

## Co-creatie: 'Een win-win situatie voor alle partijen, óók in de huidige markt'

01-05-2018 11:07

**Waar co-creatie in de woningbouw in de huidige markt steeds minder noodzakelijk lijkt, investeert Blauwhoed juist in de professionalisering en verfijning van co-creatie. De projectontwikkelaar lanceerde een co-creatie 'road map' en ontwikkelde een online tool met daarin een groot aantal situatie specifieke co-creatiemethoden. Yvonne van Mierlo (directeur Blauwhoed Studio) en Xavier Delnoij (ontwikkelingsmanager) vertellen aan VJ waarom co-creatie voor Blauwhoed - maar ook voor andere betrokkenen - zo ontzettend belangrijk is.**

Steeds meer ontwikkelaars maken in meer of mindere mate gebruik van co-creatie in het planproces; het lijkt een blijvende trend. Omdat het daarom vanzelfsprekender is geworden, levert de toepassing van co-creatie een ontwikkelaar nauwelijks een voorsprong op bij aanbestedingen. Toch blijft Blauwhoed volgens Van Mierlo bewust volop inzetten op co-creatie: "We investeren juist flink om de volgende stap te kunnen zetten en ons daarmee te onderscheiden."

### Road map

Van Mierlo en Delnoij demonstreren die 'volgende stap' met behulp van een road map, die door Blauwhoed is ontworpen om het co-creatietraject in kaart te brengen. "Co-creatie is afhankelijk van het project, de locatie, de stakeholders en de doelgroep. We passen co-creatie daarom in elk project op een andere manier toe", legt Van Mierlo uit. "We onderscheiden co-development, co-design en co-decision, afhankelijk van het moment in het proces en de mate van invloed die we aan deelnemers kunnen of willen geven." Delnoij vult aan: "Daarom spreken we van een 'co-journey': een reis die we samen met onze klanten en andere stakeholders bewandelen."

De road map is enerzijds ingedeeld naar mate van medezeggenschap en anderzijds naar ontwikkelfase (van acquisitie tot realisatie), wat resulteert in drie niveaus: co-decision, co-design en co-development, waarbij bij co-development alle stakeholders, professionals en consumenten vanaf het eerste moment mee ontwikkelen. Onderweg zijn diverse ijkpunten die om actie vragen, zoals het organiseren van een informatieavond of een 'virtual reality' beleving. "We leren al doende wijs", vertelt Delnoij. "Het is een continu dynamisch proces. Daarom vonden we het nodig om van begin tot eind inzichtelijk te maken welke methoden er mogelijk zijn. Zo loopt elk Blauwhoed-project via een ander pad naar het eindresultaat." Om het nog makkelijker te maken is hiervoor een online tool ontwikkeld. "Daarin kunnen onze ontwikkelingsmanagers selecteren hoe ver zij zijn in het ontwikkelproces en krijgen zij direct de methodes die ze het beste kunnen inzetten", voegt Van Mierlo toe.

### Verrassende wijken

Maar wat levert co-creatie voor Blauwhoed op? Van Mierlo: "Het allerbelangrijkste is dat we echt meer waarde kunnen toevoegen aan onze projecten. Doordat we heel vroeg contact hebben met potentiële kopers, omwonenden, overheid en marktpartijen, kunnen we heel veel gaan toetsen. Dankzij deze input kunnen we wijken ontwikkelen, die meer kwaliteit bieden en die echt verrassen. Ook en misschien wel juist op locaties die in eerste instantie minder aantrekkelijk lijken. Co-creatie helpt ons om markt te maken. Het stelt ons in staat om in elk project maatwerk te leveren. Daarnaast helpt het om faalkosten te beperken; zienswijzen te voorkomen die vertraging en extra kosten opleveren. Daarnaast kunnen we ons plan optimaliseren. We weten wat men te besteden heeft en wat men wil. De verkooptijd wordt korter, want de potentiële kopers heb je al betrokken. Het is intensiever aan het begin, maar levert snelheid op aan het einde."

### Wonen in Helsdingen

Als voorbeeld noemt Delnoij een project met 130 woningen in Vianen, genaamd '[Wonen in Helsdingen](#)'. "Daarbij heeft de gemeente ons geselecteerd, omdat een potentiële ontwikkeling op deze kavel zeer gevoelig lag in de buurt", vertelt Delnoij. "De voorkeur ging daarom uit naar een partij die de omwonenden voorzichtig betrok bij het plan."

