

'BOUWEN IS HET MANAGEN VAN VERWACHTINGEN'

Ivo van der Mark wist al jong wat hij wilde: voor zijn 35e directeur zijn van een middelgroot bedrijf. Een jaar voor de deadline had hij die droom gerealiseerd. Bij Hercuton werkt hij met veel plezier aan turnkey bedrijfshuisvesting in prefab beton. Met succes, want het bedrijf groeit als kool. 'Een duidelijke focus helpt bij het bereiken van je doel.'

IVO VAN DER MARK
ALGEMEEN DIRECTEUR CLUSTER BEDRIJFSHUISVESTING
JANSSEN DE JONG GROEP

HERCUTON



Hercuton is onderdeel van Janssen de Jong Groep. Deze grote bouwgroep realiseert flexibele, betaalbare en duurzame woningen, bedrijfshuisvesting, maatschappelijk vastgoed en infrastructuur. De groep ontwikkelt, bouwt, renoveert, restaureert en doet onderhoud voor bedrijven, particulieren en overheden in binnen- en buitenland. Hercuton vormt samen met Remco Ruimtebouw, Woody Building Concepts, ServicebouwPlus, Hafkon International, pvvT en Ocmer het Cluster Bedrijfshuisvesting van Janssen de Jong Groep. Elk van de merken werkt vanuit zijn eigen specialisme. Bij Hercuton is dat beton. ‘Een fantastisch product’, zegt Van der Mark enthousiast. ‘Wij waren een van de eersten in Nederland die 25 jaar geleden aan de slag gingen met een turnkey bouwconcept in beton. Inmiddels zijn we zo’n 400 grote betonprojecten verder.’ Het was niet meteen een vliegende start. ‘Nederland is een staalland, dus niet iedereen was gelijk enthousiast. Maar de voordelen van beton zijn aanzienlijk. Het is concurrerend qua prijs, de planningszekerheid is groot, het heeft een hoge brandwerendheid en een gave uitstraling. Ook het accumulerend vermogen van beton is een plus. Wij noemen dat het “kerkeffect”. Als je zomers een kerk inloopt is het altijd koel, hoe warm het buiten ook is. Dat heeft te maken met de massa van het pand. Die eigenschap maakt beton zeer geschikt voor bijzondere toepassingen zoals het koel opslaan van groente of fruit.’

LEGOLISERING Bij Hercuton geloven ze in conceptmatig bouwen. Of, in LEGOlisering, zoals Van der Mark het noemt. ‘Wij werken net als bij LEGO met een beperkt aantal onderdelen. De basis is overzichtelijk, maar de variatie bijna oneindig. Wij hebben zo’n 600 betonelementen, en daarmee kunnen we eigenlijk alles bouwen.’ Daarbij kiest Hercuton nadrukkelijk voor een totaalpak. ‘Wij zijn een design & build organisatie. Onze kracht is dat we het hele bouwtraject verzorgen, van de eerste schets tot en met de uitreiking van de sleutel, compleet met nazorg. En dat alles met onze eigen, gemotiveerde mensen.’ Die aanpak vertaalt zich in een stevige groei. Die groei zit onder andere in de snelle opkomst van distributiecentra en sorteercentra als gevolg van e-commerce. Zo is Hercuton momenteel bezig met een sorteercentrum voor DHL Parcel in Zaltbommel, waar 750.000 pakketten per dag doorheen gaan. Een ideale markt voor een conceptmatige bouwer, vanwege het repeterende karakter van die panden. ‘En het einde van die groei is nog niet in zicht’, denkt Van der Mark.

ALS JONGEN WILDE JE AL DIRECTEUR WORDEN VAN EEN MIDDELGROOT BEDRIJF. DAT IS GELUKT. WAT IS HET GEHEIM? ‘Een duidelijk doel. Weten waar je heen wilt, maakt het makkelijker om dingen te bereiken, omdat

je alle beslissingen afweegt in het licht van dat doel. Ik heb mijn tijd bewust gestoken in dingen die hielpen om mijn droom dichterbij te brengen.’

