



De waarde van architectuur in de stad

*Een verkennend literatuuronderzoek naar
de aspecten van architectuur die kunnen
leiden tot een economische meerwaarde.*

De waarde van architectuur in de stad

Een verkennend literatuuronderzoek naar de aspecten van architectuur die kunnen leiden tot een economische meerwaarde.

Master thesis Vastgoedkunde

Rijksuniversiteit Groningen
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen

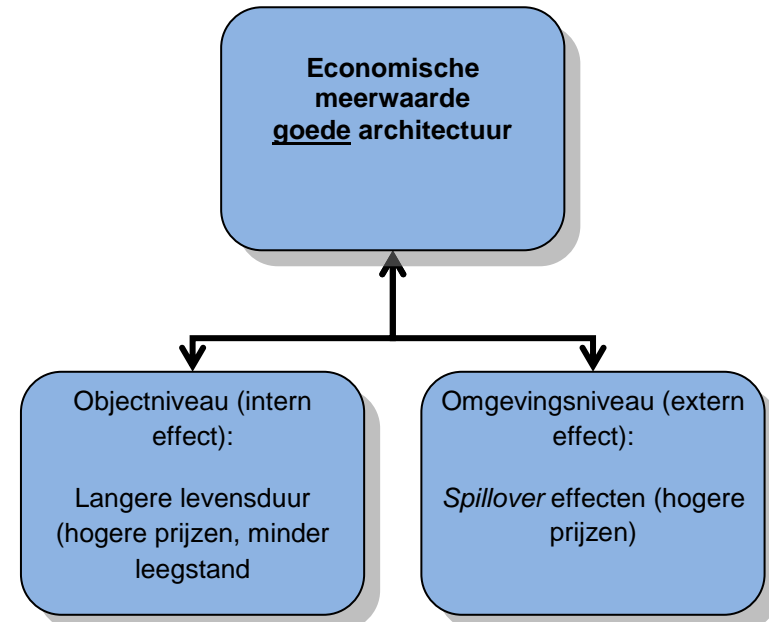
Auteur: S.A. Lubbers
Studentnummer: 1653385
1^e supervisor: Dr. H.J. Brouwer
2^e supervisor: Dr. F.J. Sijtsma
Datum: augustus 2012

Samenvatting

In deze master thesis staat de waarde van architectuur in de stad centraal. Gebleken is dat goede architectuur kan zorgen voor een economische meerwaarde. Deze meerwaarde kan plaatsvinden op twee verschillende niveaus, namelijk op (1) objectniveau (intern effect) en (2) omgevingsniveau (extern effect). Op objectniveau kan architectuur bijdragen aan de langere levensduur van een object. De langere levensduur komt tot uiting in hogere opbrengsten en/of lagere exploitatiekosten. De hogere opbrengsten zijn gelegen in het feit dat goede architectuur de *willingness to pay* (WTP) van eigenaren en gebruikers kan vergroten, waardoor zij bereid zijn hogere prijzen (huur dan wel koop) te betalen. Tegelijkertijd zijn ontwikkelaars, investeerders en eigenaren op de hoogte van deze WTP, waardoor zij ook hogere prijzen gaan vragen. Dit resulteert in hogere inkomsten. Bovendien kan er sprake zijn van een langere periode voordat deze hogere inkomsten onder druk komen te staan (door diezelfde WTP en de (betere) relatieve concurrentiepositie). De lagere exploitatiekosten zijn gelegen in het feit dat goede architectuur de technische en functionele veroudering van een object kan vertragen. Op omgevingsniveau kan architectuur bijdragen aan een hogere *bid rent/price*, oftewel eveneens hogere opbrengsten. Verschillen in prijzen kunnen verklaard worden aan de hand van de afstand tot een architectonisch object. Hoe kleiner de afstand tot het object, hoe hoger de prijs. De meerwaarde is gelegen in het feit dat goede architectuur voor *spillover* effecten kan zorgen. Het effect dat in dit geval het meest genoemd wordt, is dat het uitzicht op een architectonisch object kan leiden tot een hogere WTP.

Kortom: goede architectuur kan een economische meerwaarde opleveren op zowel object- als omgevingsniveau (figuur 1).

Echter, de vraag is wanneer sprake is van goede architectuur. Is dit wellicht afhankelijk van de maker van het object, de betekenis van het object of van het object zelf? Er is dan ook onderzoek gedaan naar



Figuur 1: Economische waarde architectuur (eigen bewerking)

drie aspecten/factoren van architectuur, namelijk de starchitect, iconen en het exterieur en interieur om goede architectuur te kunnen duiden. Een **starchitect** is een individuele architect die een groot aantal vooraanstaande (innovatieve) objecten heeft afgeleverd in verschillende (wereld)steden en daardoor naam heeft gemaakt over de hele wereld. Uit de literatuur blijkt dat een starchitect kan zorgen voor prijspremiums (intern effect). Echter, starchitecten schieten soms door in hun creativiteit, waardoor absurde objecten (niet functioneel, niet passend in de omgeving etc.) worden gecreëerd. De naam en faam van een starchitect leidt niet automatisch tot hogere prijzen, van groot belang is wat de starchitect maakt. Verschillende wetenschappers zijn het er dan ook over eens dat de meerwaarde van een starchitect voornamelijk schuilt in het feit dat hij de besluitvorming kan versnellen en de vermarktbaarheid van het object kan

vergroten. Het verbinden van simpelweg zijn naam aan een object is hiervoor wel voldoende.

Potentiële economische meerwaarde starchitecten: (prijspremiums à 5% - 12%), snellere besluitvorming en grotere vermarktbaarheid object.

Een **icoon** is een bekend (regionaal, nationaal dan wel internationaal) object dat zich onderscheidt door zijn esthetiek, symboliek en/of kwaliteit. Uit de literatuur blijkt dat iconen kunnen zorgen voor prijspremiums en voor minder leegstand (interne effecten). Bovendien kunnen iconen zorgen voor *spillover* effecten in die zin dat objecten die in de omgeving zijn gelegen van een icoon prijspremiums laten zien (extern effect). Het gaat in dit geval om een positieve externaliteit; mensen kunnen bijvoorbeeld genieten van het uitzicht dat zij hebben op een architectonisch (onderscheidend) object. Het fraaie 'gratis' uitzicht kan er voor zorgen dat men bereid is meer te betalen (hogere WTP). De prijspremiums worden veelal gezien als onderdeel van een groter economisch proces, namelijk een regeneratieproces. In dit geval zorgt het icoon onder andere voor een toestroom aan (nieuwe) inwoners, bedrijven en toeristen, een beter imago, hogere *opportunity costs* en een beter voorzieningenniveau wat vervolgens weer zorgt voor meer werkgelegenheid, hogere inkomens en hogere grond- en vastgoedprijzen. Het Guggenheim Museum in Bilbao, Spanje is hiervan het meest aangehaalde voorbeeld. Een icoon leidt niet per definitie tot economische meerwaarde, het moet voldoen aan vijf voorwaarden. (1) Het icoon moet over een bepaalde kwaliteit beschikken, (2) het moet passen in zijn omgeving, (3) het moet herkenbaar zijn, (4) er moet consensus bestaan over het feit dat sprake is van een (goed) icoon en (5) het object moet niet te ingewikkeld zijn om gebouwd te kunnen worden (qua tijd en geld).

Potentiële economische meerwaarde iconen: prijspremiums à 5,4% - 22%, minder leegstand (objectniveau) en prijspremiums à 8% - 13% en (regeneratieproces) (omgevingsniveau).

Uit de literatuur blijkt dat bepaalde aspecten van het **exterieur en interieur** van een architectonisch object belangrijk zijn voor prijzen en leegstand. Met betrekking tot het exterieur zijn drie verschillende vormen van kwaliteit van belang, namelijk (1) de (bouw)technische, (2) esthetische en (3) functionele kwaliteit. De bouwtechnische kwaliteit gaat voornamelijk om de gebruikte materialen en de duurzaamheid van de façade. De esthetische kwaliteit om de transparantie, massa, het aanzicht vanaf de *skyline* en de identiteit. En de functionele kwaliteit om de efficiëntie van de façade. Met betrekking tot het interieur is voornamelijk de functionele kwaliteit van belang. Functionele kwaliteit gaat in dit geval om de flexibiliteit, de efficiëntie en het comfort.

Potentiële economische meerwaarde exterieur en interieur: prijspremiums en minder leegstand (objectniveau).

Er kan geconcludeerd worden dat er meerdere aspecten/factoren zijn die kunnen bijdragen aan goede architectuur. Goede architectuur:

- kan afkomstig zijn van een starchitect;
 - is onderscheidend (kan in de vorm van een icoon);
 - is passend binnen zijn omgeving;
 - is herkenbaar (kan in de vorm van een *landmark* of symbool);
 - is collectief geaccepteerd;
 - is niet tijdsgevoelig;
 - beschikt over (bouw)technische, functionele en esthetische kwaliteit met betrekking tot het exterieur;
 - beschikt over functionele kwaliteit met betrekking tot het interieur
- KAN ECONOMISCHE WAARDE TOEVOEGEN**

Voorwoord

Voor u ligt mijn onderzoek naar de waarde van architectuur in de stad. Waar velen het onderwerp van hun master thesis al in een vroeg stadium op hun netvlies hebben staan, ging dat voor mij niet op. De vrijheid die je krijgt om zelf een vastgoedgerelateerd onderwerp te kiezen, is voor iemand die (bijna) alles leuk en interessant vindt geen bijzonder goed startpunt. Mijn hoofd liep dan ook over van ideeën en gedachten, de één nog ambitieuzer dan de ander. Eén ding was duidelijk, ik wilde een onderwerp dat nieuw was, anders dan anderen. Na een informeel gesprek met een stedenbouwkundige ontstond er de focus op architectuur. Met wat hulp vanuit de universiteit en wat creativiteit heeft dit uiteindelijk geresulteerd in het onderwerp van deze master thesis.

Met deze master thesis komt er voor mij een einde aan een 'tijdperk'. Mijn studententijd is voorbij en meerdere gevoelens overheersen dan ook. Gevoelens van blijdschap en trots dat ik straks in het bezit ben van een master's degree. Gevoelens van weemoed dat deze mooie periode tot een einde is gekomen en dat, eerlijk is eerlijk, mijn luizenleventje voorbij is. Maar ook gevoelens van nieuwsgierigheid en enthousiasme naar wat komen gaat. Immers, deze master thesis vormt ook het startpunt van een nieuw tijdperk. Een tijdperk waarin ik kan gaan laten zien wat ik heb geleerd, waarin ik mijn talenten verder kan gaan ontdekken en

gebruiken en waarin ik mijzelf als vastgoedkundige verder kan gaan ontwikkelen. Het echte werk kan beginnen, ik heb er zin in!

Na deze persoonlijke noten, wil ik nog graag de volgende mensen bedanken. Allereerst Henk Brouwer voor zijn stimulerende begeleiding. Zijn kennis leek zo nu en dan onuitputtelijk en zijn enthousiasme werkte motiverend. Tijdens onze brainstorm- en feedbacksessies kwam hij steeds weer met de opmerking dat hij hier of daar ook nog wel ergens iets gelezen had dat dan vervolgens door hem thuis in de boekenkast werd opgezocht. Erg fijn en verfrissend om te mogen ervaren. Daarnaast wil ik ook Frans Sijtsma bedanken die door middel van zijn colleges (Dilemma's en thema's in vastgoed) een inspiratiebron bleek te zijn voor het onderwerp van deze master thesis. Ten slotte wil ik mijn moeder en Bart bedanken voor hun onvoorwaardelijke liefde, steun, vertrouwen en vooral geduld.

Dan rest mij nu niets meer dan u veel plezier te wensen bij het lezen van deze master thesis en te hopen dat u tijdens het lezen iets oppikt dat u nog niet wist, uw wenkbrauwen doet fronsen of u op nieuwe ideeën brengt.

