jaren later worden er zwarte cijfers geschreven.

De ontwikkeling van concept tot commercieel succes heeft lang geduurd. Als de leiding van Quooker nu terugkijkt, zou

zij dan dezelfde weg hebben bewandeld? 'Ja', is het resolute antwoord van Walter. 'Op basis van wat het nu is geworden, zeg ik dat zonder enige twijfel. Quooker is het ultieme ondernemersverhaal, een familiebedrijf waar medewerkers met trots deel van uitmaken. Wat voor ons de doorslag gaf om door te gaan, was dat we elk jaar een groei van tien procent realiseerden. Als de groei er niet was, werd het een ander verhaal. In het begin moest er geld bij, maar dat werd steeds beperkter.'

Bijzonder is dat Quooker is ontsproten van het brein van een uitvinder, zonder enig marktonderzoek. Dat hoefde ook niet, vertelt Walter, want vanaf moment één was iedereen 'razend enthousiast': 'Doordat we zelf de installatie doen, zitten we dicht op de klant. We komen bij de mensen thuis,



Walter Peteri

## 'We komen bij de mensen thuis, luisteren naar hun reacties'

luisteren naar hun reacties. De kopers zijn onze ambassadeurs. Op beurzen gaan de mensen de Quooker spontaan aanprijzen aan anderen. 25 jaar geleden was dat anders. Toen moest je je nog wel eens verdedigen. Nu moet je je verdedigen als je geen Quooker hebt.'

Het directe klantcontact heeft onder meer geleid tot de ontwikkeling van een alles-in-één kraan: koud, warm en kokend. Walter

Peteri: 'Wij hebben hierbij op de vraag ingespeeld: een kardinale innovatie. Als we gebleven waren bij het eerste idee, een aparte traditionele mengkraan en een aparte kokendwaterkraan, hadden we het denk ik moeilijk gehad.' Door het directe klantcontact, via servicemonteurs, beurzen en social media, krijgt Quooker nu eerder te veel dan te weinig ideeën voor verbetering en innovatie. 'We moeten goed kiezen,' aldus Walter Peteri.

### Clichés

Quooker is een doorslaand succes met groei in het aantal verkochte kranen, omzet en resultaat. Alle clichés voor een goed recept voor innovatie gelden hier: geloof in een goed product, focus, pragmatiek en doorzettingsvermogen. Uitgekiende marketing, zoals de actie 'Oude kraan eruit,

Quooker erin', is volgens Walter een succesfactor. 'Maar ook dat we zelf de regie zijn blijven voeren. Van ontwikkeling, productie, distributie tot onderhoud en service. Alles hebben we in eigen hand. Daarnaast zijn we niet afhankelijk van externe financiers.'

Inmiddels volgen de productinnovaties bij Quooker zich sneller op dan in het verleden, met als nieuwste innovatie de kraan met een uittrekslang. Wederom een doorslaand succes. Maar ook de concurrentie zit op het vinkentouw, want succes wordt gekopieerd. 'We laten ons niet gek maken, blijven nuchter, kijken vooral naar onszelf en houden vast aan onze kernwaarden, zoals originaliteit. We blijven verrassen. De markt gaat binnenkort weer van ons horen.' ↻



## Veel groen en geel op Rotterdam The Hague Airport

Rotterdam The Hague Airport kleurde de laatste maanden flink groen en geel. Eerst vernieuwde Dura Vermeer de infrastructuur voor de entree van de luchthaven en vervolgens ging zij aan de slag met de bouw van een nieuwe bagagehal, onderdeel van een grootschalig verbouwingsmasterplan. Technisch hoogstandje was de renovatie van de 'shoulders', de aflopende zijkanten van de start- en landingsbaan. Op 14 en 15 november werd de baan hiervoor gesloten voor al het vliegverkeer. Tijdens de renovatie van de shoulders werd een gesloten verharding naast de baan aangebracht om te voorkomen dat grote vliegtuigen vuil en rommel in de motoren zuigen. ↻



Dat we met de beste mensen aan bijzondere projecten werken, dat weten we wel. Maar wat maakt meewerken aan deze projecten zo speciaal? Wij spraken met Bart Schuring, Casper van der Hout, Femke van de Meeberg en Justa de Graaff over 'Werken bij Dura Vermeer'. Wat ze gemeen hebben? Liefde voor persoonlijke ontwikkeling, de voorkeur voor laagdrempeligheid en altijd bereid n et even een stapje verder te gaan voor onze mooie projecten.

