

# “DIT STOPT NIET”

## KADIR ÖZTÜRK OVER EEN DUURZAMER HAGEMANS

We zullen in ons leven en werk steeds meer moeten nadenken over duurzaamheid. Kadir Öztürk, coördinator Markt & ontwikkeling, ziet zichzelf als de vreemde maar ook bevlogen eend in de bijt die bij Hagemans het groene bewustzijn mag aanwakkeren.

Door IRENE POPPELIER

### Klaar voor de toekomst

Kadir is nu bijna twee jaar aan Hagemans verbonden. Hij begon als projectcoördinator, maar na een half jaar werd hem duidelijk dat zijn interesse eigenlijk ergens anders lag. Iets met duurzaamheid en de voorbereiding van Hagemans op de toekomst. Maar wat...?

“Daarover voerden we veel gesprekken en uiteindelijk sluiten mijn doelen het beste aan bij de rol van

Coördinator Markt & ontwikkeling. Ik sta echt nog aan het begin van mijn loopbaan. Ik heb nog ontzettend veel te leren en dat doe ik graag.” Naast zijn baan bij Hagemans volgt Kadir daarom ook nog de opleiding bouwmanagement. Na de zomer begint hij aan zijn laatste jaar.

### Het werk van Markt & ontwikkeling

De afdeling Markt & ontwikkeling houdt zich voornamelijk bezig met duurzaamheid en vernieuwing. In januari maakten Kadir en Simon Ruijs (directeur Markt & ontwikkeling) een jaarplan en een prioriteitenlijst van alles wat er te doen is op weg naar het nieuwe Hagemans. Met de uitvoering daarvan zijn ze nu ongeveer op de helft. Het doel van het plan is om de ideeën over duurzaamheid van woningcorporaties en branchevereniging Aedes, helder in beeld te krijgen. Maar ook: waar wil Hagemans naartoe, bijvoorbeeld op het gebied van

”

De afdeling Markt & ontwikkeling kijkt naar de lange termijn: waar willen we morgen, overmorgen of over een jaar of drie staan?

de klimaatdoelen?

“Hagemans denkt en werkt nu nog te veel zoals het altijd is gegaan. De aandacht gaat daarbij vaak naar de projecten van vandaag. De afdeling Markt & ontwikkeling kijkt naar de langere termijn: waar willen we morgen, overmorgen of over een jaar of drie staan?”, licht Kadir toe.

### In de praktijk

Dat er voor de ontwikkeling van een duurzaamheidsbeleid bij Hagemans tot januari nog niet zoveel aandacht was, noemt Kadir heel logisch. “Het is niet iets dat je er even bij doet. De klantteams die we hebben, hebben het druk zat. Naast de dagelijkse werkzaamheden heb-



ben zij niet de tijd om zich te richten op duurzaamheid en te zoeken naar de nieuwe kansen en ontwikkelingen in de markt. Maar de huidige tijd vraagt van bedrijven om zo'n afdeling wél te hebben, en mensen die daar volledig in duiken. Vooral in de bouwsector.”

“Wij zoeken naar wat er al bestaat in de markt, waar wij ook mee zouden kunnen gaan werken. We zoeken dan uit of dat product iets voor ons zou kunnen zijn, hoe de ervaringen zijn en het belangrijkste: of onze klanten erop zitten te wachten. Een voorbeeld daarvan zijn GLAZZ-panels waarmee we, zonder veel afval of overlast te veroorzaken, heel snel een badkamer, keuken of toilet kunnen renoveren. Dat kan nu in twee dagen in plaats van twee weken. En het is nog duurzaam ook.”

”

Ideeën en vernieuwingen moeten we uitproberen en testen. Is het wat? Mooi! Is het niks? Jammer dan, weg ermee. Op naar het volgende idee

Een ander voorbeeld is All electric, een vernieuwend project waarbij Markt & ontwikkeling een belangrijke aanjager is. In dit project wordt een bestaand appartementengebouw van het gas af gehaald, terwijl het bewoond blijft. De cv-ketel is daar straks verleden tijd, bewoners krijgen een warmtepomp terug. Volgens Kadir een heel leuk en leerzaam project, dat flink kan bijdragen aan de naamsbekendheid van Hagemans.

