

# ‘VAN EEN CRISIS WORD JE ALLEEN MAAR CREATIEVER EN SCHERPER’

Meedenken van concept tot uitvoering, dat maakt het team van communicatiebureau PRSC. uniek. Stikstofcrisis of niet. Want van een crisis word je alleen maar creatiever. PRSC. begrijpt die wisselende hectiek rondom ontwikkelingen van projecten. Directeur eigenaar Raymond van der Ploeg: ‘Dat maakt ons werk ook zo leuk.’

Per toeval specialiseerde Raymond van der Ploeg zich in vastgoedcommunicatie, nu alweer bijna 25 jaar geleden. De Rotterdammer in hart en nieren stuitte op de realisatie van Park Boswijk op de vinexlocatie Ypenburg in Den Haag. En deed de communicatie van het project. Deze aparte tak van sport lag hem wel. Van het een kwam het ander. Inmiddels is PRSC. een toonaangevend bureau in de Randstad. Bij het bureau spreken ze de taal van de ontwikkelaar, vastgoedeigenaar, belegger, gemeente en woningcorporatie. En dat zie je terug in sterke offline en online media, vormgeving, design, bewegend beeld, copywriting, marktonderzoek en conceptontwikkeling. ‘U vraagt wij draaien’ dáár kun je niet meer mee aankomen. Dus is het communicatiebureau een kei in het vertellen van pakkende doorleefde verhalen. Gevoel en emotie telt. Technische details? Die komen later wel. ‘Al in de conceptfase van een project kunnen we door data vrij nauwkeurig voorspellen welk type koper in het plaatje past en op een woonproject afkomt. Omdat interesse online meetbaar is, kun je zo de markt beter bedienen. Onze waarde zit in de

strategie en het concept. Je moet de markt aan de voorkant goed analyseren, en daarbij is data leidend. Wat je vroeger deed op aannames en onderbuikgevoel kun je nu meten.

De feiten die je vooraf bepaalt zijn onderdeel van het succes achteraf. Een campagne kunnen we constant monitoren, en dat maakt het interessant.’

## ***Heb jij geen slapeloze nachten van de stikstofcrisis met gevolgen voor het bouwen en ontwikkelen?***

‘Nu zit iedereen op het puntje van z’n stoel, omdat de markt redelijk op slot zit door de overheidsmaatregelen. Maar we moeten in de benen. Het mooie van tijden waarin het minder gaat, is dat er ook ruimte komt voor creativiteit. Dan word je scherper. Tijdens een crisis moet je juist hand in hand gaan, en dichter bij elkaar staan. Dus schouder aan schouder een crisis doorkomen en krachten bundelen. Samen ben je sterker. Geef je energie dan krijg je dit terug, en dan haal je het beste in elkaar naar boven. Bovendien heb ik ook wel geleerd dat je je kunt





De minister voor Wonen wil flink gaan bouwen. Wordt de markt op de juiste manier gestimuleerd of juist niet?

Ik zou letterlijk én figuurlijk niet graag in zijn schoenen staan. Een zakenkabinet is voor deze portefeuille zeker noodzaak

**Wat is het allerbelangrijkste dat we nu nodig hebben in de woningmarkt?**

Een snelwerkend plan en flexibelere regelgeving vanuit de overheid, waardoor we snelheid kunnen maken met elkaar. Moet de regie weer bij het Rijk liggen of juist lokaal houden? De regie moet liggen bij de instanties welke de beweging in de markt het snelst kunnen bewerkstelligen

**Hoe houden we wonen betaalbaar?**

Zorgen dat alles weer normaliseert

**Welke bijdrage wil jij leveren?**

Bijdrage leveren aan de juiste (vastgoed) marketing

**Welke factoren zijn belangrijk voor de woonmilieus van de toekomst?**

Woongeluk voor iedereen in welke vorm dan ook

**Wat betekent duurzaamheid voor jou?**

Duurzame ontwikkeling is een ontwikkeling die tegemoetkomt aan de levensbehoeften van de huidige generatie, zonder die van de toekomstige

generaties tekort te doen

**Op welke manier kan de markt bijdragen om de problemen op de woningmarkt aan te pakken?**

Marktbreed is dit minimaal, maar wellicht onderschat ik dit

**Hoe zie jij je eigen rol?**

Blijven vernieuwen en ontwikkelen en vooral kijken naar de veranderingen in de markt

