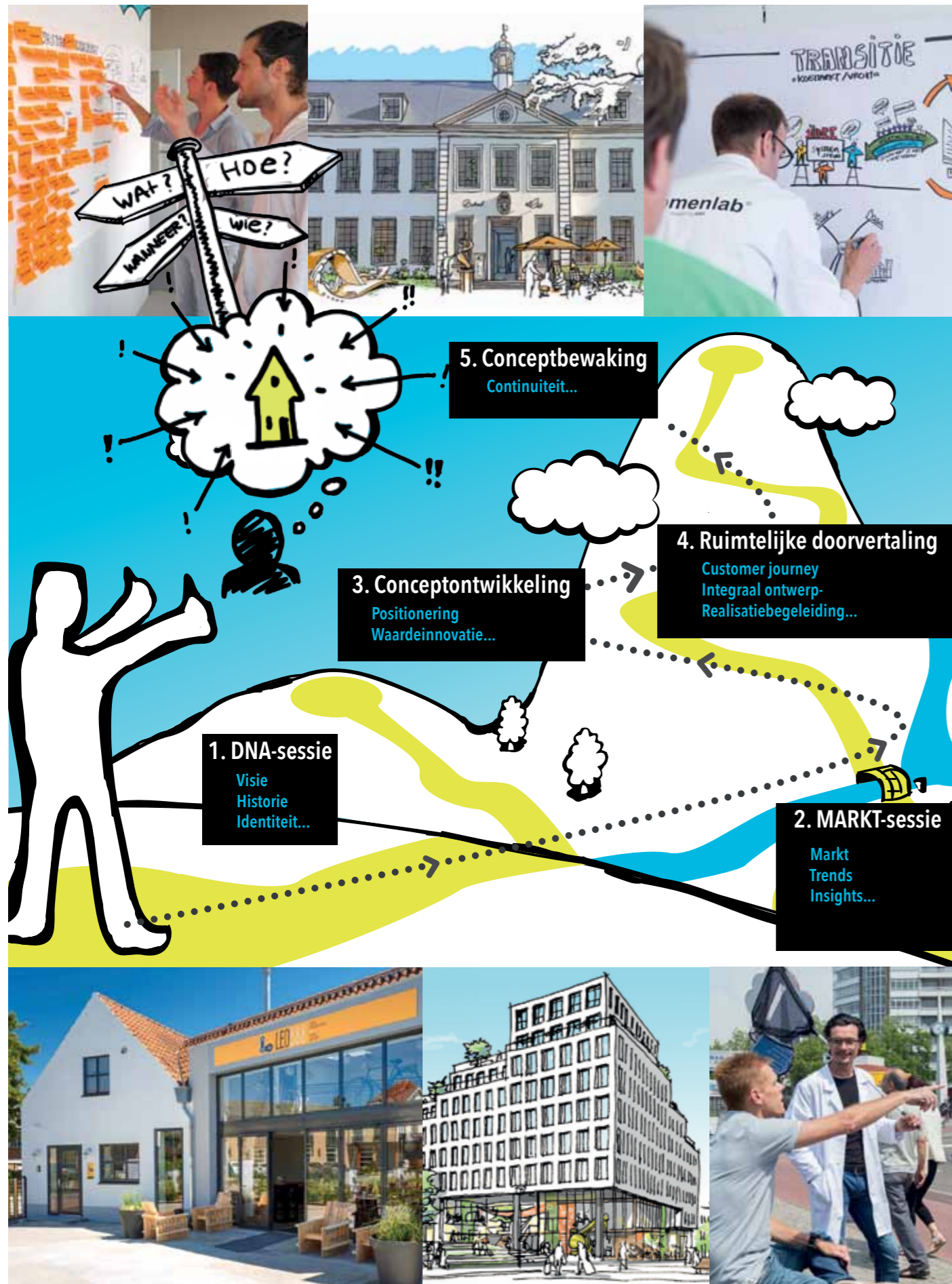


RENDEMENTS-DENKEN 2.0 HET VERHAAL VAN DE PLEKKENMAKERS



Als directeur van het succesvolle Hotel Stroom in Rotterdam fietste **Michel Kolenbrander** op een dag naar huis. Hij vertelde zijn vrouw dat hij ontslag had genomen. ‘Ik wilde concepten ontwikkelen voor hotels. Het bleek een methode die ook aansloeg in de vastgoedwereld. Met een kijk, die anders is volgens vakgenoten. Er zijn zoveel plekken die beter gemaakt kunnen worden. Dat is wat we met **De Plekkenmakers** doen.’

