



Désirée Florie en Bart Grote over de gezamenlijke communicatie door opdrachtgever en opdrachtnemer
Manager communicatie Projectbureau A2 Maastricht en omgevingsmanager Avenue2

‘Het directe contact met mensen ga ik na dit project missen’

Eén van de succesfactoren van A2 Maastricht is de grote inzet op communicatie. De omgeving werd via vele kanalen bij het project betrokken. Projectbureau A2 Maastricht en Avenue2 schoven al vroeg hun communicatiemiddelen bij elkaar om vanuit één gezamenlijk team te gaan werken. Alleen al door deze samenwerking werden de communicatiemogelijkheden een stuk groter. Volgens manager communicatie Désirée Florie van Projectbureau A2 Maastricht en omgevingsmanager Bart Grote van Avenue2 verklaart dit mede waarom A2 Maastricht zo werd omarmd door de bevolking.

Bart: ‘Kun je je nog de eerste dag herinneren dat de drie consortia tijdens de aanbestedingsfase hun plannen gingen presenteren aan het publiek?’

Désirée: ‘Jullie braken bij wijze van spreken de deur bij elkaar open. Van tevoren was ik al bestookt met allerlei vragen over wat er mocht en zou gebeuren. Ik heb op een gegeven moment maar gezegd dat goochelaar Hans Klok zou komen en het wel zou regelen.’

Bart: ‘Er waren strenge spelregels zodat de consortia hun plannen op een vergelijkbare manier zouden presenteren. Over bijvoorbeeld de grootte van de maquette, het aantal panelen dat je mocht gebruiken, het uitdelen van presentjes en het ontwerp van het

boekwerk met het plan. Dan nog kunnen de details in de praktijk verschil uitmaken. Voor ons was dat ontzettend spannend. Want wij wisten dat ook de leden van de Gunningsadviescommissie (deze beoordeelde aan het eind van de aanbesteding de plannen en gaf een advies over het beste plan – red.) hier rondliepen. En de race was zeker nog niet gelopen.’

Jullie hebben het over de vrijwillige consultatie van het publiek tussen november 2008 en januari 2009. Een hoogst ongebruikelijke stap in een aanbestedingsprocedure.

Désirée: ‘Klopt. Ik ben vanaf de planvoorbereiding bij A2 Maastricht betrokken. Vanaf het begin stond vast dat wij de omgeving, van buurtorganisaties tot en met het bedrijfsleven en het grote publiek, van politiek tot en met pers, intensief bij de planvorming en het project wilden betrekken. Dat was nodig om hen mee te nemen in het allesomvattende karakter van A2 Maastricht, ook om zo soepeler de gecombineerde en moeilijke procedures te kunnen doorlopen. Daarom hebben we buiten de formele inspraakmomenten vier vrijwillige consultaties gehouden. Die van de plannen van de consortia was de spannendste. We wilden daarmee de markt-partijen veel eerder dan normaal in contact brengen met de stad.’

Bart: ‘Voor ons was dat inderdaad zeer ongebruikelijk. Normaal maak je in een aanbesteding een plan en een begroting. Die stop je in een envelop en gooi je bij de opdrachtgever in de bus. En dat is het dan. Hier moesten wij ons plan nog tijdens de race presenteren aan het publiek. We merkten daardoor wel dat wij dit plan niet maakten voor de opdrachtgever of onszelf, maar voor de mensen in de stad. Inwoners van Maastricht kwamen ons vragen wat er voor hun deur ging gebeuren en hoe ze straks met de auto thuis konden komen. Heel verfrissend.’

Désirée: ‘Tegelijkertijd was het ook ingewikkeld om te organiseren. Het bewaren van een gelijk speelveld is cruciaal in een aanbesteding. Het gebouw van het informatiecentrum heeft gelukkig drie verdiepingen en op elke verdieping kon één consortium zijn plan presenteren. Maar de verdiepingen zijn niet precies even groot. We hebben moeten loten wie welke verdieping kreeg. Daarnaast wilden we per se een sfeer vermijden waarin mensen zouden stemmen op de plannen, of onderdelen daarvan gingen combineren in een vierde best of plan. Vooraf hadden we een roadshow ingezet om buurt- en bedrijfsorganisaties, politiek, de pers en andere platforms of werkgroepen de spelregels uit te leggen. Toch ging het nog bijna mis.’

