

**'HET GAAT NIET
OM DE UREN DIE
WE DRAAIEN,
MAAR OM DE
OPLOSSING'**

**BERNARD
VAN DER
SCHANS**

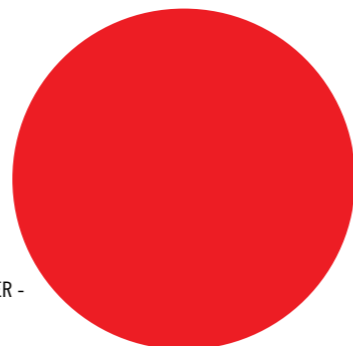
*directeur
ontwikkelaar*

**MARCO
VAN DER
SCHOOR**

*directeur
ontwikkelaar*

**MARTIJN
VAN
KONINGSVELD**

*directeur
ontwikkelaar*





E.CP heeft twee kernkwaliteiten waarin het excelleert: ten eerste het vermogen tot het (her)ontwikkelen van complexe stedelijke projecten, ten tweede een unieke combinatie van hoogstaande kennis van en uitgebreide ervaring met het ontwikkelen van retail-, horeca- en leisure-projecten.

E



CP is actief in projecten van grote omvang, bijvoorbeeld het stationsgebied in Arnhem, de Hilvertshof in Hilversum en het Schouwburgplein in Rotterdam, maar ook in steden en dorpen met een kleinere omvang zoals Meppel, Gorinchem en het dorp Landsmeer. Het bedrijf onderzoekt de potentie van die locaties en tuigt – in dialoog met de lokale betrokkenen – een mix van retail, horeca, leisure en wonen op, om plekken en gebieden te maken waar mensen graag komen en ondernemers zich graag vestigen. Hierbij komt veel energie, creativiteit en vernuft kijken.

We willen dus wat meer stilstaan bij de werkwijze van E.CP: wat gebeurt er bij het bedrijf als het de opdracht krijgt om een gebied te herontwikkelen? Welk mechanisme gaat er op zo'n moment draaien? Marco van der Schoor, Bernard van der Schans en Martijn van Koningsveld van E.CP vertellen gepassioneerd over het mooie ontwikkelvak.

BEHALVE DAT JULLIE VEEL PROJECTEN DOEN IN MIDDELGROTE STEDEN EN DORPEN, DOEN JULLIE OOK GROOTSTEDELIJKE PROJECTEN ZOALS IN ZWOLLE, ARNHEM EN AMSTERDAM. IS HET IN HET LAATSTE GEVAL LASTIGER OM MET ALLE BELANGEN OM TE GAAN?_Van der Schans:

'De opgave is vaak complexer en de belangen zijn groter, dat zorgt ervoor dat je met veel mensen rekening moet houden. Je moet de situatie heel goed analyseren en kijken of je iets kunt bereiken waar iedereen voordeel van heeft.'

Van der Schoor: 'Overigens is de emotie en de volhardendheid van de betrokkenen in de kleinere steden een belangrijke niet te onderschatten factor.'

Van Koningsveld: 'Dat speelt ook in grote steden. In Zwolle hebben we, mede op voorspraak van de gemeentelijke projectleider direct contact gezocht met de Stichting Vrienden van de Binnenstad. Dat is een groep zeer betrokken en dus invloedrijke bewoners dus je moet hen in een vroegtijdig stadium betrekken in het tot stand brengen van je plan. Daarmee organiseer je een belangrijke groep ambassadeurs.'

JE MOET DUS GOED MENSEN KUNNEN OVERTUIGEN?_Van der Schans:

'Ja, dat begint al met de hoge ambitie die wij in de plannen leggen, omdat je dan ondernemers en bewoners kunt overtuigen dat ze erop vooruitgaan, maar dat kun je alleen doen als je de belangen goed kent. Daarom schakelen we in een vroegtijdig stadium met alle experts, om een ideaal concept neer te zetten; marktonderzoekers, architecten, economen en projectmanagers. Die kennis hebben we voor een belangrijk deel in eigen huis, maar halen we ook van buitenaf.'

Van Koningsveld: 'Ja, we gaan altijd door totdat we echt een eureka-moment hebben. We zitten met onze eigen conceptafdeling net zo lang te discussiëren, te schetsen en te rekenen, totdat we zelf het idee hebben dat we een perfect plan hebben, want alleen dan kun je anderen meenemen in je enthousiasme.'

