



# ‘Duurzaam bouwen is dé kans voor onze sector in de toekomst’

Marjet Rutten expert Kennisplatform Duurzaam Gebouwd

Marjet Rutten is per 1 mei als expert toegetreden tot het Kennisplatform Duurzaam Gebouwd. Vanaf 1996 is Rutten werkzaam in de branche als marketeer/innovator en onder meer oprichter van BouwKennis en BauInfoConsult. De nieuwe ‘expert duurzaam bouwen’ maakte deel uit van het Bouwteam dat door minister Spies in 2012 was ingesteld om te komen tot een Toekomstagenda bouw. De uitwerking van de adviezen van het Bouwteam is ondergebracht bij de Actieagenda Bouw, waar zij trekker is van de actie ‘Klantgerichte oplossingen voor duurzame woningverbetering’. Wat heeft Marjet Rutten allemaal in gedachten?

Auteur: Ruud Jacobs

U was nauw betrokken bij de totstandkoming van de Toekomstagenda bouw. Hoe luiden in grote lijnen de conclusies?

Marjet Rutten: ‘We zijn in de sector nog erg goed in navelstaren. Hoewel het al veel beter is dan enkele jaren terug, hebben we toch nog snel de neiging om ons als slachtoffer op te stellen. De dip waar we nu mee te maken hebben is de schuld van de overheid, de banken, noem maar op. In ieder geval niet van onszelf! En de overheid moet ook maar zorgen dat we eruit komen. Natuurlijk kunnen overheid en banken daar ook een bijdrage aan leveren, maar als ondernemer ben je primair zelf verantwoordelijk. Op persoonlijk vlak is het voor velen afgrijselijk wat er nu gebeurt, maar ik hoop wel dat de sector hierdoor meer eigen verantwoordelijkheid gaat nemen, meer in de toekomst kijkt en meer zelf markt gaat ontwikkelen. Wat we echter zagen bij het opstellen van de agenda, is dat ondernemers weinig meedachten met het zoeken naar structu-

rele sectoroverstijgende oplossingen, maar alleen hun hand ophielden, geld vroegen en vanuit hun eigen organisatie of deelsector dachten. Die tijd is voorbij en wil je in de toekomst succesvol zijn, dan kun je beter het heft in eigen hand nemen en laten zien dat je echt ondernemer bent.’

**‘Willen we het kunnen verkopen, dan moeten we goed begrijpen hoe mensen ernaar kijken’**

In hoeverre heeft deze Toekomstagenda ook (positieve) gevolgen voor ‘groen bouwen’, lees: dak- en gevelgroen?

‘Specifiek voor dak- en gevelgroen kan ik niet zeggen. Daarvoor heb ik te weinig kennis van die markt. Maar voor duurzaamheid is deze agenda

zeker positief. Een van onze aanbevelingen was het instellen van een zogeheten revolving fund. Deze aanbeveling is ook in de kabinetsplannen opgenomen. Er is 150 miljoen euro beschikbaar gesteld, in deze tijd een enorm bedrag. Verder werkt Titia Siertsema (voorzitter UNETO VNI) als trekker van de Actie Energiebesparing bestaande voorraad hard mee om te kijken hoe we op het gebied van regelgeving en financiering wellicht ook iets kunnen doen. De SER speelt hierbij een belangrijke rol met het zogenaamde Energieakkoord.’

U gaat nu de kar trekken van de ‘Actie Klantgerichte oplossingen voor duurzame woningverbetering’. Wat houdt dit concreet in en hoe krijgt de bewoner een stem?

‘Met deze Actie willen we vraag en aanbod dichter bij elkaar brengen, in het bijzonder voor de renovatiemarkt van duurdere koopwoningen en projecten waarbij één woning tegelijk

wordt opgepakt. Dat is nog een hele opgave. Consumenten staan nog niet te springen om duurzaamheidsmaatregelen door te voeren. Het aanbod sluit ook onvoldoende aan op de vraag. Maar dat realiseren de partijen aan de aanbodkant zich niet. Zij zien geen probleem bij zichzelf, terwijl ze een enorm marktpotentieel links laten liggen. Je zou verwachten dat ze die opdrachten in deze tijd hard kunnen gebruiken. We hebben onder meer onderzocht waar de consument behoefte aan heeft. De rapportage van dat onderzoek is ook te vinden op de website [www. Actieagendabouw.nl](http://www.Actieagendabouw.nl).'

## 'Ik denk dat architecten een heel goede adviserende en inspirerende rol kunnen vervullen, mits ze spreken met kennis van zaken'

Hoe staat het met duurzame concepten aan en op de buitenschil van gebouwen? Wat kan er volgens u nog beter?

'Dat is nogal een specifieke vraag, waar ik geen antwoord op kan geven. Ik ken niet alle concepten. Maar over het algemeen valt mij op bij de concepten die beschikbaar zijn in de markt, dat vaak doorgeborduurd is op wat wij al kennen. Een soort innovatie door iets aan iets bestaands toe te voegen. Waar we in de markt juist behoefte aan hebben, dat zijn radicale innovaties. En dan niet alleen de productoplossing, maar met een bijpassend businessmodel waardoor het voor de klant een offer you can't refuse wordt.'

In 2012 verscheen uw boek 'Vrouwen kunnen niet bouwen'. Vanwaar uw eigen passie voor (duurzaam) bouwen, en zijn vrouwen niet juist een must in de 'grijze' bouwsector om tot meer 'groene' gebouwen te komen?