Bart: ‘Dagblad De Limburger kwam met een poll op internet waarin mensen hun voorkeur konden aangeven. Meteen vanaf het begin stond onze concurrent met stip op 1. Wij balen natuurlijk. Achteraf bleek dat dit kwam door een gerichte mailactie om stemmen te ronselen.’

Désirée: ‘Het projectbureau heeft toen de redactie benaderd en die heeft de poll van internet gehaald. De inzet was daarbij niet om de pers te beïnvloeden, maar om de aanbesteding eerlijk te laten verlopen.’

Met de consultatie werd het publiek meteen intensief bij het project betrokken. Ruim 3.500 bezoekers kwamen met haast evenveel inhoudelijke reacties. Die grote betrokkenheid is daarna niet meer verdwenen.

Désirée: ‘Een belangrijke stap was dat wij in januari 2012 besloten de communicatie voortaan gezamenlijk aan te pakken. Aanleiding was wat wij ‘Nazareth aan Zee’ noemden. Bij de flats bij kruispunt Geusselt was bij voorbereidende werkzaamheden na overvloedige regenval wateroverlast ontstaan. Parkeerplaatsen en een enkele kelder overstroomden. We snapten toen nog beter dat dit project zo ingreep op het leven van mensen dat we maximaal moesten inzetten op een snelle en omvangrijke communicatie.’

Bart: ‘Het zal mensen ook worst wezen van wie ze informatie krijgen. Voor hen gaat het om één project dat overlast veroorzaakt. Toch is het in de bouwwereld normaal dat opdrachtgever en opdrachtnemer gescheiden communiceren. De opdrachtgever doet de zogenaamde publiekscommunicatie, de opdrachtnemer de zogenaamde bouwcommunicatie. Dan kan het gebeuren dat ze alle twee over hetzelfde onderwerp een brief naar omwonenden sturen. De mensen in de bredere omgeving ontvangen juist geen info en opdrachtgever en opdrachtnemer zijn continu bezig met wat ze van elkaar in de communicatie nodig hebben.’

Waarom is dat hier niet gebeurd?

Désirée: ‘Het was al bijzonder dat opdrachtgever en opdrachtnemer met hun afzonderlijke communicatieteams in één gebouw zaten en regelmatig bij elkaar over de vloer kwamen. Na Nazareth aan Zee zijn de communicatieteams en -budgetten in elkaar geschoven. Er kwam één gezamenlijk team en één gezamenlijk, dus groter budget. Omdat dat vanuit de *Best for Project*-gedachte gewoon beter was voor het project. Niet afstemmen, maar samenwerken en dat is echt totaal wat anders.’

Bart: ‘Omdat we midden in de stad werkten, was er a priori al voorzien in een extra inzet op communicatie. Door de samenvoeging van teams en budgetten werden de mogelijkheden opeens veel groter. In plaats van ad hoc na te denken over bijvoorbeeld advertenties, konden we nu op grote schaal en voor een langere tijd, dus voordeliger, vooraf advertentieruimte en zendtijd inkopen bij de regionale en lokale media. En we bedachten de functie van de A2-Stewards, die dagelijks met onze informatie de buurten ingingen maar ook terugkoppelden wat ze daar aantroffen. Zo konden we op verschillende manieren het publiek informeren. Je moest wel onder een hele grote steen hebben gelegen om niet te weten dat hier in Maastricht iets groots plaatsvond.’

Désirée: ‘Het werken in één team was ook inspirerend. Het enthousiasmeerde medewerkers om elkaar aan te vullen en bood ruimte zich te wijden aan eigen specialismes. Dat maakte het team meer allround. Een collega heeft bijvoorbeeld minutieus met medewerking van veel partijen de film ‘Hoe werkt de tunnel straks?’ gemaakt. Die is 300.000 keer bekeken op YouTube. We gingen ook de bouwkeet in om van de bouwers zelf te horen wat er ging gebeuren. Daar maakte een andere collega praatplaten van, luchtfoto’s waarop de werkzaamheden waren ingetekend zodat we aan het publiek



konden laten zien wat er in hun buurt of voor hun voordeur op stapel stond. Voor mensen was dat veel herkenbaarder dan een technische tekening. Ze konden zo namelijk hun eigen huis zien liggen.’

