

DE HOUTEN MOTOR DRAAIT OP VOLLE TOEREN

Aan de houten hype doen ze bij **Woody Builders** (onderdeel van JAJO) niet mee. Hout is een serieus middel om te komen tot een duurzame bouw. Geen modieuze gevel om hip te zijn, 'maar concrete oplossingen op weg naar een circulaire bouwsector', duidt commercieel manager **Job Kuijpers**.



Hout uit duurzame bosbouw, Woody Builders is er groot mee geworden. Het volledig gasloze distributiecentrum van Crocs Europe (50.000 m²), het bedrijfsverzamelgebouw Houtwerk II op Campus Werkspoor in Utrecht en wat te denken van Circular City House op de roemruchte plek, De Omval, in onze hoofdstad. 'Hout is prachtig hè, maar vooral een duurzame oplossing voor de problemen die we als mens op ons af zien komen.'

Het zijn de woorden van een 40-jarige vakman die in een vorig leven 'ontzettend genoot' van oldtimers. 'Daar schaam ik me nu wel een beetje voor. Gelukkig hebben de racefiets en ik elkaar gevonden. Ik zie het als een soort ontwikkeling van mij als mens. En met mij vele anderen. We denken vandaag de dag veel beter na over de dag van morgen. We snappen ook steeds beter dat biobased bouwen, gevolgd door recycling en hergebruik, voorwaarden zijn om deze wereld leefbaar te houden. Dat betekent concreet dat we een gekapte boom nooit in één keer mogen minimaliseren tot houtsnippers. Daar zitten veel tussenstations, met veel waarde, tussen. Om te starten: hout als basis van een gebouw, met een levensduur van 50 jaar. Na die periode kan het hout nog dienen als onderdeel van een woning. En in een volgende levensfase is datzelfde hout nog geschikt als boekenplank en tot slot als vezelplaat. In die mindset tikkert Woody Builders aan de weg.'

GEEN ANDERE OPTIE

Dat is anders dan de trendy houtbouw in glossy-tijdschriften, met Scandinavische accenten en architectuur-trends. Precies dat imago en gedachtegoed is niet de hoek waar Woody Builders zich profileert. 'Hout is geen luxe of ijdele droom. De overstromingen en de stroom migranten naar Europa spreken boekdelen', stelt Job Kuijpers. 'Er zijn steeds minder plekken op de wereld die levensvatbaar zijn. In de toekomst wordt dat nog veel extremer. De conclusie is wat mij betreft helder: er zou voor de bouwbranche geen andere optie meer mogen zijn dan duurzaam bouwen. Met hout als essentieel onderdeel van de bouw. Niet in de laatste plaats omdat hout aan twee

zijdes voor ons aan de slag gaat: als bouw materiaal staat het geenszins in verhouding tot staal of beton en als opgroeiend bos is het een fantastische logistieke opslag van carbon, waardoor de wereld schoner wordt. Als we meer met hout gaan ontwikkelen, kunnen we met het aanplanten van bossen dus onze carbon dioxide-uitstoot in evenwicht brengen.'

De cirkel rondpraten in een interview is eenvoudiger dan in de praktijk ten uitvoer brengen. Dat weet Job Kuijpers als geen ander. Hij is blij dat de markt *Woody* inmiddels kent. 'We hebben onze nek uitgestoken en willen voortrekker zijn. Vooral door middel van concrete projecten, in plaats van een soort roze houten wolk. Die zie je maar al te vaak: trendy houten gevels en hout-look in de detaillering. Mooi voor het oog, maar allerm minst duurzaam. Voor de bühne dus, en daar doen wij niet aan mee, het gaat ons om de impact die we echt kunnen maken.'

DOEMSCENARIO? NEE!

De commercieel manager is er de man niet naar om Al Gore-achtige doemscenario's te schetsen over het klimaat. Hij kijkt liever met een innovatieve blik naar 'wat wel-kan' dan het verkondigen van *An Inconvenient Truth*. Toch ontkomt hij er niet aan om de ontwikkelingen in de wereld te duiden voor de bouwbranche. 'Wie zijn wij als sector om een gebouw neer te zetten voor vierhonderd jaar, terwijl we niet weten wat iemand over vijftig jaar nodig heeft? We weten wel dat 'bouwen aan een wereld' gaat over hoe we het achterlaten voor volgende generaties.'

