

'ALLEEN SAMEN CREËREN WE PLEKKEN MET EEN ZIEL'

Vastgoedprojecten zijn pas echt rendabel als ze worden ontwikkeld vanuit de behoefte van de plek en de mensen. **Plekkenmakers** **Michel Kolenbrander** en **Reggy Hulsken** leggen uit hoe. 'We zijn slechts de katalysator.'

Tien jaar geleden bundelden **Michel Kolenbrander** (merkstrateg/conceptontwikkelaar), **Reggy Hulsken** (ontwerper/architect) en **Alex Neves** (architect/stedenbouwkundige) hun krachten met als doel echte co-conceptontwikkeling en co-creatie tot stand te brengen. Ze noemden zich **De Plekkenmakers**. In opdracht van overheden, architecten en vastgoed- en gebiedsontwikkelaars hebben ze de afgelopen jaren tal van complexe ruimtelijke en maatschappelijke vraagstukken opgelost. Van het mooier en bestendiger maken van bestaande gebouwen en gebieden tot het ontwikkelen van geheel nieuwe gebieden.

AUTHENTIEKE VISIE

Alles draait bij De Plekkenmakers om samenwerking, legt **Michel Kolenbrander** uit. 'Samenwerking vormt al tien jaar de basis van ons succes. We vormen een coöperatie van nu zes zelfstandige ondernemers. Onze kracht zit in het samenbrengen van onze disciplines: merkstrategie, architectuur, stedenbouw, erfgoed, trendwatching en procesmanagement. De complexe ruimtelijke projecten lossen we op vanuit de identiteit van een plek en met de mensen die daar leven. Samen leggen we het verhaal van de plek bloot. Zo creëren we een authentieke, niet te dupliceren visie, die beklijft bij omwonenden en andere stakeholders.'

KATALYSATOR

Met deze methode van co-creatieve visie- en conceptontwikkeling onderscheiden De Plekkenmakers zich van andere consultants en ontwerpers, verklaart architect **Hulsken**. 'Meestal wordt een concept van bovenaf opgelegd of bedacht, zonder echte betrokkenheid van de mensen van de plek. Daarmee creëer je een papieren werkelijkheid waarvoor geen draagvlak is. Als je niet goed naar de lokale behoefte

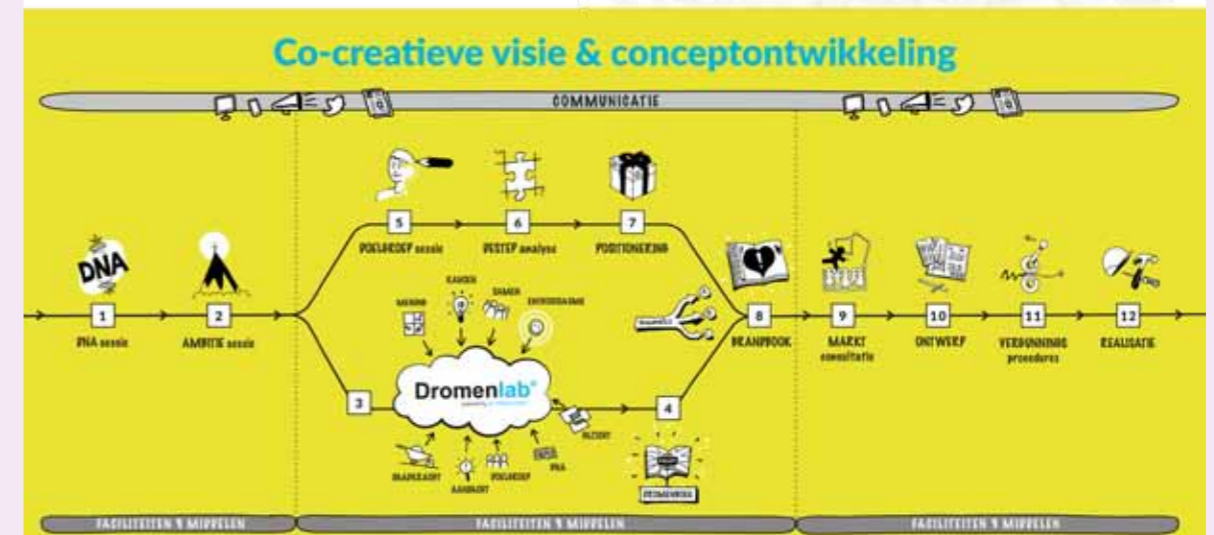
kijkt, beland je bovendien vaak in standaardoplossingen. De Plekkenmakers bedenken geen concept, wij zijn slechts de katalysator. We enthousiasmeren mensen en maken energie en creativiteit in ze los.'