Anouk Lubbers
Groningen, augustus 2012

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	9
1.1 Aanleiding	9
1.2 Doel- en probleemstelling	9
1.3 Afbakening	10
1.4 Onderzoeksopzet	11
1.5 Leeswijzer	11
<i>Deel I: Theoretisch kader</i>	
2. De economische waarde nader verklaard.....	13
2.1 Objectniveau; langere levensduur	13
2.2 Omgevingsniveau; hogere <i>bid rent/price</i> (opbrengst)	15
3. Een terugblik; stedenbouw en architectuur vanaf de 19 ^e eeuw.....	18
3.1 De 19 ^e eeuw: verstedelijking, privébezit en esthetiek	18
3.2 De 20 ^e eeuw: functionaliteit, menselijkheid en identiteit	19
3.3 De 21 ^e eeuw: maatschappij, ecologie en economie	21
<i>Deel II: Inhoudelijke behandeling</i>	
4. Starchitecten.....	23
4.1 Definiëring	23
4.2 Eerder onderzoek	24
4.3 Evaluatie	25

5. Iconen.....	30
5.1 Het Guggenheim-effect	31
5.2 Definiëring	31
5.3 Eerder onderzoek	32
5.4 Evaluatie	34
6. Exterieur en interieur.....	38
6.1 Exterieur	40
6.2 Interieur	41
6.3 Evaluatie	41
7. Conclusie.....	43
8. Reflectie.....	48
8.1 Gebruikte literatuur	48
8.2 Uitgevoerde onderzoek	48
8.3 Aanbevelingen	49

LITERATUUR

Verantwoording afbeeldingen

Stad, object (architect)

Voorblad: Bangkok, The Cube (OMA)

Hoofdstuk 2: Rotterdam, Kubuswoningen (Piet Blom)

Hoofdstuk 3: New York

Hoofdstuk 4: Toronto, Royal Ontario Museum (Daniel Libeskind)

Hoofdstuk 5: Bilbao, Guggenheim Museum (Frank Gehry)

Hoofdstuk 6: Londen, 30 St. Mary Axe of Swiss Re tower (Foster and Partners)

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Steden kenmerken zich door een enorme diversiteit aan gebouwen. Hoog en laag en in verschillende stijlen, vormen en kleuren. Ook zie je een variëteit aan pleinen en andere ingerichte ruimtes. Een groot gedeelte hiervan is het product van architectuur. Ze bepalen de uitstraling en het uiterlijk van de stad. Echter, in de huidige veranderende, globaliserende wereld gaan steeds meer steden op elkaar lijken. Om op te vallen, besteden steeds meer steden actief aandacht aan hun uiterlijk en daarmee hun stedelijke identiteit. Immers, het is het uiterlijk dat als het ware een signaal afgeeft; het trekt bepaalde groepen aan of niet. Of zoals Bell en Jayne (2003) het verwoorden: *'Design is an important element of competitiveness for cities.'* Het uiterlijk met alles wat daarbij hoort kan uitgroeien tot een herkenbare, in dit geval stedelijke identiteit (Pasveer et al., 1991). Bij het begrip 'stedelijke identiteit' staat centraal dat de stad anders is dan andere steden; de stad is uniek (Dormans et al., 2003). Het is een zijnsfactor en het geeft de stad een ziel (Pasveer et al. 1991). Architectuur kan bijdragen aan de identiteit van een stad. Architectuur en stedenbouw zijn dan ook al geruime tijd een middel tot citymarketing geworden (oa. Bosma et al., 1990; Knox, 2010).

Bovendien kan architectuur bijdragen aan het verminderen van criminaliteit, vandalisme en energiegebruik (Bell & Jayne, 2003). En, zoals verschillende architecten onderschrijven, architectuur geeft vorm aan de leefomgeving van mensen en draagt op die manier bij aan de kwaliteit van leven. Bouman et al. (2009) gaat nog een stukje verder. Hij acht architectuur in staat om grote

maatschappelijke vraagstukken op te lossen. *'Architectuur en ruimtelijke ordening kunnen een bijdrage leveren aan een duurzame voedselproductie, alternatieve energiebronnen en de behoefte aan sociale cohesie in een gezonde leefomgeving.'* Eerder dichtte onder andere ook Delancey (2004) architectuur een wereldverbeterende rol toe, *'if by 'world' we mean the welfare of all kinds of organisms and systems of the earth ...'*. Echter, op dit moment lijkt dit meer een utopische gedachte zoals bijvoorbeeld Le Corbusier ooit had, dan werkelijkheid.

Het moge duidelijk zijn dat aan architectuur een bepaalde sociaal-culturele of maatschappelijke meerwaarde wordt toegedicht. Architectuur beïnvloedt het uiterlijk van een stad en kan bijdragen aan stedelijke identiteit, veiligheid, duurzaamheid en wellicht andere grote maatschappelijke vraagstukken. Daarnaast wordt veelal opgemerkt dat architectuur tevens een economische waarde heeft (oa. Vandell & Lane, 1989; Loe, 2000; Warpole, 2000; Carmona et al., 2002; Bell & Jayne, 2003; Bole & Reed, 2009). Wat die economische waarde dan precies inhoudt, is veel minder concreet. Draagt architectuur bij aan hogere huur- en koopprijzen? Heeft architectuur invloed op leegstand? Op object- of op omgevingsniveau? En wanneer wel en wanneer niet? Dit is wat mij, als aankomend vastgoedkundige, heeft geïntrigeerd en wat daarom het startpunt is geworden van deze master thesis.

1.2 Doel- en probleemstelling

Over de meerwaarde van architectuur is reeds veel geschreven, gesproken en gespeculeerd. Overigens verdient het de opmerking dat de meerwaarde van architectuur niet zonder meer voor iedereen en alles een feit is. Of zoals de filosoof Alain de Botton (2006)

schrijft: *'the noblest of architecture can sometimes do less for us than a siesta or an aspirin.'* In deze literatuurstudie wordt dan ook onderzocht wat de economische waarde van architectuur kan zijn en welke factoren hierbij al dan niet een rol spelen. Wanneer heeft architectuur een economische meerwaarde en wanneer niet? En wat houdt die economische meerwaarde in?

De **doelstelling** van dit onderzoek is:
Inzicht verschaffen in de potentiële economische meerwaarde van architectuur in de stad en de aspecten/factoren van architectuur die al dan niet leiden tot die meerwaarde.

De **probleemstelling** van dit onderzoek is:
Welke aspecten/factoren van architectuur kunnen leiden tot een economische meerwaarde?

Om de centrale vraag van dit onderzoek te kunnen beantwoorden, is deze onderverdeeld in de volgende deelvragen:

1. Wat kan de economische meerwaarde van architectuur in de stad zijn?
2. Welke invloed heeft een starchitect op architectuur en op de economische meerwaarde?
3. Welke rol speelt een icoon bij architectuur en welke invloed heeft het op de economische meerwaarde?
4. Welke rol speelt het exterieur en interieur bij architectuur en welke invloed heeft het op de economische meerwaarde?

1.3 Afbakening

In de probleemstelling van deze master thesis worden twee begrippen genoemd die enige verduidelijking dan wel afbakening behoeven, namelijk 'architectuur' en 'economische meerwaarde'.

Architectuur

Architectuur is de kunst en wetenschap die de fysieke omgeving om ons heen creëert. Het geeft vorm aan denkbeelden omtrent het ontwerp en de bouw van een constructie. Architectuur bepaalt de uiterlijke en innerlijke structuur, maar ook de stijl (*look* en *feel*) zoals wij, mensen die ervaren. Architectuur is niet per definitie mooi. Het is net als andere kunstvormen subjectief. Of om Shakespeare te citeren: *'Beauty is in the eye of the beholder'*. In deze master thesis wordt dan ook geen onderscheidt gemaakt naar stijlen, vormen of kleuren. Alle gebouwde objecten die voldoen aan het bovenstaande en waar over nagedacht is (oa. door een architect), vallen binnen het kader van deze master thesis. Wel is het zo dat hoofdzakelijk de architectuur van kantoorpanden en woningen (en een enkele keer openbare (cultuur)gebouwen) in een stad onderwerp is van dit onderzoek, aangezien hier de meeste wetenschappelijke literatuur op gebaseerd is. Tevens ligt meer de nadruk op de bijdrage van uiterlijke architectuur (de buitenkant) dan op innerlijke architectuur, al komen zij beide aan de orde.

Economische meerwaarde

Adam Smith (1780, in Groeneveld, 2004) toont aan dat waarde een tweezijdig begrip is; enerzijds is er de gebruikswaarde (*value in use*) en anderzijds de ruilwaarde (*value in exchange*). Gebruik en ruil worden tegenover elkaar gesteld. *'The things which have the greatest value in use have frequently little or no value in exchange*

and on the contrary, those which have the greatest value in exchange have frequently little or no value in use. Als voorbeeld gebruikt hij water (hoge gebruikswaarde, lage ruilwaarde) en diamanten (lage gebruikswaarde, hoge ruilwaarde). Smith meende dat de waarde van een goed niet uit de gebruikswaarde kon worden verklaard. Echter, Carl Menger (1871, in Groeneveld, 2004) is van mening dat het niet gaat om de objectieve gebruikswaarde, maar om de subjectieve gebruikswaarde, de betekenis van een goed voor een persoon. Deze subjectieve gebruikswaarde kan wel degelijk een verklaring bieden voor de ruilwaarde. De subjectieve gebruikswaarde is afhankelijk van de persoon en van de hoeveelheid van het goed (en van andere goederen). Deze gedachte sluit aan bij de waarde van architectuur. Als iemand bijvoorbeeld een bepaald architectonisch object aantrekkelijk vindt, kan hij bereid zijn om een hogere prijs te betalen (hoge gebruikswaarde, hoge ruilwaarde). In deze master thesis gaat het om de vraag of architectuur een extra kwantitatieve waarde of surplus aan een object toevoegt. Het gaat om een bepaalde 'winst' (meetbaar in cijfers/geld) die behaald kan worden; hogere huurinkomsten, hogere koopprijzen, minder leegstand etc. Meer over de economische meerwaarde is te vinden in het volgende hoofdstuk (hoofdstuk 2).

1.4 Onderzoekopzet

In dit verkennende onderzoek zal de onderzoeksvraag uitsluitend beantwoord worden aan de hand van een uitgebreide literatuurstudie. Uit boeken, wetenschappelijke artikelen en andere wetenschappelijke literatuur worden de bestaande kennis en inzichten geordend en met elkaar vergeleken. Deze kwalitatieve studie zou gezien kunnen worden als het startpunt van een

meeromvattend (vervolg)onderzoek. Immers, op dit moment is er een relatief geringe hoeveelheid primaire literatuur en een ontelbare hoeveelheid secundaire literatuur beschikbaar over de al dan niet economische meerwaarde van architectuur in de stad. Deze studie poogt deze wirwar systematisch te presenteren. Dit stelt vervolgens een andere onderzoeker in staat om de geordende literatuur te toetsen aan de werkelijkheid in een meer kwantitatief onderzoek. Zorgen de in dit onderzoek gevonden aspecten/factoren nu wel of niet voor een economische meerwaarde van architectuur in de stad? Bovenal is deze literatuurstudie geen letterlijke samenvatting van de gevonden literatuur, maar een gerichte toepassing daarvan om zo de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden.

1.5 Leeswijzer

Deze master thesis bestaat in feite uit twee delen. Het eerste deel vormt het theoretische kader en bestaat uit de hoofdstukken 2 en 3. Hoofdstuk 2 gaat in op de vraag wat de economische meerwaarde van architectuur inhoudt. In hoofdstuk 3 wordt teruggegaan in de tijd om een beeld te schetsen van de ontwikkeling van de stedenbouw en architectuur. Het tweede deel vormt de inhoudelijke behandeling van de probleemstelling. Er wordt ingegaan op een aantal specifieke aspecten/factoren van architectuur, achtereenvolgens de st architect (hoofdstuk 4), iconen (hoofdstuk 5) en het exterieur en interieur (hoofdstuk 6), die al dan niet kunnen leiden tot een economische meerwaarde. Uiteindelijk wordt één en ander samengevat en worden beide delen samengebracht in de conclusie (hoofdstuk 7). Er wordt afgesloten met een reflectie op de gebruikte literatuur en op het uitgevoerde onderzoek waar vervolgens een tweetal aanbevelingen voor vervolgonderzoek uit voortkomen (hoofdstuk 8).