FOTOGRAFIE DAISY KOMEN

Met veel mannelijke, technische collega's om zich heen noemt **JUSTA** (36), business unit manager Lightrail, zichzelf een vreemde eend in de bijt. Met een achtergrond in bedrijfskunde en ervaring in consultancy, maakte zij toch de keus voor Dura Vermeer. **Wat haar over de streep trok?**

**O**mdat het een organisatie is die n et even meer lef heeft, bewust grenzen opzoekt en veranderingen in gang zet. Iedereen levert daar op zijn of haar eigen manier een bijdrage aan. Er is veel mogelijk en je krijgt veel ruimte. Ik krijg de kans om dingen  echt te brengen op mijn manier. Met 'fire, focus, forward & flair'. Niet vanaf de zijlijn toekijken, maar de rode draad opzoeken, vastgrijpen en naar je toe trekken. De combinatie tussen het familiebedrijf met sterke interne relaties en de commerciële bedrijfsvoering naar buiten toe houdt mijn aandacht vast. Eén van de mooie dingen die daarbij komt kijken, is dat je écht ziet waar we werken. Dat we in zo'n klein land in staat zijn zoveel spoorwegen te onderhouden. Het is bijzonder om daar bij betrokken te zijn.'

**JUSTA DE GRAAFF**

**BART** (40) werkt als manager uitvoering voor nul-op-de-meter renovaties bij Dura Vermeer Divisie Bouw en Vastgoed. Daarbinnen streven we naar een nieuwe vorm van renovatie(prestatie)-contracten: bestaande woningen in een zo kort mogelijke tijd, met zo min mogelijk overlast renoveren. **Wat Bart zo bijzonder vindt aan Dura Vermeer?**

**H**oe we als landelijk opererende organisatie ons altijd aanpassen aan de omgeving die naast onze bouwhekken bestaat. Dat is een kunst en vraagt om inspanningsvermogen. Dat maakt mijn werk ook zo interessant. Niet stilstaan bij wat we vandaag kunnen, maar juist op zoek naar wat de markt morgen nodig heeft en hoe we daar op kunnen inspelen. Door technische ontwikkelingen en de optimalisatie van het proces voor bewoners ontstaan nieuwe en betere producten. Je werkt met zoveel mensen samen en het blijft gaaf om de juiste match te vinden met een regio. Wat daarbij belangrijk is, is de laagdrempelige cultuur die intern bestaat. Iedereen is benaderbaar en aanspreekbaar.'

**BART SCHURING**

Maar wat **kan jij?**



Opgegroeid in de timmerwerkplaats van haar vader, kreeg **FEMKE** (43) het bouwen met de paplepel ingegoten. Ze begon in de werkvoorbereiding en is uitgegroeid tot senior ontwikkelaar bij Dura Vermeer Bouw Zuid West. **Hoe wij haar aandacht weten vast te houden?**

**'D**oordat door de jaren heen de basis altijd hetzelfde is gebleven. Bij Dura Vermeer werken gedreven mensen die mooie projecten willen neerzetten. Iedere dag bezig zijn met vragen als: Hoe kan het beter? Simpler? Meer LEAN? Die insteek leidt bijvoorbeeld tot successen als de duurzaamste wijk van Nederland: RijswijkBuiten. Iedereen wil elkaar helpen binnen vestigingen, maar ook binnen disciplines. Onlangs ben ik op kantoor nog een verdieping eerder uit de lift gestapt, om een infrastructurele probleemvraag van een klant op te lossen. Die synergie tussen infra en bouw vind ik uniek.'

