


 The logo for ORGA ARCHITECT features the word 'ORGA' in a large, stylized, white, blocky font. Below it, the word 'ARCHITECT' is written in a smaller, white, sans-serif font. The background of the logo is a dark, textured shape.

ORGA
ARCHITECT

(R)evolutionair biobased bouwen



Talent met toekomst ORGA architect Daan Bruggink: Vaarwel STARchitecten; welkom not-architecten!

Daan Bruggink, oprichter van ORGA architect in Nijmegen ontving tijdens de BouwBeurs in Utrecht De Nederlandse Bouwprijs voor Jong Talent 2013. De jury roemde hem om het feit dat hij *bio-based* bouwen tot een 'businessmodel' gemaakt heeft en dat model vol enthousiasme uitdraagt.

Door Désirée Crommelin

“**D**e evolutie is mijn inspiratiebron bij het ontwerpen. Je kunt van de natuur zo veel leren wat betreft techniek, vorm en materialen. Al tekenend draagt het ontwerp met nieuwe technische oplossingen, vormgeving of materialen weer bij tot een volgende stap in de evolutie.” In het begin keek de bouwwereld hoofdschuddend naar

zijn ontwerpen. “Allemaal leuk en aardig, maar die duurzame oplossingen kosten extra geld”, zag je ze denken. Het tegendeel is waar.”

In hun offertes berekenen traditioneel werkende aannemers, zo merkt ORGA architect, tien tot dertig procent risico-opslag op ecologische materialen, die ze niet kennen en waarvoor ze expertise moeten

inkopen. "Gezien onze ervaring in *bio-based* bouwen zijn we met ORGA Bouw straks in ieder geval dat percentage goedkoper", merkt Bruggink lachend op. Hij ziet zichzelf niet als concurrent van deze risicomijdende aannemers die zo snel en goedkoop mogelijk iets willen bouwen. "Mijn belang is dat van de opdrachtgever, die kiest voor modern ecologisch bouwen en dat selecteert zich aan de poort." In een nabije toekomst komen er nog ORGA Groen voor tuinontwerp, ORGA Binnen voor interieurontwerp en ORGA Project voor projectontwikkeling bij. Een totaal *bio-based* concept. Zo ver is het nog niet, verzekert Bruggink.

Generatie C(onnected)

De specifieke ecologische manier van bouwen noemt Bruggink het liefst *bio-based* bouwen. "Die alliteratie bekt beter, dan het wat formele Nederlandse moderne ecologisch of circulair bouwen. *Bio-based* bouwen is hip, helemaal de trend voor generatie C(onnected) van *Caring, Community, Closeness, Creativity, Complexity, Communication* en *Content*." Mensen kopen tegenwoordig een huis om er in te wonen, om er oud te worden en niet langer als investering in hun volgende huis. Ze willen dus weten wat er allemaal inzit, welke materialen er gebruikt zijn, waarvan ze gemaakt zijn, hoe ze zich houden en of hoe energiebesparend ze zijn. Het gaat over

gebruiksvriendelijkheid en woongenoot. Het is ten slotte hun thuis. Wensen en keuze komen vaak voort uit iets gemeenschappelijks of het nu gaat om samenwonen, samen spelen, samen bouwen of samen betalen. Bruggink illustreert deze trend met de Woonzorg appartementen De Wende in Overasselt en de scoutingARK in Wijchen. In Overasselt verbouwde ORGA architect in opdracht een grote boerderij met bijgebouwen in een aantal appartementen, waar drie generaties nu naast elkaar gaan wonen. Voor scouting Wijchen ontwierp ORGA architect de scoutingARK, dat vervolgens met de hulp van het leger werd gebouwd.

"Volgens mij iets unieks, deze inspanningen van het leger. Maar het goed voor het contact met de samenleving en voor team- en imagobuilding met al die berichten op Facebook en YouTube. Helemaal generatie C."

Creativiteit

In de huidige recessie krijgen creativiteit en ideeën weer een kans. Grenzen vervagen bij het nieuwe bouwen door netwerken van creatieven en doeners. Zo ontdekte hij op zoek naar *bio-based* oplossingen voor gevelbedekking Nova Lignum innovatieve gevelbekleding van onder hoge druk en temperatuur versteende auberginevezels. "Verduurzaming van de



economie levert heel veel nieuwe banen op. Met de nadruk op nieuw, want het gaat over innovatie van producten en processen. Nederland met een sterke chemische industrie kan daarvan profiteren.