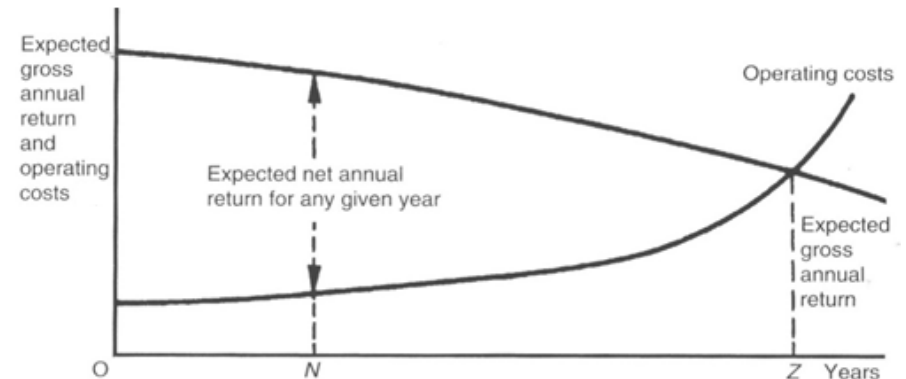
2. De economische waarde nader verklaard

Zoals reeds is opgemerkt, zijn in de literatuur verschillende aanwijzingen te vinden die erop wijzen dat architectuur een economische meerwaarde kan hebben. De vraag is echter waarin die meerwaarde is gelegen. In dit hoofdstuk wordt hier dan ook op ingegaan. Er wordt gebruik gemaakt van meerdere economische theorieën om zowel de meerwaarde van architectuur op objectniveau (intern effect) als op omgevingsniveau (extern effect) te duiden.

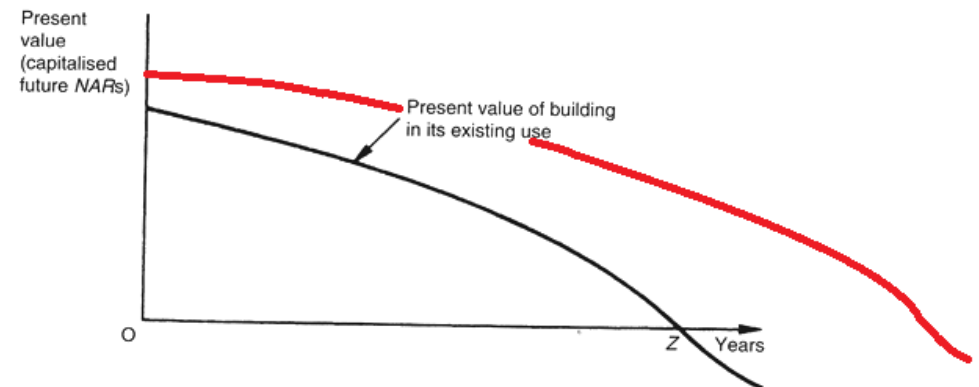
2.1 Objectniveau; langere levensduur

'Gebouwen kunnen zeer lang meegaan, maar zeker is dat hun levensduur uiteindelijk begrensd is' (Brouwer, 1994). De levensduur hangt nauw samen met de opbrengsten en kosten van een object. De netto jaarlijkse opbrengst (*net annual return* of NAR) gedurende de gehele levensduur van een object is het verschil tussen de bruto jaarlijkse opbrengst (*gross annual return* of GAR) en de exploitatiekosten (figuur 2). Aangezien er sprake is van toekomstige opbrengsten en kosten gaat het hier om verwachtingen.

Over het algemeen geldt dat naarmate de jaren vorderen de GAR naar beneden gaat als gevolg van onder andere marktwerking en dalende huurinkomsten. De exploitatiekosten daarentegen gaan omhoog als gevolg van technische en functionele veroudering (Harvey & Jowsey, 2004). Er kan worden aangenomen dat na verloop van tijd de exploitatiekosten sneller zullen toenemen (Brouwer, 1994). De kosten zullen een steeds groter deel van de opbrengsten in beslag nemen. In figuur 3 is te zien dat de NPV (*net present value*) als gevolg van dalende opbrengsten en stijgende exploitatiekosten gestaag afneemt.



Figuur 2: (Bruto) opbrengsten en exploitatiekosten afgezet tegen de tijd (Harvey & Jowsey, 2004)



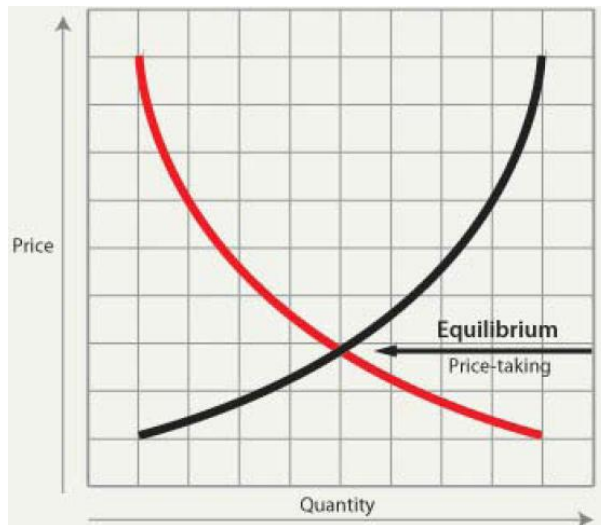
Figuur 3: De (huidige) waarde van een object afgezet tegen de tijd (Harvey & Jowsey, 2004)

Architectuur zou er voor kunnen zorgen dat de curve van de NPV hoger begint en belangrijker, dat hij minder snel afloopt (rode lijn figuur 3). Dit laatste zorgt ervoor dat de levensduur van een object wordt verlengd. Het minder steilere verloop van de NPV-curve kan

zowel verklaard worden vanuit een hogere GAR als vanuit lagere exploitatiekosten. Beide gevolgen zullen hierna besproken worden.

Hogere huurinkomsten

De hogere huurinkomsten kunnen verklaard worden met behulp van de neoklassieke theorie. Deze theorie verklaart prijsvorming vanuit een markt van vraag en aanbod. In figuur 4 wordt deze theorie grafisch weergegeven.



Figuur 4: Aanbod (rood) en vraag (zwart) (Heskett, 2008)

De aanbodcurve laat een dalend verloop zien (meer aanbod betekent een lagere prijs), terwijl de vraagcurve een stijgend verloop laat zien (meer vraag als er meer wordt aangeboden tegen een lagere prijs). Het snijpunt van beide lijnen is het marktequilibrium en geeft de evenwichtsprijs. Heskett (2008) merkt op dat bij de totstandkoming van deze prijs er geen rekening wordt

gehouden met bijvoorbeeld kwaliteit en design en de daaruit (waarschijnlijk) voortvloeiende hogere *willingness to pay* (WTP) van consumenten. Deze hogere WTP zou in verband kunnen worden gebracht met de relatieve concurrentiepositie van architectonische objecten. Immers, de relatieve positie van een object ten opzichte van concurrerende objecten is van invloed op de vraag. Voor architectonisch aantrekkelijke objecten kan gelden dat de architectuur de concurrentiepositie (mede) bepaalt (in de vorm van meer vraag, minder aanbod). Tevens geeft Heskett (2008) aan dat er geen rekening gehouden wordt met het feit dat producenten zich als prijszetter gedragen (en dus niet als prijsnemers zoals in figuur 4) door in te spelen op de WTP van consumenten. Dit vertaald naar het onderwerp van deze master thesis; architectuur kan de WTP van gebruikers vergroten waardoor zij bereid zijn een hogere huurprijs te betalen. Tegelijkertijd zijn ontwikkelaars/investeerdere zich hiervan bewust waardoor zij hogere prijzen gaan vragen. Dit resulteert in een hogere evenwichtsprijs, oftewel hogere huurinkomsten. Bovendien kan sprake zijn van een langere periode voordat deze hogere inkomsten onder druk komen te staan (door diezelfde relatieve concurrentiepositie en WTP). In figuur 2 komt dit tot uiting doordat de afstand tussen de opbrengsten- en kostencurve (*expected net annual return for any given year*) langer 'groot' blijft en de tijd OZ (oftewel de levensduur) dus wordt verlengd.

Lagere exploitatiekosten

De hoogte van de exploitatiekosten hangt onder andere samen met de technische en functionele veroudering van een object. Immers, als de technische en functionele veroudering minder snel intreedt, zorgt dit voor minder kosten om een object op peil te houden

oftewel te laten voldoen aan de markt. Technische veroudering heeft betrekking op kwaliteit, levensduur, bouwjaar en de staat van onderhoud van een object. Functionele veroudering heeft betrekking op het gebruik van een object en de mate waarin het voldoet aan de vraag. De voorgaande redenering omtrent het effect van architectuur op de inkomsten kan invloed hebben op de veroudering via de bereidheid om te willen investeren in een object. Een hogere en langere periode van inkomsten (of ten minste het vooruitzicht hierop) vergroot die bereidheid. *'Investerings in onroerend goed zullen alleen dan plaatsvinden, wanneer de nog te verwachten levensduur ... dit rechtvaardigt'* (Brouwer, 1994). Door de investeringen blijft de concurrentiepositie van een object ook (langer) beter. Immers, door de investering kan (beter) voldaan worden aan de vraag en wordt de levensduur van een object verlengd. Zolang een object voldoet aan de vraag, is de kans op leegstand minder groot (Remøy, 2010). Vervolgens worden weer meer en over een langere periode inkomsten gegenereerd. De voorgaande redenering herhaalt zichzelf.

Daarnaast zou architectuur een bijdrage kunnen leveren aan de vermindering van de technische veroudering, daar voornamelijk hoogwaardige materialen gebruikt worden die de kwaliteit en levensduur van een object vergroten. Over de bijdrage aan de functionele veroudering zijn de meningen verdeeld. Er zijn wetenschappers die stellen dat er over architectonische objecten beter is nagedacht (qua uiterlijk en lay-out), waardoor beter aan de vraag kan worden voldaan. Met name als nadrukkelijk is nagedacht over de toekomst (in de vorm van de flexibiliteit van het object) is hiervan sprake. Echter, er zijn ook wetenschappers die van mening zijn dat architectuur het proces van functionele veroudering

versneld, daar architectuur aan (mode)trends onderhevig is (oa. Brouwer, 1994; Glendinning, 2010). *'Bij gebouwen waarvan het ontwerp op het moment van realiseren sterk aan de heersende mode onderhevig is geweest, ... zal men extra attent dienen te zijn op de gevolgen die dit voor de waardeontwikkeling met zich mee zal kunnen brengen'* (Brouwer, 1994).

Tot nu toe is in deze hele paragraaf uitgegaan van de beleggers- of investeringskant. Echter, de volledige redenering gaat ook op voor de kopers- of gebruikerskant. De langere levensduur komt dan voort uit hogere koopprijzen (in plaats van hogere huurinkomsten) door een hogere WTP en lagere exploitatiekosten door minder snelle veroudering.

2.2 Omgevingsniveau; hogere *bid rent/price* (opbrengst)

Met behulp van Von Thünen's locatietheorie kan de (eventuele) meerwaarde van architectuur op omgevingsniveau geduid worden. In deze theorie staat de afstand tot de markt als verklarende variabele van verschillen in grondprijzen centraal. Het gaat er hierbij om dat hoe dicht een producent bij de markt zit, hoe lager zijn transportkosten zijn en hoe hoger zijn maximale *bid rent* voor de grond is. Immers, het geld dat hij bespaart op de transportkosten kan hij uitgegeven aan de grond. De opbrengsten, productiekosten en winst zijn onafhankelijk van de grond (althans in deze theorie) en zijn gegeven. De transportkosten zijn wel afhankelijk van de grond (via de afstand tot de markt) en bepalen de maximale *bid rent*.

