

Versnellen door te luisteren

Klantgericht ontwikkelen. Cocreatie. Meedenken. Elke partij werkzaam in de ontwikkeling van nieuwe woongebieden doet wel iets met cocreatie. De woningzoekende is enthousiast, heeft een mening en wil erg graag meedenken over wat zijn nieuwe thuis gaat worden. Hoe zet je cocreatie effectief in? Op zo'n manier dat het een ontwikkelproces kan versnellen en inhoudelijk sterker kan maken? De auteurs van dit artikel delen de ervaring die zij opdeden bij de ontwikkeling van de woonwijk Vinkeveld. Elk vanuit hun eigen expertise (projectmanagement, financiën, stedenbouw, politiek en marketingcommunicatie). Wat was de aanpak bij het opnieuw ontwikkelen van de nieuwste woonwijk van Vinkeveen: Vinkeveld?

Het plan om een nieuwe wijk in Vinkeveen te bouwen, is na de crisis weer opnieuw opgepakt. Het project heette eerst Westerheul IV, had een slecht imago in het dorp. Het initiële programma (veel appartementen) leek niet meer aan te sluiten bij de vraag, ontwikkelaars die al waren aangehaakt trokken bij de gemeente aan de bel. David Moolenburgh (wethouder ruimtelijke projecten bij de gemeente De Ronde Venen) doet als eerste zijn verhaal. 'Trots ben ik op de rol die de gemeente bij de ontwikkeling van dit project heeft gespeeld. De aanleiding was niet fraai – het oude plan kwam niet van de grond – maar de herontwikkeling hebben we op een goede manier opgepakt. We hebben ervoor gekozen om echt een nieuwe weg in te slaan'. Mark Compeer is projectleider van bureau Pulse Urban Projects vanuit de gemeente De Ronde Venen. De vraag bij zijn aantreden was helder: de plannen voor een nieuwe woonwijk lukten niet. Het ooit bedachte woningbouwprogramma sloot niet meer aan. Er was een nieuwe aanpak nodig. Compeer: 'Tussen de herijking van het plan van aanpak en de start verkoop van de eerste woningen zat een krap jaar. Een heel intensief jaar waarin we met marktonderzoek, cocreatie sessies en veel afstemming met de verschillende ontwikkelende partijen tot een nieuw programma zijn gekomen. Een programma waar vraag naar was: de eerste fase met daarin ruim 90 woningen was snel verkocht. Ook de verkoop van de daarop volgende fasen verloopt voorspoedig'

Gerben Kamphorst (Urban Reality) was ingehuurd als financiële man van het project. 'Terugkijkend vind ik het mooi dat onze aanpak om echt de regie te pakken door de gemeenteraad is gesteund. Je hebt als gemeente een aanzienlijk risico vanwege de grondposities. Dan helpt het om een beetje te denken als een ontwikkelaar en je kopers te leren kennen. Een wijk als Vinkeveld ontwikkelen, is echt een wisselwerking tussen gemeente, ontwikkelaars en vooral ook kopers.' Moolenburgh vult aan: 'het was cruciaal voor het project dat wij een actieve rol speelden als gemeente. We kregen het vertrouwen van de gemeenteraad en zijn een zeer inspirerend proces gestart.'

Inpassen van woonwensen

Als stedenbouwkundige Désirée de Jonge (bureau Wissing) terugblijkt, is toch vooral 'een plek geven van de ideeën die toekomstige bewoners in het ontwerp' haar bijgebleven als het leukste van het proces. 'Het is echt waardevolle informatie die je ophaalt als je in gesprek gaat met de mensen die hier graag willen wonen. Als je goed luistert tenminste. Soms krijg ik wel eens de vraag of je niet teveel uit handen geeft bij een aanpak als deze. Juist niet, het geeft extra input waarmee je gaat ontwerpen. Het zorgt voor meer draagvlak omdat je ontwerp aansluit bij de vraag. Je hebt als stedenbouwkundige een rol om de wensen boven tafel te krijgen. Met voorbeelden en referenties hebben we samen helder

gekregen wat de kopers wilden. Veel mensen die aan de woonworkshops meededen, hebben ook echt een woning gekocht in de eerste fase.