NEEM ONS EENS MEE NAAR DIE MOMENTEN. JE ZIT DUS BIJ ELKAAR EN GAAT IETS BEDENKEN DAT MOET GAAN WERKEN VOOR EEN BEPAALDE LOCATIE. WELKE FACTOREN NEEM JE DAN MEE? HOE WEEET JE WAT WERKT?_Van der Schoor:

'Expertise, verschillende inzichten, ervaringen, voorbeelden uit Nederland, maar ook veel uit het buitenland en goede data over de locatie natuurlijk. Hoe ligt deze stad ten opzichte van andere steden en waarom werkt het op dit moment niet? Dat zijn belangrijke startvragen. Data zijn dus heel belangrijk; denk aan parkeren, bezoekersprofielen en omzetten. We hebben in Rosmalen de Molenhoekpassage ontwikkeld en daar zitten net meer en betere winkels dan je zou verwachten op zo'n plek. Dat komt doordat Rosmalen een flink gemiddeld hoger inkomensprofiel heeft. De Molenhoekpassage kent bovendien geen zomerdip, want er is betrekkelijk veel toerisme in de buurt. Dat soort analyses moet je altijd meenemen, maar ook heel praktische zaken, zoals inpassing in het stedelijke weefsel, de looproutes, aansluitingen op de bronpunten en de logistiek.'

Van der Schans: 'En soms doen we een project heel bewust ook niet. Als uit onze analyse blijkt dat het onmogelijk gaat werken, dan adviseren wij om naar een andere oplossing te zoeken voor de opgave. Het gaat immers om zoveel factoren of het gaat werken of niet, alles moet kloppen. En op basis van onze expertise kunnen we snel zien of het gaat werken. Er worden, niet door ons overigens, regelmatig projecten gerealiseerd die niet aansluiten bij de locaties en daarom ook niet goed werken. Ik kan bijvoorbeeld zo een aantal bioscopen aangeven dat het niet goed doet, omdat concept en locatie niet met elkaar kloppen.'

DAT GELOVEN IN JE EIGEN PROJECT IS DUS HEEL BELANGRIJK?_Van der Schoor:

'Dat is essentieel, want je moet uiteindelijk professionele partijen, bijvoorbeeld Albert Heijn, Jumbo, Lidl of Zara, Primark, H&M, maar ook Pathé, McDonalds en Happy Italy overtuigen dat de keuzes voor jouw project en de specifieke locatie goed zijn voor hun business. En dus moet je achter die keuzes staan om ze te kunnen uitdragen.' Van Koningsveld: 'Je bent altijd op zoek naar de ziel van een project. Een project met een ziel kun je ook bezielend op de Bühne brengen.'

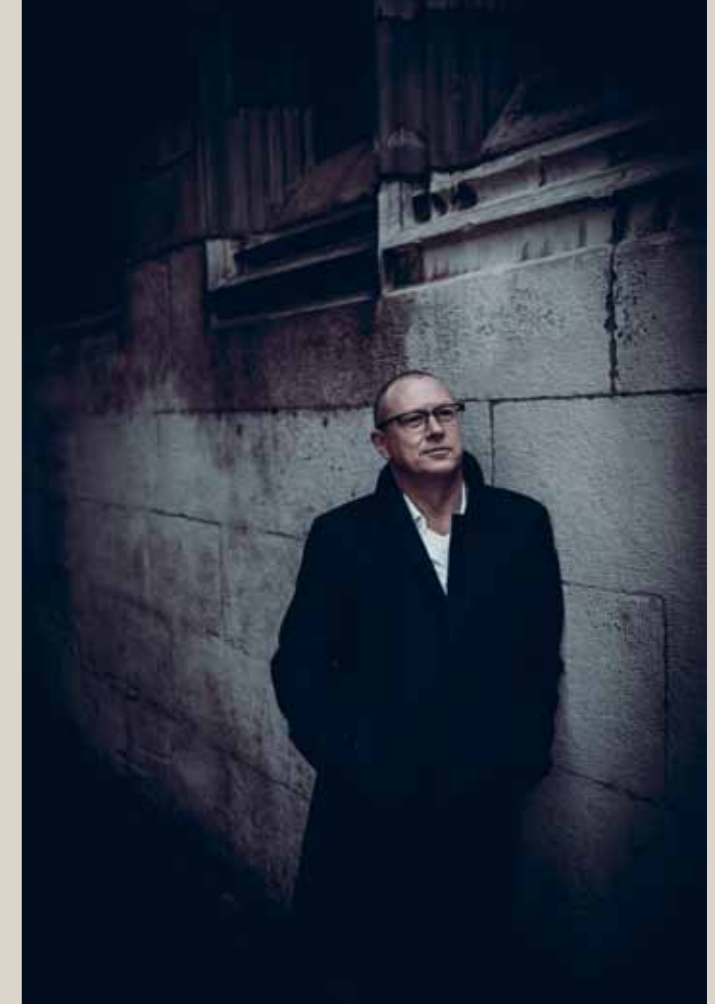
Van der Schans: 'Met elkaar werken we naar een succesvol project als eindresultaat. Het gaat hier niet om de uren die we draaien, maar om de oplossing die we vinden en realiseren. We willen succes creëren voor gemeenten, eigenaren, exploitanten en bovenal consumenten. Dat doen we op basis van gesprekken, cijfers maar natuurlijk vooral op onze expertise en inzet.'