De variabelen zien er in formulevorm als volgt uit:

$$R = \text{opbrengst} - \text{kosten (productie en transport)} - \text{winst}$$

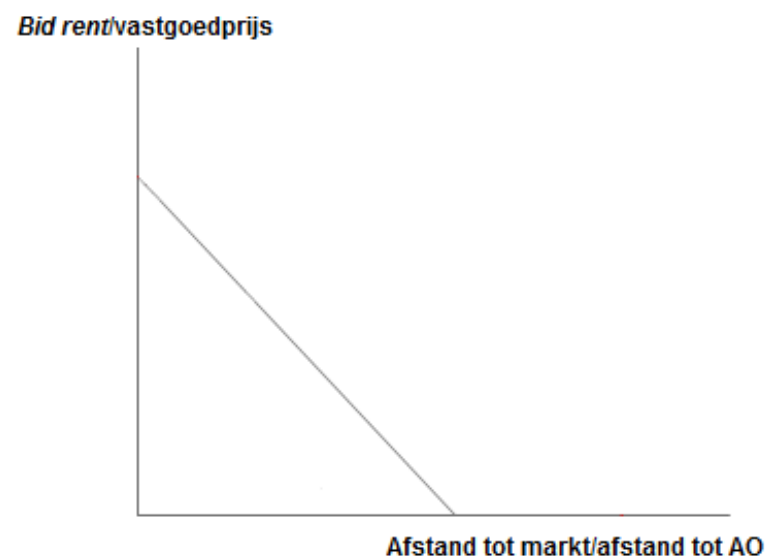
Om vervolgens de theorie van Von Thünen te kunnen gebruiken in deze master thesis, moeten de variabelen aangepast worden (zie tabel 1).

Tabel 1: Omzetting variabelen (eigen bewerking)

	Agrarisch grondgebruik	Architectonisch object (AO)
R	<i>Bid rent</i> (max.)	Vastgoedprijs (zowel huur als koop)
Opbrengst	Marktprijs product	Marktprijs object (zowel huur als koop)
Kosten	Productiekosten, transportkosten	Aanschafprijs (koop) of kosten voor verhuur (huur)
Winst	Marktprijs minus productiekosten en transportkosten	Marktprijs object minus aanschafprijs (koop) of kosten voor verhuur (huur)

Verschillen in huur- dan wel koopprijzen kunnen vervolgens verklaard worden aan de hand van de afstand tot een architectonisch object. Hoe kleiner de afstand tot het object, hoe hoger de prijs (figuur 5). Het gaat er in dit geval niet om dat er sprake is van lagere transportkosten, maar dat objecten die dicht bij een architectonisch object zijn gelegen door *spillover* effecten een hogere opbrengst genereren. Het meest genoemde *spillover* effect is dat het uitzicht op een architectonisch object leidt tot een hogere WTP (en dus tot hogere inkomsten). Het uitzicht is hier een positieve externaliteit. Immers, er is sprake van een positief (neven)effect dat 'gratis' beschikbaar is voor diegene die hier oog voor heeft dan wel waarde aan hecht. Architectuur vertoont in dit geval gelijkenissen met bijvoorbeeld openbaar groen (parken,

groenstroken etc.). Verschillende onderzoekers (oa. Tyrväinen, 1997; Rouwendal & Van der Straaten, 2008 en Conway et al. 2010) hebben aangetoond dat de nabijheid hiervan een positieve uitwerking heeft op de WTP en, hieruit voortvloeiend, op de prijzen van vastgoed. Bensen et al. (1998) ontdekte dat voornamelijk de kwaliteit en het soort uitzicht van belang is voor de WTP. In dit onderzoek komt naar voren dat een *'quality view'* (bijvoorbeeld zeezicht) een prijspremium op kan leveren tot wel 60%. Bourassa et al. (2004) die op dit onderzoek zijn doorgegaan, ontdekten dat het uitzicht op aantrekkelijke objecten een prijspremium tot 37% kan opleveren.



Figuur 5: Verhouding tussen prijs en afstand (eigen bewerking)

'De enige constante in het stadsbeeld is verandering.'
(Olsen, 1986)



3. Een terugblik; stedenbouw en architectuur vanaf de 19^e eeuw

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de geschiedenis van de stedenbouw en architectuur. Aangezien het in het kader van deze master thesis te ver zou gaan om de volledige geschiedenis te behandelen, is gekozen om in te stappen bij de 19^e eeuw. Dit is het moment waarop de stedenbouw en architectuur zich in rap tempo ontwikkelen. Of zoals Robert Vaughan (1843, in Eaton, 2002) schreef: *'De 19^e eeuw is voornamelijk het tijdperk van de opkomst van de steden.'* Het is geenszins de bedoeling een uitputtend betoog te houden, meer een inkijk in de ontwikkeling van de stad en de architectuur.

3.1 De 19^e eeuw: verstedelijking, privébezit en esthetiek

Het begin van de 19^e eeuw kenmerkt zich door een breuk met het verleden als het gaat om de stedenbouw. Onder invloed van de Industriële Revolutie beginnen steden explosief te groeien. Bovendien begint het huiselijke leven steeds belangrijker te worden. Mensen beginnen een groter gedeelte van hun tijd thuis door te brengen en er ontstaat een nadrukkelijke scheiding tussen de persoonlijke levenssfeer en de publieke wereld buitenshuis. Dit heeft tot gevolg dat de aard, omvang, inrichting en ligging van de gezinswoning een belangrijke plaats in begint te nemen in de theorie en praktijk van de stedenbouw (Olsen, 1986). Historicus en cultuurfilosoof Johan Huizinga herkende deze verschuiving in de verplaatsing van het zwaartepunt binnen de architectuur; *'Men vroeg nu van haar als voornaamste taak niet meer kerken en paleizen, maar woonhuizen, niet meer staatsiegalerijen, maar woonvertrekken'* (Huizinga, 1938). Uiteindelijk bereikt de trend van huiselijkheid en individualisme haar hoogtepunt. De representatie-

architectuur (Olsen, 1986; Rossi, 1995) doet zijn intrede. De buitenkant en structuur van het privébezit moet overeenstemmen met de sociale status van de bewoner. Via architectuur wordt aan maatschappelijke verschillen uitdrukking gegeven. Steden krijgen een gevarieerder uiterlijk, maar tegelijkertijd ontstaat er ook de crisis van de eenheid van de stad (Rossi, 1995). Gebouwen worden meer en meer opgevat als objecten die uitsluitend op zichzelf betrokken zijn en niet als verbindende objecten binnen hun omgeving, oftewel de stad. Echter, ondanks dat het onderwerp van toepassing binnen de architectuur verandert (van openbare gebouwen naar privébezit), vertoont de stijl op dat moment nog geen verandering. Sterker nog, qua stijl wordt nog veelal teruggegrepen op het verleden. Er wordt gebouwd in verschillende neostijlen, zoals neogotiek en neoclassicisme (later eclecticisme genaamd). Dit is opmerkelijk, want er wordt algemeen aangenomen dat de architectuur een afspiegeling is van de brede maatschappelijke krachten van haar tijd (oa. Bosma et al., 1990; Rossi, 1995; Dijkstra, 2001; Eaton, 2002). Echter, dan had ze moeten reageren op de bevolkingsgroei, de verstedelijking en de industrialisatie en dat deed ze (nog) niet. Daarnaast ontstaan er onderlinge verschillen tussen (wereld)steden. Waar Londen volledig opgaat in alle neostijlen, blijft Parijs zich vasthouden aan de ordelijkheid van één stijl. Deze verschillen doen vermoeden dat nationalisme een belangrijkere esthetische factor is dan economische, technologische en andere maatschappelijke krachten (Olsen, 1986). Pas aan het eind van de 19^e eeuw doet een andere stijl zijn intrede in de stedenbouw en architectuur. Het is de Art Nouveau of Jugendstil dat zich niet langer bezighoudt met het verleden, maar haar inspiratie zoekt in de natuur en de menselijke creativiteit (Van der Ree, 2000). Onder invloed van met name de industrialisatie, doen andere technieken

en nieuwe bouwmaterialen hun intrede. Nu volgt de architectuur wel de veranderde maatschappij. De sierlijke en beweeglijke vormen van deze stijl doen hun intrede in het stadsbeeld van verschillende steden. Nationalisme is niet langer de belangrijkste factor en net als bij het gebruik van de neostijlen gaat het met name om de esthetiek, de schoonheid van de bebouwde ruimte.

3.2 De 20^e eeuw: functionaliteit, menselijkheid en identiteit

In de voorgaande eeuw, en met name vanaf 1850, groeiden steden zoals gezegd in een fenomenaal tempo. Terwijl aan het begin van de 19^e eeuw geen enkele stad op aarde meer dan één miljoen inwoners telde, waren er aan het eind een dozijn¹ daarvan (Eaton,



Figuur 6: Londen omstreeks 1820

¹ In 1900 waren de twaalf steden met een bevolking groter dan 1 miljoen: Londen, Parijs, Berlijn, Wenen, St. Petersburg, Moskou en Konstantinopel in Europa, New York, Chicago en Philadelphia in de Verenigde Staten en Tokio en Peking in Azië.

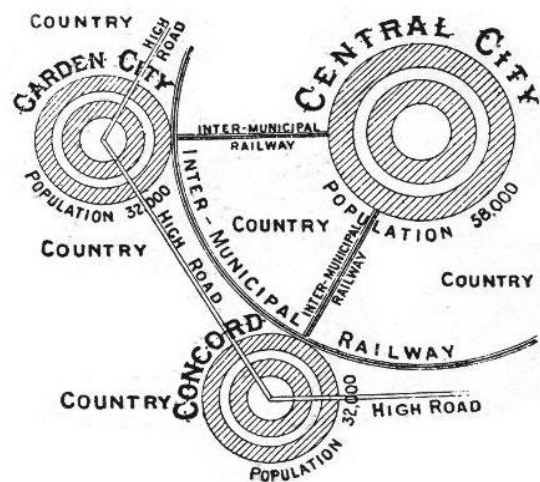
2002). In 1900 waren de grootste steden Londen, Parijs en New York. Echter, tegelijkertijd met deze groei beginnen zich problemen voor te doen. Voor grote aantallen stedelingen zijn de leef- en werkomstandigheden erbarmelijk en zij gaan gebukt onder ziekte en armoede (oa. Engels, 1845; Riis, 1903; Hall, 1988; Eaton; 2002). Het begin van de 20^e eeuw gaat verder waar de 19^e eeuw gestopt is. Steden zijn vol, ongezond en vies en raken verder verstoort door de opkomst van de auto. Geluiden dat de stad een chaos en een voedingsbodemp is geworden voor onrechtvaardigheid en onmenselijkheid worden luider. Verschillende stedenbouwers en architecten, in feite sociale technocraten, komen met suggesties om door middel van veranderingen in de fysieke omgeving een



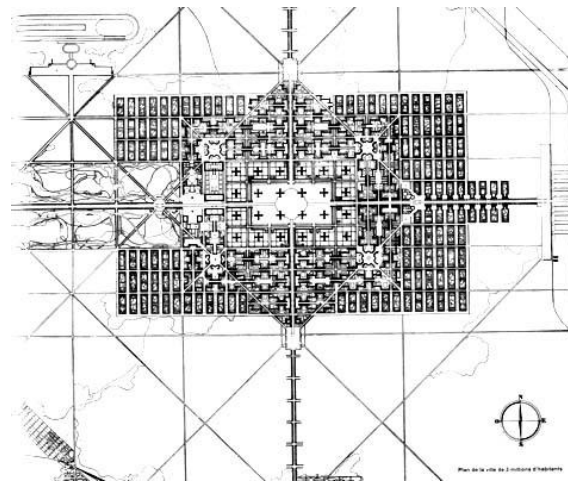
Figuur 7: New York omstreeks 1900

diepgaande transformatie van de sociale structuur te bewerkstelligen (Rossi, 1995; Eaton, 2002). Ebenezer Howard ziet nieuwe, zelfvoorzienende en autonome steden (*Garden Cities*) als de oplossing (figuur 8). Deze *Garden Cities* moeten de stedelijke voordelen van werkgelegenheid en amusement met de landelijke voordelen van gezond leven en ruimtelijkheid combineren. Niet veel later komen Le Corbusier en Frank Lloyd Wright met hun ideeën. Le Corbusier denkt aan een functionele stad die geregisseerd is door een meesterplanner en waarin functies gescheiden worden. Le Corbusier, die zichzelf ziet als zo'n meesterplanner, tekent stadsplattegronden met hoge gebouwen in een open, parkachtige omgeving (figuur 9). Frank Lloyd Wright ziet een belangrijke rol voor een architect als stadsplanner en bedenkt de *Broadacre Cities* waarin iedereen de beschikking heeft over een eigen huis met een stukje grond (figuur 10). Het functionalisme (in de vorm van het lijnen en moderne gebouwen zonder versieringen en ornamenten.