Het is snel gegaan. Zes jaar later, dan die ene dag op zijn fiets, ziet de wereld er voor Michel en zijn collega's van De Plekkenmakers heel anders uit. Het Rotterdamse bedrijf werd opgericht: een natuurlijk verbond van experts met een bijzondere visie op vastgoed en ruimtelijke ordening, maar bovenal met een heldere, haast maatschappelijke missie.

Een niet-alledaagse groep bij elkaar. Creatieve doeners en analytische denkers in merkstrategie, architectuur, stedenbouw dan wel procesmanagement. Binnenplekken, buitenplekken, dat maakt niet uit. ‘We willen de vastgoedbranche helpen om los te komen uit het eendimensionale gebouwdenkens’, vertelt Michel Kolenbrander, de conceptmaker van De Plekkenmakers. ‘Samenwerken met de buurtbewoners, ondernemers en andere stakeholders werkt ontzettend goed in onze aanpak. Dat is de basis voor de plekken die wij creëren voor onze opdrachtgevers. Het leidt tot de vaak noodzakelijke vernieuwing, om een plek gaaf en toekomstbestendig te maken.’

De filosofie van De Plekkenmakers is *straight forward*: het gaat niet om functionaliteiten stapelen en bouwkundige vinkjes zetten. ‘Juist niet. Als je duurzame plekken wilt creëren dan zul je verhalen moeten ophalen om een nieuw én duurzaam verhaal te kunnen maken. Dat hebben andere branches al heel goed begrepen, ze denken in concepten, belevingen en integrale oplossingen. Wij helpen de vastgoedbranche om met een multidisciplinair team, vanuit het dna van de plek, meer in de huid te kruipen van toekomstige gebruikers en omwonenden, om wezenlijk van invloed te zijn op het langetermijn-succes van

nieuwe plekken. Dat is niet nieuw in de wereld, maar wel in de sector. Het leuke is dat vastgoedprofessionals steeds meer ontvankelijk zijn voor deze methode. En niet onbelangrijk: de resultaten zijn uitermate positief.’

RENDEMENTS-DENKEN

De groei van De Plekkenmakers is stormachtig. Projecten in de Randstad, de Veluwe, Noord-Brabant, Limburg en België volgden elkaar in snel tempo op. Telkens was daar een soortgelijke vraag uit het veld: ‘help ons met onze plek’. En telkens kwam daar een onconventionele aanpak van De Plekkenmakers als antwoord.

Niet lukraak, maar opgebouwd volgens een duidelijk stappenplan. Van onderzoek naar het dna van de plek tot aan marktverkenning. En van de conceptfase (waarin de positionering en klantbeleving is verdisconteerd) tot uiteindelijk het ontwerp. ‘Dat proces is geen show van De Plekkenmakers, maar een co-creatieve fase met de verschillende disciplines en belanghebbenden. Dan ga je de kracht van een plek echt verzilveren.’

Werkend in een gebied of een straat, soms met behulp van een pop-up-winkel, om buurtbewoners uit te nodigen om hun verhaal te delen. Soms door een workshop met stakeholders en steevast met een moodboard.

‘Eigenlijk is dat het omgekeerde van een spreadsheet, de visualisatie van de intrinsieke waarde. Het effect is bijzonder als je aandacht geeft aan de plek en de verhalen van de mensen die er komen. Mensen zien hun dromen opgetekend worden en worden ambassadeur van de vernieuwing. Ze leren de plannen én elkaar kennen. Ze blijken dan heel flexibel in hun denken, wat concreet betekent dat criticasters van

het eerste uur soms letterlijk begrip krijgen voor de vernieuwing. Ze voelen zich op z'n minst serieus genomen. Een belangrijke stap om projecten ook echt binnen budget en planning te kunnen laten slagen', vertelt Reggy Hulskens, architect van De Plekkenmakers.

'Natuurlijk beseffen we dat onze opdrachtgevers rendement moet halen', vult Michel Kolenbrander aan. 'Maar rendement gaat verder dan vierkante meter-denkers en functie-volgers. Het gaat over historie. Emotie. Echte wensen van de toekomstige gebruikers. Het gaat over verhalen van mensen, die vaak op elkaar aansluiten en in elkaar haken. Wij halen die verhalen op in ons zogenaamde 'Dromenlab'. Daar worden geen luchtkastelen gebouwd, maar reële opties bedacht. Mensen weten echt wel wat kansrijk is en buiten scope ligt! In feite maken wij inzichtelijk wat het bestaansrecht van de nieuwe plek echt is. Dat is rendements-denken 2.0. Een manier waarop je uiteindelijk als gemeente, belegger of architect wezenlijk andere keuzes maakt. Uiteindelijk de juiste keuzes.'