WAAROM ZIJN JULLIE GOED IN WAT JE DOET? WAAROM KUNNEN JULLIE DIT BETER DAN DE CONCURRENTIE?_Van der Schans:

'Wij weten uit ervaring veel van die stedelijke dynamiek tussen leisure, zoals bioscopen, horeca en retail, maar ook van wonen. We hebben verstand van het werken in een complexe omgeving, dat heeft onder andere te maken met communiceren met alle partijen, waarbij je wel de regie houdt. En daarnaast heb je ook de commerciële kennis van wat werkt en wat niet



Bernard van der Schans



Martijn van Koningsveld

VOORUITBLIK 2019

WAT ZIJN JULLIE PLANNEN VOOR 2019?

Van der Schans: 'De verdere integratie van de oorspronkelijke bedrijven (Epicurus, Centrum Projecten en architectenbureau/conceptafdeling EUP design) afronden en de ontwikkelportefeuille verder uitbouwen met een voldoende accent op projecten voor eigen rekening.'

WAT IS JULLIE GROOTSTE UITDAGING?

Van der Schoor: 'Het blijven vinden van het eureka-moment in alle projecten waar we aan werken. Daarnaast

onze mensen zo sterk houden dat we als team en organisatie de beste prestatie kunnen neerzetten. Van ontwerp tot uitvoering!'

WAT GAAN JULLIE KOMEND JAAR ANDERS AANPAKKEN?

Van der Schans: 'We denken dat we op de goede weg zijn. Dus we zullen niet heel veel wijzigen. Maar toch streven we ernaar om steeds beter te worden.'

TERUGBLIK 2018

DE GROOTSTE LES VAN 2018

Marco van der Schoor: 'Dat we ons niet laten verleiden tot projecten die niet van de grond te krijgen zijn. Heeft ook een beetje te maken met hoe dienstbaar we zijn naar onze opdrachtgevers. Uiteindelijk werken we wel aan haalbare projecten of maken we ze haalbaar.' Bernard van der Schans: 'Pas op voor slechteriken in deze wereld, getuige de CEO-fraude bij Pathé, waar een enorm bedrag is gestolen door criminelen.'

Martijn van Koningsveld: 'Kwaliteit van opdrachtge-

verschap is minimaal even belangrijk als de kwaliteit van de eigen organisatie.'

WELK CIJFER GEEF JE 2018?

Van der Schoor: '8, goed maar kan echt beter...' Van der Schans: '7,5. We zijn op de goede weg, maar we moeten ons verder ontwikkelen.'

Van Koningsveld: 'Zowel zakelijk als privé een ruime voldoende!'

Van der Schoor: 'Opleving van de bioscoop in Meppel. Gaat in december al open!'

BESTE ZET

Van der Schoor: 'Dh5xf7.'

Van der Schans: 'Een zet klinkt me te kortetermijngericht, ik geloof meer in een continu proces van overtuigen.'

Van Koningsveld: 'Was eigenlijk al in 2016; mij aansluiten bij Marco en Bernard.'

BESTE ZAKENLUNCH OF -DINER

Van der Schoor: 'Onze lunch tijdens de Mopic.'

