

Het Nieuwe Wonen: Bewoners aan de knoppen

22-11-2013 11:25

Zelfbouw is hot. Streven is om een derde van de huizenkopers te verleiden zelf of in een collectief een woning te laten bouwen. Maar in de praktijk pakt dat toch iets anders uit. Slechts 12% van de stulpjes in ons land is met inspraak ontwikkeld. Dat bleek gisteren tijdens het Vastgoedjournaal-congres Het Nieuwe Wonen.

Waar projectontwikkelaars hun standaard nieuwbouw voor de crisis als warme broodjes over de toonbank gingen is dat nu wel anders. Als ze geld willen verdienen aan woningbouw zullen ze naar de klant moeten leren luisteren. "Voor woonsconsumenten zijn stenen geen belegging meer, zij gaan uitsluitend nog voor wooncomfort", merkt spreker Hans Vos van Infocentrum Eigen Bouw op. Met een arrogante houding: we hebben een mooie woning voor u gebouwd, take it or leave it, kun je als projectontwikkelaar kopers op je buik schrijven. "Consumenten willen meedenken, gehoord worden. Eigenlijk is het kinderspel." Het snelle geld heeft duidelijk plaats gemaakt voor een klantvriendelijkheid die een paar jaar geleden nog als geitewollensokkerig werd bestempeld.

Twee touringcars vol Chinezen

Blauwhoed heeft een voortrekkersrol als het gaat om luisteren naar de klant. Het 400 jaar oude bedrijf heeft met deze strategie met succes een project opgeleverd in Bleiswijk. Nu is met bezig met een groep Chinezen in Amsterdam die graag bij elkaar willen kruipen. Om nog meer belangstellenden voor het project te trekken werden er geen dure marketingtools ingezet. Met ouderwets flyereren op de Nieuwmarkt en inzetten van ambassadeurs heeft Blauwhoed met twee touringcars vol enthousiaste Chinezen kansrijke locaties gezocht. Maar de gemeente gooide al snel een barrière op. De grond die de Chinezen op het oog hebben is van de gemeente dus moet er aanbesteed worden. "Een tegenvaller, maar het is niet anders", aldus directeur wonen van Blauwhoed, Eltjo Bouwman, die zich tegenover de volle zaal kwetsbaar durfde op te stellen door lessons learned te delen. Hij vertelt ook dat ze bij Blauwhoed wel houden van een feestje: Vier elk moment tijdens het bouwproces met je kopers, op deze manier creëer je ambassadeurs voor je plan. Hij waarschuwde dat je hierin kunt doorslaan: "het geven van je 06-nummer met de woorden je mag me dag en nacht bellen, is weer niet zo heel slim."

Voor ontwikkelaars die nog moeten leren luisteren naar de klant, heeft Arjan Veelers van Nieuwbouw Nederland ook een paar tips. "Bewoners gaan zelf op zoek naar een locatie en niet andersom. Als je een doelgroep zoekt om voor te bouwen hoef je niet ver te kijken. 90% van de kopers woont binnen een straal van 15 kilometer. Bovendien zijn mensen zijn kuddedieren, als er één schaap over de dam is dan volgen er meer. Hij illustreerde dit met een hilarisch filmpje over het gedrag van mensen in een lift.

Geen Belgische toestanden

Paul van Pelt van het bedrijf Woonconnect reikt projectontwikkelaars en bouwers een helpende hand met een speciale applicatie. Een woningconfigurator waarmee vastgoedbedrijven woningen interactief kunnen aanbieden aan de consument, die er vervolgens mee kan spelen tot hij of zij de perfecte woning heeft samengesteld. De bouwtekeningen, vergunningaanvragen en kosten worden hierna gewoon uit de printer gespuugd.

Veel gemeenten moeten over de streep worden getrokken als het gaat om (C)PO. Door gebrek aan kennis en kunde is een Pavlov-koppeling al snel gemaakt: CPO staat gelijk aan welstandvrij, dus een rommeltje. Toch hebben gemeenten zelf de keus hoeveel invloed ze op de welstand hebben. Belgische toestanden zijn hier ook

niet te verwachten. Dat zien nou eenmaal niet in onze genen. Wij zijn een proper volkje en willen uit eigen belang dat de buurt er netjes en verzorgd uitziet en dragen daar graag ons eigen steentje aan bij.

Er werd door verschillende deelnemers volop getwitterd tijdens het congres. Wilt u de tweets lezen?
#HNW2013