'Ik heb in de eerste plaats een passie voor de bouwsector, voor vernieuwing en voor marketing. Ik zou mezelf zeker niet als geitenwollensokkentyper omschrijven. Waarom dan toch de passie voor duurzaam bouwen? Omdat daar de komende jaren dé marktkansen voor onze sector liggen. Als er ergens nog een enorme markt ligt, dan is het niet in de nieuwbouw, maar in het duurzamer en comfortabeler maken van datgene wat we hebben staan. En dat we daarmee de wereld een stukje mooier – of in ieder geval niet slechter



– achterlaten, is een fantastische bonus. Wellicht zou dat de intrinsieke motivatie moeten zijn, maar kijk naar psychologisch onderzoek: dat is bij praktisch niemand het geval. Het is te abstract en het voordeel voor mensen is te indirect. Willen we het kunnen verkopen, dan moeten we goed begrijpen hoe mensen ernaar kijken, waarom ze op een bepaalde manier handelen en wat hun motieven zijn. Dat is direct een mooi bruggetje naar vrouwen. Vrouwen zijn daar – doorgaans – namelijk beter in dan mannen. Vrouwen luisteren beter en hebben meer interesse in mensen. Ze communiceren ook beter en trekken minder snel conclusies. Ach, de meeste beslissingen in en om het huis worden ook door vrouwen genomen en mannen klagen altijd dat ze vrouwen niet begrijpen... Natuurlijk kan niet iedere vrouw zich goed verplaatsen in de (potentiële) klant, net zo goed als er mannen zijn die dat wel heel goed kunnen. Maar over het algemeen kunnen we zeggen dat meer diversiteit de sector sterker maakt.'

In het vorige nummer van Dak&Gevel Groen kondigde architect Eva Stache dat architecten niet altijd meer in de positie zijn om beslissingen – over wel of niet een groen gebouw – een andere wending te geven. Hoe kijkt u hiertegenaan? 'Ik denk dat architecten een heel goede advise-

rende en inspirerende rol kunnen vervullen, mits ze spreken met kennis van zaken en de klant dat ook voelt. Wat dat aangaat, geldt voor de architect hetzelfde als voor iedereen in de sector. Zorg dat je goed naar de klant luistert en die klant begrijpt. Je moet klanten niet iets verkopen wat ze niet willen, maar je kunt ze wel inspireren. Over het algemeen wordt dat door klanten ook als positief ervaren.'

## 'Wil je in de toekomst succesvol zijn, dan kun je beter het heft in eigen hand nemen en laten zien dat je echt ondernemer bent'

Dit najaar verschijnt uw nieuwste boek: 'Van 'kan nie' naar passie; succesvol vernieuwen in de bouw-, installatie- en vastgoedsector'. Hoeveel ruimte is hierin weggelegd voor de dak- en gevelgroensector en waarom?

'Mijn boeken gaan nooit specifiek over één deel van de sector, maar meer over organisaties. Dit boek gaat erover hoe zij omgaan met alle ver-



Marjet Rutten - Foto Rhalda Jansen Fotografie

anderingen die op hen afkomen en hoe zij hun eigen organisatie flexibel en innovatief maken om telkens op die veranderende wereld in te spelen. Ik neem wel cases op in het boek van verschillende organisaties uit onze eigen sector. Dat kan natuurlijk een dak- en gevelgroenbedrijf zijn, maar het is mij eigenlijk om het even. Als het andere organisaties uit de sector maar inspireert.'

## 'Duurzaam bouwen – en het comfortabel maken van gebouwen – is dé kans voor onze sector in de toekomst'

*De hele bouwsector kraakt in zijn voegen. Is duurzaam bouwen wel de oplossing voor de algehele malaise of moet er veel meer gebeuren?*

'Duurzaam bouwen – en het comfortabel maken van gebouwen – is dé kans voor onze sector in de toekomst. Daarmee gaan wij ons geld verdienen, de komende jaren. Niet in de nieuwbouw. Ik zie de gebouwde omgeving als energieleverancier van de toekomst. En wellicht dat dak- en gevelgroen nog veel meer gaat

bijdragen aan het halen van de klimaatdoelstellingen. Maar voor het zo ver is, moet er nog wel veel gebeuren. We moeten onze sector eigenlijk opnieuw uitvinden. We moeten meer op de lange termijn, projectoverstijgend denken. Meer vanuit standaardisatie, zonder dat het standaard wordt. Dat betekent meer investeren en vooraf projectonafhankelijk nadenken. We moeten de sector weer naar ons toetrekken. Nederland laten zien waartoe wij in staat zijn. Ondernemerschap, lef en klantgerichtheid is waar het volgens mij de komende jaren om draait.'

*Nog tips voor de dak- en gevelgroensector om te komen tot meer groen in onze steden?*

'Eigenlijk hetzelfde antwoord. Ondernemerschap, lef en klantgerichtheid. Niet vertellen wat jij belangrijk vindt, maar wat voor je klant belangrijk is. Daar is nog ontzettend veel winst te boeken. Niet navelstaren, maar vanuit de klant denken dus.'



In 2010 gaf Marjet Rutten het boek 'Van Yab Yum naar Dim Sum, uitdagende visies voor de bouw-, installatie- en vastgoedsector in 2025' uit. In 2011 verscheen 'Van weerstand naar transparant; over het nut en het gebruik van internet en social media in de bouw-, installatie- en vastgoedsector' en in 2012 'Vrouwen kunnen niet bouwen', dat zij schreef in opdracht van Fundeon. Dit najaar komt haar nieuwe boek uit: 'Van 'kan nie' naar passie; succesvol vernieuwen in de bouw-, installatie- en vastgoedsector'.