Van der Schans: 'Ben ik het mee eens, maar ook het diner met onze mensen en hun partners. We vormen een hechte gezellige groep en dat willen we graag met elkaar vieren.'



Marco van der Schoor

Van Koningsveld: ‘Daar sluit ik mij volledig bij aan.’

VERSTE ZAKENREIS

Van der Schoor: ‘Dubai. Onder de indruk van de Dubai Mall. Vooral de foodconcepten nabij de fontein.’

Van der Schans: ‘Los Angeles en Salt Lake City; prachtige ideeën daar opgedaan en mooie projecten gezien (The Grove, Farmers Market, beide in LA en City Creek in Salt Lake City).’
Van Koningsveld: ‘Moet in verband met een project nogal veel in Assen zijn.’

MOOISTE DEAL

Van der Schoor: ‘Kan niet kiezen.’

Van der Schans: ‘Ontwikkeling van een bioscoop voor Pathé in stadshart Amstelveen; in de jaren 90 heb ik meegewerkt aan

het bestaande stadshart, nu werk ik mee aan de vernieuwing.’

BESTE BEURS

Van der Schoor: ‘PROVADA.’
Van der Schans: ‘PROVADA.’
Van Koningsveld: ‘PROVADA.’
Van Koningsveld: ‘Amsterdam waar ik al heel lang woon, maar ook Haarlem vind ik erg aantrekkelijk.’
Van der Schoor: ‘Amsterdam.’

Van der Schans: ‘In Nederland: Amsterdam, een parel in de wereld; buiten Nederland: New York, ik zou daar best kunnen wonen en werken.’

TOP 3-PROJECTEN

Van Koningsveld: ‘Zwolle Weeshuispassage, Assen Koopmansplein, Hilversum Hilvertshof.’
Van der Schoor: ‘Mep-

pel Keyserstroom, Assen Koopmansplein, Zwolle Weeshuispassage.’

Van der Schans: ‘Van onszelf: afronding herontwikkeling Pathé Schouwburgplein (onder andere prachtige nieuwe gevel en vanbinnen volledig vernieuwd, terwijl de bioscoop geen dag is dicht geweest voor publiek, verder Meppel Keyserstroom. Van anderen: Leidsche Rijn Centrum en Hoog Catharijne.’

OPVALLENDSTE NIEUWS

Van der Schoor: ‘Problemen van Sears in Amerika.’
Van der Schans: ‘Dat fake-nieuws en alternatieve waarheden steeds meer geaccepteerd worden.’
Van Koningsveld: ‘Dat Blokker toch nog verkocht gaat worden.’

BESTE FEEST

Van der Schoor: ‘21 diner van mijn oudste dochter.’
Van der Schans: ‘Verjaardag van mijn lieve vrouw.’
Van Koningsveld: ‘Het blarenbal na de 200 km op de Weissensee.’

GROOTSTE IRRITATIE

Van der Schoor: ‘Mensen die hun afspraken niet nakomen.’
Van der Schans: ‘Onverschilligheid en luiheid.’
Van Koningsveld: ‘Negativiteit en “kan niet”-mentaliteit.’

BESTE NIEUWE RETAIL-CONCEPT

Van der Schans: ‘Hopelijk gaat de retailmarkt zich eens echt vernieuwen. Nu voornamelijk meer van hetzelfde en internet ontwikkelt razendsnel. Dus het wordt tijd voor veel meer vernieuwing. Hebben we nodig!’
Van Koningsveld: ‘Heb zelf van nabij mogen ervaren hoe lastig het is om met traditionele retail nog (voldoende) marge te maken. Hudson’s Bay lijkt het in ieder geval niet te worden...’

GROOTSTE VERLIES

Van der Schoor: ‘Aretha Franklin.’
Van Koningsveld: ‘Roy Hargrove.’

MEEST GEBRUIKTE APP

Van Koningsveld: ‘WhatsApp.’
Van der Schoor: ‘WhatsApp.’

Van der Schans: ‘Ook WhatsApp en de Rabobank-app. Geen wonder dat postkantoren en bankfilialen in hoog tempo verdwijnen.’

