

Blauwhoed en de toegevoegde waarde

'We snappen hoe onze klanten leven en werken'

'Wij stoppen niet bij de oplevering van het product. Eigenlijk begint het daar pas. Als Blauwhoed begint aan een opdracht, brengen we eerst alle belangen van de betrokken partijen in kaart. Die belangen beschouwen we daarna als de onze.' Directeur Ontwikkeling en Realisatie Phillip Smits van Blauwhoed werkt sinds maart bij de Rotterdamse ontwikkelaar. Met de redenen voor zijn toetreding legt Smits de essentie van Blauwhoed bloot: 'Behalve wat ik net al schetste, is Blauwhoed perfect in samenwerking. We snappen hoe onze klanten, van consumenten tot zakenpartners, willen leven en werken. Dat is onze sterke toegevoegde waarde. Het zit in de genen van ons bedrijf dat we nadenken over het functioneren van het vastgoed na de oplevering. Dat is écht, geen verkoopverhaal. Die cultuur, daar voel ik me heel prettig bij.'

In eigen hand

'We houden bij de realisatie van onze projecten alles in eigen hand', zegt Smits. 'Dat is de beste manier om de gewenste kwaliteit te waarborgen. Dus zijn we heel selectief in de keuze van architecten, adviseurs en aannemers. Dat loopt zelfs door tot de keuzes van materialisering van onze producten. Zodoende zijn we ook in staat om bijvoorbeeld na de oplevering onderhoudsdiensten onder de vlag 'Eurocomfort' aan te bieden. Dit doen we niet alleen op productniveau, maar ook op het gebied van openbare ruimte en het beheer daarvan.'

'Ik zei al dat we beginnen met het in kaart brengen van de belangen van alle partijen. Die vertalen we vervolgens naar fysieke, economische, sociale en demografische elementen. Daarmee wordt ons domein veel groter. We anticiperen op het leven ná de oplevering van het project. We gaan in het nemen van deze verantwoordelijkheid een stap verder dan andere ontwikkelaars. Dit levert uiteindelijk een substantiële meerwaarde voor de afnemers van een gebouw en de consumenten van een woning.'

Eurowoningen

Blauwhoed verkoopt zelf de woningen die het als projectontwikkelaar realiseert. 'Ook dat heeft weer met kwaliteit te maken', legt Smits uit. 'Al onze woningen hebben het 'Eurowoningenlabel', het

enige kwaliteitslabel van Nederland. Onder dit label spannen we ons vergaand in op het gebied van duurzaamheid, veiligheid, ruimtelijke kwaliteit, beheer en onderhoud. Een Eurowoning voldoet dus aan kwaliteitseisen die tellen voor de bewoner. Alles is puur op kwaliteit geënt.'

'Deze kwaliteit begint bij de aanname van een project', vervolgt Smits. 'Ook met betrekking tot bijvoorbeeld de bedrijfshuisvesting kruipen we in de huid van de stakeholders. Voorbeelden? Een bedrijf met VMBO-personeel in de Botlek zoekt een nieuwe huisvesting. Een herstructureringswijk in Rotterdam-Zuid heeft een economische aanjager nodig. In die wijk woont de doelgroep wat betreft werknemers van het bedrijf. Door te snappen waar welke behoefte ligt en door de koppeling van de ontwikkelingen op meerdere fronten, kijken we momenteel of we het bedrijf naar die herstructureringswijk kunnen verplaatsten. Zo snijdt het mes aan vier kanten: de wijk krijgt een architectonisch icoon, een economische aanjager, het is een impuls voor de arbeidsmarkt én voor Rotterdam als stad. Eigenlijk begon het met de vraag: als je in Rotterdam-Zuid aan de slag wilt, waar begin je dan? Wat moet je doen en met wie? Wat zijn de aanjagers van de wijk? Behalve in de mensen zit het hem vaak in scholen, winkels en bedrijven. De combinatie van die elementen maakt een gebied opnieuw waardevol. ►



► Onze aanpak van herstructureringswijken moet uiteindelijk leiden tot het terugbrengen van de ziel van de wijk. Ontwikkelen is voor ons dan ook het eindpunt, niet het begin. Dat is Bewust Blauwhoed. We hebben de daarvoor benodigde kennis en drive; dat maakt dat we van conceptontwikkeling tot oplevering heel sterk zijn.'

Bemoeienis

'Met betrekking tot de woningen merken de bewoners naar onze mening veel van de Bewust Blauwhoed-aanpak. Wij hebben een breder palet aan oplossingen. Daardoor kunnen we de belangen van de consumenten beter behartigen. We gaan inderdaad ver in onze bemoeienis. Maar dat is Bewust Blauwhoed. Bemoeienis? Ja, tenzij het niet anders kan. Niet: nee, tenzij het moet. Dat is een fundamenteel verschil met andere ontwikkelaars.'

'Bij het inwerken, twee maanden geleden, kwam ik een Blauwhoed-project tegen van ruim veertig jaar geleden. Volgens de filosofie van Blauwhoed opgezet. Een wijk in Leusden, 470 woningen, een eigen kabelsysteem - als voorloper van een virtuele community - en het totale beheer in eigen hand. De woningen en het openbaar gebied zijn kwalitatief nog steeds zeer goed. Daardoor is de wijk

nog steeds heel gewild. Een ander mooi voorbeeld is een project in ontwikkeling in Nieuw Blaricum. Daar ontwikkelen we een wijk met een hoogkwalitatief woonmilieu. Een van onze sterke punten van dit project is het ontwerp van het openbaar gebied dat vanuit community-gedachten is opgezet. Internationale waardering oogstten we door onze aanpak, samen met MAB, in het project Stadshart van Almere. Ook daarin werd onze toegevoegde waarde op meerdere fronten geprezen.'

Stadsvisie Rotterdam

Blauwhoed ging de uitdaging aan toen de gemeente Rotterdam haar stadsvisie presenteerde, met de toevoeging: 'het is aan de markt'. Smits: 'Dat hebben we meteen opgepakt. Met zes architectenbureaus zijn onder onze supervisie zeven concepten ontwikkeld. Sommige zijn locatiegebonden, andere zijn puur vanuit de gebruiker ontwikkeld. Maar alle zeven zijn ze 'community-gedreven'. Ze gaan uit van de specifieke kwaliteiten van de gebieden, bijvoorbeeld water, of vanuit de opdracht, zoals herstructurering. In sommige gevallen gaat het om proefballonnen die nog landingsrechten moeten krijgen, maar ze hebben allemaal realiteitszin. We presenteren ze op de Provada, voor wie nieuwsgierig is geworden.' □