Vertrouwen terugwinnen

Het team van Vinkeveld – toen nog Westerheul IV geheten – moest echt vertrouwen terugwinnen. Het oude plan heeft lang stilgelegen en miste aansluiting bij de marktvrage: zo vond de raad en ook de dorpsgenoten van Vinkeveen. Een flinke dosis sceptis dus om te overwinnen bij de start van de nieuwe wijk. Suzanne Witteman (communicatiebureau De Wijde Blik) heeft het omvormen van het imago van een vastgelopen woonlocatie naar een gewilde plek om te wonen als speerpunt van de aanpak benoemd. ‘Het leuke van een ontwikkeling in een dorp als Vinkeveen is dat de communicatie heel direct gaat: veel mond tot mond. We zijn secuur gaan bouwen aan een nieuw merk. Door een nieuwe naam en stijl te verzinnen, maar ook door te luisteren en in gesprek te gaan. En natuurlijk door beloftes na te komen.’ De focus bij wethouder David Moolenburgh en projectleider Compeer lag bij het terugwinnen van het vertrouwen van de raad en de bewoners. Moolenburgh: ‘Iedereen stond in de meedenkstand, dat was mooi om te zien. Compeer vult aan: ‘Met een vooraf goed doordachte ontwikkelstrategie hebben we een strak proces doorlopen. Het was van cruciaal belang voor mij als projectleider dat mijn opdrachtgevers (zowel ambtelijk als politiek) helemaal achter de aanpak stonden. Door het juiste team van experts te formeren, was het een plezierig project om aan te werken. We voelden allemaal de urgentie om het echt goed te doen, zo ontstond er een goede energie.’ Cocreatie was de kern van de aanpak, niet alleen een loze kreet die voor de vorm is ingezet. Witteman: ‘Dat is een wezenlijk verschil met ontwikkelingen waar luisteren naar wensen en ideeën van nieuwe bewoners er een beetje bijgedaan wordt. Hier draaide het er echt om en is er ook veel met de input gedaan. We merkten het aan deelnemers van de woonworkshops: die voelden dat ze serieus genomen werden.’

De werkelijke vraag

Wat zijn dan de concrete resultaten? De Jonge: ‘De keuze voor de architectuurstijl (mix van jaren dertig en traditioneel) heeft de wijk een eigen gezicht gegeven. Die mix is echt uit de woonworkshops gekomen, die hadden wij zelf niet verzonnen. Ook had ik van tevoren gedacht dat de kopers een wat ruigere inrichting van de openbare ruimte zouden willen. Dat bleek helemaal niet zo te zijn, de wens voor een wat meer aangeharkte wijk kwam er duidelijk uit.’ Compeer vult aan: ‘Heel concreet is ook dat het woonprogramma echt is vastgesteld op de werkelijke vraag. Zo was er veel vraag naar hoekwoningen, die zijn extra toegevoegd. Er was ook relatief veel vraag naar betaalbare koopwoningen en grondgebonden wonen: we hebben ervoor gezorgd dat het aanbod echt aansloot. Door goed te luisteren, verklein je het verkooprisico.’

Duurzaam

Compeer: ‘De gemeente De Ronde Venen heeft het aangedurfd om het hier echt anders te doen. De onzekerheid die met deze aanpak van het project gepaard ging, heeft Gerben Kamphorst (verantwoordelijk voor de grondexploitatie) goed kunnen managen. Hij kwam met inventieve oplossingen, zo ook voor duurzaamheid. In plaats van te kijken welke maatregelen nodig zijn om een EPC te halen die 10% lager ligt dan de norm, hebben we het omgedraaid. De EPC norm is even losgelaten. Onderzocht is wat de beste energiebesparende maatregelen zijn voor € 5000,-. Hier kwamen hele concrete maatregelen uit, die we niet van tevoren hadden kunnen bedenken. Daarna is weer gekeken wat deze maatregelen betekenen voor de EPC, met als resultaat een zeer duurzame woning. Natuurlijk, de ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid gaan zo snel, nu zouden we het alweer anders aanpakken.’