Hij is een positieve-realist. Een doorzetter. En dat is nodig in de huidige markt. 'Twintig jaar lang hebben believers gepoogd om andere mensen te motiveren voor duurzaam denken, met tal van argumenten en soms zelfs onheilspellende toekomstbeelden. Maar de echte waarheid is dat mensen - beslissers in de bouw - zich niet zomaar laten leiden. In de kern moet je intrinsiek gemotiveerd zijn om met ons mee te denken in circulaire bouw. Dat kun je niet doorduwen. Dat is niet hoe het werkt.'

VOLWASSEN SCALE-UP

Woody Builders leerde de lessen van de markt met vallen en opstaan. Opgericht in 2017, als Woody Building Concepts, met een ambitieuze kijk op duurzaamheid en kansen voor hout in de bouwbranche. 'We hebben in de afgelopen jaren gezien dat er weinig ruimte geboden wordt aan duurzame initiatieven, dat er soms sprake is van een technologisch vacuüm om echt door te pakken en dat beslissingen van vastgoedeigenaren en initiatiefnemers vaak slechts leunen op korte-termijn-denken. En toch hebben we onze weg gevonden. In een soort proof-and-practice-modus hebben we voortgang geboekt. Ons denken aangescherpt, businessplannen en de haalbaarheid ervan voortdurend verbeterd, en natuurlijk de dialoog met de markt gezocht.'

Aanvankelijk was de dochteronderneming van JAJO vooral gericht op conceptuele bedrijfshuisvesting. 'Nu zijn we een stuk verder', verduidelijkt Job Kuijpers. 'We zijn niet langer conceptueel, we hebben de laatste jaren met een track record bewezen dat we in staat zijn om houtbouw projecten van de grond te krijgen. Duurzaam en met een sluitende business case. En daarmee lopen we voorop in de markt.'

Oftewel, de start up van toen is een volwaardige scale up geworden. 'Een evolutie, met toonbare referenties in houtbouw. En dat telt! Mensen willen zien, dat het een haalbare kaart is.' Dat betekent niet dat de weg voor Woody Builders nu geheel geplaveid is en 2025 automatisch een succes wordt. 'Nee zeker niet. Je ziet dat specifieke vastgoedonderdelen, bijvoorbeeld logistiek vastgoed, het zwaar hebben. Er is bovendien grondschaarste, netcongestie en de druk op de verdozing van het landschap. Maar gelukkig is niet alles kommer en kwel. Wij hebben de afgelopen jaren onze visie doorontwikkeld en worden door een aantal vaste opdrachtgevers voortdurend

uitgedaagd om met praktische noviteiten te komen. Daar ligt voor ons een kans om te laten zien dat hout prachtig is: op het gebied van duurzaamheid, maar zeker ook qua rendement. The proof and the practice, zeggen wij dan hier intern. Dat is een ongoing job.'

GELD VERDIENEN

En juist die bedrijfsmatige kant van houtbouw is voor opdrachtgevers - maar ook voor JAJO - van levensbelang. Dat gaat verder dan een geloofsovertuiging. Het gaat over rendement. 'Ik vroeg ergens in mijn begintijd aan Ivo van der Mark (CEO JAJO): 'Stel je voor: ik heb in 2027 al mijn duurzaamheidsdoelen gehaald, en dan komt er een project voorbij dat niet aansluit bij die doelen. Wat doen we dan, vooral als er even geen andere duurzame projecten beschikbaar zijn? Zijn antwoord was: 'Laten we dat project eerst maar binnenhalen, en dan zien we wel verder.' Toen ik dat hoorde, was ik even verrast. 'Hoe kan dat nou?' Later, op Business School Nederland (BSN), sprak ik met Jolanda Brink (CEO van het duurzame spijkerbroeken-merk MUD Jeans) en zij antwoordde droogjes: 'Ja, logisch. We hebben een duurzaam model nodig om duurzaam te kunnen ondernemen.' Zo is het met houtbouw ook. We moeten duurzaam geld kunnen verdienen als branche om de kansen van duurzaamheid optimaal uit te nutten. Ofwel: we moeten er alles aan doen om aan te tonen dat de total cost of ownership op duurzaamheid loont. Dat is een vereiste om de volgende sprong te kunnen maken.'

Woody Builders heeft goede hoop, dat juist in een tijd dat de bouwbranche het zwaar heeft, houtbouw aan de vooravond staat van een definitieve doorbraak. 'De wachttijden op houtconstructies lopen op. Dat zijn voor mij voortekenen dat het de goede kant op draait.'