**FEMKE  
VAN DE MEEBERG**

**CASPER** (32) kwam als trainee bij ons binnen. Daarna maakt hij een korte uitstap naar een ander bedrijf, om vervolgens terug te keren naar waar hij thuishoort: Dura Vermeer. Inmiddels werkt hij als projectleider bij Dura Vermeer Infra Milieu. **De reden dat hij terug is?**

**'O**mdat Dura Vermeer echt investeert in haar mensen en je ruimte krijgt om jezelf te ontwikkelen. Ook als het niet in het doorsnee plaatje past. Bijvoorbeeld de manier waarop er met verantwoordelijkheid wordt omgegaan. Beslissingsbevoegdheid ligt laag in de organisatie. Dat vraagt om het tonen van eigenaarschap en goede samenwerking. Kom je ergens niet uit? Dan loop je even binnen bij één van de directeuren. Iedereen neemt verantwoordelijkheid in zijn of haar werk. Dat leidt tot samenwerkingen met gedreven mensen om samen de hoogst haalbare resultaten na te streven. Dat is voor mij werken bij Dura Vermeer en bij een echte bouwer.'

**CASPER  
VAN DER HOUT**

# Een dixie op kantoor

Ongekend. Dat is het meest passende woord dat Koert Terhürne, directeur bij Dura Vermeer Bouw Hengelo, kan bedenken voor de samenwerking met softwareontwikkelaar AFAS. 10 november sloeg het bouwbedrijf de eerste paal van het AFAS Experience Center in Leusden en nu al is niet alleen dit project, maar ook de weg er naartoe memorabel.

FOTOGRAFIE STUDIO OOSTRUM

Koert Terhürne (links) en Ton van der Veldt



**M**et blik op de toekomst, tuurden Ton van der Veldt en Piet Mars zeven jaar geleden uit het raam van hun kantoor aan de Philipsstraat in Leusden, naar het stuk grond aan de overkant van de straat. Het is te koop. Hoewel hun softwarebedrijf AFAS 4 jaar geleden een nieuw kantoor heeft betrokken, zien de heren potentie aan de overkant.

Ze delen de toekomstdromen met zoons Arnold (CFO) en Bas (CEO). Het enthousiasme slaat over en de wildste ideeën gaan over tafel. Dit oppervlak leent zich voor meer dan een kantoor voor AFAS. Misschien wel voor een departement van de universiteit, studentenwoningen, een wellnesscenter of een kinderdagverblijf?

## Groengele bouwkeet

Nu, zeven jaar later, kijkt Van der Veldt uit hetzelfde raam. Inmiddels naar een bouwplaats met daarop een groengele bouwkeet. 'Na een interne voorbereiding van jaren, is het zover. Samen met HOMIJ Technische Installaties gaat bouwbedrijf Dura Vermeer onze toekomstdroom realiseren.' De komende tweeënehalf jaar bouwen zij het AFAS Experience Center. Een hypermodern complex van 62.000 vierkante meter. Drie uitvoeringsteams werken aan