Een buurtje creëren

Tips die we andere professionals willen meegeven? Kamphorst: ‘Wees niet bang als gemeente om de regie te pakken als je ook het risico op de grond hebt.’ Compeer vult aan: ‘We zijn hier echt een prachtige toekomstbestendige wijk aan het bouwen. We hebben de teugels in handen gehouden maar tegelijkertijd durven loslaten. Ook de ontwikkelaars hebben dat gedurfd. Wij bepaalden niet langer hoe de wijk moest worden: dat deden de kopers.’ Witteman: ‘We hebben die nieuwe bewoners ook in het voortraject op meerdere momenten op de locatie zelf uitgenodigd. Dat werkte goed, ze gingen echt al een beetje van het nieuwe Vinkeveld houden. Op open dagen wandelden ze het terrein over, op zoek naar de voor hen mooiste plek om te wonen. Te gek om te zien dat het lukte om het gevoel van een buurtje te creëren – met veel vaste gezichten – zonder dat er nog iemand woonde.’ Wat wethouder Moolenburgh aanspreekt is dat de wijk ook echt voor en vooral met inwoners van de gemeente zelf gemaakt is. Bij de workshops waren steeds veel betrokken Vinkeveners, mooi om te zien.’ Natuurlijk zat de tijd mee, de start verkoop was op het moment dat de woningmarkt weer aantrok. Compeer: Al was dat in Vinkeveen nog heel voorzichtig. We hebben met het team de juiste chemie gecreëerd. En we waren op het juiste moment zover.’

Dóe het gewoon

‘Ons gezamenlijk pleidooi is,’ vat Compeer samen: ‘doe het gewoon. Als aan de voorkant enkel geld verdienen de leidraad is in gebiedsontwikkeling, krijg je makkelijke oplossingen die ten koste gaan van de kwaliteit. Een risico van deze aanpak is dat verderop in het proces het plan minder goed verkoopt en op de langere termijn minder geld wordt verdiend. Het is geweldig om echt bewust en met gevoel een wijk te maken die zeker 100 jaar kan blijven bestaan. Cocreatie heeft in Vinkeveen gezorgd voor een levendige mix van bewoners en een duurzame opbouw van de wijk. Gemeenten moeten hun rol pakken: zij zijn de enige partij die echt belang heeft bij het bewaken van kwaliteit op de langere termijn. Je kunt de lange termijn verantwoordelijkheid niet honderd procent bij ontwikkelaars neerleggen.’

[kader]

De geleerde lessen. Een top 3.

1. Eerst denken dan doen. Denk het proces vooraf goed uit en maak een strakke planning.
2. Vraag het de klant. Je verdiepen in de doelgroep en vragen hoe zij willen wonen, levert echt een beter resultaat. Gemeenten moeten een klantgericht proces voorschrijven, zij zijn de enige partij die een lange termijn belang hebben.
3. Creëer vertrouwen. Het is cruciaal dat alle partijen (denk aan gemeenteraad, bestuurders en ook ontwikkelaars) het proces omarmen en zich ervan bewust zijn dat samenwerken echt nodig is. Voor het proces als dit is het nodig dat je samenwerkt met ontwikkelende partijen die visie van klantgericht ontwikkelen echt begrijpen. Er zijn er nog genoeg – zeker nu de markt weer aantrekt – die er het nut niet van inzien. Zonde!

Mark Compeer (Pulse Urban Projects)

Désirée de Jonge (bureau Wissing)

Gerben Kamphorst (Urban Reality)

David Moolenburgh (wethouder gemeente De Ronde Venen)

Suzanne Witteman (De Wijde Blik)