LABJASSEN OP DE PROVADA

De spurt van De Plekkenmakers, van regionale speler naar landelijke denker, voert terug tot een bijzonder optreden op de Provada. Twee jaar geleden stonden De Plekkenmakers daar ineens op het Transformatieplein in hun karakteristieke, witte labjassen. 'We vroegen deelnemers om de noodzaak om te veranderen bij naam te noemen', lepelt Reggy Hulskens de anekdote uit zijn geheugen op. 'We waren nieuwkomers en hadden geen idee



of de grote namen uit het vak ons zouden toelaten met een dergelijke indringende vraag. We waren best gespannen. Maar iedereen, ja iedereen, kwam met een spontaan inhoudelijk antwoord over hoe zij de branche zouden willen veranderen. Later toen we ook onze visie hadden gepresenteerd – 'van vierkante meter naar een sterk verhaal' – werden we aangeklampt 'wat goed dat jullie dit doen, dit hebben we nodig', werd er gezegd.'

In hun kantoor in Rotterdam maakt Michel Kolenbrander ondertussen aantekeningen in schetsvorm. Reggy filosofeert aan een stalen tafel. Aan de muur hangen gekleurde post-It-stickertjes. 'We willen onze filosofie graag doortrekken naar omvangrijke hedendaagse gebiedsontwikkelingsprojecten. Daar staat de branche steeds meer voor open, maar

we zijn er nog niet. Op de Provada waren de bezoekers openhartig over het ontbreken van de menselijke maat in projecten. Velen wisten feilloos te benoemen waar de schoen wringt. Maar terug in de organisaties zie je dat vastgoedprofessionals ook weer terug in een bepaald keurslijf lopen. Doen wat je altijd doet; de branche wil daarmee stoppen, maar zo makkelijk blijkt dat niet.'

Het verhaal kantelt naar de noodzaak voor verandering. Van klimaatprotesten en fileleed tot en met besmet vlees, woningnood en de vastgoedsector. 'Op de huidige voet verder gaan, dat gaat niet meer. Daarover waren de bezoekers van de Provada het allemaal eens. Ik vond de branche openhartig; kritisch tegelijkertijd. Een andere kijk op bestaande vraagstukken is noodzakelijk. Gelukkig krijgen steeds meer plekken die aandacht.'

TERUGBLIK 2019

Wat was de belangrijkste les uit 2019?

Reggy: 'Dat we ons verhaal moeten blijven vertellen. Dat zagen we duidelijk terug op de Provada. Daar ontmoetten we vastgoedprofessionals, die enthousiast met in hun ogen noodzakelijke brancheveranderingen op de proppen kwamen. Ironisch natuurlijk. Zij zijn de branche. Voor

ons een eye-opener dat er een groot verschil is tussen de mens achter de vastgoedprofessional en de organisaties waaruit gehandeld wordt. Als mens zien de professionals dat het anders moet, maar dat betekent niet dat professionals in een sector met grote belangen dat ook kunnen waarmaken.'

Welk cijfer geef je 2019?

Michel: 'Ik heb ooit

een tien voor wiskunde gehaald, maar ik weet niet of mij dat voldoening gaf. Ik keek eens naar het velletje papier dat ik terugkreeg van de docent en zag geen commentaar. Alleen een paar krullen. Dat voelde gek. Daarom geef ik ons geweldige jaar met De Plekkenmakers een rapportcijfer 8. Daar zit zowel de ambitie als de potentie in verdisconteerd. We

groeien enorm hard.'

Beste zakenlunch
De Plekkenmakers High Tea in Parkhuys Rosarium in Doorn, waar we met familieleden en vrienden Pictionary hebben gespeeld.

Mooiste deal
De conceptontwikkeling van een klooster in Mechelen.

Grootste verlies
We verliezen eigenlijk nooit. Of we zien het niet als verlies.

Beste beurs
De Provada.

Opvallendste nieuws
De urgentie om te veranderen is exceptioneel toegenomen in het afgelopen jaar.

