



Carol Hol

Maatwerk wordt belangrijk voor een duurzame relatie met klanten.

# Van Macht naar Kracht



De setting bij Concire, ontwikkelaar van gebiedsconcepten, is treffend.

Op de achtergrond hangt over kantoorwandbreedte de plattegrond van de stad Rotterdam en ommelanden. De stad is onderwerp van gesprek tussen zes gesprekspartners uit de bouwwereld. Het thema: Van Macht naar Kracht.

Als take off heeft het zestal één voorwerp meegenomen dat model staat voor het thema. Daarbij een opvallende eensgezindheid, want nogal wat luxueuze 'mobieltjes' krijgen een plek op tafel. Al is de erbij behorende uitleg wel weer divers. Paul Becht (Bouwfonds) prijst de eenvoud. 'Dit is natuurlijk wat wij als ontwikkelaar ook zouden willen: een product maken waarbij uitleg geheel overbodig is. In ons vakgebied wordt vaak gewezen naar duurzaamheid in termen van energiegebruik, maar ik koppel duurzaamheid aan attractiviteit en gewildheid'

Peter van Dilst (2d vastgoed) koppelt het voor hem liggende autootje eveneens aan duurzaamheid. 'Belangrijk, maar van ondergeschikt belang. Duurzaamheid is belangrijk maar voor de consument van ondergeschikt belang. Het is ook geen selling point. De consument wil het gevoel hebben dat hij of zij de juiste keuze heeft gemaakt door de woning of het kantoor te kopen. Speel daar op in door bijvoorbeeld gerichte marketing. Automerken begrijpen die filosofie. Zij communiceren gevoel en onderscheidend vermogen als toegevoegde waarde.'

Peter van Dilst vindt dan ook dat in de bouwwereld best een aanzienlijke stap meer gezet mag worden. 'Laat ik meteen zeggen dat projectontwikkelaars vaak geassocieerd worden met verkeerde mannen in te snelle auto's. Dat imago heeft de vastgoedwereld jaren geleden zelf doen ontstaan en van dat imago wil ik zo snel mogelijk af en ik vind dat wij als branche daar een eerste stap in moeten zetten. Jarenlang hebben we de prijzen verhoogd, terwijl de kwaliteit steeds schraler werd. Kijk, als we de nieuwe auto gaan ophalen, kan dat op

*De nieuwste iPad zal altijd beter zijn dan de voorganger, maar waarom zouden wij alle plannen die gemaakt zijn en succesvol blijken ineens weggooien?*

het moment dat het mij uitkomt. De auto is compleet, ruikt lekker en de bos bloemen ligt klaar. Het is een feestje om er een uur voor uit te trekken. Wanneer de woning wordt opgeleverd, moet dat op het moment dat het de uitvoerder het beste uitkomt, krijgen gedurende de oplevering te horen dat de cv-ketel volgende week komt en dat het schilderwerk nog niet klaar is vanwege het weer. Maar we hoeven ons geen zorgen te maken, want in de komende drie weken wordt alles opgelost. Waarom dan niet vóór de oplevering denk ik dan? Wij moeten ons veel meer richten op de consument door full-service aan te bieden. Dan pas krijgt de consument het gevoel dat de duurste aankoop ook de beste aankoop is.'

#### Zoektocht zonder doel

Robbalt Valk (BAM Utiliteitsbouw) zet zijn zoektocht in met een kompas, al begint hij ook met een opmerking betreffende de duurzaamheid. 'Alles wat we nieuw ontwikkelen, is per definitie duurzaam. Net als dit kompas. Het lampje werkt op zonnecellen. Maar de symboliek ligt in het feit dat we binnen onze branche weten waar we staan, maar niet weten welke koers we varen. Je ziet voortdurend verschuivingen binnen de markt. Voorheen werd uitsluitend bij commercieel vastgoed geroepen dat de klant voorop moest staan, nu doen we dat eindelijk ook echt bij het ontwikkelen van woningen.'

Bij Maarten van Lier (Corio) ligt ook een iPhone op tafel. 'Bill Gates heeft bij leven in snelreinvahrt nieuwe producten neergezet en feitelijk daarmee voortdurend zijn bestaande businessmodel de nek omgedraaid. Is dat handig? In de ontwikkeling van Hoog Catharijne bevinden we ons in diezelfde





spagaat. Er lopen jaarlijks 32 miljoen mensen doorheen, er is geen leegstand en we hebben nog steeds een hoge taxatie-waarde. Moeten we dan vervangen? Ja dus, want we willen dat Hoog Catharijne van een place to buy een place to be wordt. In Rotterdam centrum is een vergelijkbaar voorbeeld. Daar wordt op dit moment 'de markttaal' gerealiseerd door Provast, waarbij Corio zich als eindbelegger aan het project verbonden heeft. Voor een vastgoedpartij is het traditionele dozen schuiven echt een gepasseerd station. Onze klant is niet meer de retailer zelf, maar de klant van die klant.'