Er gaat nu al zo'n 450 miljard euro per jaar om in verduurzaming binnen de EU." Bruggink vervolgt: "Vaarwel STARchitecten; welkom not-architecten! De architect zelf wordt projectontwikkelaar en aannemer!"

Met grote stelligheid voorspelt Bruggink opzienbarende verschuivingen in wie welke rol gaat spelen in de bouwwereld. Hij ziet het al gebeuren. "Mega-projecten van de STARchitecten zoals Rem Koolhaas, Zaha Hadid, Santiago Calatrava spreken in deze tijd niet meer aan. Kleinschaligheid, gemeenschappelijkheid, *crowdfunding*, netwerken is wat de generatie C zoekt en vindt. Kijk naar not-architectenbureau

Bio-based bouwen is hip, helemaal de trend voor generatie C(onnected)

ZUS (Zones Urbaines Sensibles).

Dat bouwt met *crowdfunding*, waarbij iedereen een plank krijgt met zijn naam, trouwdatum of andere boodschap erop gegraveerd, op de Luchtsingel in Rotterdam. Dit soort plannen en de uitvoering ervan maakt not-architecten tot architecten."



Gevelbedekking Nova Lignum is een innovatieve gevelbekleding van onder hoge druk en temperatuur versteende auberginevezels.



Daan Bruggink, oprichter van ORGA architect in Nijmegen.



Maar ook architecten zelf op zoek naar projecten. Zo brengen ze nieuw leven in bestaande oude woonwijken, leegstaande kantoorpanden etc. "Voorwaarde daarvoor is wel dat de overheid minder bureaucratisch wordt en bestemmingsplannen loslaat." Veranderen is en blijft volgens Bruggink moeilijk, ook voor de traditionele bouwbedrijven. "Zo'n moloch krijg je niet gemakkelijk in beweging, maar ze hebben geen keuze. Duurzaamheid doe je er niet even naast en geldt ook niet meer als USP in een economie, die circulair wordt." ┘

Footprint

Toen ik halverwege de jaren 90 voor mezelf begon, kocht ik een computer en een 56k modem. Zo'n kastje dat een legendarisch geluid produceerde als hij bestanden doorstuurde. Wonderlijk hoe de wereld veranderd is in zo'n korte tijd. Vandaag is internet de basis voor ons werk. Het gebruik van internet is zelfs de laatste vijf jaar geëxplodeerd. Onder andere doordat in snel tempo ook sociale media van ons leven deel zijn gaan uitmaken. Uit onderzoek in ons land onder b2b-marketeers vorig jaar blijkt dat een derde van het budget aan digitale kanalen wordt besteed. Meer budget dan in het voorgaande jaar ging vooral naar de eigen website, de inzet van social media en email marketing. Uit het onderzoek blijkt echter ook dat het verbeteren van de website en de inzet van digitale media slechts voor een heel klein percentage respondenten een uitdaging vormt. Bovendien, zo lees ik elders, heeft slechts een tien procent van de b2b-bedrijven een digitale strategie. Onderschatte taken en

uitdagingen, wat mij betreft. Als je niet of niet goed vindbaar bent op het web, besta je eenvoudigweg niet. Ik maak het concreter: het ontbreken van een strategie beperkt zowel de vindbaarheid van je informatie, als de beleving er van. Werk dus aan je digitale footprint, want daarmee creëer je relevantie en onderscheid. Analyseer eerst de huidige aanwezigheid op internet. In de meeste bedrijven gebeurt er immers reeds van alles digitaal. Doe dat ook van je concurrenten. Inzicht in je eigen status quo, helpt bij het ontwikkelen van visie op de digitale toekomst. Zeker omdat bestaand beleid meestal niet aansluit op de digitale realiteit en digitaal beleid waarschijnlijk voor het eerst wordt geformuleerd. De online strategie is vooral noodzakelijk voor het antwoord op de vraag welk effect digitale media hebben op de commerciële strategie van een organisatie. De klant zoekt immers nu zelf de schakels in de keten op, een totale omkering dus. Er blijkt een categorie bedrijven te

zijn die in 2013 de boot gaat missen, zo wordt voorspeld. Dus goed dat u nog steeds leest! Bedrijven die nog niet investeren in hun digitale footprint gaan dat ook dit jaar niet doen. Zij zullen de steeds groter wordende digitale kloof dus steeds moeilijker kunnen overbruggen. Gezien de snelle veranderingen in de markt en de verwachtingen van klanten, is het de vraag tot wanneer de klant wil samenwerken met een bedrijf dat de digitale boot heeft gemist.

Saskia de Jong
DeJong&Verder bv
sdejong@dejongev.nl



COLUMN

SASKIA DE JONG