VOORUITBLIK 2020

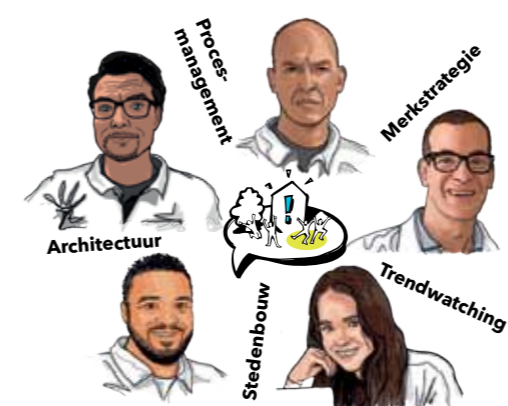
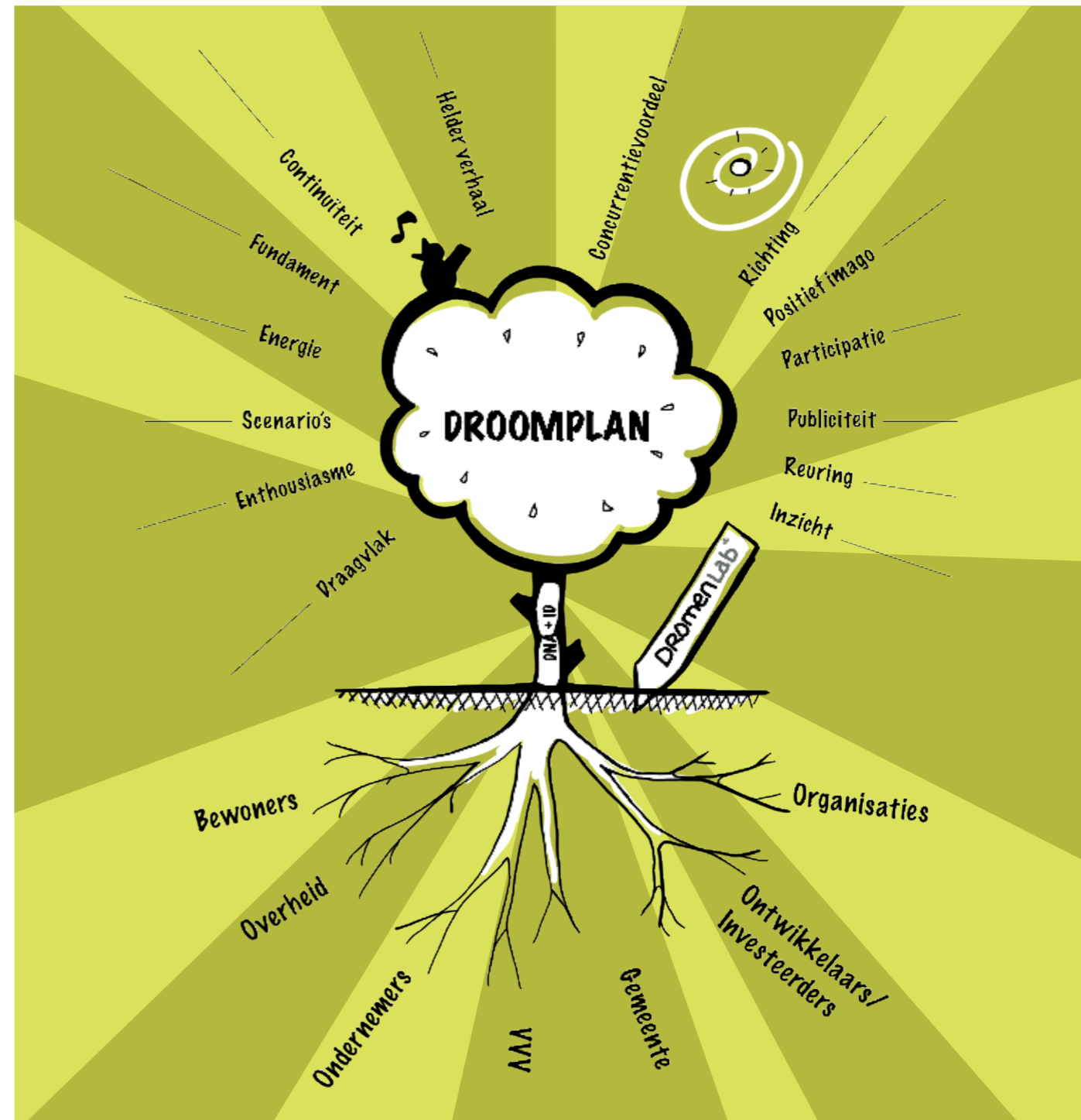
Waar ga je meer tijd en aandacht aan schenken
Groeï van de organisatie. Nog leukere opdrachten.

Grootste uitdaging
Met een innovatieve

organisatie ook individuen laten groeien.

Waar kijk je naar uit
Succes, prijzen en impact met onze projecten in de maatschappij.

Wat ga je anders aanpakken
Eerder 'nee' zeggen als er geen klik is. En meer kennis delen.



IN FEITE MAKEN WIJ INZICHTELIJK WAT HET BESTAANSRECHT VAN DE NIEUWE PLEK ECHT IS