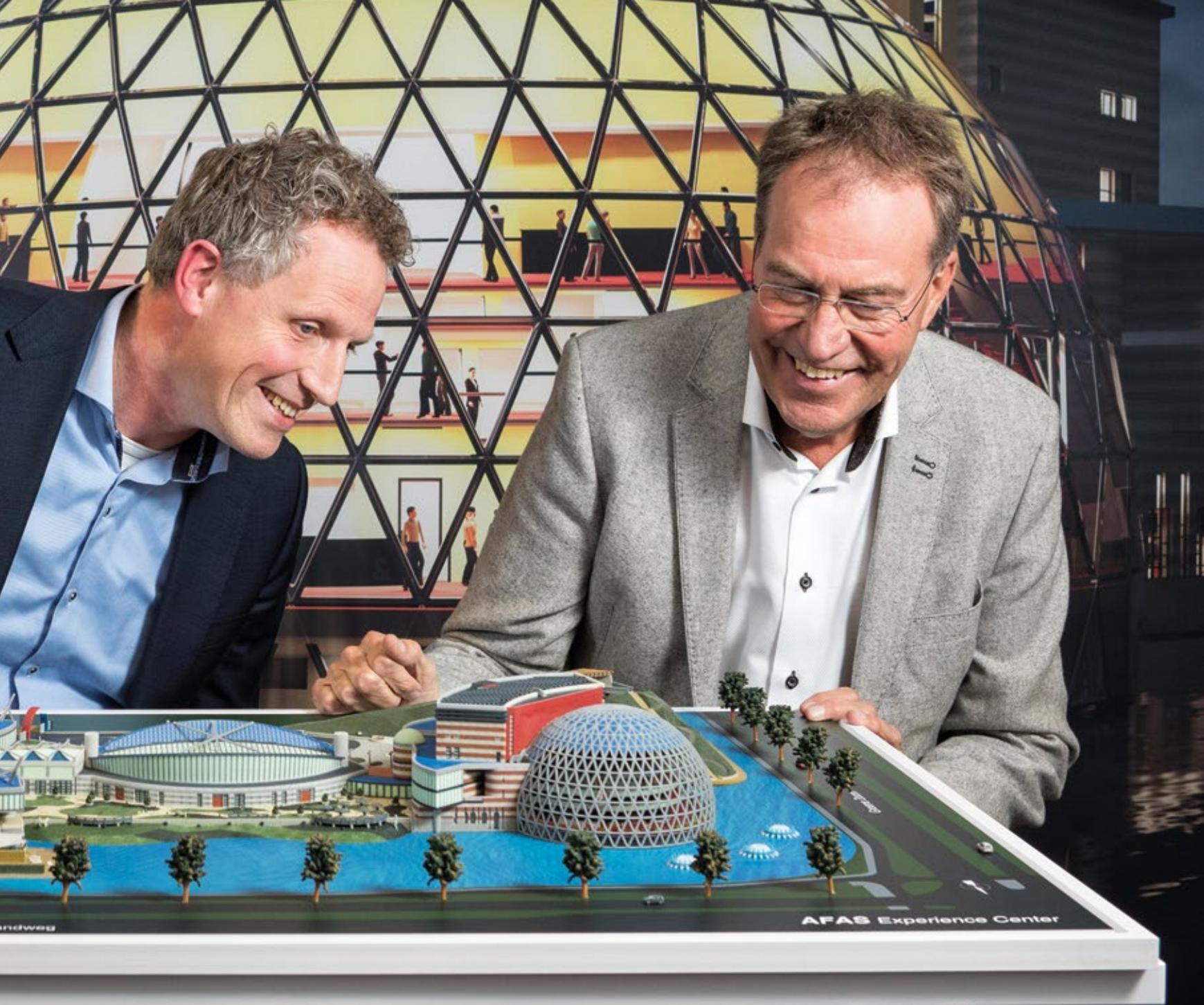
## 'De wc-deur kreeg het uiterlijk van een dixie, om ons het bouwplaatsgevoel te geven'

drie bouwdelen: kantoorruimte voor de ruim 400 AFAS-medewerkers, een professioneel theater en een tussengebouw, waarin een restaurant en demo- en opleidingsruimtes komen.

Een prestigieus project, dat AFAS binnen eigen gelederen heeft uitgewerkt tot en met de bestekfase. Dan moeten de meest geschikte bouwer en elektrisch en werktuigbouwkundig-installateur gevonden worden. 'We wilden de baas blijven en een goed gevoel hebben bij de uitvoerende partijen,' zegt Van der Veldt.

Aan animo geen gebrek. Bijna honderd geïnteresseerden schrijven zich in. AFAS selecteert na diverse rondes, uiteindelijk drie installateurs en drie aannemers. Zij krijgen drie maanden om een plan uit te werken.





### Op zijn kop

Vanaf dat moment staat het Hengelose kantoor van Dura Vermeer op zijn kop. Ook zij mogen een aanbieding uitwerken. 'Wij hadden meteen een goed gevoel bij AFAS,' zegt Terhürne. 'Maar we hebben het halve bedrijf aan mankracht nodig om zo'n groot project uit te werken. Dat betekent dat je andere kansen moet laten schieten.'

