

De overeenkomst tussen BIM en sociale netwerken

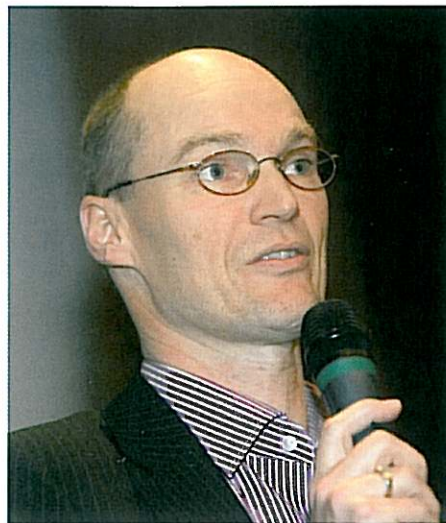
Column: Jan Kees Pikkaart

Ik zit midden in de BIMCaseweek als ik deze column schrijf. Heerlijk om met vakbroeders over de efficiëntieverbetering in de bouw te praten! Kennelijk zien veel mensen in dat er nog behoorlijk wat winst te behalen valt, gezien het feit dat het evenement al snel aan het maximum van 60 deelnemers zat.

Ik merk echter wel dat nog lang niet alle neuzen in dezelfde richting staan. En ik sta niet alleen in die constatering. Zo lees ik bijvoorbeeld op het blog dat Marleen van Dijk van Wagemaker tijdens de BIMCaseweek op LinkedIn bijhoudt: *"Erg leerzaam om eens in de keuken van iemand anders te kijken. Alleen door de discussies over deze ontwikkelingen is de dag al geslaagd te noemen. Ieder heeft zijn specialisme en ik merk dat er weinig mensen zijn die verder kijken dan hun vakgebied en dat de relatie met de werkelijke bouw soms (te) ver weg is."*

Als je iets dieper in de forums en blogs duikt, vind je inderdaad behoorlijk wat mensen die op vergelijkbare problemen stuiten; velen - en dit zijn uiteraard altijd de 'andere' partijen, zo blijkt uit de blogs - realiseren zich blijkbaar nog niet dat BIM iets is waarvan de hele bouwketen doordrongen moet zijn. En deze 'beginnelingen' vragen zich soms zelfs openlijk op het in-

ternet af *"of wij ook niet moeten gaan BIM-men?"*.



Jan Kees Pikkaart

En nu we het toch over internet hebben: een vergelijkbare misvatting zie je als het gaat over het zakelijk gebruik van LinkedIn, Facebook, Twitter, Hyves, of andere social media. Velen vragen zich namelijk ook hierbij af *"of we hier niet iets mee moeten doen?"* En als je dan vraagt naar het waarom, krijg je steevast het antwoord *"Omdat de anderen dat ook doen!"*

Dat is natuurlijk geen goede reden om wat dan ook op te starten. Ik hoor het mijn moeder nog zeggen... *"als je vrienden van*

de brug springen, doe jij dat dan ook?" Wat een wijsheid, realiseer ik me nu.

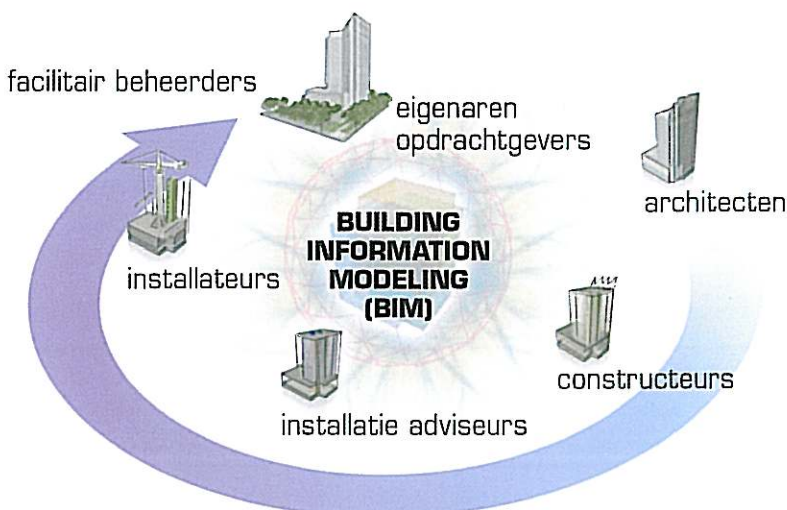
Net als bij het zakelijk gebruik van social media moet er ook achter BIM-men een visie zitten, of in ieder geval een vorm van besef van het concept. En dat is een van de belangrijkste boodschappen die wij op de BIMCaseweek proberen uit te dragen: besef dat jij persoonlijk deel uitmaakt van jouw bedrijf, en dat jouw bedrijf een integraal onderdeel is van de totale bouwkolom. Communiceer dus. Niet alleen in woorden, maar ook door middel van software-pakketten die naadloos op elkaar aansluiten, waardoor projecten gemakkelijk uitgewisseld kunnen worden met de andere partijen in de keten.

Qua proces/opzet ligt BIM-men dus niet eens zo heel ver af van het gebruik van social media. Je kunt wel boodschappen het net op gooien, maar als je dat doet op plekken die voor anderen niet toegankelijk zijn of in een taal of vorm waar een ander niets mee kan, dan heeft het geen nut.

Maar laat ik positief afsluiten: het begin is er! Men heeft er tijdens de BIMCaseweek lustig op los geblogd en getwitterd en BIM-men goed onder de aandacht gebracht. Nu is het gewoon een kwestie van tijd voordat de BIM-boodschap zijn weg vindt door de bouwkolom. Aan het aantal BIM-bevlogen Twitteraars zal het niet liggen. Ik vraag me alleen af wat voor BIM-proces Twitteraar tonitooks in gedachten heeft als zij schrijft: *"RT @GRANNY901: somebody been MIA..... jazzy hands @tonitooks-here I go! Spirit Fingers. All up in here like #BIM"*

Jan Kees Pikkaart

Organisator BIMCaseweek en eigenaar van ingenieursbureau VIBES en adviesbureau BouwnD



BIM schematisch weergegeven