

PROJECT	Florena
OPDRACHTGEVER	Woningstichting Rochdale
AANTAL WONINGEN	97 vernieuwbouwapartementen en 174 eengezinswoningen
ARCHITECT	J. Splinter architecten
AANNEEMSOM	€ 41.100.000,-
SAMENWERKINGSSVORM	Bouwteam
UITVOERINGSPERIODE	Oplevering in december 2004
AANPAK	Werkzaamheden schil, installaties en badkamer/toilet/keuken
UITVOERING WERKZAAMHEDEN	Onbewoonde staat

## Florena

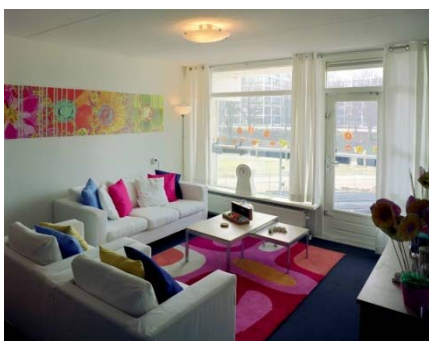
### Amsterdam

Florena is een goed voorbeeld van hoe wij projecten aanpakken volgens de werkwijze 'Bedenken, maken & communiceren'. Bij dit eigen ontwikkelingsproject hebben eerst de afdelingen Initiatief & Concept (I&C) en Projectontwikkeling zich gebogen over de opgave.

I&C heeft gezocht naar een nieuwe identiteit voor de flats en Projectontwikkeling keek naar de mogelijkheden voor herontwikkeling van de appartementen. Het uitvoeringsteam is in een vroeg stadium aangeschoven om ervoor te zorgen dat alles ook technisch uitvoerbaar was. In totaal zijn 97 vernieuwbouwapartementen gerealiseerd.

In het middengebied tussen de flats zijn 124 laagbouw koopwoningen en 50 sociale huurwoningen ontwikkeld en gebouwd. De stedenbouwkundige uitgangspunten zijn vertaald in eengezinswoningen met veel vierkante meters, gesloten bouwblokken en sociale controle door grondgebonden woningen. Mensen kochten veel vierkante meters voor relatief weinig geld.

Met hoogniveau inbouwpakketten werden de overgebleven wooneenheden van de flats getransformeerd tot aantrekkelijke verkoopappartementen. De meerwerkpakketten hielpen de bewoners om de inrichting van de woning naar hun hand te zetten.



PROJECT	Florena
OPDRACHTGEVER	Woningstichting Rochdale
AANTAL WONINGEN	97 vernieuwbouwapartementen en 174 eengezinswoningen
ARCHITECT	J. Splinter architecten
AANNEEMSOM	€ 41.100.000,-
SAMENWERKINGSSVORM	Bouwteam
UITVOERINGSPERIODE	Oplevering in december 2004
AANPAK	Werkzaamheden schil, installaties en badkamer/toilet/keuken
UITVOERING WERKZAAMHEDEN	Onbewoonde staat



Om mensen enthousiast te maken voor het project is veel aandacht besteed aan de communicatie. De flats stonden al geruime tijd leeg. Het was daarom van groot belang de omwonenden en geïnteresseerden in een vroeg stadium te laten zien wat er allemaal ging gebeuren. Een intensieve, zeer consequente verkoopcampagne met als thema bloemen, als symbool voor hoop, werd opgestart.

Reuzenbloemen op locatie, bloemen op tasjes, cocktailprikkers en op het dekbedovertrek van de modelwoning. Klanten en ambassadeurs van het project werden persoonlijk benaderd met heldere brochures, een website en informatiepunten. Resultaat: 70% van de woningen was verkocht in vier maanden tijd.

In mei 2005 werd het laatste plantsoen opgeleverd. Wederom met bloemen en een gezellig straatbuurtefeest.