RENDEMENTS DENKEN 2.0

Daarbij verliezen De Plekkenmakers het financiële aspect zeker niet uit het oog, benadrukt **Kolenbrander**. 'Natuurlijk beseffen we dat onze opdrachtgevers rendement moeten halen. Projectontwikkelaars zijn financieel gedreven. Maar er zijn twee soorten rendement. Bij sommige partijen voert het vierkantemeterdenken nog de boventoon; hun enige zorg is het vastgoed tegen de hoogste vierkantemeterprijs te verhuren of verkopen. Maar deze manier van denken werkt niet meer. Wij helpen opdrachtgevers te ontwikkelen vanuit de behoefte van de plek en de mensen. Dat levert duurzame, bestendige en rendabele projecten op. Dat noemen we rendementsdenken 2.0.'

ONLINE & OFFLINE-WERKWIJZE

De Plekkenmakers hebben zich niet uit het veld laten slaan door de coronacrisis, betoogt **Hulsken**. 'Door de verplichte sociale distancing hebben we een gecombineerde online & offline-werkwijze uitgerold. Zo zijn onze gebruikelijke fysieke inspiratiesessies nu digitaal. Onze dynamiek en enthousiasme weten we gelukkig ook digitaal te kunnen overbrengen. Bovendien ervaren de deelnemers nog steeds echte participatie. Dat hoorden we in elk geval terug van 30 medewerkers van Brabantse gemeenten en waterschappen. In een aantal sessies hebben we hen geholpen om samen sneller klimaatadaptief en CO₂-neutraal te worden. Het zou me niet verbazen als een mix van online en offline de toekomst is van co-creatieve visie- en conceptontwikkeling.'





