VASTGOED JOURNAAL

'In dit vak moet je jezelf blijven vernieuwen'

22-03-2021 08:00

Gebiedsontwikkeling is de tak van sport waarin belangrijke maatschappelijke ontwikkelingen samenkomen. Gezondheid, diversiteit, duurzaamheid, inclusiviteit, ja zelfs ons geluksgevoel wordt mede bepaald door onze leefomgeving. AM wil bij het vormgeven van die omgeving, naast maker, vooral ook voortrekker en koploper zijn, zegt Ronald Huikeshoven tegen Vastgoedjournaal.

Het ‘speelveld’ van de gebiedsontwikkelaar is breed, heel breed. Om die reden steekt AM ook nadrukkelijk zijn licht op buiten de eigen core business, aldus Huikeshoven: ‘Onze afdeling marktonderzoek analyseert maatschappelijke trends, de conceptafdeling denkt mee over de effecten van ontwikkelingen en onze bouwmeester brengt internationale praktijkervaring en een breed netwerk in. Niet elk onderzoek of elk conceptueel idee hoeft direct rendement op te leveren. Wat we vooral willen is onze gedachten over ontwikkelingen in de samenleving aanscherpen en onszelf uitdagen verder te kijken dan gebruikelijk is. Overheden vragen ons geregeld mee te denken in de planvorming, bijvoorbeeld bij het in kaart brengen van nieuwe mobiliteitstoepassingen. Dat doen we graag, want gebiedsontwikkeling is bij uitstek gebaat bij samenwerking en interactie. Als iedereen in zijn kolom blijft, krijg je de problemen niet opgelost en kun je geen snelheid maken, terwijl we echt meer tempo moeten maken.’



Bajeskwartier, de groene gezonde nieuwe stadswijk van Amsterdam.

VASTGOED JOURNAAL

Champions League
Gebiedsontwikkeling kun je typeren als het epicentrum van maatschappelijke opgaven en (soms tegengestelde) belangen. Naast oplossingen voor wonen, werken, mobiliteit en vrijetijdsbesteding, moeten ook aspecten als inclusiviteit, betaalbaarheid, klimaatadaptatie en gezondheid worden gewaarborgd in de gebouwde omgeving. ‘Gebiedsontwikkeling is de Champions League van ons vakgebied’, typeert Huikeshoven zijn métier.

Om in die topcompetitie mee te kunnen doen om de winst moet je van goeden huize komen. Meer nog zelfs: ‘Wij willen voortrekker en koploper zijn, die rol eigenen we ons toe. En hoe absurd het misschien ook klinkt, de coronacrisis heeft ons gesterkt in de overtuiging dat de weg die we zijn ingeslagen de juiste is. We zijn al veel langer bezig met thema’s als healthy urban living and working en geluk. Door de crisis krijgen onze ideeën rondom de maatschappelijke thema’s van AM een duw in de rug. Natuurlijk, we prijzen ons gelukkig dat we in een markt zitten met continuïteit. Hoewel de situatie in commercieel vastgoed minder rooskleurig was na de uitbraak van Covid-19, is de woningvraag onverminderd groot gebleven. Dat biedt ons het perspectief om volledig in te blijven zetten op de gekozen maatschappelijke opgaven en dus op het verbeteren van onze leefomgeving.’



Hero-locatie, de gezondste wijk van Nederland.

Duurzame durf

AM heeft vijf maatschappelijke thema's geformuleerd die als een soort leidraad bij beslissingen fungeren. Kort door de bocht zijn dat niet allemaal thema's die je als ijkpunten voor het doen en laten bij een gebiedsontwikkelaar zou verwachten: gedurfde duurzaamheid, gezondheid, inclusiviteit, stad- en gebiedmaken en geluk. Het is andermaal een illustratie van het feit dat AM nadrukkelijk een maatschappelijke bijdrage wil leveren.

