

Waar blijft de disruptie?

Ik heb het er al vaker over gehad: de traditionele status van ons vakgebied mag best wat vaker worden uitgedaagd door echte disruptie. Niet omdat alles wat we doen ouderwets is, maar omdat sommige processen zo vanzelfsprekend zijn geworden dat we nauwelijks nog de vraag stellen of het ook anders kan. Neem verticaal transport. Al jaar en dag brengen we materiaal naar het dak met kranen, hoogwerkers en ladderliften.

Want hoe gewoon het ook lijkt, het transport naar het dak is bij middelgrote en grotere projecten vaak een bepalende factor. Niet zelden draait een werkdag om het moment waarop het materiaal omhoog kan. De dakdekker wil doorwerken en zo min mogelijk tijd verliezen aan logistiek. Maar aan de andere kant staat de leverancier, die de materialen op tijd op de juiste plek moet krijgen. En dan bij voorkeur vroeg in de ochtend. Dat klinkt logisch, maar in de praktijk is het vaak een hele puzzel. Zeker wanneer er geen eigen transport beschikbaar is, meerdere projecten tegelijk lopen of de binnenstad besluit dat laden en lossen vooral een theoretisch begrip is.

DE LOGISTIEKE SPAGAAT

Zo ontstaat een bekend spanningsveld waarin iedereen eigenlijk hetzelfde wil, namelijk: een vlot en veilig project, maar waarin de oplossing nog steeds opvallend vaak afhankelijk is van één strak gepland kraanmoment.

Dat kraanmoment is misschien wel het beste symbool voor hoe weinig flexibel verticaal transport nog altijd is. Alles moet kloppen. De vrachtwagen moet er zijn, de kraan moet staan, de straat moet toegankelijk zijn, de ploeg moet klaarstaan en het dak moet ruimte bieden. Zodra één onderdeel schuift, schuift de rest mee. Een soort logistieke ceremonie, waarbij iedereen zich moet aanpassen aan het beschikbare materieel.

En precies daar begint de vraag te knellen: waar blijft de disruptie?

WAAR IS DE DRONE?

Want stel je nu eens voor dat verticaal transport niet langer begint met het reserveren van een kraan, maar met een veel lichtere, flexibelere vorm van aanvoer. Niet de drone die we kennen van dakinspecties, maar een serieuze heavy-liftingdrone die in staat is om lasten van 200 tot 300 kilo te verplaatsen. Een bestelbus rijdt voor, de drone wordt uitgeklaapt, één persoon begeleidt vanaf de grond en op het dak staat iemand klaar om de lading exact te positioneren. Geen halve straat die dicht moet, geen uitgebreid stempelplan en geen ochtend die volledig afhankelijk is van één logistiek venster.

Het interessante aan zo'n oplossing is niet alleen dat het materiaal omhooggaat. Dat kunnen kranen immers ook. Het interessante is dat het ritme van het werk verandert. De dakploeg hoeft niet te wachten tot alles in één keer boven ligt, maar kan het materiaal ontvangen op het moment dat het nodig is.

Dat is een wezenlijk verschil. Want echte innovatie zit vooral in de vraag of je met een nieuwe techniek het gedrag van een sector kunt veranderen.

DE TECHNIEK BEWEEGT WEL

De ontwikkeling van drones gaat razendsnel. Zeker op plekken waar de noodzaak groot is, zie je hoe snel technologie volwassen



kan worden. Op het strijdtoneel, in noodhulp, bij inspecties en in specialistische logistiek worden ze onderdeel van serieuze werkprocessen.

Dan is de vraag waarom die beweging in ons vakgebied nog zo beperkt zichtbaar is. Natuurlijk zijn er praktische bezwaren; veiligheid, regelgeving en weersomstandigheden zijn geen details die je even wegpooft met een enthousiast marketingverhaal. Vaak gaat het ook om gewenning. Om bestaande verdienmodellen. Om de comfortabele gedachte dat de huidige manier weliswaar niet perfect is, maar in elk geval bekend.

En juist dat maakt een markt kwetsbaar. Disruptie ontstaat meestal niet omdat een sector daarom vraagt, maar omdat iemand van buitenaf een irritatie ziet waar de sector zelf aan gewend is geraakt.

HET VLIEGWIEL

Wie met een marketingoog naar disruptie kijkt, ziet dat verandering zelden netjes lineair verloopt. Eerst is er een idee dat te groot lijkt voor de praktijk. Daarna komt scepsis, vervolgens een eerste pilot, daarna funding en dan ineens een versnelling die achteraf logisch lijkt. Het vliegwiel komt pas op gang wanneer meerdere ontwikkelingen elkaar versterken. Techniek wordt beter, regelgeving beweegt mee, gebruikers raken gewend en investeerders zien een schaalbare markt.

Disruptie begint vaak aan de randen van de markt, op plekken waar de bestaande oplossing te duur, te traag of te omslachtig is. Denk aan binnenstedelijke projecten met kleinere dakvlakken. Daar kan een nieuwe oplossing zich bewijzen, door precies daar waarde te leveren waar de bestaande aanpak schuurt.

WORD NIET DE VOLGENDE KODAK

Verticale logistiek naar het dak lijkt misschien geen onderwerp waar je snel grote woorden als disruptie aan koppelt. Toch is dat precies waarom het zo interessant is. De grootste veranderingen beginnen niet altijd op de plekken waar iedereen kijkt. Ze beginnen vaak bij een terugkerend probleem dat zo vertrouwd is geworden dat niemand het nog als probleem benoemt.

Want marketing heeft ons één ding wel geleerd: word niet de volgende Kodak. Ga niet ten onder aan je eigen overtuiging dat marktcontrole hetzelfde is als toekomstzekerheid. Ergens staat altijd een nieuwe speler klaar die niet belast is met de logica van gisteren.

Misschien komt die niet binnen met een bekend logo of jarenlange historie, maar gewoon met een Ford E-Transit en een drone in de achterbak. ♦