

Rob van Dongen over GBI en  
'het geheim' van succesvol veranderen:

# 'GBI is één van onze kroonjuwelen'

Door: Bert Kobus

Rob van Dongen, CEO van Antea Group, deelde drie jaar geleden zijn droom met z'n medewerkers: het beste ingenieursbureau van Nederland worden. Het betekende de aftrap van het duizenddagenplan. Heel Antea Group zette de schouders eronder om innovatie, klanttevredenheid, zichtbaarheid en winstgevendheid te vergroten. In GBImagazine vertelt Van Dongen over 'het geheim' van deze succesvolle transitie en de relatie met GBI.



Eerst terug naar 2015. Antea Group is één van de weinige ingenieursbureaus die tijdens de crisisjaren z'n hoofd boven water houdt en zelfs winstgevend is. Verdienstelijk, maar voor Rob van Dongen geen reden om de toekomst met een gerust hart af te wachten. Terwijl de recessielevel optrekt, voorziet hij dat het tijd is om de bakens te verzetten. Rob: 'Die crisis luidde de overgang naar een nieuwe tijdperk in: eentje van snelle verandering. Van nieuwe technologieën en thema's als urbanisatie, klimaatverandering en verduurzaming. De vraag was of wij klaar waren om hierop te anticiperen.'

## 'Het verhaal dat je hebt is ontzettend belangrijk'

Hij kwam in aanraking met het verhaal van de CEO van een Engelse verzekeraar. Rob: 'Zijn visie en de manier waarop hij zijn organisatie wist te richten, inspireerden mij. Dit bracht mij ertoe om op papier te zetten hoe ik de toekomst van Antea Group zag. Hoe blijven we onszelf uitdagen om te innoveren, nieuwe markten te exploreren en continu te verbeteren?'

Met z'n droom om het beste ingenieursbureau van Nederland te worden, legde hij de lat hoog. 'Zeker voor een organisatie die heel bescheiden bleef onder alle goede prestaties. Maar het was een droom die ik ten diepste voelde, in de volle overtuiging dat wij dit konden.'

Dit legde de basis voor het duizenddagenplan. Achteraf gezien verraste hij ook zichzelf hiermee. Rob: 'Eerlijk gezegd, heb ik jarenlang verkondigd dat je in een snel veranderende wereld hélemaal niets hebt aan een langetermijnvisie of een punt aan de horizon. Daar ben ik van teruggekomen.'

Het verhaal dat je hebt, is ontzettend belangrijk om een organisatie te inspireren én in beweging te krijgen. Ook die duizend dagen zijn niet uit de lucht gegrepen. Een periode die lang genoeg is om serieuze veranderingen te bewerkstelligen. Maar kort genoeg om de spanningsboog in een organisatie vast te houden.'

## Samen maak je meer impact

Hij ziet volop parallellen tussen het duizenddagenplan en de GBIproducten en -diensten. Rob: 'GBI is al decennialang één van onze 'kroonjuwelen'. Het draagt alle ingrediënten van het duizenddagenplan in zich. Klantgerichtheid bijvoorbeeld. Met een onafhankelijke gebruikersvereniging, werkgroepen en een gemeenschappelijke kennisbank staat GBI dicht bij klanten. Gebruikers hebben een stem in de ontwikkeling en de prioriteiten van het beheersysteem. Het systeem zoals dat nu is, is de directe uitkomst van de behoeftes en vragen van klanten.' Juist die samenwerking en partnerships zijn cruciaal om succesvol te innoveren, vindt Rob: 'Één van onze ambities was om ons innovatief vermogen te vergroten. We hebben flinke stappen gezet in de ontwikkeling van drone-techniek, sensing, 3D-printing. Wat we ook hebben geleerd is dat je het samen moet doen. Kennis ontwikkelt zich razendsnel. Je moet niet de illusie hebben dat jij alle kennis in huis hebt en houdt. Samen maak je meer impact, schaal je sneller op. We zijn als ingenieursbureau een coalitiebouwer én verbinder geworden. Onder meer door intensief met startups, kennisinstituten, multinationals en overheden op te trekken.' GBI is wat dat betreft het levende voorbeeld

'Scherp en adaptief. Al dertig jaar, dat is gewoon razendknap!'

van hoe je op de langere termijn vernieuwend blijft: 'Dankzij de samenwerking met gebruikers en ontwikkelpartners blijft GBI zich continu verbeteren. Scherp en adaptief binnen al die veranderingen die de wereld van beheer heeft doorgemaakt. Al dertig jaar, dat is gewoon razendknap.'

Die beweging wil hij ook bij Antea Group vasthouden. Rob: 'Het duizenddagenplan heeft ons veel gebracht. We zijn in alle opzichten een ander bureau geworden.' Het beste van Nederland...? 'Zo mogen we onszelf gerust noemen. Al twee jaar op rij hebben we het beste bedrijfsresultaat ooit behaald. We zijn zichtbaarder dan ooit, werken klantgerichter en lopen voorop als gaat om dronetechniek, data- en sensing en 3D-printing. Zelfs bij de ontwikkeling van de vliegende auto, augmentend reality en artificial intelligence staan wij vooraan...' Om daaraan toe te voegen: 'Het belangrijkste is misschien nog wel dat we onszelf hebben bewezen waartoe we in staat zijn. Dat geeft energie, zelfbewustzijn en daadkracht voor de toekomst.'

## Zo inspireerde het duizenddagenplan een hele organisatie

Op basis van Rob's visie gaf het volledige DT van Antea Group vorm aan het duizenddagenplan. In dit plan werden vier thema's benoemd: zichtbaarheid, winstgevendheid, klantgerichtheid en innovatie. Om de drie maanden gaf één lid van het directieteam als quarter-master

leiding aan het plan. Voor elk thema werd een changemanager benoemd die met de organisatie actieplannen opstelde en uitvoerde. Deze opzet zorgde ervoor dat het plan z'n weg vond in de hele organisatie. Een voorbeeld was de ontwikkeling van de

Antea Group popup-store. Deze stond een weeklang op Utrecht Centraal en haalde de landelijke headlines. Rob: 'Een idee dat in de organisatie ontstond en waar bijna honderd collega's op eigen initiatief hun energie in hebben gestopt. Betrokkenheid ten top.'