

DIGITALE LØSNINGER SKAL VÆRE ANDET END BLOT SMARTE



FLEMMING WULFF
HANSEN,
bestyrelsesformand
DFM netværk

Kære DFM netværk kollega

Digitale løsninger, værktøjer og muligheder fylder stadig mere i vores hverdag – både derhjemme og på arbejde. Men jeg fornærmer vist ingen ved at sige, at byggebranchen ikke er den branche, der er længst fremme på området. Det er faktisk dokumenteret – senest i Dansk Byggeri's IT-analyse, der tidligere på året viste, at byggebranchen stadig halter bagefter det øvrige erhvervsliv, når det gælder brug af IT.

Vi bliver dog mere og mere digitale. I takt med, at vi alle har vænnet os til at bruge et væld af apps, har vi fået en lang række nye, potentielle muligheder. Dialogen med vores brugere er blevet mere smart og bekvem, og selvbetjeningsløsninger vinder indpas – også inden for FM. De seneste år er Internet of Things (IoT) også for alvor blevet attraktivt, ikke mindst på grund af prisen på de digitale værktøjer.

Det potentielt smarte giver dog ikke altid mening for brugerne. En smart dims er ikke nødvendigvis anvendelig, men måske bare "smart", hvis den ikke løser et problem eller i det mindste gør livet lettere for brugerne.

Et eksempel er de smarte Google Glass-briller, som ikke rigtigt er slået igennem (endnu?), selv om det er fem år siden, de blev lanceret. Et andet eksempel er 3D-tegninger. Der projekteres stadig på livet løs i 2D, og hvorfor? Måske fordi det reelt ikke tilfører værdi at gøre det i 3D. Og når det kommer til drift, har 3D så nogen værdi?

Udviklingen inden for smartphones, apps og IoT er ikke drevet af FM- eller byggebranchen, men af helt andre brancher. Men derfor skal vi selvfølgelig tage nye teknologier og løsninger til os, hvis de vel at mærke giver mening og tilfører værdi i vores hverdag. En digital løsning, skal ikke bare indføres, fordi den er digital.

En reklamemand sagde engang, at halvdelen af alle reklamekroner er spildt. Problemet er bare, at man ikke ved, hvilken halvdel, der er spildt. Med den digitale udvikling inden for FM og byggeri risikerer vi at havne i et tilsvarende problem.

Hvis vi ikke på forhånd har taget stilling til, hvilket behov vi har for digitale løsninger, hvilke smarte programmer og gadgets, der kan tilføre værdi til vores branche, risikerer vi at foretage investeringer, som i sidste ende er spild af penge og tid.

Jeg har en fornemmelse af, at der kan ligge en skjult pointe i, at branchen ikke er gennemdigitaliseret. Det er dog kun en fornemmelse, og man skal jo passe på med at virke bange for udvikling og fremskridt.

DFM netværk vil støtte op om den digitale udvikling og sikre, at relevant viden bruges aktivt. Det vil vi gøre ved at bringe leverandører, kunder og rådgivere sammen, så man i fællesskab finder de rette digitale løsninger. Løsninger, som ikke bare er smarte, men som også giver reel værdi for alle parter.

De bedste hilsner
Flemming Wulff Hansen
Bestyrelsesformand, DFM netværk