**Herontwikkeling of nieuwbouw?**

Een combinatie van beiden

**Waar liggen de meeste kansen, binnenstedelijk of in het buitengebied?**

Voor de realisatie van het gewenst aantal woningen op jaarbasis in het buitengebied. Al blijft de transformatie van de binnenstedelijke gebieden ook een uitdaging

**Hoe kun je aantrekkelijke woningen blijven bouwen in deze markt?**

Door te zorgen dat je goed kijkt en luistert naar de bewoners van de toekomst

**Zetten we in op standaardisering of blijven we maatwerk leveren?**

Standaardisering is een must om snel, goedkoop en duurzaam te bouwen. Hoe spelen we in op trends als gemeenschappelijke voorzieningen?

Durven is doen. Het verschil willen maken door juist dat te

doen waar de markt behoefte aan heeft. Hoe kunnen de woonblokken van de toekomst bijdragen aan een levendige omgeving waar ontmoeting mogelijk is?

De mix van doelgroepen wordt steeds belangrijker en is van deze tijd. Speel hier beter op in met het maken van de plannen. Ook de marketing kan hier een belangrijk onderdeel in zijn

**Welke levenslessen heb je geleerd en van wie? Levenslessen zijn dagelijkse voeding van ervaringen en gebeurtenissen**

**Wat wil jij mensen meegeven? Blijf altijd dichtbij jezelf**

**Wat was voor jou een beslissend moment in je leven?**

Mijn besluit ondernemer te worden in 1999

**Welke waarden wil je uitstralen? Verdraagzaamheid is wel van deze tijd**

**Wat maakt jou nieuwsgierig? Nieuwsgierig zijn, is een krachtige eigenschap, die je vooruit helpt in alles**

**Waar kom jij 's ochtends je bed voor uit? Voor een nieuwe dag vol kansen en uitdagingen**

**Hoe ga jij om met uitdagingen? Uitdagingen geven energie, dus de basis van alles in het leven**

**Wat motiveert jou? Alles wat energie geeft**



**Wat is je diepste drijfveer?**

Drijfveer zegt iets over de doelen die je wilt behalen. Het beste uit een ander en uit jezelf halen

**Wat wil jij bijdragen?**

Mensen motiveren en inspireren met het delen van mijn ervaring en kennis door de jaren heen

**Waar spreek je af met vrienden en waarom? Overal waar een goed glas wijn is**

**Waar kom je tot rust? Gewoon thuis in ons heerlijke appartement in Rotterdam met uitzicht op de Euromast en haven**

**Wat is je favoriete uitwaai-plek? Vlieland**

**Hoe combineer jij hart en verstand? Dat is soms best lastig**

**Hoe bewaar jij de balans tussen hoofd en gevoel? Mijn gevoel laat mij niet snel in de steek, dus dit gaat vaak goed**

**Welke bezieling ervaar je in je werk en je leven? Bezieling is de basis van heel veel zaken**

**Hoe kom jij tot jezelf na een drukke werkweek? Een rondje door het Euromastpark met of zonder hond**

**Hoe blijf jij trouw aan jezelf? Door te luisteren naar je innerlijke motivatie en je vooral niet te laten leiden door**

externe triggers. Hoe ga je om met ergernissen?

Door er zoveel als mogelijk van weg te blijven. Dit vreet energie

**Hoe krijg jij zaken in beweging?**

Door te enthousiasmeren en een plan te hebben. Wat zou je nog een keer over willen doen?

Het hele leven met de kennis van nu (lees positief!)