Maar het bouwbedrijf is ervan overtuigd dat zij deze klus kan klaren en gaat ervoor. Terhürne: 'Er werd gevraagd te zoeken naar de optimale oplossingen. Dat past bij ons. Dat zijn wij. Van parkeergarage tot dak, alles hebben we onder de loep genomen.' Dit leidde tot een lange lijst gebruiksvriendelijkere, duurzamere en innovatievere oplossingen. 'De mooie optimalisaties van Dura Vermeer en HOMIJ hebben in de uiteindelijke keuze de doorslag gegeven,' aldus Van der Veldt.

### Ongekende samenwerking

Terhürne is blij dat Dura Vermeer hun lijst uitvoerig kon toelichten. 'We kregen drie uur de tijd voor de eindpresentatie. Dat is ongekend. Dat is ook weleens een half uur. De optimalisaties werden

vervolgens snel beoordeeld, dat heb ik nog nooit meegemaakt. Wel. Niet. Onderzoek. Het was zo gepiept.' Ook de snelheid waarmee de contracten klaarlag, wekte verbazing: 'Opzienbarend. Woensdag schudden we elkaar de hand, vrijdagmorgen ondertekenden we het contract. Daar gaat vaak maanden overheen.'

Maar het is vooral léuk om met AFAS samen te werken, vindt Terhürne. 'Zo wil je altijd samenwerken. Toen ik me hardop afvroeg, waar wij onze mensen konden stationeren tijdens de voorbereidende fase, had AFAS binnen twee dagen voor alle Dura Vermeer- en HOMIJ-mensen kantoorruimte ingericht in hun pand. Fantastisch. De deur van het toilet werd beplakt met een sticker van een dixie, om ons het bouwplaatsgevoel te geven. Dat is AFAS. Gek, gastvrij en vol humor.'

Van der Veldt kijkt weer uit het raam. Hij heeft zijn kantoor geruild met die van Arnold, zodat hij een beter uitzicht op de bouwplaats heeft. 'Dat is AFAS, ja. Wij proberen altijd anders te zijn. En vanaf januari 2021 vormt het AFAS Experience Center daarin een nieuwe mijlpaal.' ☞

# 'Ontzorgen is het nieuwe klus





# sen'

'Een huis  
verkoop je van  
binnen naar  
buiten'

Projectontwikkelaar ReadyforLiving doet zijn naam letterlijk eer aan: een woning is na oplevering direct bewoonbaar en volledig afgewerkt naar smaak van de koper. Plinten leggen? Gedaan. Muren gesausd? Check. Zelfs raambekleding is onderdeel van de totale verkoopprijs. Volgens directeur Bas Verkerk is deze complete manier van woningontwikkeling het concept van de toekomst. Een inspiratiebron voor Dura Vermeer.

FOTOGRAFIE SEBASTIAAN KNOT

**'A**ls ik casco opgeleverde woningen zie, vraag ik me af: wáárom doen wij dit?' Verkerk vond met zijn ReadyforLiving-concept een gat in de markt. 'Geen klant zit te wachten op een kale woning waarin hij zelfs de muurplaten nog moet aanbrengen. Hij wil na oplevering ook niet meer zelf op de stukadoor wachten die te laat is en daardoor de hele vervolgplanning in de war schopt. Mensen hebben tegenwoordig geen tijd en zin meer om te klussen. De tijd dat we alles zelf deden en een half jaar in de slaapkamer woonden totdat de rest af was, is voorbij. De

traditionele manier van een huis verkopen moeten we als projectontwikkelaar achter ons laten. Ontzorgen is het nieuwe klussen.'

