Bezoekadres: Meander 601, 6825 ME Arnhem | **Postadres:** Postbus 2161, 6802 CD Arnhem | **e-mailadres:** info@hibin.nl
website: http://www.hibin.nl | **Telefoon:** 026 - 363 35 55 | **Fax:** 026 - 363 35 59 | **KvK:** 40530254 (Koninklijke HIBIN te Arnhem)

Hibins Branchedag 2011 druk bezocht

Hibins Branchedag van eind juni was drukbezocht. Ruim 200 gasten uit de totale bouwmaterialensector verzamelden zich om te luisteren naar een keur aan sprekers. En natuurlijk om elkaar te treffen op het platform dat de branche-organisatie bood. Dat de sfeer goed was, blijkt wel uit onderstaande fotocollage. Lees een uitgebreid verslag elders in deze MIXpro.

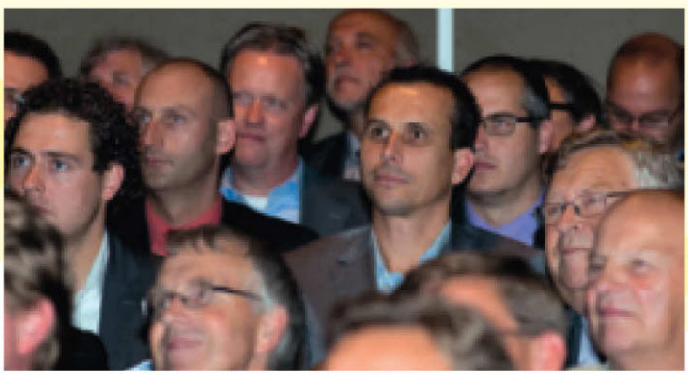
Hibin branchedag: platform voor de banche

Hibin-voorzitter Gert Smit

Meer dan 200 gasten

Nuttig netwerken

Ontspannen verstrooiing



Interessante informatie

Samen bouwen

De informatie op deze pagina valt buiten de verantwoordelijkheid van de redactie van de MIXpro-redactie.

['Risico's nemen levert succes op'

"Voor het derde jaar op rij zijn de marktvooruitzichten slecht." Zo begint Gert Smit, voorzitter van Koninklijke Hibin de branchedag, die afgelopen donderdag 23 juni plaatsvond. Daarom vindt de branchevereniging dat het tijd is voor verandering. "Dat moeten we zelf doen. Van het kabinet hoeven we geen hulp te verwachten."

Wederom zocht Hibin de mooie, landelijke omgeving van de regio Utrecht op voor de jaarlijkse ledenbijeenkomst. Voor het eerst in samenwerking met managementadviesbureau Berenschot. De verwachtingen van de leden zijn hoog-gespannen, want nog nooit was het aantal aanmeldingen (ruim 240) zo hoog. Na de ledenvergadering en de lunch zorgt Hibin-voorzitter Gert Smit voor de aftrap in Cultuur- en congrescentrum Antropia in Driebergen.
"De bouw hoeft weinig te verwachten van de overheid. Het kabinet geeft namelijk geen prioriteit aan de stimulering van de bouw", vertelt hij. "Het enige lichtpunt is de verlenging van de 6% btw-regeling tot oktober." De brancheorganisatie lijkt zich volgens hem echter weinig van deze negatieve berichtgeving aan te trekken. "Deze 106-jarige vereniging groeit: we hebben de afgelopen twee jaar vijftien nieuwe leden bijgeschreven en drie kandidaten moeten afwijzen. Er heeft slechts één faillissement plaatsgevonden."

Hibin + VVNH

Daarnaast speelt Hibin een rol in allerlei overlegorganen. Zo heeft de brancheorganisatie met de Koninklijke Vereniging van Nederlandse Houthandelaren (VVNH) ingestemd om de federatie Bouwtoelevering-NL op te richten. Deze federatie bundelt de activiteiten waar beide verenigingen parallelle belangen hebben. "We zijn actief bij lobby's betrokken en hebben bereikt dat de bouwmaterialengroothandel als serieuze en belangrijke partner in de bouwkolom wordt gezien", weet Smit. "Daaraan blijven we werken, want de resultaten van ons beleid zijn ook zichtbaar op het gebied van onze andere beleidsspeerpunten: kennis, duurzaamheid, logistiek en ketensamenwerking."
Met voorbeelden als 'Erkende Fabrikantenopleiding' en het Branche Innovatie Contract laat hij zien dat de bouw en Hibin zelf moeten zoeken naar nieuwe verdienmodellen. Daar sluit spreker Daan Quakernaat zich bij aan. Op een humoristische manier weet hij direct de aandacht van de volledige zaal vast te houden. Met als centraal thema: 'Ga kathedralen bouwen'. "We zijn tegenwoordig bang om risico's te nemen. Vertrouw op elkaar, zodat er ruimte vrijkomt voor mooie dingen."