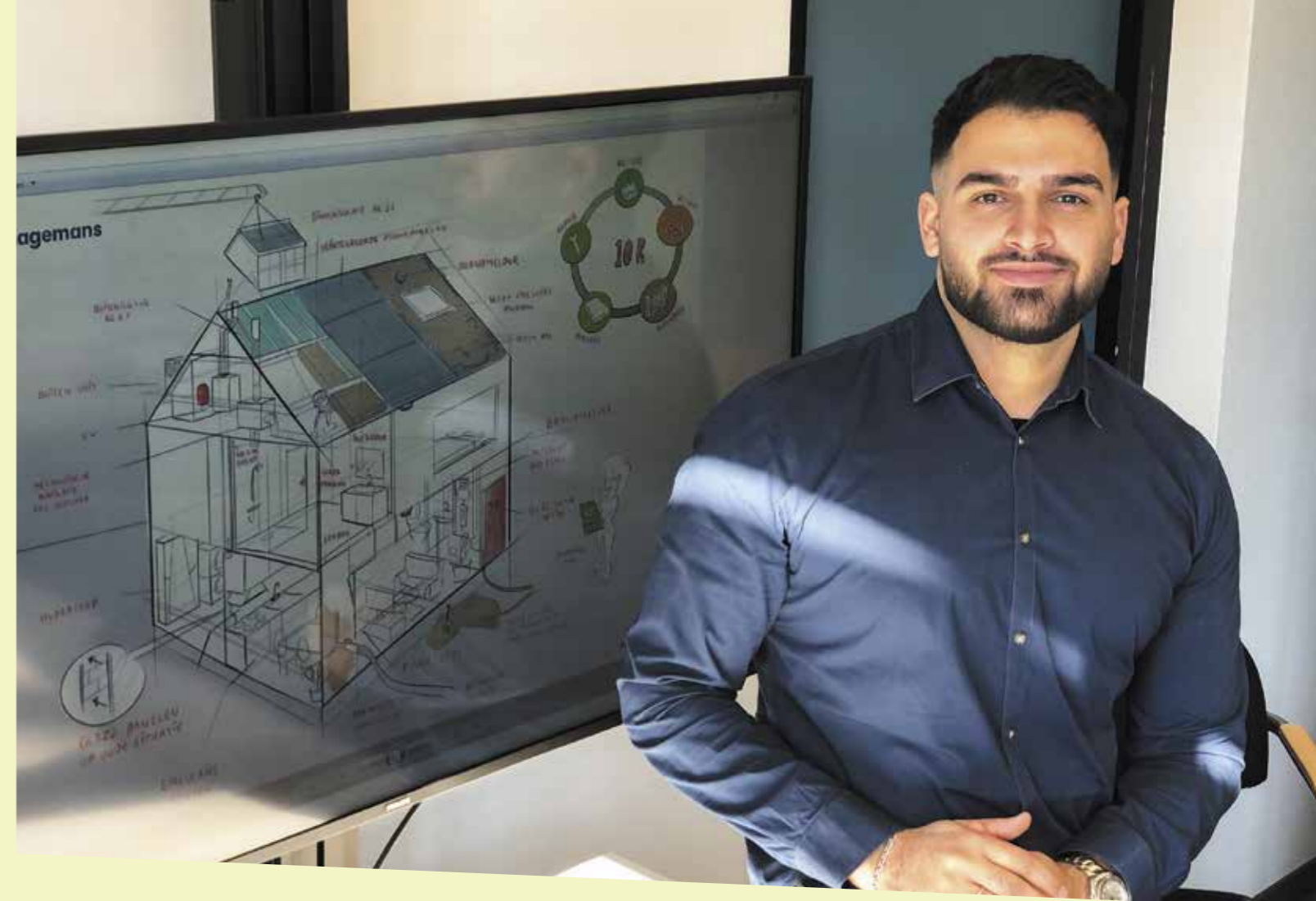
▼ In deze technische praatplaat zie je een aantal van de nieuwe concepten waarmee we werken.