'Op het gebied van duurzaamheid leggen we de lat steeds wat hoger,' verklaart Huikeshoven. 'Paar voorbeelden. In Nijmegen ontwikkelen we het eerste energieneutrale winkelcentrum van Nederland (Hart van de Waalsprong), bij kantoorontwikkelingen zetten we in op de WELL-certificering, in het Bajeskwartier in Amsterdam hebben we ons gecommitteerd aan 98% hergebruik van materialen, en met provincie Zuid-Holland werken we aan oplossingen voor waterbuffering en aan een soort toetsingsinstrument om de mate van klimaatadaptatie in projecten te meten. Mijn ervaring is: in duurzaamheid moet je je nek uitsteken, anders kom je niet verder. Daarom noemen we het 'gedurfde duurzaamheid': we proberen elke keer boven onszelf uit te stijgen. En het leuke is: wij werken hierin met veel partijen en co-makers samen - publiek en privaat, start-ups en gevestigde ondernemingen - want dit kunnen wij niet alleen. Je houdt elkaar scherp, daagt elkaar uit, inspireert elkaar om telkens die stap verder te gaan.'

Hart van de Waalsprong, het eerste energieneutrale winkelcentrum in Nijmegen.

Inclusiviteit en gezondheid

Een tweede thema is de inclusieve stad: 'Dit gaat over wonen, over woonconcepten en leefbaarheid, over dat iedereen in de stad een plek moet kunnen vinden. Maar het gaat ook over voorzieningen. Juist die combinatie van uiteenlopende functies en bevolkingsgroepen maakt de stad aantrekkelijk. Betaalbaarheid is een enorme uitdaging. Het inzetten van bijvoorbeeld borgingsinstrumenten bij deze woningdifferentiatie zorgt ervoor dat

het doorverkopen van woningen beperkt kan worden, waardoor wijken niet snel na oplevering al weer verkleuren. Het is cruciaal dat je de stad toegankelijk houdt voort instappers en stadsveteranen, voor broedplaatsen en voor woningbouw in zowel het sociale, als het midden- en vrije sector-segment.'

Dat AM bij het werken aan inclusiviteit en diversiteit voorzieningen in een wijk meeneemt, sluit ook aan bij het derde maatschappelijke thema: healthy urban living & working. Het stimuleren van een gezonde levensstijl wint in onze samenleving terrein. AM voegt de daad bij het woord in de planvorming rondom de herontwikkeling van de Hero-locatie in Breda (samen met de gemeente): 'We willen hier de gezondste wijk van Nederland realiseren. Daarom werken we samen met het Kenniscentrum Sport & Bewegen om te kijken hoe we voorzieningen in de openbare ruimte kunnen integreren. Voor de WELL Building certificering geldt een vergelijkbare ambitie: hoe vaker we kantoren in deze standaard kunnen opleveren, hoe beter. En onder het motto practice what you preach heeft ons eigen AM Huis dit certificaat als eerste bestaande kantoorgebouw in Nederland verkregen.'

Ronald Huikeshoven, directievoorzitter gebiedsontwikkelaar AM.

Locaties laden

Stad- en gebiedmaken - het vierde thema - is een activiteit die lang voordat de eerste paal de grond in gaat, begint. Een cruciale activiteit, vindt Huikeshoven: 'Een nieuw ontwikkeld gebied moet niet alleen fysiek passen, maar ook in de mindset van bewoners en gebruikers verankerd zijn. Mensen moeten zich ermee verbonden voelen. Soms moeten we een locatie nog wat extra laden, bijvoorbeeld door activiteiten te organiseren of restaurants te openen. In Badhoevedorp bijvoorbeeld hebben scholieren plastic flessen verzameld waar we een fietscross-baan mee gaan maken. Dat is de kracht van placemaking: je versterkt de verbondenheid met een gebied en geeft het een identiteit.'

Uiteindelijk culmineren de vier AM-thema's in het vijfde maatschappelijke thema: gelukkig leven. Hoe abstract dat begrip misschien ook is, de behoefte aan 'gelukssupport' in onze samenleving is groot. AM kan persoonlijk geluk natuurlijk niet afdwingen in gebiedsontwikkelingen, maar wel de randvoorwaarden creëren waarbinnen mensen dat geluk kunnen ervaren: 'Hoe bouw je een community, hoe raak je vertrouwd met een plek? Dat soort vragen spelen in de planvorming een grote rol. We besteden veel aandacht aan sociale structuren, aan het faciliteren van ontmoetingen en interactie, want social design is ontzettend belangrijk bij het stimuleren van een gelukkig leven. Tegelijkertijd moet je ook iedereen de vrijheid bieden om eigen keuzes te maken. Dat is een spannende zoektocht. Een zoektocht die dit vak ongelofelijk boeiend maakt en die maakt dat we onszelf voortdurend blijven uitdagen en vernieuwen.'