1,5-METERECONOMIE

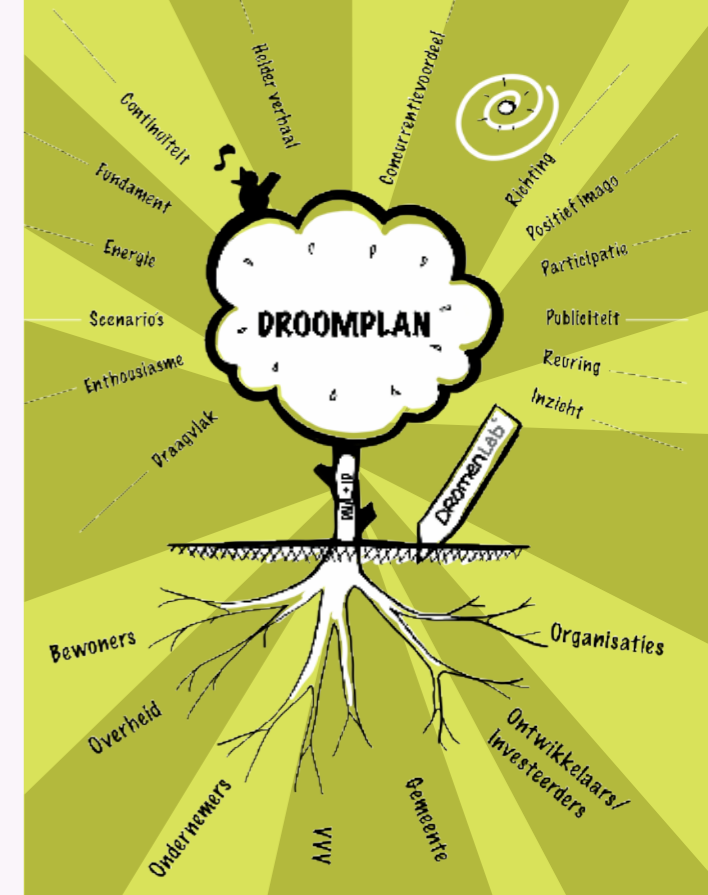
Ondernemers én gemeenten grijpen de coronacrisis aan om zich beter in de markt te zetten, merkt **Kolenbrander**. ‘Zo helpen we gemeente Nunspeet bij hun visie op recreatie en toerisme. In de zomer is het er heel druk. Maar de gemeente wil ook de rest van het jaar mensen trekken. Vanuit de kracht van de plek – bos, hei, Randmeren en museum – hebben we een koersnotitie gemaakt. Onze slogan ‘Vier seizoenen uit de kunst’ hebben we aangevuld met ‘1,5 meter uit de kunst’. Want Nunspeet wilde zich voorbereiden op de 1,5-metereconomie en de ondernemers hoop en inspiratie geven. We kunnen straks prima op 1,5 meter afstand op een terrasje zitten of een maaltijd afhalen bij een restaurant. Samen met de gemeente, VVE, de centrummanagers en bewoners stomen we het centrum van Nunspeet klaar voor de nieuwe tijd.’

‘SAMEN LEGGEN WE HET VERHAAL VAN DE PLEK BLOOT’

NIEUW TIJDPERK

Hulsken ziet ook voor de vastgoedsector een nieuw tijdperk aanbreken. ‘Deze complexe tijd vergt creativiteit en innovatie in de sector. Maar die komen alleen tot stand door samenwerking. Toch blijkt samenwerking nog vaak de bottleneck in vastgoedprojecten. Of het nu om tekortschietende samenwerking binnen de keten gaat of om gebrekkige communicatie met omwonenden en andere stakeholders. Tijdens deze coronacrisis ziet iedereen in hoe groot het belang van samenwerking is. Alleen door samen te werken kunnen we het virus verslaan. Dat principe geldt ook in het vastgoed. Om complexe vastgoedprojecten en gebiedsontwikkelingen tot een goed einde te brengen, is een gemeenschappelijke inzet nodig.’

Opdrachtgevers die volgens de co-creatieve visie- en conceptontwikkeling van De Plekkenmakers werken



weten dat al, stelt **Kolenbrander**. ‘En ik zie dat ons verhaal in deze tijd nog breder aanslaat. Zo krijgen we een bebouwde omgeving die veel beter past bij de mensen en de plek; plekken met een ziel.’ ■

WANNEER HADDEN JULLIE DE MOED OM JE EIGEN BEDRIJF TE STARTEN?

Aan het begin van de vorige (financiële) crisis. Reggy heeft in 2005 een coöperatie opgericht. Hij geloofde dat alleen echte innovatie kon ontstaan door crossover samen te werken met verschillende disciplines.

WAT ZIJN VOOR JULLIE DE UNIVERSELE

WAARDEN VAN ONDERNEMEN, ONAFHANKELIJK VAN WELKE CRISIS ZICH OOK VOORDOET?

Creativiteit en innovatie, samen, resultaatgericht, plezier, onafhankelijk.

WELK VAK Zouden JULLIE GEKOZEN HEBBEN ALS JULLIE GEEN ONDERNEMER Zouden ZIJN?

Wellicht waren we in onze oude rol gebleven van architect, hotelier, procesbegeleider,

stedenbouw-kundige, trendwatcher of erfgoed specialist.