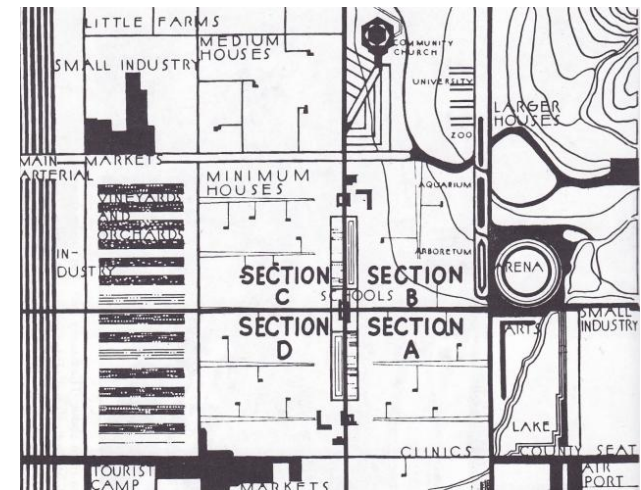
Nieuwe Bouwen) doet zijn intrede; geregisseerde steden, strakke Alles onder het motto: *form follows function*. De opvatting dat de vorm uitsluitend wordt bepaald door de functie krijgt internationaal gehoor. De architectuur wordt gekenmerkt door een streven naar vooruitgang en het gebruik van moderne vormen, bouwtechnieken en materialen; het modernisme. *Less is more*. Er heerst een sterk geloof in vooruitgang en in maakbare steden. Toch komt er steeds meer reactie tegen de autoriteit en de uniformiteit waarmee het functionalisme en modernisme gepaard gaat. Eaton (2002) zegt hierover: *'In toenemende mate voelt het individu zich gereduceerd tot een pion op een enorm schaakbord, een radertje in een geweldige machine, een vervreemd, vervangbaar reserveonderdeel.'* Echter, door de dringende behoefte aan snelle en goedkope wederopbouw na de Tweede Wereldoorlog verandert er, in eerste instantie, weinig. De uniformiteit, de algemene toepasbaarheid en de methoden van massaproductie en



Figuur 8: De 'Garden City' van Ebenezer Howard



Figuur 9: De 'Contemporary City' van Le Corbusier



Figuur 10: De 'Broadacre City' van Frank Lloyd Wright

prefabricatie sluiten immers perfect aan bij de noodsituatie waarvan op dat moment sprake is. Het Nieuwe Bouwen gaat over in de Internationale Stijl. Hoewel deze naamsverandering doet suggereren dat er iets verandert, blijft men eenvoudige, op het nut gerichte, onversierde ontwerpen creëren. Pas in de jaren zestig komt hier verandering in. Aldo van Eyck (1959, in Jencks, 1987) verwoordt de ontevredenheid onder generatiegenoten als volgt: *'In plaats van het ongemak van vuil en verwarring hebben we nu de verveling van hygiëne gekregen.'* En de architectuur en stedenbouw die onder het functionalisme en modernisme tot stand is gekomen, noemt hij *'kilometer na kilometer georganiseerd niets'*. Onder invloed van het Nieuwe Bouwen en de Internationale Stijl zijn steden steeds meer op elkaar gaan lijken. Het algemene beeld dat op begint te komen is dat deze ontwikkeling en de rigide functiescheiding in de stad ongedaan moet worden gemaakt en dat het individu weer zijn eigen plek moet krijgen. De strak georganiseerde en geregisserde steden zonder identiteit moeten weer een menselijke maat krijgen. Er ontstaat een verschuiving van het functionalisme naar het structuralisme. Onder invloed van het structuralisme wordt in steden meer aandacht besteed aan functiemenging en aan de overgangen tussen het privé- en collectieve domein en tussen binnen en buiten. Gebouwen worden opgebouwd uit kleinere, veelal dezelfde eenheden. Overzicht en structuur is belangrijk. Vanaf de jaren zeventig is het postmodernisme een andere belangrijke reactie op het functionalisme en modernisme. Postmodernisten vinden, net als de structuralisten, dat er onder invloed van deze stromingen steden zonder identiteit zijn ontstaan. Ze roepen op tot een terugkeer naar de integratie van historische bronnen en traditionele vormen en materialen in architectonische en stedenbouwkundige ontwerpen

(Eaton, 2002). Het *less is more* van Mies van der Rohe wordt door Robert Venturi verandert in *less is a bore*. De neostijlen doen (wederom) hun intrede, net als uitbundige kleuren en vormen. Functionaliteit is niet langer een vereiste en steden krijgen weer een gevarieerder uiterlijk.

3.3 De 21^e eeuw: maatschappij, ecologie en economie

Het postmodernisme uit de 20^e eeuw zet door in het begin van de 21^e eeuw, zij het in afgezwakte vorm. Onder invloed van globalisering, schaalvergroting en andere voortdurende processen van deze tijd, blijft identiteit voor steden belangrijk. Toch is er door de wereldwijde economische crisis wel wat verandert. Uitbundige gebouwen 'gewoon' omdat ze mooi zijn of omdat ze anders zijn dan anderen, lijken niet meer van deze tijd. De problemen waarmee we vandaag de dag mee te maken hebben, vormen een vruchtbare bodem waarop utopische ideeën goed gedijen (Eaton, 2002). Architectuur moet bijdragen, in de zin van bijvoorbeeld duurzaamheid, sociale cohesie of waardecreatie (Bouman et al., 2009). Er moet een maatschappelijk, ecologisch of economisch nut nagestreefd worden, het liefst alle drie. Enige realiteit met betrekking tot deze hoge ambities lijkt op zijn plaats, willen ze niet eveneens uitdraaien op utopieën zoals in de 20^e eeuw. Feit blijft dat steden nog altijd een aantrekkingskracht hebben op mensen en dat ze nog steeds blijven groeien. Hier ligt een belangrijke taak voor stedenbouwkundigen en architecten.

'Bij de verandering van een stad spelen vele krachten een rol, zij kan veranderen door haar economische rijkdom die tot nieuwe levensgewoonten leidt, door een veranderende blik op architectuur, of ze kan verwoest worden door een oorlog' (Rossi, 1995).

'The appearance of terms such as 'signature architect' or 'starchitect' is illustrative of the growing iconization of architects.' (Fuerst et al., 2011)



4. Starchitecten

In dit hoofdstuk staan 'starchitecten' of '*signature architects*' centraal. Er wordt een poging gedaan om uit de literatuur een definitie te destilleren om vervolgens dieper in te kunnen gaan op hun invloed op de economische waarde van architectuur in de stad. Vervolgens worden een aantal wetenschappelijke onderzoeken besproken. Er wordt afgesloten met een evaluatie van de gevonden feiten.

4.1 Definitie

Alvorens er wordt ingegaan op de definitie van een starchitect, wordt er een stap teruggedaan in de tijd. Immers, het onderzoeken van het startpunt van het ontstaan van de starchitect kan bijdragen aan een beter begrip over hen. Jencks (2005) is van mening dat starchitecten begrepen moeten worden in de context van globalisatie en de politieke en economische concurrentie tussen steden. In een wereld waar steden steeds meer op elkaar gaan lijken, zijn starchitecten door middel van hun naam en faam in staat om steden anders te laten zijn. Eenzelfde redenatie gaat op als de starchitect gezien wordt als tegenreactie op de Internationale Stijl (paragraaf 3.2). Immers, in de, onder invloed van deze stroming, steeds uniformer geworden steden kon de starchitect deze weer een eigen identiteit meegeven. Anderen, zoals Knox (2010), zien in het ontstaan van de massaconsumptie en -productie de oorsprong van de starchitect. Weer anderen (oa. Klingmann, 2007) zien de opkomst van de '*experience economy*' (Pine & Gilmore, 1999 in Klingmann, 2007) waarin de (zintuigelijke) ervaring een belangrijke rol speelt als oorsprong. Het moge duidelijk zijn dat er in de literatuur voor verschillende uitgangspunten wordt gekozen, maar dat zij uiteindelijk allemaal op hetzelfde neerkomen, namelijk het

onderscheidende vermogen dat een starchitect kan hebben voor bijvoorbeeld een stad. Echter, er zijn ook wetenschappers die een andere mening zijn toegedaan. Zij zien de starchitect als iets dat gecreëerd is door de media of door de architecten zelf (Larson, 1993; McNeill, 2005; Fuerst et al., 2011). In een toenemende op sterrendom gebaseerde cultuur wilde de media het publiek nieuwe sterren voorschotelen, terwijl de architecten zelf een meer individueel belang hadden. Zij zagen 'bekend worden' als noodzaak om aan werk te komen. Hun sterrenstatus werd een marketingtool. Toch ligt de oorsprong wellicht nog wel eerder. Het lijkt erop dat tijdens het modernisme (begin 20^e eeuw) al sprake was van wat wij nu starchitecten noemen. Een kleine groep architecten zag zichzelf als de aangewezen persoon om verlichting en creativiteit te brengen in de onrechtvaardige en onmenselijke steden van toen. Hun plannen en gedachten reflecteren een idealistische, utopische en deterministische visie die wereldberoemd werd (Knox, 2010). De eerder genoemde Le Corbusier en Frank Lloyd Wright zijn voorbeelden van deze zelfbenoemde '*hero*' designers. Echter, de invloed van deze groep architecten nam met name na de Tweede Wereldoorlog snel af. Het geloof in een ideale, wereld, een maakbare samenleving was verdwenen. Nu zijn ze terug van weggeweest.

Net zoals er over de oorsprong van de starchitect geen eenduidige theorie bestaat, bestaat er in de literatuur ook geen eenduidige definitie van het begrip. Iedere poging om het begrip te duiden bevat een vorm van eigen interpretatie en is daarom subjectief en arbitrair (Fuerst et al., 2011). Wat rest is een scala aan omschrijvingen. Knox (2010) ziet starchitecten als personen waarvan hun '*individual celebrity and marketability have made them*

rich and famous'. McNeill (2007) definieert ze als *'stylistically identifiable individual designers'*. Fuerst et al. (2011) gaan eveneens uit van individuele architecten, maar dan die minimaal één van de twee internationaal erkende (en prestigieuze) architectuurprijzen hebben gewonnen; de Pritzker Prize of de American Institute of Architects' Gold Medal. *'We consider these two prizes as proxies for being recognized as a signature architect of international acclaim.'* Anderen gaan nog een stap verder en noemen zelfs namen, zoals Frank Gehry, Norman Foster, Renzo Piano, Rem Koolhaas, Daniel Libeskind and Zaha Hadid (oa. McNeil, 2005; Jencks, 2006; Plaza, 2006; Ahlfeldt, 2011). In deze master thesis wordt onder een starchitect het volgende verstaan: een individuele architect die een groot aantal vooraanstaande (innovatieve) objecten heeft afgeleverd in verschillende (wereld)steden en daardoor naam heeft gemaakt over de hele wereld.

