

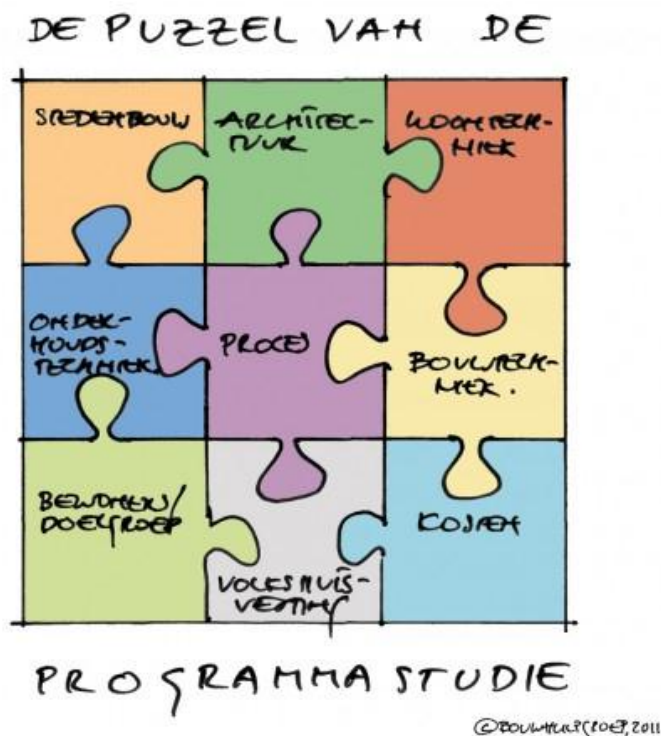
NIEUWE SELECTIEMETHODEN VEREISEN STUDIE VOORAF

7 mei, 2012 | door Martin Liebrechts

Auteurs: Martin Liebrechts en Yuri van Bergen

Programmastudie, een creatieve puzzel

Een programmastudie richt zich op de samenhang tussen de huidige en toekomstige vraag en het aanbod. De integraliteit bestaat eruit dat alle aspecten (kwaliteit, kosten, sociaal) op alle schaalniveaus in hun context beschouwd worden en geïllustreerd worden via concepten ofwel varianten. Het is een mond vol om te zeggen dat het programma het resultaat is van een ontwerpproces, waarbij alle onderdelen met elkaar in verband worden gebracht om de gewenste kwaliteitsaanpassing te verbeelden. Een programma is geen optelsom van prestaties, maar is vooral een waardering en/of keuze die illustreert waarnaar gezocht wordt. Het is een combinatie van vastomlijnde prestaties en een verhaal over de toekomst. Bijgevoegde figuur laat de puzzelstukjes zien en geeft de stappen aan, die bij een programmastudie gezet worden. Een programmastudie is een zoektocht en een creatieve puzzel, waarbij gebruik gemaakt wordt van alle benodigde disciplines. In wezen is hier bij de kwaliteitsaanpassing van de bestaande (woning)bouw allereerst een conceptontwikkelaar aan het werk, die via inventarisatie en analyse poogt mogelijkheden te verbeelden met de bijbehorende consequenties. Tijdens zo'n creatief proces zoekt de conceptontwikkelaar draagvlak voor het toekomstbeeld bij de betrokken partijen. Voor zover er sprake is van een groepsproces, is dit toch vooral bedoeld om het speelveld in kaart te brengen.



Zonder voorstudie, geen 'goede' vraag

Soms verbaas je jezelf over de dagelijkse praktijk waarin de nieuwe samenwerkingen in de bouw benaderd worden. Alle kennis uit het verleden wordt vaak vergeten. Men denkt veelal dat door maar te roepen dat het innovatief moet zijn, dat het dan ook gebeurt. Het begint op dit moment nog te vaak met een gebrekkige vraagspecificatie vanuit de opdrachtgeverskant. Niet vreemd, als je beseft dat dergelijke adviezen niet met bijbehorende studies traditioneel door adviseurs worden uitgevoerd en niet door de opdrachtgever. Een boodschappenlijstje is niet voldoende om het passend aanbod uit de

markt te krijgen. Dit gebeurt ook niet door allerlei gespreksronden traditioneel te introduceren. Uiteindelijk gaat het om specifieke kennis waarbij de bestaande kwaliteit van gebouwomgeving beschouwd wordt in het licht van de (toekomstige) vraag. Dit leidt uiteindelijk tot een specificatie van de vraag aan derden.