### Hoge belevingswaarde, hoge verkoopprijs

In de showroom van ReadyforLiving in Lelystad staan diverse soorten keukens opgesteld, verschillende badkameropstellingen en er is zelfs een heel huis ingericht. Verkerk: 'Mensen stappen hier letterlijk de drempel over van hun nieuwe huis. Met dat gevoel en die beleving verkoop je een woning van binnen naar buiten. En

je verhoogt in één klap de waarde van een huis. Want doordat de belevingswaarde omhoog schiet, heeft een koper er meer voor over. Hij ziet de waardevolle toevoeging van de complete afwerking en is alleen maar blij dat hij na oplevering niet meer apart bij keukenfabrikanten en badkamerleveranciers hoeft te winkelen.'

### Afwerking binnen verkoopprijs

Kopers kunnen in de showroom hun huis helemaal naar eigen smaak inrichten. Keukenblad, vloer, tegels in de badkamer en zelfs de kleur op de muur. Verkerk: 'De keuzevrijheid is enorm. Er zijn meerdere opties inbegrepen, verschillende vormen, materialen en kleuren. Daardoor slaagt vrijwel iedereen binnen het concept.' De afwerking valt binnen de verkoopprijs en is daardoor volledig te financieren. 'Dat is gunstig voor kopers, voor wie het steeds moeilijker wordt om extra geld te lenen voor een bouwdepot,' besluit Verkerk.

### Welkom THUIS

Met showroom THUIS wil Dura Vermeer hulp bieden bij het creëren van een 'huis dat voelt als een thuis'. 'We willen hiermee nog beter inspelen op de individuele wensen van de kopers van onze woningen', aldus divisiedirecteur Peter Krop. 'We gaan stap voor stap toe naar wat ReadyforLiving al doet: een huis volledig afwerken vóór oplevering. In 2018 gaan we daar de eerste stappen in nemen.' ↻

Van oudsher verloopt samenwerking in de bouw behoorlijk rigide: met het contract in de hand, waarin precies staat omschreven wat van elke partij wordt verwacht. Docent Hans Boes van Universiteit Twente onderzoekt samenwerking in bouwprojecten en ziet in toenemende mate behoefte aan contact. 'Het contract wordt geassocieerd met competitie, contact met coöperatie. Het contract zorgt ogenschijnlijk voor zekerheid vanuit het beheersingsoogpunt, contact is op lange termijn gericht en gaat meer over hoe we met elkaar omgaan.' Volgens Boes levert het vinden van een balans een worsteling op. Tijdens een rondetafelgesprek legden we zijn bevindingen voor aan een aantal van onze vaste klanten.

FOTOGRAFIE STUDIO OOSTRUM

# Van contract naar

**T**afelgast Martijn Hommels is civiel-technisch ontwerper bij gemeente Hengelo. Deze gemeente heeft het afgelopen jaar veel met bouwteamovereenkomsten gewerkt, een contractvorm waarbij partijen als ontwerpers en aannemers al vroeg in het traject bij de opdrachtgever aan tafel zitten. Uitvoeringstechnische kennis kan dan voor de ontwerpfase worden ingebracht. Hengelo heeft in het afgelopen jaar zelfs vooraf met aannemers besproken voor welke projecten zij voorkeur hadden. 'Hiermee wilden we hun betrokkenheid vergroten,' aldus Hommels.

Bouwteams lopen verschillend, merkt Hommels. 'Het komt aan op het individu. De één wil meer controle, de ander meer overleg.'

Een bouwteamovereenkomst leent zich goed voor samenwerking, maar omdat bij de aanbesteding de competitie om de hoek komt kijken, kan een wrijvingsvlak ontstaan.'

## Contract nooit uit de la

Senior locatiemanager Rick Gijzen, die namens gebiedsontwikkelaar BPD aan tafel zit, geeft aan dat BPD daar vrijer in is. In een publiek-private samenwerking met een gemeente volgt BPD doorgaans het gemeentelijk aanbestedingsbeleid. Maar als de ruimte er is, wordt geregeld meervoudig onderhands uitgevraagd. 'We zien daarbij gezonde competitie aan het begin van het traject. Een contract heb je nodig, maar als de samenwerking goed is, komt dat nooit meer uit de la.'