Passie

Als kathedralenliefhebber neemt hij de bouw van deze immense gebouwen als voorbeeld. "Vroeger hadden de mensen niets en konden ze alles", vindt hij. "Kijk eens naar de kathedraal van Reims. Hieraan werkten ze zo'n 300 jaar en dat ging natuurlijk niet altijd goed. Volgens algemene bouwtekeningen telt een gothische kathedraal eigenlijk zeven torens, maar deze heeft er slechts twee. Is het project dan wel geslaagd? Ja, want toch vergapen tal van toeristen zich aan dit bouwwerk."
Nu is dat totaal anders, in zijn ogen. "Wij beginnen pas als we weten hoe het er uit gaat zien, wat het gaat kosten en wanneer het klaar is. Denk je dat ze dat bij de bouw van een kathedraal ook allemaal van te voren wisten?" Volgens hem moet het anders. "Maak eens je eigen kathedraal, durf risico's te nemen. Zonder fouten leer je niets. Durf te dromen en zorg dat het realiteit wordt."
Quakernaat vindt dat succes een combinatie is van techniek en passie. "Om succesvol te zijn, moeten beide factoren goed geregeld zijn."

Dubbele dip?

Na Quakernaat verschijnt Hubert Sturm, senior managing consultant bij Berenschot, op het podium. In zijn lezing richt hij zich op strategie, financiële bedrijfsvoering en herstructurering in de bouw en technische groothandel. Daarbij constateert hij dat de westerse economie stagneert, terwijl de wereldeconomie doorgroeit. "Dat komt met name door de opkomst van emerging economies, zoals Brazilië, China, India en Rusland. Door die landen is er bij ons een kans van twintig procent op een zogeheten dubbele dip."
Volgens Sturm hoeven bouwmaterialenhandels zich niet allemaal op dezelfde

Foto's: Helga Walinga

markt te richten. "Kijk goed wat de speerpunten van je bedrijf zijn en welke markt hierbij het beste perspectief biedt. De aantrekkelijkste markt hoeft namelijk niet altijd haalbaar te zijn."

Betere communicatie

Even later introduceert Paul Cobben, management consultant bij KPN Getronics, BouwConnect bij de aanwezigen. "Dit samenwerkingsproject van KPN, Getronics en De Twee Snoeken Automatisering biedt een integrale oplossing voor een betere informatievoorziening en communicatie in de bouw."
Zo legt hij uit dat de BouwConnect Bibliotheek ervoor zorgt dat alle partijen individueel sneller en dus goedkoper kunnen werken. "Deze bibliotheek bevat veel informatie van fabrikantgebonden en generieke producten. Iedere bouwpartner krijgt daarvan te zien wat hij nodig heeft: de architect het uiterlijk, de constructeur de rekenwaarden en de installateur de inbouwmaten. Een unieke identificatiecode zorgt dat iedereen met hetzelfde artikel werkt, waardoor de kans op faalkosten sterk vermindert. Deze bibliotheek is BIM-ready."

Van off- naar online

Na zijn presentatie nemen Alexander Bours, Ad Schellens en Duco Buijze plaats achter een tafel. De drie heren zijn succesvol op hun eigen gebied. Zo zorgde managing director Bours voor de overgang van off- naar online van zijn bedrijf Overtoom. Schellens, tegenwoordig e-business director Saint Gobain Building Distribution NL, was tot maart 2011 werkzaam bij Galvano, dat onder zijn leiding door de komst van internet een enorme groei heeft doorgemaakt. Lekkerlands general manager Buijze is onder meer in 2009 gekozen tot logistiek manager van het jaar.

Minder faalkosten

Berenschots senior managing consultant Ruud van Overloop wil onder meer van hen weten waarop ze letten in hun bedrijfsprocessen. Voordat Schellens met zijn uitleg begint, vindt hij dat bouwbedrijven niet te veel moeten besparen op producten. "Door faalkosten te verlagen kunnen we een veel grotere winst behalen. Die bedragen namelijk 10% van de omzet. Haal daarvan maar eens 2% af."
De heren beantwoorden Van Overloops vraag overigens verschillend. Terwijl Bours met name denkt in termen als snelheid en goedkoop, wil Buijze alles vooral simpel doen. "Want in mijn ogen staat simpel voor slim."
Juist dat aspect vindt hij belangrijk. "We willen slimme afspraken maken met onze leveranciers en kijken slim naar onze voorraden. Iedere vrachtwagen moet zo slim mogelijk worden ingepakt en iedere route willen we zo slim mogelijk uitstippelen." Bours daarentegen stelt alle systemen beschikbaar voor de klanten. "We willen altijd goedkoper en sneller zijn dan onze concurrenten. De grootte van het bedrijf maakt dan niets uit, onze grootste concurrenten kunnen juist kleine bedrijven zijn."

Social media

Berenschots managing consultant Karnoe Dorenbos en Luuk Roovers, managing director bij Vicus e-business solutions vertellen over nieuwe businessmodellen.
Hun verhaal draait om de communicatie tussen klant en keten. Volgens hen is dat het eenvoudigst te bewerkstelligen door gebruik te maken van de diverse soorten social media. "Zo gebruikt de jonge generatie massaal Hyves en, in nog grotere mate, Facebook. Dat zijn jullie toekomstige klanten, dus daar moeten jullie ook te vinden zijn", vindt Roovers.
Dat geldt overigens niet alleen voor deze internetplatformen. Als andere manieren om op het web aanwezig te zijn, noemen ze onder meer *freemium*, cocreatie, *crowdsourcing* en *pay per use*. "Bij al deze zaken moet je rekening houden met verschillende stappen", weet Dorenbosch. "Zorg bijvoorbeeld voor een inventarisatie, richt op basis daarvan een basisplatform in, zorg voor loyaliteit en verbreed je scope. Als dit goed in orde is, dan worden je online-activiteiten een succes."