HELD

Van der Schoor: ‘Nog steeds Johan Crujff... Net zijn boek met uitspraken gelezen, geniaal!’
Van der Schans: ‘Mark Rutte, een duizendpoot die ons versnipperde land met zoveel meningen bij elkaar houdt en door de woelige wereld loodst.’

Van Koningsveld: ‘Ik heb maar één echte held en dat is Miles Davis, maar die is er al een tijdje niet meer.’

BESTE EVENT

Van der Schoor: ‘KLM Open-golftoernooi op The Dutch, wat een prachtig feest was dat.’

VASTGOEDMAN VAN HET JAAR

Van der Schoor: ‘Zijn er te veel...’

Van der Schans: ‘Vastgoedvrouwen!: Petra, Kamroen en Maaiké!

Van Koningsveld: ‘Iedereen die zijn best doet.’

VASTGOEDVROUW VAN HET JAAR

Van der Schoor: ‘Zijn er te weinig...’

Van Koningsveld: ‘Iedereen die haar best doet.’

TALENT VAN HET JAAR

Van der Schoor: ‘Arjan de Vos...’

Van Koningsveld: ‘Inderdaad, onze eigen Arjan!’

werkt. Dan kom je in de kern uit bij het gedrag van mensen en op dat gebied hebben wij al veel geleerd en kunnen we gedrag van mensen aardig inschatten.’

WELKE MENSEN WERKEN HIER BIJ E.CP ZE DAT VAK GOED BEHEERSEN?
Van der Schoor: ‘Dan heb je verschillende disciplines nodig; de commercie, de economie, de stedenbouw en architectuur, de techniek, het proces en mensen die de omgevingsfactoren goed kunnen inschatten. Onze organisatie is dan ook zeer divers samengesteld. Het is natuurlijk ook een geweldig vak om te doen want hoe leuk is het niet om de stedelijke omgeving echt beter te maken en ervoor te zorgen dat iedereen die daar gebruik van maakt er gelukkiger van wordt? Het product is buitengewoon complex en wij groeien als professionals mee doordat we die projecten ook echt realiseren en aan kunnen. Daarom blijft het vak ook zo leuk.’

HET LIJKT ME INTERESSANT OM DIE EXPERTISE TE BESPREKEN AAN DE HAND VAN EEN CASE. IN MEPPEL HEBBEN JULLIE OP EEN LOCATIE BIOSCOOP, RETAIL EN HORECA BIJ ELKAAR GEBRACHT.
Van der Schans: ‘Ook in Meppel kwam begin 2016 het V&D-pand leeg. Ons werd door Kroonenberg Groep gevraagd of we daar een plan voor zouden kunnen maken. Er was veel volume, juist ook op de eerste verdieping, dus het was hier een goede aanleiding om een flinke transformatie voor te stellen in combinatie met een sterke impuls in de kwaliteit. Uiteindelijk zijn we uitgekomen op een combinatie van een bioscoop en horeca en het verminderen van de winkeloppervlakte. We hebben door ons jarenlange werk in de bioscopen veel ervaring met die combinatie.’

IN HOEVERRE KWAM JE DE FACTOR ‘DRAAGVLAK’ TEGEN IN HET MEPPEL-PROJECT?
Van der Schoor: ‘Vooral de gemeente was belangrijk, want die moest de keuze maken voor een bioscoop op deze plek, terwijl er in de stad nog een in het verleden gesloten bioscoop is en men bovendien, net buiten de stad, plannen voor een nieuwe bioscoop had vergund. Maar ja, ons project was, zo vonden wij, de beste keuze voor de inwoners, voor het winkelgebied en voor de eigenaar. De wethouder en zijn ambtenaren gingen daar helemaal in mee. Het mooie voor Meppel was dat door deze actie 6000 vierkante winkelmeters uit de markt genomen werden, die afspraak had Meppel gemaakt met de provincie. Daarnaast namen we ook echt de bewoners mee in dit hele plan. Om hen, de ondernemers en andere belanghebbenden mee te nemen, organiseerden we al vrij vroeg in het proces een “inloopmarkt”, waarbij iedereen de eerste schetsen kon aanschouwen, om toelichting kon vragen en commentaar kon leveren.’