4.2 Eerder onderzoek

In deze paragraaf wordt ingegaan op onderzoeksresultaten uit eerdere onderzoeken die gevonden zijn in de literatuur. De onderzoeksmethoden en -resultaten worden besproken en waar nodig voorzien van een kritische noot. Het gaat in deze onderzoeken met name om het interne effect, dus het effect op objectniveau van een starchitect.

Het eerste onderzoek is gedaan door Fuerst et al. (2011). Zij onderzochten of kantoorgebouwen in de Verenigde Staten die ontworpen zijn door starchitecten hogere huur- en koopprijzen laten zien dan kantoorgebouwen die niet waren ontworpen door dergelijke architecten. In het onderzoek wordt uitgegaan van 470 (276 huur en 194 koop) Offices Designed by Signature Architects

(ODSA's) en 26.350 (16.932 huur en 9.418 koop) random geselecteerde, maar wel vergelijkbare non-ODSA's. Er is gekeken over een periode van tien jaar (van 1999 tot en met 2008) en er is gebruik gemaakt van een hedonische regressie-analyse om te bepalen welk gedeelte van de huur- dan wel koopprijs verklaard wordt door de gekozen waardefactoren (oa. *'signature architecture'*, hoogte, grootte, bouwjaar, renovaties). De resultaten laten zien dat ODSA's een gemiddeld 5% hogere huurprijs laten noteren dan non-ODSA's. Daarnaast laten ODSA's in vergelijking met non-ODSA's een gemiddeld 12% hogere koopprijs zien. Bij de uitkomsten van de hedonische regressie moet, mijns inziens, de kanttekening gemaakt worden dat sprake zou kunnen zijn van een *omitted-variable bias* (een van invloed zijnde onafhankelijke variabele is weggelaten). Immers, hoewel de ODSA's en non-ODSA's zijn ingedeeld in deelgebieden, kan een verschil op micro-locationeel niveau (de ODSA en de non-ODSA liggen in hetzelfde deelgebied, maar de ODSA is bijvoorbeeld gelegen naast een treinstation en de non-ODSA niet) een andere huur- dan wel koopprijs opleveren. De onderzoekers geven zelf ook aan dat ODSA's veelal op de beste plaatsen in een deelgebied zijn gelegen en hebben daarom een logistische regressie toegepast alvorens een tweede hedonische regressie-analyse uit te voeren. De resultaten laten nu zien dat ODSA's een gemiddeld 7% hogere huurprijs laten noteren dan non-ODSA's. Echter, een verschil in koopprijs is niet meer op te maken.

McNeill (2007) kiest een andere invalshoek en probeert aan de hand van twee casestudies de meerwaarde, of beter gezegd de bijdrage van een starchitect te benoemen. In beide casestudies staat een kantoorgebouw (Aurora Place en 126 Philip Street) gebouwd door een vooraanstaand architect (resp. Renzo Piano en

Norman Foster) en gelegen in het centrum van Sydney, Australië centraal. Het eerste project, Aurora Place, lag aanvankelijk politiek en maatschappelijk gevoelig aangezien een ander historisch waardevol object ervoor moest wijken. Het was voornamelijk om die reden dat de projectontwikkelaar zocht naar een starchitect, een graag gezien, beroemd persoon die mensen (bestuurders, media, inwoners) kenden en vertrouwden. Deze strategie bleek te werken. Toen Piano werd gevraagd voor het project Aurora Place, was hij reeds bekend vanwege een aantal andere prestigieuze projecten (oa. Kansai Airport in Osaka, een kunstgalerie in Houston en een hoogstaand kantoorgebouw aan de Potsdamer Platz in Berlijn). De bekendheid van Piano maakte dan ook mogelijk wat eigenlijk, ook binnen de wet- en regelgeving niet mogelijk was. Bovendien trok het project bekende en betrouwbare huurders aan nog voor er een steen was gelegd. De naam van de architect was voldoende om partijen een langdurige verhuurovereenkomst te laten ondertekenen tegen hoge(re) huurprijzen. Hoeveel hoger wordt in dit onderzoek niet genoemd. Het tweede project, 126 Philip Street, kent een vergelijkbaar verhaal. Volgens de onderzoeker tonen beide projecten (net als eerder door hem onderzochte projecten) dan ook aan dat een starchitect een belangrijke rol kan spelen bij 'gevoelige' stedelijke ontwikkelingen. Bovendien draagt een starchitect volgens hem bij aan de vermarktbaarheid van een object. Door de aanwezigheid van een starchitect is het mogelijk om in een vroeg stadium betrouwbare huurders aan te trekken wat zorgt voor financiële zekerheid in de vorm van (langdurige) huurinkomsten. Dit verhoogt de economische waarde van een object.

Hoewel Ahlfeldt en Mastro (2011) in principe onderzoek hebben gedaan naar het externe prijseffect van iconische objecten (meer

hierover is te vinden in paragraaf 5.3), komt uit dit onderzoek tevens naar voren dat objecten van een starchitect hogere verkoopprijzen laten zien. Een aantal Wright woningen is in de periode tussen 2003 en 2009 van eigenaar gewisseld en vertonen een prijspremium van gemiddeld 41% (intern prijseffect). De onderzoekers schrijven dit voornamelijk toe aan de maker van deze objecten, starchitect Frank Lloyd Wright.

Naast de drie genoemde onderzoeken, wordt in de literatuur vaker gerefereerd aan de economische meerwaarde die een starchitect zou hebben (oa. Loe, 2000; Jencks, 2005; Plaza, 2006). Gemiddeld wordt gesproken van prijspremiums (huur dan wel koop) tussen de 5% en 10%. Echter, concrete onderzoeken dan wel bronnen worden hierbij niet genoemd, waardoor uitspraken en eventuele claims niet controleerbaar zijn en moeilijk op waarde te schatten zijn.

4.3 Evaluatie

Uit het onderzoek van Fuerst et al. komt naar voren dat objecten van starchitecten een prijspremium laten zien ten opzichte van objecten van 'gewone architecten'. Ook uit de onderzoeken van Ahlfeldt, Mastro en McNeill komt naar voren dat er hogere prijzen betaald worden, hoewel in het laatste geval niet duidelijk is hoeveel hoger. Uit het onderzoek van McNeill komen bovendien nog twee andere aspecten naar voren waaruit de meerwaarde van een starchitect zou blijken. Het in een vroeg stadium aantrekken van een starchitect zou de besluitvorming kunnen versnellen. De economische meerwaarde schuilt onder andere in het feit dat er bijvoorbeeld geen tijd en geld uitgetrokken hoeft te worden voor lobby's en (bezwaar)procedures. De bijzondere (innovatieve) architectuur roept minder weerstand op doordat men (bestuurders,

media, inwoners etc.) bekend is met de starchitect en vertrouwd op de goede afloop. Daarnaast dient de starchitect als 'gratis' *marketingtool* en vergroot het de vermarktbaarheid van het object. Van de meerwaarde van een starchitect in de vorm van versnelde besluitvorming en vergrote vermarktbaarheid zijn naast het genoemde voorbeeld in Australië nog tal van voorbeelden te vinden in verschillende (wereld)steden (McNeill, 2007; Fuerst et al., 2011). Eén hiervan is de woontoren Zlota 44 (Warschau, Polen) van starchitect Daniel Libeskind. Toen de projectontwikkelaar (Orco Property Group) een architect zocht voor een prestigieus nieuw project kwam hij al gauw uit bij Libeskind, een in Polen geboren architect met een reeds gevestigde naam en dito oeuvre. Vanuit de overheid en politiek werd er druk uitgeoefend voor de realisatie van een kwalitatief hoogstaand en onderscheidend object. Zij zouden geen toestemming geven voor een object dat hieraan niet voldeed. Men wilde een icoon waarmee Warschau de concurrentiestrijd met Krakau en belangrijker met andere steden aan kon gaan en kon winnen. Toen de projectontwikkelaar Libeskind naar voren schoof als zijnde de bedenker van het object, was men op voorhand al bereid om mee te werken. Bovendien begonnen zich al gauw mogelijk toekomstige bewoners, bouwers en andere mensen te melden die graag geassocieerd wilden worden met de naam Libeskind. Silber (2007) merkt hier treffend over op dat *'people like to be associated with fresh and exciting things and [that] architecture or architects can be one of them'*. De architect deed ook als *marketingtool* zijn werk. Dat het project inmiddels vele malen vertraagd is, heeft niets te maken met de starchitect (meer met de economische crisis en met een onvakkundig bouwteam, maar dat terzijde). Verschillende wetenschappers (oa. Bole, Reed, Carmona et al. en Fuerst et al.) onderschrijven eveneens deze twee

meerwaarden (versnelde besluitvorming en vergrote vermarktbaarheid).

In principe lijkt het niet vreemd om te denken dat een persoon kan zorgen voor een economische meerwaarde. Niet voor niets wordt in de literatuur veelvuldig de vergelijking gemaakt met makers van andere kunstvormen, zoals bijvoorbeeld schilderijen (Kaika, 2011). Mensen zijn bereid meer te betalen voor een schilderij van Van Gogh, Vermeer en Van Rijn simpelweg omdat het hun *signature* draagt. Echter, uit de literatuur blijkt dat men er nog niet zeker van is dat dit ook geldt voor architectuur. Er zijn wetenschappers die van mening zijn dat de starchitect van een object een ster maakt, maar er zijn ook wetenschappers die vinden dat het object van de architect een ster maakt. Toch lijkt het erop dat aanvankelijk het object belangrijker is dan de maker. Het is de erkenning van anderen voor zijn werk of *peer recognition*, zoals Larson (1993) het noemt, waardoor de architect uitgroeit tot een ster. Het is het gebouw waaraan de architect voornamelijk zijn status ontleend. Na een aantal geslaagde objecten zou een architect kunnen uitgroeien tot een ster, die vervolgens nieuwe objecten tot sterren maakt. Er lijkt sprake te zijn van een sneeuwbaaleffect.

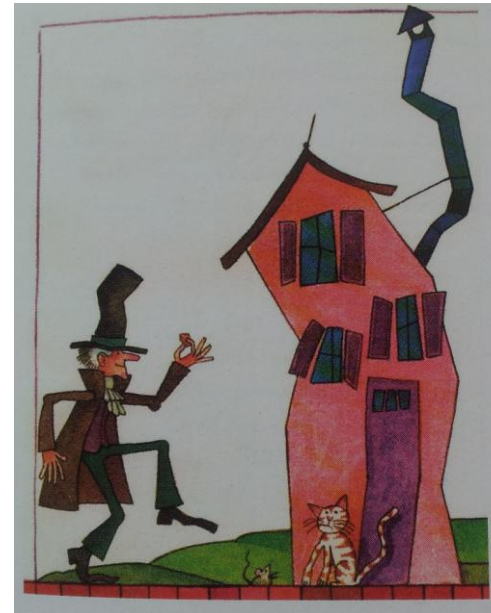
(H)erkenning, marketing en het uitbouwen van public relations (PR) zijn belangrijke aspecten geworden voor de starchitect (McNeill, 2005, Silber, 2007; Sklair & Gherardi, 2012). *Branding* is in de hedendaagse wereld niet meer weg te denken en starchitecten proberen zoveel mogelijk mee te gaan met deze trend. *'For architects, the creation, maintenance and enhancement of a brand has become increasingly important in Financial terms'* (Fuerst et al., 2011). Echter, soms schiet de architect hierin door. Een

aantal kritische wetenschappers (oa. Glendinning, Kaika, Silber en Sklair) is van mening dat het soms lijkt alsof het sterrendom de starchitecten naar het hoofd is gestegen. Er worden absurde creaties gecreëerd die afbreuk doen aan de omgeving. Glendinning (2010) noemt dit *'the corrosive effect of architectural egotism on the built environment'*. Het gaat niet langer om het gebouw, de gebruiker of de omgeving, maar om het uitbouwen van de faam van de architect. Een voorbeeld hiervan is het Stata Center (figuur 11) dat onderdeel uitmaakt van het Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Cambridge, Verenigde Staten. Silber (2007) noemt dit hét *'pièce de résistance of absurdity in architecture'*. Frank Gehry kreeg in 1999 de opdracht om een nieuw uniek gebouw (onderzoeksinstituut) te ontwerpen een kreeg min of meer de vrije hand. Gehry, zelfingenomen over zijn eigen kunnen en