WELKE DROOM HADDEN JULLIE VOOR OGEN VLAK VOORDAT JE BEGON?

De droom om samen met een gedreven multidisciplinair team visies en concepten te ontwikkelen voor gave plekken die van betekenis zijn. Niet te denken in m² maar in een sterk verhaal.

HOE ZIJN JULLIE VERANDERD/GEGROEID DE AFGELOPEN JAREN?

We zijn gegroeid in de grootte van projecten en in omzet. Ons eerste internationale project is een feit. Daarnaast groeit onze merk-bekendheid. Ook worden we geholpen door een raad van advies.

AAN WELKE EIGENSCHAPPEN/VAARDIGHEDEN HEBBEN JULLIE BEWUST GEWERKT?

Het is belangrijk

om bij je verhaal te blijven en vanuit je kracht te werken.

We hebben de afgelopen jaren gewerkt aan het visueel faciliteren van sessies, een cursus projectontwikkeling, hebben een masterclass conceptontwikkeling gedaan bij de NEPROM en geïnvesteerd in persoonlijk leiderschap en teamcoaching.

WELKE TEGENSLAG HEEFT JULLIE HET MEESTE GEVORMD?

Wij zijn gewend om te werken in crisistijd. We zien dit soort periodes als kans, omdat juist nu creativiteit nodig is.

HOE WORDEN JULLIE BEÏNVOLOED DOOR SUCCES?

Het inzicht dat je iets fout hebt gedaan, is als inzicht ook een succes. Zo zorgt succes voor vertrouwen en groei

bij mensen en het team.

EN WELK SUCCES-MOMENT HEEFT JULLIE HET MEESTE BEÏNVOLOED?

Toen we in 2015 de tender van Antoni Delft wonnen samen met Vink Bouw, Smits Bouwbedrijf en Studio Ninedots. Dit liet ons inzien dat we mee kunnen spelen op het hoogste niveau.

WAT TYPEERT JULLIE STIJL VAN LEIDING GEVEN?

We zijn een

coöperatie, waardoor we met elkaar achter een beslissing moeten staan. Ieder project heeft wel een projectleider.

WAT IS JULLIE LEVENSFILOSOFIE?

Samen bedenken, samenbrengen, samen doen.

WAT DOE JE ALS HET EVEN TEGENZIT?

Focus op wat goed gaat. Denk vanuit kansen en mogelijkheden. Dat zorgt voor de juiste stofjes in je brein.

WAT WAS JULLIE HOOGTEPUNT IN 2019?

Dat was het moment dat we twee keer een Droomlab deden in een maand. De ene week voor de gemeente Katwijk bij een gebiedsontwikkeling en een week later in Gemert voor de herbestemming van een kerk. Ook het binnenhalen van een opdracht in België was een van de hoogtepunten.

WAT IS JULLIE ULTIEME DOEL ALS ONDERNEMER?

De nummer 1 worden in co-creatieve visie en conceptontwikkeling voor gebouwen en gebieden. Wanneer zijn jullie succesvol? Als mensen waarmee en waarvoor we werken, blij zijn met ons en geïnspireerd zijn.

WAT WILLEN JULLIE ALS ONDERNEMERS

NALATEN AAN DE VOLGENDE GENERATIE?

We willen concepten ontwikkelen vanuit het dna en samen met de mensen, omdat dat zorgt voor gebouwen en gebieden met een verhaal dat wordt doorverteld.

OVER WELKE INVESTERING HEBBEN JULLIE LANG NAGEDACHT?

Een nieuw kantoor. Maar vanwege het thuiswerken (en dat bevalt goed) wordt

dat minder groot dan bedacht. DIGITAAL VERGADEREN: WAAROM WEL/NIET?

Je komt veel sneller 'to the point' en het bespaart reistijd. Maar het kost veel meer energie dan een live meeting die ook creatiever is.