Een goede filosofie, vindt Paul Becht: 'Wij zijn ook bezig met het aanpassen van diverse winkelcentra in kleine kernen. Je ziet een kentering in het koopgedrag als gevolg van onder meer e-commerce. Een winkelniering bedrijven is gewoon een dure manier van ondernemen.'

Jan-Hein Vink van de Amsterdamse Maarsen Groep sluit zich met zijn kleermakersset naadloos aan bij collega Peter van Dilst. 'We gaan voor maatwerk. Wat zou je kunnen doen om een niet onbekende wens te vervullen? Je ziet een toenemende behoefte, ook bij kopers van een woning in de middenklasse, de eigen woning te creëren. En als tweede verwijs ik naar de VOC. Waarmee ik wil zeggen dat het steeds langer zal duren voordat rendement gemaakt wordt. Geduld en lange adem worden belangrijker.'

*'Durf van meet af aan langetermijnafspraken te maken ten einde het investeringsklimaat in een gebied te verbeteren'*

**'Survival of the fittest'**

Tot nu toe zijn de meeste ontwikkelaars en bouwers vóórnamelijk kleiner geworden, maar de komende jaren zullen beslist partijen verdwijnen, voorspelt Robbart Valk. Het wordt steeds meer een "survival of the fittest". Peter van Dilst: 'Klopt. ik sprak laatst een architect die het raar vond dat opdrachtgevers, die voorheen naar hem toekwamen, nu niet meer komen. Dan denk ik: 'Waarom draai je dat dan niet om?'

Paul Becht denkt dat sommige vergelijkingen met de bouwwereld mank gaan. 'De nieuwste iPad zal altijd beter zijn dan de voorganger, maar waarom zouden wij alle plannen die gemaakt zijn en succesvol blijken ineens weggooien? We zijn nu al veel

meer bezig datgene te leveren wat de klant leuk vindt.' Peter van Dilst: 'Inderdaad: als je iets maakt dat de klant wil, zal er altijd vraag zijn. Dertig jaar hebben we een groeiperiode gekend. Nu is het tijd nadrukkelijker aandacht aan de leefomgeving te geven, dan wil iedereen daar namelijk ook wonen, werken en verblijven.'

De main stream is verdwenen, zo vinden Robbart Valk en Paul Becht, waarbij laatstgenoemde een halve metafoor bezigt. 'Dertig jaar lang vlogen we in één zwerm van vogels, waarbij we dezelfde kant op werden geduwd. Die zwerm is er niet meer, zodat we gedwongen worden eigen keuzes te maken.' Gespreksleider Carol Hol van Concire samenvattend: 'Maatwerk wordt belangrijk voor een duurzame relatie met klanten.'



**Lokale initiatieven**

Er zou – zo vindt men unaniem – ook best meer ruimte mogen komen voor lokale initiatieven van particulieren. Carol Hol: 'Die worden maar al te vaak in de kiem gesmoord door de aanbestedingsmarkt.' En dat terwijl Robbart Valk signaleert dat er nog voldoende ruimte in de stad is waar bij wijze van spreken een hek omheen staat en waar niets mee gebeurt. Daar is de publieke sector mede debet aan, denkt Peter van Dilst: 'Het wantrouwen bij de gemeente moet weg. Dan pas kun je het vliegwielt in gang zetten'. In dat opzicht vult Becht aan: 'Aanbesteding slaat de creativiteit in een precompetatieve fase vaak dood. Durf van meet af aan langetermijnafspraken te maken ten einde het investeringsklimaat in een gebied te verbeteren.'

Robbart Valk Voegt toe: 'Al laat de gemeente Rotterdam bij een gebiedsontwikkeling als hart van Zuid zien dat het ook anders kan door niet een uitgewerkt plan aan te besteden maar op basis een visie gezamenlijk met marktpartijen in concurrentie met elkaar het eindelijk te realiseren plan opstellen.'

Ook het centrum zou meer aandacht moeten krijgen, vindt Robbart Valk. 'Nu zit 21 procent van de totale retail in Rotterdam in het centrum. Dat percentage moet omhoog. De laatste ontwikkelingen op dat vlak dateren alweer van vijftien jaar geleden.' Daar ligt ook voor de ondernemers een taak weggelegd: 'Steeds meer zie je dat de consument betrokken wil worden, dat moeten ondernemers ook zien en daarop anticiperen.' Peter van Dilst: 'Goed voorbeeld is de Apple Store in New York, waar je 24 uur per dag terecht kan, voor aankopen, maar ook voor workshops. Een baanbrekend concept. Helemaal aangepast op de belevingswereld van de consument.'

Een mooi moment voor Carol Hol de huidige situatie te onderlijnen: 'Projectontwikkelaars zelf al lang geen partijen meer met een vaststaand profiel, maar moeten heel fluïde zijn...'