IS HET BELANGRIJK DAT JE JE OPDRACHTGEVER GOED MEENEEMT IN JE VERHAAL?
Van der Schans: ‘Vanzelfsprekend, wij werken veel als gedelegeerd ontwikkelaar en dan werk je met eigendom van een ander. Die moet op zijn minst even sterk in het plan geloven, het gaat immers om “zijn of haar” geld. Maar daarnaast doen wij ook projecten voor eigen rekening en dan moeten wij elkaar en onze partners in die projecten overtuigen.’

HET GRAPPIGE IS DAT ER ALTIJD IETS ONZEKERS BLIJFT IN DE BUSINESS-CASE DIE JE OPTUIGT.
Van der Schans: ‘In ons vak moet je heel goed om je heen kijken, dus we reizen veel om projecten te bekijken.

“The eye travels” is een term die ik vaak gebruik. In het resultaat van onze projecten zien we die reiservaringen goed terug. Weet je wat ook belangrijk is? Dat je goed kijkt hoe alles werkt bij een bedrijf dat zich in het pand gaat vestigen. Dat je weet hoe de klanten van het bedrijf maximaal bediend kunnen worden, hoe het gaat van bevoorrading tot producten in de schappen, maar bijvoorbeeld ook waar mensen parkeren en hoe zij daar komen. Het moet allemaal kloppen, alles moet goed zijn.’

Van der Schoor: ‘Inspiratie hoeft overigens niet per se van de andere kant van de wereld te komen. Veel halen we uit projecten in België, Frankrijk en Duitsland, omdat daar de verhouding tussen publiek en retailaanbod goed te vergelijken is met Nederland.’

KUN JE EEN VOORBEELD GEVEN VAN EEN PROJECT DAT JE ER ECHT UIT MOEST SLEPEN? WAAR HEEL VEEL PARTIJEN BIJ BETROKKEN WAREN.
Van Koningsveld: ‘Wij zijn nu heel hard bezig met Het Broerenkwartier in Zwolle. Deze “rotte kies” staat weliswaar hoog op de agenda bij de stad, maar het vastgoed is niet in handen van één partij. De stad, de stedenbouwers en welstand, hebben echter hoge ambities voor dit gebied en met ons plan gaan we nu de lat neerleggen voor de rest van het gebied. Dus moet nu iedereen ervan overtuigd zijn dat wij met ons plan de juiste richting aangeven. Dan moet je de politiek en andere belanghebbenden heel goed laten zien: als je dit doet, dan doe je ook iets goeds. Het fijne is dat we die ontwerpen en ook de visualisatie in huis doen. Je moet iedereen in je verhaal meenemen en de ideeën in sprekende beelden vertalen.’

Van der Schans: ‘Het is steeds een bewustzijn neerzetten dat stakeholders er voordeel van hebben. Je moet de belangen heel goed kennen. Bij de herontwikkeling van het Amsterdamse City Theater moesten we zelf de lobby doen, tot in de gemeenteraad, om onze plannen erdoor te krijgen. Dus het is steeds weer enorm verschillend.’

Van der Schoor: ‘Daarin spelen juist ook architectuur en projectmanagement een grote rol binnen ons bedrijf. Het gaat altijd om details: je kunt wel een mooi ontwerp maken, maar in de praktijk voegen wij bij de realisatie werkelijk functies toe en verplaatsen we ondernemers en als dat soepel gaat dan helpt dat.’

MOET JE OOK EEN BEETJE EIGENWIJS ZIJN IN JULLIE WERK?
Van der Schans: ‘Zeker! We vinden dat onze basis moet blijven staan, want de juiste mix samenstellen van functies is onze expertise. Dus we hebben geen poldermodel, zijn toch een klein beetje elitair, maar dan op een goede manier. Projectontwikkeling is een heel ingewikkeld vak en niet iedereen begrijpt dat direct. Wij moeten een supergoed plan bedenken waar iedereen in gelooft, maar ze hoeven niet in alles mee te denken. De beste projecten hadden toch de grootste tegenstand? Je moet je tijd vooruit durven zijn, dan maak je iets met toekomstwaarde. Kijk bijvoorbeeld naar Centre Pompidou in Parijs, dat zag niemand zitten, maar het werd een groot succes.’

Van der Schoor: ‘Dudok heeft voor Hilversum-Zuid het uitbreidingsplan in één schets getekend en het klopt nog steeds. Daar zit ook geen compromis in.’

Van Koningsveld: ‘Eigenwijsheid is een kerncompetentie voor een ontwikkelaar.’