**Durf jij groot te dromen? En waarover?**

Groot denken is groot worden heb ik geleerd. Mijn grootste droom is de rest van mijn werkzame leven te doen waar ik écht goed in ben

# ‘ONZE WAARDE ZIT IN DE STRATEGIE EN HET CONCEPT’

aanpassen naar een nieuwe situatie en andere keuzes kunt maken. Ook als consument. Die stap hoeft helemaal niet zo groot te zijn. Door anders te denken gaat er een nieuwe wereld open.’

**Hoe dan? We zitten met torenhoge lasten.**

‘Vorig jaar werd de benzineprijs duurder. Reden we toen massaal minder? Nee! Kennelijk maak je dan toch keuzes in je uitgavepatroon. Dat kun je ook doortrekken naar wonen. Misschien betaal je meer voor een koopwoning dan je nu uitgeeft aan huur, maar krijg je er een energiezuinige woning voor terug en dalen zo je energiekosten. Of krijg je meer vierkante meters. Een toekomstige bewoner is bereid om z'n huishoudboekje aan te passen en te bezuinigen op andere dingen.’

**Wat doet een Rotterdammer in Amsterdam?**

‘Ik woon en werk in Rotterdam. Het is een stad met lef, niet lullen maar poetsen. En uniek om z'n geweldige skyline. Het is wel jammer dat er nu zo weinig woningen opgeleverd worden. De stroperigheid in realisatie is erg aanwezig. Terwijl progressie juist hoort bij deze stad. Zo woon ik zelf ook in een vernieuwend getransformeerd kantoorpand en kijk ik uit op de Euromast en de haven. Wat mij betreft mogen er meer van dit soort projecten komen. Maar als rasechte Rotterdammer ben ik ook blij en trots dat PRSC. een steentje bijdraagt aan projecten in Amsterdam zoals Yvie,

Patchwork, Sluishuis, SPOT en Oostenburg. Ik houd van de sfeer en de mensen in onze hoofdstad.’

**Wat is belangrijk in een campagne anno 2023?**

‘Dat is dan toch de focus op de netto maandlasten.’

**Welke verschuiving zie jij in wonen?**

‘Dat is een trend die al een paar jaar geleden is ingezet: jong en oud zijn geïnteresseerd in een appartement. Vroeger werden appartementen alleen verkocht aan senioren en stond er een sportief grijs echtpaar op de cover. Maar jong en oud mixen heel goed. Zo is omgevingscommunicatie ook belangrijk. In het transformeren van kantoor-, school- en winkelpanden naar wonen zitten nog steeds mogelijkheden. Maar dan moet je wel de bewoners in de directe omgeving goed informeren over de overlast. Hoe krijg je ze enthousiast zodat ze geen bezwaarschrift indienen? Dat heeft ook met communicatie te maken. En ben je één van de eerste kopers dan leef je nog jaren in een bouwput. Met een goed verhaal neem je twijfels weg.’

**Wat zijn mooie projecten?**

‘De Nieuwe Watertoren in het luxere segment. Rondom de Formule 1 zijn we dit project vorig jaar gaan branden. Met een online campagne namen we de klant aan de hand mee. Zandvoort is in de volksmond een patatdorp in vergelijking met de kustplaatsen eromheen. Voor deze kustplaats betekent De Nieuwe Watertoren een transformatie en krijgt het een beter aanzien. Sluishuis in Amsterdam is een mooi voorbeeld van een project in ontwikkeling waarvoor we een datagestuurde communicatieplan hebben gemaakt. Wonen, winkelen en werken komen samen in een gebouw. Alles klopt.’

**Wat is nu eigenlijk de liefde voor vastgoedcommunicatie?**

‘Ik ben de aparte taal van vastgoed gaan spreken en ervan gaan houden. Je moet het juiste poppetje bij het product krijgen, en dat is een uitdaging. Het verdienmodel zit aan de voorkant in een project dat een ontwikkelaar op de markt zet. PRSC. maakt die markt én het succes. Zo voegen we met beeld en tekst waarde toe aan het vastgoed.’