



Als sector veel meer uitstralen dat je iets maakt waar je trots op kunt zijn

Dennis van der Werff: 'We zijn nieuw in de sport, maar we doen geen nieuwe dingen'

Op deze plaats in Stad + Groen vindt u altijd een interview met een ceo van een groenvoorziener. Dit keer een grijze editie met een voorzichtig groen randje. Dennis van der Werff (45 jaar) is directeur van de Van der Werff Groep uit Alphen aan den Rijn. Hij begrijpt de in zijn ogen rare tegenstelling tussen groen en grijs niet: 'Voor mij bestaat er geen tegenstelling. Het enige dat telt is samenwerken.'

Auteur: Hein van Iersel



Van der Werff Infra is een middelgrote speler op het gebied van infra met een omzet van 13 miljoen en ongeveer 70 mensen in vaste dienst, maar dat aantal kan in het seizoen makkelijk met 50 mensen extra groeien. Van der Werff: 'Wij hebben op dit moment drie hoofdactiviteiten. Een van onze eerste specialismes was het bouwen van vloestofdichte vloeren. Daaruit is voortgekomen dat wij benzinstations, maar ook energiestations bouwen voor Fastned en voor bedrijven als Allego.' Het tweede specialisme is het renoveren van rioolstelsels en alle werkzaamheden die daaruit voortkomen. De derde tak is letterlijk en figuurlijk een tak van sport. Sinds 2017 bouwt de aannemer ook kunstgrasvelden. Van der Werff daarover: 'Dat is in essentie niet veel anders dan het bouwen van vloestofdichte vloeren. Je bouwt laag voor laag een terrein op en in de tussentijd komt er een keuringsinstantie langs om de opbouw te keuren.' Op dit moment is Van der Werff bijvoorbeeld bezig met het bouwen van een kunstgrasveld in Amsterdam, om precies te zijn op de Zuidas. Het bedrijf bouwt daar in onderaanneming bij de bouwer van een parkeerkelder een kunstgrasveld. Van der Werff: 'Natuurlijk besteden wij ook weer dingen uit. Maar de essentie houden we graag aan onszelf: de regie en de verantwoordelijkheid over het bouwteam.' Voor het veld in Amsterdam betekent dat bijvoorbeeld dat het verleggen en leveren van de kunstgrasmat bij vaste partner Fieldturf terecht is gekomen. Van der Werff is nog een nieuwkomer in het sportwereldje – het veld in Amsterdam is het zevende veld –, maar de ambitie is duidelijk. Over een aantal jaren wil Van der Werff over de volle breedte sportvelden aanleggen voor zowel voetbal, hockey als tennis.

Historie

De directeur beschrijft met een mix van nostalgie en respect het ontstaan van zijn bedrijf. 'Het bedrijf is in 1976 opgericht door zes broers Van der Werff: vijf ooms en mijn vader, alle zes ambachtelijke stratenmakers. Ze werkten bij een baas, maar oordeelden dat ze dat net zo goed voor zichzelf konden doen.' Omdat ze bij de start allemaal hun eigen opperman meebrachten, bestond het bedrijf bij de start al uit twaalf mensen. Van der Werff: 'Het was in die tijd een sport om als eerste op de werf te zijn, zodat je de beste machines mee kon nemen naar het werk. Het ging echt om productie, productie en nog eens productie. Het verhaal ging dat ze snel omreden als ze hier voor de hefbrug stil stonden, omdat ze daarmee 35 secondes tijd konden besparen.'

De directeur beschrijft kort de groei van het bedrijf. Een van de zes broers kreeg het door dat keiharde



werken in zijn rug en ging andere dingen in het bedrijf doen. De zes broers zijn inmiddels allemaal gestopt bij het bedrijf en hebben hun aandelen doorgegeven aan de volgende generatie eigenaren. Dat zijn in het geval van Van der Werff Infra Dennis van der Werff, die 45 procent van de aandelen heeft, vervolgens Stanley de Looze, die midden jaren negentig via een joint venture met Ecocare Milieutechniek in het bedrijf belandde en ook een belang heeft van 45 procent, en de derde eigenaar, Ruud van der Werff, die tien procent heeft en net als Dennis een zoon is van een van de oorspronkelijk oprichters.

'Waarom zou er een tegenstelling zijn tussen groen en grijs? Wij willen toch hetzelfde: mooi werk maken voor onze klanten'

De eerste diversificatie kwam in het midden van de jaren negentig, toen het bedrijf een certificaat verwierf voor het bouwen van vloestofdichte vloeren bij benzinstations (Tango en Q8). Dat specialisme leidde vervolgens weer tot goede relaties met bedrijven als Fastned die momenteel een netwerk van elektrische laadstations langs de Nederlandse snelwegen aanleggen. Voor Arriva en Connection bouwt Van der Werff nu laadstations voor elektrische bussen. Ook bij Van der Werff gaan natuurlijk weleens dingen niet zoals gewenst. Dennis van der Werff: 'Wij hadden ingeschreven voor een tender voor de bouw van Fastned-laadstations, maar jammer genoeg de order niet gekregen. Ik weet het nog als de dag van gisteren. Wij kregen op dinsdag 17 september een 'help, red ons'-telefoontje van Fastned. Binnen een week hadden we een afspraak en in no time hadden we het schip weer drijvende. De druk bij Fastned was enorm. Ze hadden in de pers een bepaalde planning genoemd en die moest natuurlijk wel gehaald worden. Dan kun je als aannemer niet meer stuk.'