WAAROM WILDE JE SPECIAAL MIDDELGROOT EN NIET GROOT? ‘Een van de voordelen van een middelgroot bedrijf is de platte organisatiestructuur. Wij hebben in ons bedrijf maar drie lagen: directie, management en uitvoering. Dat versterkt het gevoel van “samen” en betrokkenheid, en dat past bij mij. Als je groter wordt, moeten de structuren meegroeien om de groei te managen. Dat resulteert in regeltjes en protocollen.’

‘Ik ben niet tegen procedures, maar ik ben er wel kritisch op. Een kenmerk van bureaucratie is dat er gewoon regeltjes worden toegepast, zonder dat iemand nog weet waarom. Daarmee creëer je schijnveiligheid. Ik vind het cruciaal dat je in de gaten houdt waarvoor procedures in het leven zijn geroepen en dat je je geregeld afvraagt of ze dat doel nog wel dienen. Zingeving en betrokkenheid zijn belangrijk. Een kritische houding draagt daaraan bij, en is wat mij betreft dan ook een plus. Een van de meest gestelde vragen in ons bedrijf is: waarom doen we dat? Soms als controlevraag en soms uit ongelof. Daar ben ik trots op.’

EN WAAROM WILDE JE GEEN KLEIN BEDRIJF? ‘Je hebt een bepaalde omvang nodig om echt iets neer te zetten. Ik kan mensen goed enthousiasmeren en een visie uitzetten – dat zijn mijn sterke kanten. Maar iedereen heeft ook schaduwkanten, en in een klein bedrijf zijn die lastig op te vangen. Als directeur in een klein bedrijf leun je op allrounders. Bij ons werken veel specialisten. Al die mensen zijn op hun vakgebied beter dan ik. Dat vind ik positief. Ik verzamel graag mensen om me heen die uitblinken op hun gebied, omdat we samen tot betere resultaten komen. Afgezien daarvan kan ik ook erg genieten van de passie en de diepgaande kennis van specialisten. Fantastisch om te zien hoe mensen zich ergens in vast kunnen bijten, of het nu gaat over bewa- pening van beton, een lekkage, of de werking van hout. We hebben elkaar allemaal nodig en gepassioneerde mensen kunnen samen veel bereiken.’

DAT BLIJKT OOK BINNEN HET CLUSTER BEDRIJFSHUIS- VESTING. NEEM HET NIEUWE HOUTCONCEPT: WOODY BUILDING CONCEPTS. HOE VERHOUDT DIE ONDERNE- MING ZICH TOT HERCUTON? ‘We zijn geen concurrenten, maar versterken elkaar. Dat geldt voor alle ondernemingen binnen de Groep. Elk concept heeft zijn eigen USP en dus zijn eigen doelgroep. Daardoor vullen we elkaar perfect aan. Als je iets wilt doen aan je CO₂-footprint, is hout verreweg het beste materiaal – mits je de bomen die je gebruikt, ook terugplant. Dat is voor Woody-klanten echt een sellingpoint. We hebben het afgelopen jaar met Woody het eerste project opgeleverd: Imagewharf in Amsterdam. Een project waar ik bijzonder enthousiast over ben, omdat hout een fantastisch materiaal is. Beton is ook mooi, maar dat moet je altijd eerst aankleden, terwijl hout

VOORUITBLIK 2019-2020 ZAKELIJK

WAT ZIJN JOUW PLANNEN VOOR 2019?

‘1. Een volgend project voor Woody Building Concepts realiseren.’

‘2. Onze klanttevredenheid op een nog hoger niveau tillen. We zitten nu op een 8,2. Dat is mooi, maar het ultieme doel is toch om op enig moment op een 9 uit te komen.’

‘3. Na de grote groei van de afgelopen jaren is het nu tijd voor stabilisering en focussen op het verhogen van de effectiviteit.’

GROOTSTE UITDAGING?

‘De integratie van nieuw personeel. We hebben er in korte tijd veel enthousiaste, nieuwe medewerkers bijgekregen. Mensen uit andere bedrijven met een andere cultuur, andere normen en waarden. Om al die mensen goed mee te laten draaien in onze organisatie en te zorgen dat ze met hun kennis en talenten toegevoegde waarde leveren, is een flinke klus, maar ook een mooie uitdaging.’

