

**VERVOLG VAN PAGINA 11**

intimmeren. Huib ging op zoek, samen met Casper Helldörfer. Ze vonden een geschikte Kempenaar in een faillissement. Nadat de romp was ingekort en het staalwerk bij Helldörfer was verricht, kwam het naar de kade aan het NDSM-terrein.

De vrouw van de opdrachtgever was kunstenaar. Niet alleen werd ze geïnspireerd door de verroeste machines op de oude scheepswerf, ze was ook bijzonder gecharmeerd van het kale ruim van de Kempenaar. Dat was roestig en zwart, er was jarenlang geen onderhoud aan gepleegd. De kunstenaar wilde die uitstraling behouden, maar ook kunnen wonen en werken in een ruimte die geïsoleerd was en van alle gemakken voorzien. Ze daagde Woodies uit om, waar mogelijk, het bestaande, kale materiaal te behouden, terwijl het nieuwe eruit moest zien alsof het al tientallen jaren oud was. Geen simpele opdracht, aangezien de tijd ontbrak om het staal op natuurlijke wijze te laten roesten.

**Verouderingstechniek**

Ze experimenteerden er lustig op los. De samenwerking tussen Huib en de kunstenaar werkte prima. Zij had het vormgeversoog, hij de materiaalkennis en techniek om het plan te verwezenlijken. Ze gebruikten verouderingstechnieken voor nieuw materiaal, en bestaande scheepsonderdelen waar dat mogelijk was. Zo werd de buikdenning getransformeerd tot meubels en bedden. 'Tot verdriet van onze machines. En wijzelf zagen er wekenlang uit als mijnwerkers.'

Maar het resultaat was precies zoals de kunstenaar bedacht had. Roestig en zwart, met een vloer van beton die er ruig en onbehandeld uitzag, maar wel voorzien was van vloerverwarming en een chemisch behandelde toplaag. Huib en Esther waren apetrots op het resultaat.

Daarom is het extra zuur dat het schip nu alweer te koop ligt. Teleurstellend, noemt Huib het: 'We hebben er onze ziel en zaligheid ingelegd, 's nachts wakker gelegen om oplossingen te bedenken.' Bij de opening van het schip als atelier en expositieruimte, werd het hele team van Woodies geëerd om zijn vakmanschap en vindingrijkheid. Daarom voelt de snelle verkoop als een belediging, al doet Huib zijn best om te relativieren: 'We zijn gewoon toch een beetje emo-kippen.'

**Mentaliteit**

De geschiedenis van de Iron Lady is tekenend voor de veranderende mentaliteit onder de huidige woonbootbewoners, al geldt dat gelukkig niet voor iedereen. Maar de tijd heeft de prijzen enorm doen stijgen en daarmee de houding van de koper veranderd. 'De laatste twee jaar geldt vooral de vierkante meterprijs. Daardoor krijg je andere klanten. Mensen die kiezen voor vierkante meters, niet voor een mooi schip. Bij de kennismaking zit er nog net geen jurist aan tafel.'

Er zijn projecten waarbij Huib en Esther zich de vraag stellen of ze het wel moeten doen. Zoals laatst, toen een klant een tjalk wilde kopen. 'Maar dan wel eentje met twee verdiepingen. Er moest maar een bak onder. Wij zijn niet superzakelijk en moeten ook ons brood verdienen. Maar tegen dit soort dingen zeggen wij nee. Met dat soort wensen kun je beter een grachtenpand kopen dan een schip.'

Toch zijn er ook positieve veranderingen te melden. Het verdwijnen van het trendy domotica-systeem bijvoorbeeld. 'Daarmee kun je met je iPhone vanaf de Bahama's de kachel aanzetten. Vijf jaar geleden wilde iedereen dat opeens hebben. We hebben het drie keer ingebouwd, kilometers draad. Kostte een tonnetje extra. Om op afstand je ligbad te kunnen vullen of de sfeerverlichting aan te zetten. Nu is dat helemaal uit. Gelukkig maar.'

Ook de hype om Airbnb's in te bouwen, lijkt te kalmeren. Daar zijn Huib en Esther blij mee. Los van het feit dat ze het een oneerlijk verdienmodel vinden, is het de dood van een mooi scheepsontwerp: 'Allemaal hokjes.'

**Toekomst**

Wat de toekomst brengt, is de vraag. Nu de beschikbare ligplaatsen langzaam vol raken, worden de woonboten steeds duurder. En de kopers welgestelder. Maar ook wanneer de opdrachtgevers veranderen, maakt het voor Woodies at Berlin geen verschil. Esther en Huib blijven hun eigen mentaliteit trouw. Zij bouwen met liefde voor de eindgebruiker. Mooie dingen, geen vierkante meters. Bij een geslaagd project gaat het niet alleen over het persoonlijk contact met een klant, maar ook over de energie die ze zelf in zo'n schip stoppen. 'Want wij houden heel erg van schepen. Zelfs van spitsen. Wanneer een klant zegt, ram er maar platen in, in die kop, dan zeg ik: kom op mensen! Laten we er iets moois van maken.'