

In de bouw vormt personeel van oudsher een van de belangrijkste kostenposten. Als de economie terugloopt zie je altijd dat er fors gesneden wordt in personeelskosten. Niet alleen vaste krachten merken dat, Ook de vele bouwvakkers die hun diensten als ZZP-er aanboden op de krappe arbeidsmarkt merken dat nu. Het gaat nu meer dan ooit om creatief ondernemen. En je mag dan wel bezuinigen op personeel, je moet je wel goed realiseren wie je behoudt en wie je laat afvloeien. Zo vertelde Tom Weghorst, één van de directieleden van projectontwikkelaar TCN, dat de ergste klappen bij hen nu voorbij zijn. Men heeft snel en tijdig geanticipeerd op de crisis. Nu wordt het weer tijd om vooruit te kijken.

Er liggen nu veel kansen. Bijvoorbeeld voor het goedkoop optoppen van bestaande woningen. Mensen willen nu minder vaak verhuizen, en kiezen dus vaker voor uitbreiding van bestaande woningen. Dat kan met hele stadswijken tegelijk, zoals in de Amsterdamse Pijp. Daar worden met niet al teveel ingrepen en met inzet van prefab, duizenden woningen extra gerealiseerd door op te toppen in retrostijl. De meeste eigenaren in deze wijk zijn particuliere huisexploitanten. Waarom verenigen zij zich niet in een coöperatie? Dan maken ze een plan om hun panden in waarde te doen stijgen en bouwen ze die woningen. Ik ken verschillende van deze eigenaren die zoiets in hun eentje teveel heisa vinden. Maar het collectief spreekt hen wel aan. Ze brengen allemaal potjes bijeen en zo heb je een startfonds. In tijden van crisis is het in coöperatief bundelen van allemaal kleine geldpotjes perfect. Toen de Rabobank honderd jaar geleden werd opgericht, tijdens de crisis van toen, was dat de enige manier om te bankieren. Potjes van kleine boeren verenigen, en voilà. Waarom nu niet een coöperatieve bouwbank beginnen?

Efficiency 2.0

Als je goedkoop en efficiënt kan bouwen en je kosten transparant zijn, kun je mooie markten aanboren. Eén van de zaken waar bouwers tegenaan lopen is de behoefte van klanten aan transparantie. Het inefficiënt inzetten van personeel is een notoire bron van ergernis bij klanten. Straks als de crisis voorbij is nemen personeelstekorten weer toe. Je moet als bouwer dus voorsorteren op de nieuwe tijd, door nu te werken aan

efficiëntie. Het efficiënt benutten van personeel perfectioneren, dat vormt straks een marketinginstrument zonder weerga. Als dat lukt, kun je je klanten kan vertellen dat je hun droom kunt bouwen op een efficiënte manier, met transparante kosten, door arbeidskracht slim in te zetten. Dan heb je een uitgangspositie waar geen glimmende reclamebrochure tegenop kan. 

Adjiedj Bakas schreef het boek 'Beyond the Crisis' en is uitgeroepen tot Trendwatcher van het Jaar 2009.

www.bakas.nl