In drie sessies werd de buurt uitgenodigd om mee te denken over het plan. Bij elke opvolgende sessie werd er meer op de details ingegaan. "We begonnen op stedenbouwkundig niveau, waarbij de architectonische stijl en het aantal woningen nog volledig ter discussie stonden. Met behulp van de methode 'best of three offline' praatten aanwezigen mee over de opzet van de wijk, het groen en parkeren. Op moodboards gaven we drie heel duidelijke - maar verschillende - stedenbouwkundige opties. Aanwezigen liepen langs deze moodboards en konden laten weten wat ze goed vonden en wat ze minder vonden. In de volgende sessie werden er middels 'future trends' keuzes gemaakt op woningniveau, zoals het precieze woonprogramma. In de laatste sessie maakten aanwezigen met behulp van de methode 'room to do' hun ideale plattegrond en stonden ook thema's als duurzaamheid, 'smart living' en tuinconcepten centraal. Daarbij konden de aanwezigen stemmen met een digitale tool, die de resultaten direct op een scherm projecteerde."

## **Aanbestedingen selecteren op kwaliteit en visie**

Het lijkt vanzelfsprekend dat een gemeente bij een aanbesteding graag een partij wilt die een hoge mate van co-creatie nastreeft. De omwonenden worden daarbij namelijk intensief bij het proces betrokken, met meer tevreden burgers tot gevolg. Volgens Van Mierlo en Delnoij is dat echter lang niet altijd het geval. Delnoij: "We merken dat co-creatie vorig jaar nog heel actueel was en je bijna wel moest co-creëren om een aanbesteding te winnen. Maar in de huidige woningmarkt, waarin het afzetrisico nihil is, is co-creatie geen topprioriteit meer."

Er wordt bij aanbestedingen nog op basis van vastomlijnde plannen geselecteerd en niet altijd op een duurzame samenwerkingspartner, vindt Van Mierlo: "We doen daarom niet aan alle selecties mee. Kwaliteit moet zwaarwegend zijn in de selectie, anders kiezen we er niet voor. Als je samen hetzelfde doel voor ogen hebt, dan hoef je niet alles vooraf dicht te timmeren. Gelukkig zijn er ook genoeg gemeenten (en andere grondverkopers) die puur op kwaliteit en visie hebben durven selecteren - en niet op een vastomlijnd plan." Dat zijn bijvoorbeeld de gemeente Brielle ([Heeren van Maerlant](#)), gemeente Bergen op Zoom ([BergsLicht](#)) en eerdergenoemde gemeente Vianen ([Wonen in Helsdingen](#)).

Blauwhoed ontwikkelt in Brielle het project De Heeren van Maerlant in co-creatie.

Wil je het juiste project op de juiste plek, dan moet je volgens Delnoij als gemeente met onzekerheid durven leven. "Je bouwt iets wat er tientallen, misschien wel honderden jaren zal staan. Het is daarom beter in sommige gevallen genoeg te nemen met een lagere grondwaarde als er sprake is van een plan met veel ambitie voor alle doelgroepen. Met co-creatie ontstaat gaandeweg het beste eindproduct en dat is dus niet in het begin al vast te leggen."

## **Conceptontwikkeling**

Naast het almaar optimaliseren van het co-creatietraject is de Blauwhoed Studio, het creatieve hart van het bedrijf, continu bezig met conceptontwikkeling. Soms zijn die concepten aan een locatie gebonden en soms worden ze ontwikkeld zonder specifieke locatie. Zo ontwikkelde de Blauwhoed Studio de concepten [Senior Smart Living](#), [Tiny Apartment](#) en [Haaks Wonen](#). "We signaleren trends en vormen daarop een visie", vertelt Van Mierlo. "Die visie proberen we concreet te maken aan de hand van een product-concept, zoals Haaks Wonen of een proces-concept, zoals Senior Smart Living. Daarna zoeken we een locatie waar we het echt kunnen uitvoeren. We willen het namelijk meteen uitproberen. Vaak ontstaat zo'n nieuw concept natuurlijk juist ook tijdens een ontwikkeling."

# VASTGOED JOURNAAL

De werkwijze van Blauwhoed levert soms heel vernieuwende inzichten op. Delnoij: "We doen niet aan Excel-projectontwikkeling. Doordat we aan de voorkant de klant betrekken bij het proces, komen we heel vaak op producten uit waar je in eerste instantie niet aan had gedacht. Dan blijkt dat daar een grote markt voor is en daar spelen we op in."

*Ook collega Lise vertelt over co-creatie in onderstaande video:*

Ramon Holle