WAT STAAT IN ELK GEVAL OP DE PLANNING?

‘De verdere investering in ICT, het volgende project voor Woody Building Concepts, en het uitbreiden van onze bedrijfshal, zodat we daar ook de houtproductie kunnen huisvesten.’

WAT GA JE KOMEND JAAR ANDERS AANPAKKEN?

‘Ik ga meer genieten van successen. Omdat we zo ontzettend druk zijn, heb ik vaak geen tijd om een succes in te laten dalen. Dat wil ik echt anders gaan doen. In plaats van steeds maar door te rennen, wil ik een moment nemen om dit succes door te laten komen.’

VOORUITBLIK 2019 PERSOONLIJK

WAT GA JE ANDERS DOEN IN 2019?

‘De balans tussen werk en privé verbeteren. Ik vind werken fantastisch, maar er is meer!’

WAT STAAT ER IN JE AGENDA WAAR JE JE OP VERHEUGT?

‘Een weekend skiën met mijn vrouw, zonder kinderen. En een kitesurfreis naar Brazilië met vrienden. 300 kilometer langs de Braziliaanse kust een downwinder maken. Dat is echt een avontuur!’

WAAR GA JE MEER TIJD EN AANDACHT AAN SCHENKEN? EN WAARAAN MINDER?

‘Meer aan mijn gezin, en minder aan mensen die me energie kosten.’

GROOTSTE WENS VOOR 2019?

‘Meer meekrijgen van de ontwikkeling van mijn kinderen. De jongste is 3, en gaat binnenkort naar school. De oudste is 6, die leert nu lezen. Dat gaat als een trein. Dat zijn belangrijke mijlpalen en ik wil daar onderdeel van uitmaken.’

WAT WAS VOOR JOU DE GROOTSTE LES UIT 2018?

‘Dat groeien minstens zo uitdagend is als krimpen. Ik heb gedurende de hele crisis enorm verlangd naar deze tijd: de tijd dat het weer goed zou gaan. Nu het eenmaal zover is, merk ik dat dat een continue dynamiek met zich meebrengt, en zeker geen rust. Dat had ik me nooit gerealiseerd. Ik hoor mensen vaak zeggen: “Ik heb het nu druk, maar over een poosje gaat het vast beter.” Dat is niet zo! Ondernemen is 24 uur per dag, in alle omstandigheden bezig zijn. Daar kun je maar beter realistisch in zijn. Mensen zijn



geneigd hun rustpunten in de toekomst te leggen. Dat werkt niet, want dan draag je dat verlangen naar rust als een hekgolf met je mee, zonder het ooit te realiseren. Als je in de toekomst meer rust wil creëren, moet je nu iets veranderen. Dat klinkt simpel, maar dat is het niet. Verandering vraagt om het omgooien van je werkstijl of

je levenswijze. Ik heb ingegrepen in mijn agenda en veranderingen aangebracht in mijn werktijden. Dat is voor mij de enige manier om rust te realiseren. Er zitten maar 52 weken in een jaar. Als je geen concrete maatregelen treft om je werkdruk te managen, wordt je goede voornemen voor je het weet weer de ambitie van volgend jaar.’



TERUGBLIK 2018 ZAKELIJK

BELANGRIJKSTE MOMENT:

Lancering Woody Building Concepts

BESTE ZET:

Investeren in kennis, sterke groei, inspelend op de behoefte in de markt

BESTE ZAKENLUNCH OF

DINER:

MIPIM

VERSTE ZAKENREIS:

Nederlandse Antillen

MOOISTE DEAL:

Samenwerking met DHL voor realisatie grootste e-commerce-sorteercentrum van Nederland

BESTE BEURS:

PROVADA

MOOISTE STAD:

Rotterdam

TOP 3-PROJECTEN:

- Imagewharf in Amsterdam
- Brouwerij in Ethiopië
- Fetim in Amsterdam

OPVALLENDSTE NIEUWS:

Dividendbelastingdiscussie

BESTE FEEST:

Carnaval Den Bosch

GROOTSTE IRRITATIE:

Niet nemen van verantwoordelijkheid

BESTE NIEUWE RETAILCON-

CEPT:

Poké bowl

WELK APP HET MEEST

GEBRUIKT:

Pinterest

LEUKSTE SPONTANE ONT-

MOETING:

Bart Brouwer Koffie-Partners

HELD:

Dick Wessels

BESTE EVENT:

Vastgoed Regatta

BESTE ZAKENBOEK:

Handboek Voorzitter, Steven Schuit

VASTGOEDMAN VAN HET

JAAR:

Willem de Clerq

TALENT VAN HET JAAR:

Stijn de Blaaij

BESTE KOFFIE:

KoffiePartners

BESTE FOODCONCEPT:

Sushipoint

DE GROOTSTE LES VAN 2018

WAS VOOR MIJ:

Mensen zijn gewoontedieren (zelfs bij een jong bedrijf), verandering wekt weerstand

WELK CIJFER GEEF JE 2018:

8. Prachtige projecten, goed resultaat, tevreden opdrachtgevers, lancering Woody Building Concepts, en er is nog ruimte voor verbetering

TERUGBLIK 2018 PERSOONLIJK

TOPSERIE NETFLIX:

Marco Polo

SPORTIEVE HOOGTEPUNT:

Meezeilen op Brunel Volvo Ocean Race

GENIETEN:

In een korte broek, drankje, uitkijkend op zee, genietend van gezin en omgeving

INDRUKWEKKEND:

Opkomst big data

WRANG:

Negatieve bijeffecten van social media

OPMERKELIJK:

Hoe snel mijn zoon leert

BESTE AANKOOP:

Wireless bluetoothmuziek-box

VAKANTIE:

Frankrijk en Zeeland

BIOSCOOPFILM:

Three Billboards Outside Ebbing, Missouri

DINER:

Tijdens sterrenuitreiking Noble in Den Bosch

GOEDE TRADITIE:

Jaarlijks met de familie gezamenlijk vakantiehuis onderhouden

LEUKSTE STEDENTRIP:

Polen (Łódź)

LEUKSTE FESTIVAL:

Ga ik nooit heen

THEATER:

Guido Weijers

BESTE ARTIEST:

Racoon

BESTE SONG:

Shoes of lightning

AVONTUUR:

Alpine trektocht Ischgl (Oostenrijk)

INSPIREREND:

Lezing Doekle Terpstra

SPORTIEF HOOGTEPUNT:

Meezeilen op Brunel Volvo Ocean Race

AFSCHIED:

Van mijn zwarte haren

KIPPENVEL:

Opstijgen met vliegtuig met ACDC

ONVERGETELIJK:

Zeiltocht Volvo Ocean Race Brunel

ONVERSLAANBAAR:

Rummikub

HARTVERWARMEND:

Meeleven van collega's

SPORTMAATJE:

Stijn Uijtenhoven

ZWAAR:

Situaties waar ik geen grip op heb

DANKBAAR:

Steun van mijn partner, gezondheid van naasten, vertrouwen medewerkers

ZORGWEKKEND:

Personeelstekorten in bouwsector

GELUK:

Zit in kleine dingen

SMAKELIJK:

Broodjes tussen de middag en winegums

HELD:

Mijn vader

RESTAURANT:

Noble Den Bosch

JAMMER:

Dat een dag maar 24 uur heeft

VERGISSING:

Verkeerde kleur sokken

AFZIEN:

140 km op de racefiets

ONMOGELIJK:

Op tijd komen

MEEST GELACHEN:

housewarming met thema water en de vrije interpretatie van onze gasten

VERDRIET:

Verlies van naasten

NOOIT GEDACHT:

Dat ik zou gaan verhuizen dit jaar

EERSTE KEER:

Ingebroken in mijn auto

ALLERGEZONDSTE:

Warm glas water op

nuchtere maag

CIJFER 2018:

9

van zichzelf een warme, gezellige uitstraling heeft. Daar hoeft je niets aan te doen. Om die reden spreek ik ook graag met klanten af in de Beachclub, een strandclub die volledig is opgetrokken uit hout. Ik kom daar al heel lang, omdat ik daar vanaf mijn 16^e veel heb gewindsurft aan de kust.’