Bart: ‘Die platen bleken vervolgens ook goed te werken als intern communicatiemiddel in de bouwkeet zelf. Ze hingen overal aan de wanden. Werkvoorbereiders konden zo snel zien of ze eventueel op elkaars werkterrein kwamen.’

In de communicatiemiddelen lieten jullie zo veel mogelijk mensen in de bouwput het verhaal doen. Waarom?

Bart: ‘Omdat die het beste weten wat er gebeurt en kunnen uitleggen waarom bepaalde werkzaamheden onvermijdelijk tot overlast leiden. Dat schept meer vertrouwen dan wanneer voorlichters dat doen. Op een gegeven moment hadden we een netwerk van medewerkers van Avenue2 waarvan we wisten dat ze goed hun verhaal konden doen. Afspraak was dat Désirée en ik alleen bij algemene onderwerpen zoals de planning het woord voerden.’

De pers kan altijd rekenen op een warm onthaal bij A2 Maastricht. Persoonlijk contact maakt het mogelijk om journalisten en fotografen ruimte te geven tijdens bouwkuipbezoeken. Uitgezonderd bij (heel) hoog bezoek zoals de Vlaams-Nederlandse regeringstop: dan zijn dranghekken een verplichting (2013).

Er was veel ophef over de inzet van buitenlandse werknemers. Maakt dat niet duidelijk hoe moeilijk het is om de communicatie rond je project en het imago daarvan in de hand te houden?

Désirée: 'Ja. Wij schrokken ons natuurlijk wezenloos van het eerste krantenbericht in Dagblad De Limburger. Bart en ik deelden tot dat moment het woordvoederschap. Nu moesten we onze werkwijze heroverwegen en voortaan secuurder bekijken wie in welk geval als woordvoerder zou optreden.'

Bart: 'Je zag toen dat een mening snel is gevormd, hoe vaak je daarna ook uitlegt hoe het echt zit en welke regeling Avenue2 met betrokken werknemers heeft getroffen. Eén journalist die zich verbeten op een zaak stort, heeft dan opeens een grote invloed op de beeldvorming.'

Désirée: 'Het verhaal kan nog zo genuanceerd liggen, tegen een kreet over de slaven van de A2 kun je je niet wapenen. Tijdens een Dag van de Bouw ben ik ook eens door iemand van een actiegroep bestempeld tot 'beroepsleugenaar van de A2'. Dat moet je van je af laten glijden, maar het sneed me als professional wel door de ziel.'

Bart: 'Achteraf vind ik de ophef over de buitenlandse werknemers overtrokken. In de pers was er geen ruimte voor nuanceringen, terwijl we alle achtergrondinformatie verstrekten, rechtstreeks en via de website. Hoe dan ook was het in elk geval voor ons geen aanleiding om voortaan weer apart van elkaar te gaan communiceren. Je moet niet iets nalaten wat veel voordelen heeft, alleen maar omdat het in een enkel geval lastig kan zijn.'

Désirée: 'Hieraan is trouwens ook één van mijn beste herinneringen aan A2 Maastricht verbonden. We hadden crisisoverleg gehad over de Portugezen en ik moest midden in de nacht met de taxi naar huis. Ik was helemaal kapot, zag het mediterrane uiterlijk van de taxichauffeur en dacht: o jee, daar gaan we weer. Maar eenmaal in de taxi wilde hij alleen maar alles weten over het graafwerk, het beton storten, de bouwput etc. Zodat hij dat aan zijn klanten kon vertellen. Halverwege de rit naar Heerlen vroeg ik hem: vertelt u mij nu eens het verhaal. Hij deed het meteen, in het juiste vakjargon. Met vlag en wimpel geslaagd.'

Hij had zich het project eigen gemaakt.

Désirée: 'En dat is vaker gebeurd. Wij hebben in het informatiecentrum, bij de rondleidingen door de VVV en tijdens de open dagen in totaal 120.000 mensen ontvangen. Stelregel was dat we dat altijd deden op een warme en persoonlijke manier. Dan stonden ze daarna rond de maquette in het informatiecentrum en begon iemand te klagen dat hij nog niet wist dat een week later in zijn straat iets ging gebeuren. Ik hoefde dan meestal niks te zeggen. Want een medebewoner nam het over: heb je dan niet in de voortgangsberichten, of de krant, of weet ik wat, gelezen dat dit gebeurde? Je moet wel op de hoogte blijven. Geweldig vond ik dat.'