Figuur 11: Stata Center, Cambridge

onwetend over wat onderzoekers nodig hebben (qua ruimte, daglicht etc.), beloofde met een ontwerp te komen dat al zijn eerdere creaties zou overtreffen. Overtreffen deed dit ontwerp uiteindelijk zeker, maar niet in positieve zin. De merkwaardige uitstekende hoeken en opvallend gekozen materialen en kleuren doen vreemd aan in de omgeving. Het ongebruikelijke ontwerp maakt interactie en belangrijker, het doen van onderzoek volgens de gebruikers moeilijk. Er zijn onbruikbare ruimten en onlogische looproutes. Tot overmaat van ramp blijkt het gebouw niet bestand tegen regen of sneeuw, waardoor lekkage en later zelfs schimmel ontstaat. In een poging om zijn naam verder te vestigen, lijkt het erop dat Gehry dit keer de plank mis heeft geslagen. Een belangrijke conclusie die uit dit voorbeeld en vele anderen kan worden getrokken, is dat een object dat geen nut dient anders het



*There was a crooked man,
and he walked a crooked mile.
He found a crooked sixpence
against a crooked stile.
He bought a crooked cat,
which caught a crooked mouse.
And they all lived together
in a little crooked house.*

John Silber (2007) vergelijkt Stata Center met een versje uit Tomie dePaola's *Mother Goose*.

vergroten van de roem (of het uitbouwen van de *brand*) van de architect niet lijkt te werken en zelfs kan leiden tot *'alienation'* (Glendinning, 2010). Dit levert in zekere zin een bepaalde tegenstrijdigheid op. Aan de ene kant worden van starchitecten onderscheidende objecten verwacht en is de architect genoodzaakt zijn *brand* uit te bouwen zodat hij zijn beroep kan voortzetten door objecten te creëren die opvallen, die anders zijn dan anderen. *'We got to a point ... of contemporary art where novelty - far out, outrageous difference with whatever is current at the time - appears as the raison d'être for an artist's notoriety called 'success'* (Weismann, 1967 in Silber, 2007). Aan de andere kant wordt van hem verwacht dat zijn creaties niet té veel opvallen en wordt het hem kwalijk genomen als zij dit wel doen. De populariteit van de starchitect lijkt dan ook wat af te brokkelen.

Uit de literatuur blijkt eveneens dat de starchitect aan populariteit lijkt in te boeten. Hiervoor worden vier belangrijke redenen gegeven. De eerste reden moet gezien worden in het licht van de economische crisis. In de hedendaagse vastgoedmarkt blijkt dat ook objecten van de starchitect, hoewel niet allemaal, niet ontkomen aan bijvoorbeeld dalende huur- en koopprijzen en leegstand (Toy, 2012). Een belangrijke economische legitimiteit lijkt hierdoor te verdwijnen. Immers, als er bijvoorbeeld geen hogere prijzen worden behaald, is de hoge(re) architectenfee die veelal betaald moet worden voor een starchitect niet langer gerechtvaardigd. De tweede reden waardoor starchitecten aan populariteit beginnen in te boeten, is dat zij zelf een keerzijde beginnen te ontdekken aan hun sterrenstatus. Hun bekendheid belemmert hen in hun creativiteit. Starchitect Frank Gehry (in Jencks, 2005) zegt hierover: *'I get called to do 'Frank Gehry*

building'. I run into trouble when I put a design on the table and they say, 'Well, that isn't a Gehry building.' Een derde reden heeft eveneens te maken met creativiteit en de mogelijkheid daartoe. Ook een starchitect moet uiteindelijk werken binnen een bepaald budget. Hun creativiteit is dus gebonden aan geld. *'It [money] bends the avant-garde architect, like Rem Koolhaas, to its will. It smothers dissent and, to put it in Ruskinian terms, makes slaves of its workmen'* (Jencks, 2005). Bovendien moet de starchitect steeds vaker voldoen aan van buitenaf gestelde wensen en eisen. De starchitect zit niet langer in een ivoren toren. Larson (1993) spreekt in dit geval van een verschuiving van autonomie naar heteronomie. De vierde reden die in de literatuur genoemd wordt, is dat het beeld van de starchitect, een individueel creatief genie, niet meer geheel van deze tijd lijkt te zijn. McNeill (2005) en Sklair en Gherardi (2012) geven aan dat tegenwoordig nog maar weinig starchitecten alleen werken. Ze zijn onderdeel van een *design firm*. En hoewel een object de naam van de starchitect draagt, is het allang niet meer zeker dat hij ook daadwerkelijk de bedenker is geweest.

Bovenal kan gesteld worden dat uit de literatuur niet is gebleken wanneer een starchitect wel of niet waarde toevoegt. Een starchitect zou meerwaarde kunnen toevoegen, maar dit lijkt van zoveel factoren afhankelijk te zijn dat het bijna onmogelijk is om hier van te voren van uit te gaan. Zoals Jenck (2005) schrijft: *'If a city can get the right architect at the right creative moment in his or her career, and take the economic and cultural risk, it can make double the initial investment in about three years.'* Sommige wetenschappers (oa. Glendinning en Skliar) noemen het zelfs een loterij. Men kan de jackpot binnen halen, maar de kans daarop is klein.

'They don't hire me to do boxes.' (Gehry)



5. Iconen

In tegenstelling tot het voorgaande hoofdstuk gaat het in dit hoofdstuk niet om vooraanstaande, (wereld)beroemde architecten, maar om soortgelijke gebouwen. Er wordt een uitstapje gemaakt naar het Guggenheim Museum dat door velen wordt gezien als één van de meest invloedrijke iconen van deze tijd. Vervolgens wordt ingegaan op de definitie van een icoon en de interne en externe effecten die het kan hebben aan de hand van eerder gedaan onderzoek. Er wordt afgesloten met een evaluatie van de gevonden feiten.

5.1 Het Guggenheim-effect

In de 20^e eeuw floreert de Spaanse stad Bilbao lange tijd vanwege haar (haven- en staal)industrie. Echter, rond 1975 krijgt de welvarende stad, net als andere Europese industriesteden, te maken met grote problemen. De zware industriesector laat een sterke neergang zien. Tussen 1979 en 1985 verdwijnt in Bilbao bijna 25% van de banen in de industriële sector (Gómez, 1998). Aan het eind van de jaren '80 begint men in te zien dat de toeristensector het verlies aan banen en inkomen kan opvangen. Een grootschalige herstructureringsoperatie is het gevolg. Er wordt een economisch regeneratiemodel gepresenteerd waarin een icoon moet zorgen voor *'an economic ripple effect'*. De plannen stuiten op grote weerstand getuige ook de woorden van Vidarte²: *'The museum was very controversial because in the situation of an economic crisis it was not an obvious thing to do. The obvious way to confront it was to put more money into the declining industries. There was a lot of political opposition and a high level of scepticism*

² Juan Ignacio Vidarte is vanaf het begin (1996) directeur van het Guggenheim Museum en speelde vanaf 1992 een belangrijke rol bij de onderhandelingen omtrent het museum.

from the public.' Ondanks de weerstand werd in 1994 begonnen met de bouw van het Guggenheim Museum (het beoogde icoon) dat vervolgens in 1997 gereed was. Het effect dat het museum vervolgens heeft op de omgeving zal later bekend worden als het Guggenheim-effect. Plaza (2006) heeft geprobeerd om het economische effect van het museum te isoleren. Uit haar onderzoek komt naar voren dat sinds de opening van het museum het aantal toeristen en daarmee het aantal overnachtingen is toegenomen. Vervolgens heeft zij dit weten te linken aan de werkgelegenheid in de omgeving. De toestroom aan toeristen heeft geleid tot meer bestedingen in de lokale en regionale economie met een toename aan werkgelegenheid als gevolg. Naast de directe en indirecte gevolgen van het toegenomen toerisme heeft het museum gewerkt als katalysator voor de verdere ontwikkeling van het gebied (Biosen & Lippus, 2011). Alle haven- en scheepbouwactiviteit verhuisde uit het centrum, infrastructuur (oa. metro) werd aangelegd en wijken en industrieterreinen werden herontwikkeld. Huur- en koopprijzen in de omgeving zijn gestegen en investeerders moeten inmiddels de hoofdprijs betalen om er te mogen ontwikkelen.

5.2 Definiëring

Het Guggenheim Museum werd geïnitieerd om een revitalisatieproces op gang te brengen. Dit lijkt te zijn gelukt, getuige de spillover effecten die het museum met zich mee heeft gebracht. Veel wordt toegeschreven aan het Guggenheim Museum, dat, hoewel beoogd, ook daadwerkelijk uitgroeide tot een icoon. Echter, de vraag is wat onder een icoon wordt verstaan? De term icoon wordt in de literatuur veelvuldig gebruikt. Sklair (2006) definieert iconen als *'buildings that are famous and that have distinctive symbolic and aesthetic significance'*. Ook Ahlfeldt (2011) heeft het

over *'distinctive designs'* die, tenminste op het moment dat zij bedacht worden, innovatief en uniek zijn. Tegelijkertijd spreekt hij ook van hoogwaardige esthetiek en kwaliteit (Ahlfeldt, 2010). Huxtable (1984, in McNeill, 2007) heeft het over een *'recognition factor on the skyline'* en Smith en Von Krogh Strand (2011) spreken over een *'bombastic design with an external focus'* als zij het hebben over iconen. Het gaat om objecten die het moeten hebben van hun 'wow' factor, een kernwoord dat ook door anderen (oa. Sklair & Gherardi, 2012) wordt gebruikt. Andere kernwoorden die meerdere malen genoemd worden, zijn: *'celebrity status'*, *'landmark'* en *'good design'*. (oa. Jencks, 2006; Kaika, 2011; Smith & Von Krogh Strand, 2011). In deze master thesis wordt onder een icoon het volgende verstaan: een bekend (regionaal, nationaal dan wel internationaal) object dat zich onderscheidt door zijn esthetiek, symboliek en/of kwaliteit.

Een vervolgvraag zou in dit geval kunnen zijn hoe iets een icoon wordt. De literatuur is hier niet eensgezind over. Jencks (2005) is van mening dat ieder object de potentie heeft om uit te groeien tot een icoon. De hedendaagse samenleving schreeuwt volgens hem om grootheden, maar heeft tegelijkertijd te maken met de afwezigheid van een overkoepelende ideologie of een collectief geloof. Hierdoor worden er objecten gecreëerd die verschillen in kwaliteit, vorm, grootte en kleur die allemaal iconen zouden kunnen zijn. Deze zeer brede opvatting wordt door Frank Gehry (in Jencks, 2005) ingekaderd. *'For me the building has to grow from the inside. I call this 'playing close to the bone'. The bone being the budget, the program, the context, and the culture it's in. If you ignore all of that and just make a thing, I think that is not a good icon.'* Sklair (2012) is van mening dat iconen tegenwoordig niet zomaar ontstaan, maar

dat zij het resultaat zijn van een vooropgezet plan en een groot aantal inspanningen. Hij dicht voornamelijk de media en het internet een grote rol toe, daar beide volgens hem als het ware de techniek van indoctrinatie toepassen door objecten herhaaldelijk onder de aandacht te brengen waardoor zij aan (h)erkenning en belang winnen.

5.3 Eerder onderzoek

Net als in de paragraaf in het voorgaande hoofdstuk wordt ook in deze paragraaf ingegaan op eerdere onderzoeksresultaten. Er is onderscheid gemaakt tussen onderzoeken naar de bijdrage van onderscheidende architectuur op een individueel object (intern effect) en naar de bijdrage van onderscheidende architectuur op de omgeving (extern effect).