DOE JE DAT NOG STEEDS? ‘Tegenwoordig doe ik aan kitesurfen, vlak bij de Brouwersdam. Op dat strand gaat mijn hartslag echt omhoog; het borrelt nog steeds. Fantastisch om in het water te staan, de wind te voelen en het moment te pakken. Dat kan daar perfect. Ik heb veel affiniteit met water. Als baby ging ik al met mijn ouders mee op de zeilboot, dus die liefde zat er al vroeg in. Wat er ook gebeurt, als ik op het water ben en de frisse wind voel, kom ik tot rust. Dan ben ik echt in mijn element.’

HOUD JE OOK IN JE WERK VAN EEN FRISSE WIND?_

‘Ik zou zeggen dat wij er zelf een zijn! De bouwbranche is behoorlijk traditioneel. In die wereld proberen wij vernieuwend bezig te zijn. Ik geloof in transparantie. Daarom doen we uitgebreid klanttevredenheidsonderzoek. Wij monitoren de klanttevredenheid vier keer in een project: bij de opdracht, halverwege de bouw, bij de oplevering en tot slot een jaar na oplevering. Die metingen fungeren als een thermometer voor de kwaliteit van onze projecten. Als daar afwijkingen in zitten, sturen we direct actief bij. Zo’n proactieve houding vind ik een must. Je moet als bedrijf je verantwoordelijkheid nemen, in plaats van continu “juridische engineering” toe te passen om je verantwoording op een vernuftige manier weg te leggen bij een ander. Het vraagt lef om jezelf bloot te stellen aan kritiek, maar wij hebben er goede ervaringen mee. Klanttevredenheidsonderzoek vergroot de betrokkenheid van je medewerkers en leidt tot betere resultaten.’



WAT IS DE BELANGRIJKSTE LES DIE JE GELEERD HEBT UIT DE KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEKEN?_ ‘Dat goede communicatie in een vroeg stadium loont, omdat het ruis voorkomt en begrip kweekt. Wij vinden dat zo belangrijk, dat we er onze cultuurtrainingen op hebben aangepast. Een goede communicatie bevordert niet alleen de werksfeer en de betrokkenheid, maar voorkomt ook een mismatch tussen verwachtingen en de realiteit – en dat is in onze branche heel belangrijk. Het is verbazend hoeveel begrip klanten hebben als er iets misgaat, als je ze meeneemt in het proces.’

WAT ZIE JE DE KOMENDE JAREN GEBEUREN?_ ‘De aandacht voor duurzaamheid zal verder toenemen. Dat is een van de redenen waarom we Woody Building Concepts gestart zijn. Maar het gaat niet alleen om nieuwbouw. Bedrijven zullen ook steeds vaker kiezen voor herontwikkeling van bestaande locaties. Ook in de daadwerkelijke bouw gaat veel veranderen. We gaan steeds meer toe naar prefabbouw en bouwen onder geconditioneerde omstandigheden. Er worden nu al badkamers en natte cellen bijna compleet afgeleverd op de bouw. Bouwen zal steeds meer geprefabriceerd worden. Dat is de enige manier om nog te voorzien in de behoefte aan capaciteit en kwaliteit. Consumenten stellen steeds hogere kwaliteitseisen en zijn bereid daarvoor te betalen. Vroeger moest je als bouwer gewoon goed werk afleveren. Tegenwoordig betekent “gewoon goed” “heel goed”. Dat wordt de nieuwe realiteit.’

JE HEBT JE DROOM OM DIRECTEUR TE WORDEN AL OP JE 34^e WAAR GEMAAKT. NU BEN JE 38. WAT HEB JE NOG TE WENSEN?_ ‘Ik heb de ambitie om door te groeien met onze organisatie. Werken in een team van specialisten en gelijkgestemden met een verschillende expertise, daar krijg ik veel energie van. Ik hoop dat nog heel lang te blijven doen.’ ■