

Nexton: 'Resultancy in plaats van consultancy'

29-05-2019 10:48

Met enige tevredenheid constateert chief technology officer Ton van Rooijen dat de naam Nexton in de markt aan bekendheid begint te winnen. "De behoefte bij vastgoedeigenaren om hun vastgoed te verbeteren op zaken als comfort, gezonder binnenklimaat en energie wordt ook steeds groter." Een gesprek over onder andere de onderscheidende waarde van Nexton en het belang om op een slimme, 'smart', wijze naar vraagstukken te kijken. "Je kan dat doen met de oplossingen van nu, maar wie zegt dat je daar over tien, twintig of dertig jaar nog iets aan hebt."

Op de openingsvraag of Nexton in de afgelopen maanden nog een verwerving heeft gedaan, verschijnt er een brede lach op het gezicht van Van Rooijen. "We staan altijd open voor nieuwe mogelijkheden en nu we meer bekender worden, krijgen we verzoeken van bedrijven die vragen of we interesse hebben om met ze te participeren." Nexton telt momenteel 15 bedrijven waar het een aandelenbelang van 50 tot 100 procent in heeft. Elke onderneming heeft zijn eigen specialisme variërend van technisch advies tot verlichting en van het regelen van het binnenklimaat tot het beveiligen van het vastgoed.

"Ik zie dat ook als een belangrijke USP van ons. We zijn geen onderneming met 15 verschillende afdelingen maar heel nadrukkelijk een organisatie van vijftien ondernemingen. Het zijn ondernemers met de blik gericht naar buiten. Ze staan zoals elke goede ondernemer open voor nieuwe ontwikkelingen en daarmee hebben wij de innovatie letterlijk in huis. Bij elkaar geeft dat een advies op maat en resultaat binnen planning en budget, wij noemen dat resultancy."

Techniek is een middel

Met de roots in de installatiesector hecht Van Rooijen eraan te benadrukken dat Nexton geen productleverancier is. "De techniek is ook niet het doel maar een middel om de vraag van de klant te beantwoorden. En bij het zoeken naar het beste antwoord op die vraag hebben we ook altijd de return of investment van de klant in gedachte." Wat hij daarmee wil zeggen is dat het bijvoorbeeld zonde van het geld is om voor bijvoorbeeld een labelverbetering de ramen te vernieuwen als deze er voor een volgende labelstap weer uit moeten omdat dan alsnog de gehele gevel moet worden aangepakt. "Daar is de klant niet mee gediend."

Het motto van Nexton is 'Building the Smart' maar als het Van Rooijen ligt mag het woordje the worden weggelaten. "Wat wij doen is op een slimme manier naar een vraagstuk kijken. De klant worstelt met de vraag hoe om te gaan met big data. Als system integrator kunnen wij hem helpen dat vraagstuk op te lossen. Hoe kun je bijvoorbeeld met maatregelen zoals een betere installatie en goed licht op de werkplek je binnenklimaat verbeteren waardoor de productiviteit van de medewerkers verbetert en wellicht het ziekteverzuim omlaag gaat?"

Van Rooijen vervolgt: "Nog afgezien van het feit wat een gezond kantoor doet voor de uitstraling van het bedrijf. Als je die opbrengsten kapitaliseert ontstaat er ook een budget om een dergelijke renovatie te bekostigen. In het kader van practice what you preach, hebben wij ons eigen kantoor smart gemaakt, voorzien van biodynamische verlichting en meten wij real time allerlei parameters die we middels een dashboard inzichtelijk maken."

Labels

Van Rooijen ziet de belangstelling bij vastgoedeigenaren voor die zienswijze langzaam maar zeker toenemen. "Ik zie dat bijvoorbeeld aan de aandacht voor het WELL Building Standard. Dat staat eigenlijk nog aan het begin maar als straks een huurder kan kiezen tussen een kantoor met of zonder dat certificaat is de kans

groot dat hij zonder twijfel voor de eerste kiest.”

Ook de overheid speelt in zijn ogen daarbij een belangrijke rol. “Er begint nu met de verplichte eis voor labels, te beginnen in 2023 met Label C, toch wel de nodige beweging te ontstaan. Dan is het verstandig om niet alleen dat als uitgangspunt te nemen maar ook te kijken wat er mogelijk is om het breder te trekken en waar mogelijk te koppelen aan de lange termijn onderhoud planningen en -begrotingen.”

Breder perspectief

Nexton is daarbij volgens hem sterk om een vraagstuk van de klant in breder perspectief te plaatsen. “Dat betekent bijvoorbeeld niet alleen met de oplossingen van nu kijken naar de toekomst maar ook al door na te denken over toekomstige innovaties. Voorbeeld? Waterstof lijkt nu de oplossing voor de toekomst. Theoretisch is iedere auto straks op waterstof een energieleverancier. Maar stel dat we in de toekomst onze mobiliteit heel anders gaan inrichten en we bijvoorbeeld nauwelijks nog autobezit hebben? Wellicht een punt om rekening mee te houden als het gaat om het wel of niet investeren in een (ondergrondse)garage en de locatie hiervan.”

“Of we rijden over dertig jaar hybride elektrisch met waterstof of we hebben onze mobiliteit op een heel andere wijze ingericht? Wat ik ermee wil zeggen is dat we graag op die wijze met onze klanten over hun vraagstukken sparren. En door de wijze waarop wij georganiseerd zijn pakken we het vraagstuk op een integrale wijze op. Zo moet je”, voegt Van Rooijen er in één adem aan toe, “ook naar verduurzaming en het smart maken van het vastgoed kijken, integraal en zo breed mogelijk. Wellicht komt er een infrastructuur met restwarmte en/of -koude waarop je het gebouw kunt aansluiten of verduurzaam je samen met de burens en bouw je samen een smart-grid. Kortom, slim zijn.”

Techniek helpt

Een ander voorbeeld is een smart oplossing die Nexton inzet voor elektrische laadpalen op locaties waar uitbreiding van de elektrische infrastructuur niet snel gerealiseerd kan worden. Ook dit toont volgens Van Rooijen de vraaggestuurde aanpak van Nexton om passende oplossingen aan haar klanten aan te bieden.

En de techniek helpt. “Die helpt enorm”, bevestigt hij, “want de technieken gaan enorm snel. Denk maar eens dat wij als mens er zeven jaar over doen om een nieuwe generatie neer te zetten. Voor de techniek geldt eerder zeven maanden, dus 12 keer zo snel. We moeten het uiteraard wel op de juiste wijze verantwoord toepassen.”

Nexton is op 4, 5 en 6 juni aanwezig op de Provada en te vinden op de stand van de Blue Building Institute waar het onlangs lid van is geworden.

Meer weten over Nexton of heeft u een vraag? Neem contact op met Ton van Rooyen via a.vanrooijen@nexton.nu of op 020 631 90 31.