Gijzen benadrukt dat een klik tussen de betrokkenen hierbij belangrijk is. 'Je moet meteen open en eerlijk zijn over je belangen en die van anderen kunnen begrijpen. Als je de wederzijdse belangen vooraf niet met elkaar deelt, komt het niet tot een goede samenwerking.'

Boes vult aan: 'Veel contracten hangen samen met het competitie-model. Je legt snel vast wie voor welk onderdeel verantwoordelijk is. Met een contract is misschien het doel wel vastgesteld, maar dat betekent niet dat de belangen zijn besproken. Als je het echt over samenwerking hebt, moet je streven naar een gezamenlijk gedragen contract waarbij de belangen vooraf besproken en afgestemd zijn.'



**'Het komt aan op het individu. De één wil meer controle, de ander meer overleg'**

– Martijn Hommels, gemeente Hengelo



**'Je moet meteen open en eerlijk zijn over je belangen en die van anderen kunnen begrijpen'**

– Rick Gijzen, BPD

# contact

Samenwerking



Gezonde competitie



Kenis van elkaars DNA



Gezamenlijk gedragen contract



Ook bij de gemeente Amsterdam staan belangen centraal: 'Ik heb niets met partijen. Die bestaan niet. Mensen bestaan en belangen bestaan. De juiste mensen zijn voor ons essentieel,' zegt Marten Klein, waarnemend directeur Ingenieursbureau van deze gemeente. 'Belangen kunnen van mens tot mens wisselen. Wij zoeken naar een samenwerking waarbij de belangen op een goede manier in beeld komen.'

### Continuïteit is ieders wens

En die belangen verschillen per organisatie. Verschillende mensen zorgen immers voor verschillende belangen op tafel. Ook tijdens dit rondetafelgesprek. Hier wordt echter één gedeeld belang genoemd: continuïteit. 'We zijn er lang van overtuigd geweest dat selecteren op prijs een goede opzet was om marktpartijen een eerlijke kans te geven,' stelt Klein. 'Het leek voor opdrachtgevers een manier om veel waarde te krijgen voor de juiste prijs. We zijn met z'n allen in die fuik gezwommen.'

### 'We zijn er lang van overtuigd geweest dat selecteren op prijs een goede opzet was om marktpartijen een eerlijke kans te geven'

Het gaat namelijk niet om de laagste prijs, maar om de beste waarde voor het geld: de beste oplossing tegen maatschappelijk aanvaardbare kosten, legt hij uit. 'Continuïteit is dan nodig. Om elkaar en de projectover-



stijgende belangen te leren kennen, maar ook om naast het project ruimte te hebben om te kunnen innoveren en te ontwikkelen op duurzame oplossingen.'

Ook bij BDP is continuïteit een groot goed. 'In de private sector kennen veel projecten een doorlooptijd van tien tot soms wel twintig jaar. Dan is het fijn als je een vaste samenwerkingspartner hebt. Het lastige daarbij is wel, dat omstandigheden veranderen, je kan van tevoren immers niet alles dichttimmeren. Dat vraagt om een goede en constructieve samenwerking. Het is fantastisch als je tegen de aannemer kan zeggen: dit is het wensenpakket, kom maar

met een voorstel.' Klein haakt in: 'Voorwaardelijke continuïteit organiseren die wederzijds is. Je moet trouwen, maar wel kunnen scheiden.'

### Goede match

Boes beaamt het belang van kennis van elkaars DNA om te zorgen voor een goede match. 'Als je naar de aanbesteding kijkt, leggen we de focus op het contracteren. Daar waar het eigenlijk moet liggen bij de selectie.' Klein wil zelfs de overtreffende trap opzoeken: 'Van contracteren, naar selecteren, naar continuïteitsovereenkomsten. Wat als het feitelijk presteren van partijen bepaalt of ze door mogen?' ☞



**'Als je het echt over samenwerking hebt, moet je streven naar een gezamenlijk gedragen contract'**

– Hans Boes, Universiteit Twente



**'Ik heb niets met partijen. Die bestaan niet. Mensen bestaan en belangen bestaan. De juiste mensen zijn voor ons essentieel'**

– Marten Klein, Ingenieursbureau Amsterdam



## Nul-op-de-meter

Nooit meer wil Yvonne Blaauw-De Vries terug naar haar 'oude' woning. In 2015 renoveerde Dura Vermeer haar portieketagewoning in de Groningse wijk Paddepoel naar nul-op-de-meter. In totaal kregen in deze wijk 48 portiekwoningen van woningcorporatie Lefier een nieuw duurzaam jasje. Een paar vragen aan Yvonne.