Vergelijk het meer met het verschil tussen het kopen van een nieuwe ijskast en met het laten opknappen van de 'oude' ijskast. Al bij het kopen van een nieuwe ijskast moeten er specificaties geformuleerd worden ten aanzien van de grootte van het koel- en vriesgedeelte, de energetische prestatie, de uitrusting en afwerking, het uiterlijk, de prijs etc. Veelal worden onderzoeken van derden geraadpleegd om te kijken wat een goede kosten-kwaliteitsverhouding is. En dan moet het nieuwe toestel nog passen in de bestaande keukenopstelling. Nog ingewikkelder wordt het als je het bestaande toestel wilt laten opknappen, respectievelijk aanpassen. Hoe specifiek moet je dan wel niet zijn over de gewenste kwaliteit, die je als opdrachtgever nastreeft? Want dan pas kun je aanbiedingen op hun waarde(n) beoordelen.

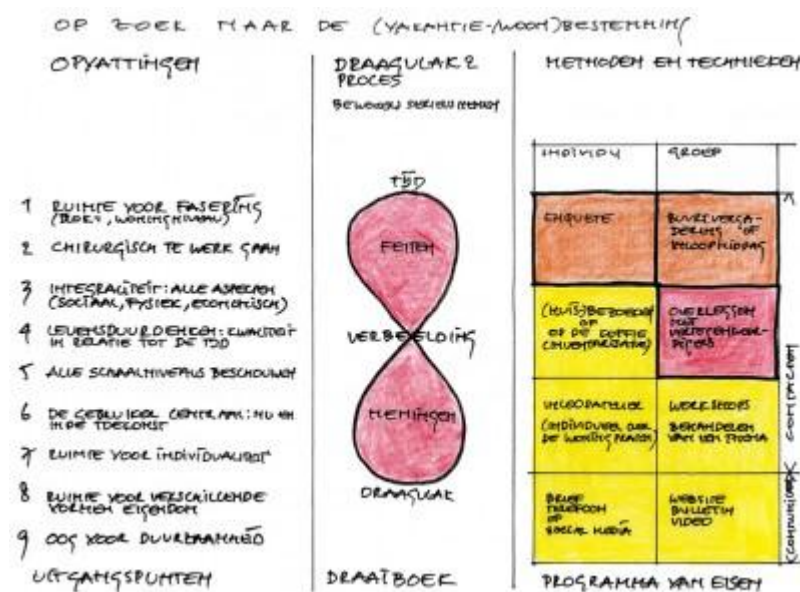
Dit artikel poogt een beeld te schetsen van wat zo'n programmastudie inhoudt en hoe een vraagspecificatie, die hierop gebaseerd is, de markt de gelegenheid biedt een passend aanbod te doen of je zelf de mogelijkheid geeft een passend aanbod te zoeken. Het gaat hier dus om je een beeld te vormen, op welke nieuwe wijze de selectie van potentieel aanbod bij de kwaliteitsaanpassing van een woning kan plaatsvinden.

De regisseur of conceptontwikkelaar

Vooraf bij de formulering van de vraag, die de kwaliteitsaanpassing van woning en woonomgeving moet sturen, is het van belang te zorgen voor voldoende draagvlak onder alle betrokkenen. De eigenaar, de bewoners, de omwonenden, de gemeente, de mogelijke zorginstellingen etc. hebben allemaal zo hun eigen belang en specifiek tijdsscoop.

Zoals gezegd, is de programmastudie geen optelsom en gaat het bij de ontwikkeling ervan ook niet om een pondje meer of minder van dit of dat, zonder het geheel goed in de overweging te betrekken. Het laat zien waar behoefte aan is en de conceptontwikkelaar is de regisseur.

