



De aantrekkingskracht van steden

Walter Bokern is Chief Information Officer bij Springco in Rotterdam, waar hij steden beter maakt. Maar hoe doe je dit? En hoe zorg je ervoor dat je impact maakt in je werk?

Wat is je achtergrond?

Ik ben mijn carrière gestart in de financiële dienstverlening. Al snel kreeg ik een drang om het verschil te maken, om de wereld beter te maken. De branche waar ik toen in zat leek mij niet de juiste daarvoor, dus ik ben gaan werken bij een bedrijf dat immigranten hielp om goederen naar het thuisfront te sturen. Helaas bleek dat moeizaam te gaan. De volgende stap werd Coolblue. Hier kwam ik erachter dat de wereld verbeteren en commercie lastig te combineren zijn; economische groei is niet gratis: het heeft effect op het klimaat. Bij Coolblue heb ik veel geleerd, maar het ging vooral om meer verkopen. Ik was daar manager en ik heb veel mensen aangenomen die duurzaamheid belangrijk vinden. Jammer, want deze mensen wil je eigenlijk neerzetten op een plek waar ze impact kunnen maken op dit gebied, zoals bij overheden of non-profitorganisaties. Ik bleef bezig met mijn proces om meer impact te maken, en door de lockdown werd mijn werk wat minder leuk. Dit heeft mij verder aan het denken gezet over mijn toekomst.

Hoe ben je CIO bij Springco geworden?

Ik ben me eens goed gaan afvragen wat ik nu echt belangrijk vind. Dit is ook de periode waarin ik vegetarisch ben geworden. Ik wilde mijn 40 uur in iets goeds stoppen. Ik heb al langer een fascinatie voor steden: de aantrekkingskracht, de subtiele manier waarop steden invloed hebben op ons dagelijks leven. Een betere wereld is belangrijk, en steden hebben daar een grotere rol in. Niet alleen op het gebied van klimaat, maar ook sociaal. Ik ben toen wat nieuws gaan doen, al bleef werken met data de gedeelde noemer. Met één been in iets nieuws en de ander in iets bekends.



Wat doe je bij Springco?

Ik werk met data: vooral over mensen. Data over de stad en keuzes die mensen maken. Wat motiveert iemand bijvoorbeeld om te gaan verduurzamen? Wie willen renoveren? Wat voor mensen zijn dat precies?

Wij werken hierin met segmenten. Welk inkomen hebben mensen uit dit segment? Wat is hun verbruik? Hun energielabel? Wat is hun houding ten opzichte van duurzaamheid? Wat is de kans dat ze binnenkort verhuizen? Of over 2 á 3 jaar? Wat zijn hun woningwensen? Als hier een patroon uit blijkt ontstaan er doelgroepen; mensen met dezelfde eigenschappen. Noem ze bijvoorbeeld "Walters". Dan kun je in bepaalde wijken zien: hier willen meer "Walters" wonen dan de woningvoorraad toelaat.

Hiermee kunnen we gemeenten en woningcorporaties adviseren: wat voor huizen bouw je om een bepaalde doelgroep in de buurt te houden? Welke huizen moet je als eerste verduurzamen, op basis van de behoefte en de houding van de bewoners? Op deze manier zetten we data in voor een leefbaardere en duurzamere stad.