Bart: 'Het draagvlak van het project was sowieso groot, want iedereen wilde een oplossing voor de problemen rond de A2. Door de intensieve communicatie zag je ambassadeurs opstaan die het verhaal zelf gingen vertellen en zeiden: kom niet aan onze tunnel. Er zijn volgens mij niet veel projecten waarbij dat gebeurt.'

Noem nog eens wat hoogtepunten.

Bart: 'Ach, dat zijn er zoveel. Steeds dacht ik: hier kunnen we niet overheen, maar dan kwam er weer een nieuwe top. Laat ik beginnen met de eerste Dag van de Bouw. We hadden gerekend op zo'n 1.500 bezoekers. Het werden er vier tot vijf keer zo veel.'

Désirée: 'We zouden alleen iets laten zien bij de Geusselt. Toen werden de werkploegen aan het Europaplein jaloers en hebben we ook daar een deel van het werkkerrein opengesteld. We hadden drie busjes om bezoekers heen en weer te rijden. In allerijl moesten we er een aantal bijbestellen. Dan nog stonden mensen anderhalf uur in de rij. We zijn toen kaarten gaan uitdelen, waarmee mensen konden kwartetten. Heb jij een nachtfoto, krijg jij van mij een dagfoto.'

Bart: 'De mensen in het informatiecentrum stonden na afloop van die dag op hun benen te tolleren door de enorme belangstelling. Al het informatiemateriaal was weg. Dat centrum was totaal leeggeroofd. Andere hoogtepunten vond ik het galadiner (t)Huis in de tunnel, de paar keren dat Flikken Maastricht in de bouwput is opgenomen en de laatste wensen. We hebben zo'n dertig keer iemand door de tunnel gereden die verwachtte de opening niet meer te halen. Huppakee, rolstoel de auto in en daar gingen we weer.'

Désirée: 'Er zijn zoveel menselijke verhalen. Bij het laatste Tunnelweekend in 2016 was er een ontbijt voor 500 omwonenden. Komt een ouder echtpaar mij vertellen dat de man niet meer thuis kan wonen en moet verhuizen naar een verzorgingshuis. Tegelijkertijd stellen ze hun kleinzoon voor: dit is de ingenieur van de toekomst, hij gaat de volgende tunnel in Maastricht bouwen. Dan vergat je meteen het gedoe met vergunningen dat nodig was om zo'n Dag van de Bouw, galadiner of Tunnelweekend te organiseren.'

Gaan jullie het project niet missen?

Bart: 'Wat ik zeker ga missen, is het directe contact met de buitenwereld in dit project, met mensen van allerlei pluimage. En misschien ga ik straks Limburg ook wel missen. In de zomer van 2010 ben ik met mijn vrouw en twee dochters voor dit project hier komen wonen. We kwamen uit Gouda. Zodra mijn jongste dochter klaar is met de middelbare school, gaan we beslissen wat we doen. Zulke grote projecten zijn er nu niet meer in dit deel van het land. Jammer wel, want het is ons hier uitstekend bevallen.'

Désirée: 'Sommige gekke dingen ga ik zeker missen. Zoals de keer dat CNN zich meldde om een reportage te komen maken. 'This is CNN calling'. Toen ze later tijdens een vergadering belden, moest ik dat telefoontje aannemen. Het leverde veel hoongelach op, niemand geloofde me. Dit project heeft zoveel mooie momenten gebracht. Maar het waren tropenjaren, ook voor het thuisfront. Toen eind 2016 de tunnel in gebruik werd genomen, werd ik vrijdagmiddag door mijn dochter opgehaald. Ik wilde enkel slapen. Zij wilde eerst dezelfde autorit rijden als ze de bus had zien rijden tijdens de liveregistratie van regionale omroep L1. Reden we eerst verkeerd ... en duurde het nog langer voordat ik naar bed kon. Wat was ik die kerst blij om thuis én bovengronds te zijn. 2017 zou rustiger worden. Dat dat vervolgens niet is gelukt, geeft wel aan dat je, eenmaal besmet door het A2-virus, er niet meer snel vanaf komt.'

Désirée op pad met de filmploeg van A2 Actueel (2013).



Tijdens het Tunnelweekend maken zo'n 25.000 bezoekers gebruik van de laatste mogelijkheid om door de tunnelbuizen te wandelen, rennen en/of fietsen (2016).