Als vervolgens duidelijk is welke kwaliteitsaanpassing gevraagd wordt en wat de mogelijke uitgangspunten erbij zijn, kan gezocht worden naar een passend aanbod.



Van vraagspecificatie naar selectie

Als de vraag niet duidelijk geformuleerd wordt, kan de markt ook nooit tot een passend en innovatief aanbod komen. Vandaar het voorafgaand pleidooi om als opdrachtgever van te voren het eigen huiswerk goed uit te voeren. En zoals duidelijk gemaakt is, omvat een dergelijke voorbereiding meer dan een lijstje met 'losse' punten.

Bij de zoektocht naar een passend aanbod zal ook gericht gezocht moeten worden op basis van de specifieke eisen, die voortkomen uit de vraag. Daarom is het goed het profiel van de potentiële aanbieders te benoemen. In de publicatie PAMFLET, RENOVATIE ALS HOLLANDS-HERTONTWERP zijn negen prestatievelden benoemd, waarmee de mogelijke aanbieders te typeren zijn. Het is daarom een mogelijk hulpmiddel om partijen in de markt te selecteren voor je karakteristieke vraag. Ter vergelijking, als je op zoek bent naar specifieke schoenen, kies je ook die winkels waarvan je met grote zekerheid verwacht dat die in jouw vraag gespecialiseerd zijn. Als je dus zoekt naar wandelschoenen, ga je naar een speciale zaak.

En als je vervolgens nog streeft naar innovatie ten aanzien van de vraag naar kwaliteitsaanpassing die je zoekt, is het des te belangrijker die bedrijven te selecteren die hierin gespecialiseerd zijn. Want innovatie komt niet uit de lucht vallen en is geen resultaat dat op commando geleverd wordt.

Uiteindelijk is innovatie een marktgerichte vernieuwing, die zowel het product als het proces kan betreffen. En aan innovatie gaat speurwerk vooraf, dat leidt tot een uitvinding. Een project levert dus geen innovatie op, maar kan kansen bieden om al bestaande innovaties in de praktijk te brengen.

De MIAR (Methode Innovatiestimulerend Aanbieden en Realiseren) is erop gericht door ruimte in de vraagstelling te laten, de marktpartijen uit te nodigen om de door hen ontwikkelde innovaties aan te bieden. Dus het is niet zo dat de selectie leidt tot innovatie, het biedt alleen de kansen het ook toe te passen.

VOORBEELD SCORINGSLIJST

PRESTATIEVELD		SUB	MAX	
DEEL A	1. PROGRAMMA - PASSEND OP PROGRAMMA - UITSTRALING - TECHNISCHE KWALITEIT	0-5 0-5 0-5	15	
	2. BEWOHERS - OVERLAST BEPERKING - AANTREKINGSKRACHT BEWOHERS - PARTICIPATIE/KEUZE	0-4 0-2 0-4	10	
	3. DUURZAAMHEID - ENERGIEISCHE KWALITEIT (LNB) - BIJNENMILIEU (GPR) - CRADLE TO CRADLE (KEIJSLOOP) - SOCIAAL MAATSCH. INVULLING	0-5 0-5 0-10 0-5	25	
	4. PLANNING - TOTAAL PROJECTDUUR (UITVOER) - UITVOERINGSDUUR / WOI - TOTALE PROJECTDUUR (UITVOER)	0-2 0-4 0-4	10	
	5. BOUW (VOORKEURSTEM) - OPDRACHTGEVER - GEbruikerspaneel	0-8 0-2	10	
	TOTAAL KWALITEIT		70	
	DEEL B	- PRIJS		70
		- ONDERHOUDSKOSTEN *	0-10	
		- BOUWKOSTEN *	0-50	
		- BEGELEIDINGSKOSTEN (ADVIES) *	0-10	
TOTAAL PRIJS		70		

* LAAGSTE PRIJS IS MAXIMAAL

Bronnen

- 'MANIFEST, renovatievisie 2050', M. Liebregts en Yuri van Bergen, 2011
- 'PAMFLET, renovatie als Hollands-Herontwerp', M. Liebregts en Y. van Bergen, 2011
- 'MIAR, Methode Innovatiestimulerend Aanbesteden en Realiseren'