FOTOGRAFIE BORIS BEELD

# 'Nooit meer terug'

### **De hele portiekflat op de schop. Schrok je niet van dat bericht?**

'Ik was er juist erg blij mee. Ik ben opgegroeid in deze wijk en mijn man en ik wonen al sinds 1995 in deze woning aan de Pleiadenlaan. Ruim 12 jaar stond het op de nominatie om gesloopt te worden. Dankzij deze renovatie konden we blijven en werd ons huis nul-op-de meter gemaakt. Mijn man en ik zijn wel in de werkgroepen gegaan zodat we konden meepraten en waar mogelijk meebeslissen over wat er precies ging gebeuren en hoe.'

### **Was iedereen in de straat zo positief?**

'Nee, absoluut niet. Er zijn zelfs mensen verhuisd, omdat ze bang waren voor hogere huren. Nou, wij betalen geen cent meer. Ook was er veel weerstand tegen de omvorming van de balkons. Dat zijn 'binnenbalkons' geworden. Ik vind het wel fijn. Ik heb er meteen iets gezelligs van gemaakt, met een grasmatje en plantjes. Ik moet wel zeggen dat ik het jammer vind dat ik in de zomer mijn was niet meer buiten kan hangen.'

### **Tijdens de renovatie kon iedereen in zijn woning blijven. Hoe heb je dat ervaren?**

'Bij mij verliep alles prima. Er is veel rekening gehouden met de bewoners en met onze wensen. Er was voortdurend goed overleg. De bouwjongens werkten netjes en waren altijd beleefd. Wat ik vervelend vond, is dat ze ook weleens onaangekondigd voor de deur stonden en dat alle deuren de hele dag openstonden. Mijn man heeft hier dus weleens jongens weggestuurd die hier niets te zoeken hadden. Een aantal dagen was het hier overdag erg koud binnen. Toen zijn we naar mijn pleegmoeder gegaan.'

### **Zijn er zaken waarover je nog vragen hebt?**

'Ja, ik hoop dat iemand mij kan vertellen wat ik tegen al dat stof kan doen? Er zijn al betere filters in het ventilatiesysteem gezet, maar dat helpt niks. Dat systeem maakt trouwens behoorlijke herrie. Oh ja, en ik weet niet hoe ik mijn thermostaatklok kan verzetten naar winter- en zomertijd. Maar dat moet sowieso maar afgeschaft worden.'

'Alles is nu elektrisch en dat vinden wij heerlijk'

### **Ben je blij met het resultaat?**

'Heel erg blij. Ik wil nooit meer terug naar mijn oude huis. Alles is nu elektrisch en dat vinden wij heerlijk. Ik mis het gas totaal niet. We hebben geen vocht, tocht, kou en schimmel meer. Het blijft natuurlijk een oud lichaam in een nieuwe jas, maar dankzij het driedubbelglas horen we niets meer van de straat. Geen schreeuwende kinderen, geen verkeer. Wel moeten we wennen aan de droge lucht in huis en het huis is stoffiger geworden. Maar het is het allemaal waard.'

DAT WE AL  
**160 JAAR**  
**ERVARING**  
HEBBEN,  
DAT WETEN WE WEL.

Maar wat **kan jij?**

160 jaar ervaring is geen garantie voor de toekomst. Daarom reikt onze ambitie verder: een plek in de top 3 van vernieuwers binnen de bouw. Ben je een talentvolle starter of gedreven professional? We zien je graag op [maarwatkanjij.nl](http://maarwatkanjij.nl).



**DURAVERMEER**

Waarmaken van ambities