### Ideeën maken!

Kadir heeft een heel duidelijk beeld van wat we als maatschappij moeten veranderen om duurzamer te leven en de klimaatdoelen te halen. “Ik leg het altijd zo uit. We consumeren heel veel, niet alleen de mensen maar ook Hagemans als bedrijf. Daarmee bedoel ik dat we vaak blijven doen wat we altijd al deden en maar blijven kopen wat we daarvoor nodig hebben. Maar we moeten produceren. En dan bedoel ik niet dat we producten moeten maken, maar ideeën en vernieuwingen. En we moeten ze uitproberen en testen. Is het wat? Mooi! Is het niks? Jammer dan, weg ermee. Op naar het volgende idee. Een mooi voorbeeld hiervan is ons klantteam dat samenwerkt met KleurrijkWonen. Beide zijn gericht op vernieuwing en verduurzaming. In de praktijk leidt dat tot mooie plannen. Voor de andere klantteams en afdelingen is het misschien nog iets minder duidelijk waar we aan werken. Ik hoop dat het uiteindelijk omdraait: dat de roep om duurzaamheid vanuit onze klanten en hun bewoners zo groot wordt, dat de projectmanagers, projectcoördinatoren en bewonersbegeleiders met die vragen naar ons komen. Dan kunnen wij op zoek naar de passende oplossingen terwijl zij gewoon hun werk kunnen blijven doen.”

### Ver weg

Hagemans heeft als missie om de afdeling Markt & ontwikkeling een vaste waarde te maken. “Misschien voelt het alsof we nog een beetje ver van het bedrijf afstaan. Dat wil ik graag veranderen. Het lijkt misschien alsof we met ‘nieuwe fratsen’ komen, maar ik hoop dat duidelijk is dat we dat niet zomaar doen. Die vernieuwingen zijn broodnodig. Tegelijkertijd ben ook nog maar jong en ik wil graag leren van alle ervaren collega's die binnen Hagemans rondlopen. Ik denk dat we heel veel aan elkaar kunnen hebben.”



### Altijd nieuwe vragen

Wat zou er eigenlijk gebeuren als er geen afdeling Markt & ontwikkeling zou zijn? “Dan graaf je als bedrijf eerlijk gezegd je eigen graf,” zegt Kadir. “De ontwikkelingen gaan supersnel. Woningcorporaties móeten ook wel, door nieuwe wetgeving en het klimaatakkoord. Wij moeten met de antwoorden op hun vragen komen. Doen we dat niet, dan spelen we over een tijdje niet meer mee. Als dan na vijf à zeven jaar de onderhoudscontracten aflopen, zijn we achterhaald. Dan stoppen de opdrachten. We hebben dus geen keus. Ik vind het wel eens jammer dat zo'n beweging niet uit de mensen en bedrijven zelf komt. Het is de wetgeving die ervoor zorgt dat we ermee aan de slag gaan. Ik hoop dat dat snel omdraait.”

Maar wat nou als dat lukt? Wordt de afdeling dan niet overbodig? “Nee, dat geloof ik niet. Dit stopt

”

Geen afdeling Markt & ontwikkeling? Dan graaf je als bedrijf eerlijk gezegd je eigen graf

niet meer, het blijft zich ontwikkelen. Als de vragen van vandaag beantwoord zijn, hebben we morgen weer nieuwe.”

### De toekomst

Kadir wil vooral iedereen binnen Hagemans oproepen om bij hem aan te kloppen met vragen en ideeën. Daar heeft het bedrijf ten slotte het meeste aan. “Gebruik Markt & ontwikkeling als klankbord, zodat we de vernieuwing samen opzoeken. Anders worden we er niet beter van. Als ik het antwoord niet heb, dan zorg ik dat ik het krijg.”

Als man van missies móet Kadir ook wel een plan voor zijn eigen toekomst hebben: “Ik zou het uitdagend vinden om uiteindelijk door te groeien naar een managersfunctie. Voorlopig heb ik echter ook nog veel te leren. Ik heb veel verantwoordelijkheden en krijg alle kansen.” ●