De directeur haalt zijn schouders op en stelt bijna excuserend: 'Ik weet het, het is eigenlijk niet zo moeilijk. Je moet je gewoon aan de afspraken houden. Als je afspreekt dat je morgen iets doet, dan moet je dat gewoon doen. Dat zit heel sterk in het DNA van dit bedrijf. Als je zegt dat je er om zeven uur bent, dan moet jij er ook om zeven uur zijn. Wij vinden dat normaal, maar het wordt helaas inmiddels als bijzonder gezien.'

Vertieft

Ik leg de directeur uit waar vakblad Stad + Groen voor staat en hoe er in de groene wereld tegen 'grijze' bedrijven aangekeken wordt, waarbij het groen vaak het idee heeft op het tweede plan te staan. Van der Werff blijft beleefd, maar heeft overduidelijk geen idee waar ik het over heb. 'Het draait toch gewoon om samenwerken. Waarom zou er een tegenstelling zijn tussen groen en grijs? Wij willen toch het zelfde: mooi werk maken voor onze klanten. Wat wij heel belangrijk vinden, is dat er vertrouwen bestaat in een bouwteam. Als je elkaar niet vertrouwt, wordt het een fiasco. Daar proberen wij ook scherp in te zijn. Wij signaleren heel snel als iets een probleem lijkt te worden en grijpen dan in.'

Van der Werff komt nog even teug op het Fastned-project waarvoor hij aanvankelijk de aanbesteding had verloren: 'De winnende aannemer was alleen maar bang dat hij iets zou doen waarvoor hij geen geld zou krijgen. Dat had als gevolg dat er vooral niets gebeurde. Wij zijn gewoon aan de slag gegaan en hebben de klant het vertrouwen gegeven dat we er wel uit zouden komen, maar nu eerst het project moesten maken. Gebrek aan vertrouwen leidt volgens Van der Werff tot wat hij noemt 'vertieft' relaties en de directeur lijkt oprecht boos te worden als hij daarover begint. 'Gebrek aan vertrouwen is *killling*. Ergens is dat wel te begrijpen door wat er bij de bouwfraude is voorgevallen. Maar de kramp waarin het contact tussen bouwvertrouwen en opdrachtgever gekomen lijkt te zijn, is alleen maar slecht voor iedereen.' De ceo ziet wel een kentering. Als je praat met het management van grote opdrachtgevers als Rijkswaterstaat, ziet men wel in dat het anders moet, maar bij het middenmanagement is dat besef nog niet aanwezig. Daar regeert vooral de angst om iets fout te doen. De kentering naar meer vertrouwen en een normale manier van samenwerken ziet Van der Werff op dit moment vooral bij andersoortige opdrachtgevers dan gemeentes. Een voorbeeld daarvan is de samenwerking met Tango Q8 waar je met elkaar soms vooraf onmogelijke deadlines formuleert. Bij dat soort bedrijven heerst volgens Van der Werff veel meer een start-upcultuur en wordt gewoon

gevraagd wat iets kost en hoe jij het denkt te fixen. 'Daar heerst niet automatisch het gevoel dat je bij andere opdrachtgevers wel tegenkomt: jullie zullen ons wel willen bedonderen. Dat komt ook doordat de mensen die bij dat soort organisaties werken vaak niet uit de bouw komen.'

Leuk

Van der Werff laat een filmpje zien op YouTube, waarmee hij probeert nieuwe mensen te werven voor zijn bedrijf. Het blijkt een soort humoristische vertaling te zijn van de standaardfilmpjes die worden gemaakt als een profclub een nieuwe voetballer presenteert, compleet met het overhandigen van een cheque met tekengeld en het omhangen van een nieuw shirt – in dit geval eigen een fluorhesje. De basis van deze manier van personeelswerving, die op een website al werd gehypet als arbeidsmarktcommunicatie 2.0, is de stellige overtuiging van de ceo dat je als werkgever alleen succesvol kunt zijn als je leuk werk kunt bieden, werk waar je trots op kunt zijn. Van der Werff: 'Veel jonge mensen die bij ons komen werken, zijn familie van ander personeel. Wij hebben vaders waarvan twee zonen bij ons aan de slag zijn. Blijft de noodzaak dat je als sector veel meer moet uitstralen dat je iets maakt waar je trots op kunt zijn. Dat is voor iedereen goed: voor het bedrijf, voor de mensen die bij je werken en het zorgt er ook voor dat er nieuwe mensen in de sector komen.'



Be social

Scan of ga naar:

www.stad-en-groen.nl/artikel.asp?id=41-7711