Intern effect

Hough en Kratz (1983) hebben onderzocht of huurders (en daaruit voortvloeiende: eigenaren) van kantoorgebouwen in Chicago, Verenigde Staten bereid zijn om een hogere prijs te betalen voor architectonisch onderscheidende objecten. De onderzoekers hebben aan de hand van een officiële overheidslijst met betrekking tot nationale en regionale *landmarks* (voor oude gebouwen) en een lijst van awardwinnende objecten (voor nieuwe gebouwen) bepaald welke objecten volgens hen gekenmerkt worden door *'good architecture'*. Net als in het onderzoek van Fuerst et al. is er gebruik gemaakt van een hedonische regressie-analyse om te bepalen welk gedeelte van de prijs verklaard wordt door de gekozen waardefactoren (afstand tot zakencentrum, afstand tot infrastructuur, flexibiliteit, faciliteiten dan wel het gebrek daaraan en de architectuur). De resultaten laten zien dat onderscheidende

architectuur bij oude(re) gebouwen een negatief, maar geen significant verschil opleveren met betrekking tot de invloed van architectuur op de prijs. Het gevonden negatieve effect op de prijs hoeft niets te betekenen. Immers, dit zou verklaard kunnen worden doordat er bij *landmarks* een inperking van het eigendomsrecht geldt. Voor aanpassingen aan het gebouw moet toestemming gevraagd worden, zoals dat in Nederland geldt voor monumenten. Daarentegen laten de resultaten ook zien dat onderscheidende architectuur bij nieuwe(re) gebouwen wel een belangrijke waardevermeerderende factor is. Volgens het onderzoek voegt 'good architecture' gemiddeld \$1,85 per vierkante voet (ft²)³ toe aan de jaarlijkse huurprijs van kantoorgebouwen. Voor een verhuurbaar vloeroppervlak dat normaal is in Chicago (gemiddeld 844.000 ft²) betekent dit een extra huurinkomst van \$1,56 miljoen op jaarbasis. Hun conclusie: *'The market for office space responds favorably to 'good' new architecture'*.

Vandell en Lane (1989) doen eveneens een poging om de bijdrage van architectuur aan de waarde van een object te duiden door ondermeer te kijken naar huurprijzen en leegstand. De onderzoekers hebben 102 kantoorgebouwen in Boston en Cambridge, Verenigde Staten onderzocht door, net als Fuerst et al. en Hough en Kratz, gebruik te maken van een regressie-analyse. De onderzoekers hebben de hoogstaande objecten (*class A buildings*) laten beoordelen door een groep architecten op acht criteria (oa. kwaliteit gebruikte materialen, aanblik en proporties, meer hierover in paragraaf 6.1). Op basis van deze beoordelingen

³ 1 ft² = 0,0929 m², waardoor 844.000 ft² neerkomt op 78.407,6 m²

zijn de objecten ingedeeld in vijf kwintielen (de laagst scorende 20% in het laagste kwintiel en de hoogst scorende 20% in het hoogste kwintiel). De resultaten laten zien dat iedere stap naar een hogere kwintiel een 4,9% hogere huur geeft. Tussen het laagste en hoogste kwintiel zit een prijsverschil van bijna 22%. Met betrekking tot leegstand vinden de onderzoekers een negatief, maar niet significant verschil tussen architectuur en leegstand. Het gevonden negatieve effect op de leegstand hoeft niets te betekenen. Immers, er zou sprake kunnen zijn van gunstige marktomstandigheden (afnemende leegstand) waardoor in de onderzoeksperiode minder objecten en/of minder lang leegstonden.

Gat (1998) gebruikt dezelfde onderzoeksmethode (regressie-analyse) voor zijn onderzoek naar factoren die invloed hebben op de huurprijzen van kantoorgebouwen in Tel Aviv, Israel. Hoewel dit een bredere studie is naar waardevermeerderende factoren, is deze wel bruikbaar voor deze thesis aangezien onderscheidende architectuur als één van de verklarende variabelen gebruikt wordt. Gat laat een groep geselecteerde architecten vijftig gebouwen beoordelen op hun architectuur. Op welke elementen beoordeeld wordt laat hij in het artikel (helaas) buiten beschouwing. De resultaten laten vervolgens zien dat objecten die een hoge score (tussen 0-10) ontvingen van de architecten, ook hogere huurprijzen laten zien. De prijzen lagen gemiddeld 5,4% hoger.

Remøy (2010) heeft onderzoek gedaan naar het effect van bepaalde objectkarakteristieken op leegstand. Er zijn 200 kantoorgebouwen onderzocht in Amsterdam door middel van wederom een hedonische regressie-analyse. Alle objecten werden onderzocht aan de hand van vijftien objectkarakteristieken. Eén van

die karakteristieken was de onderscheidendheid of opvallendheid van het object. Uit het onderzoek komt naar voren dat een landmark, monument, wolkenkrabber of ander specifiek onderscheidend architectonisch object negatief correleert met structurele leegstand.

Extern effect

In tegenstelling tot de drie hierboven genoemde onderzoekers wilden Ahlfeldt en Mastro (2011) weten of onderscheidende architectuur leidt tot een extern prijseffect. Zij hebben dit onderzocht door te kijken of woningen die in de buurt van iconen zijn gelegen hogere koopprijzen laten zien. Er zijn in totaal 3.334 woningverkopen in Oak Park, Chicago, Verenigde Staten geanalyseerd in een periode tussen 2003 en 2009. Als iconen gebruiken de onderzoekers de 24 woningen die gebouwd zijn door Frank Lloyd Wright. Wederom is gebruik gemaakt van de reeds genoemde regressie-analyse. De resultaten laten zien dat voor woningen die gelegen zijn tussen 0 - 50 meter van een Wright woning gemiddeld 8,5% meer wordt betaald. Voor woningen die gelegen zijn tussen 50 - 100 meter en 100 - 250 meter van een Wright woning geldt een prijs premium van gemiddeld 5%. Voor woningen die verder zijn gelegen dan 250 meter geldt dat het positieve effect op de prijs minimaal is.

Ahlfeldt en Maennig (2010) hebben onderzocht of architectonisch hoogstaande sportstadions (iconen) *spillover* effecten vertonen op de vastgoedprijzen in de omgeving. Er is gekeken naar woningmutaties in de omgeving van drie stadions in een periode tussen 1996 en 2005. Hoewel in dit onderzoek niet per definitie de architectuur zorgt voor het feit dat het object een icoon is, toont dit

onderzoek wel het mogelijke effect van een icoon aan. Uit hun hedonische regressie-analyse blijkt dat bij twee stadions de woningen in de directe omgeving een prijspremium van resp. 8% en 13% laten zien. Beide effecten zwakken af naarmate de woningen verder van de stadions zijn gelegen. Bij het derde stadion vertonen de woningen in de directe omgeving geen aantoonbaar hogere koopprijzen. Hier geldt pas een prijspremium na één kilometer.

De hogere vastgoedprijzen worden in de literatuur veelal gelinkt aan een groter economisch proces dat onderscheidende architectuur teweeg kan brengen. Iconen kunnen namelijk een regeneratieproces teweeg brengen waardoor meerdere economische factoren (samengevat in tabel 2) in een gebied erop vooruit gaan (oa. McNeill, 2000; Millhouse, 2005; Bole & Reed, 2009; Ahlfeldt & Maennig, 2010; Fuerst et al., 2011; Smith & Von Krogh Strand, 2011). Het meest genoemde voorbeeld hiervan is het Guggenheim Museum in Bilbao waaraan in het begin van dit hoofdstuk is gerefereerd.

Tabel 2: Externe effecten onderscheidende architectuur (eigen bewerking)

	Effect	Graadmeter
Directe economische impact	Toestroom (nieuwe) inwoners, bedrijven, toeristen	Werkgelegenheid, inkomen
Indirecte economische impact	Verhoging imago, consumentenvertrouwen, <i>opportunity costs</i>	Vastgoed- en grondprijzen
Impact locatie	Verbetering voorzieningenniveau, infrastructuur	Vastgoed- en grondprijzen

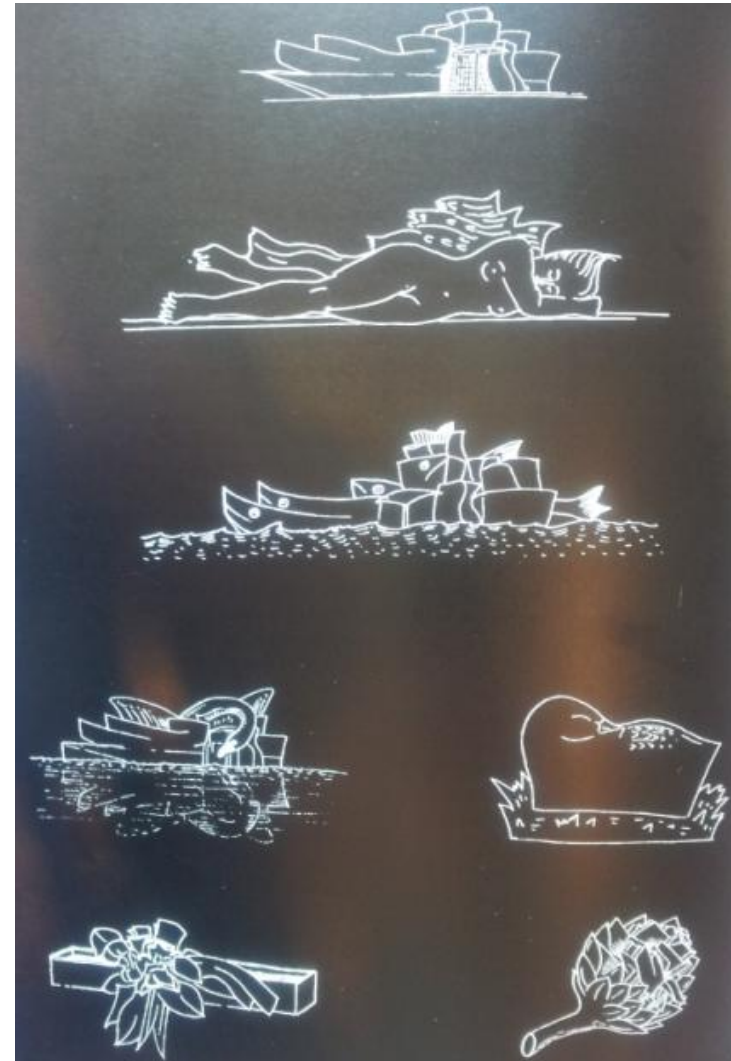
5.4 Evaluatie

Hough, Kratz, Vandell, Lane en Gat hebben allemaal het effect van onderscheidende architectuur op de prijs van een object (intern effect) onderzocht. Ze ontdekten dat dit kan leiden tot prijspremiums. Remøy ontdekte dat onderscheidende architectuur kan leiden tot minder (structurele) leegstand. Ahlfeldt, Mastro en Maennig hebben onderzocht of objecten een prijspremium laten zien als zij in de buurt zijn gelegen van iconen (extern effect). De door hen onderzochte objecten vertonen inderdaad hogere prijzen. Daarbij geldt dat hoe dichter de afstand tot het icoon is, des te hoger de prijspremium is. Dit externe effect wordt vaak gezien als onderdeel van een regeneratieproces dat een icoon teweeg kan brengen. *'An iconic building may generate positive externalities in that the neighboring properties might command higher rents and prices due to their proximity to that building. This is essentially one of the premises of design-led regeneration'* (Fuerst, 2011). Er zijn wetenschappers die de *spillover* en *multiplier* effecten afzwakken en onder andere refereren aan de hoge kosten en risico's die met een icoon gepaard kunnen gaan (oa. Gómez & González, 2001; Plaza, 2006; Kaika, 2010). Onderscheidende architectuur zou meer kunnen kosten door de architectenfee, door innovatieve vormen en door het gebruik van bijzondere materialen. Echter, Hough en Kratz merken op dat deze hogere kosten (meer dan) gecompenseerd worden door een hogere *willingness to pay*.

Uit de literatuur blijkt dus dat iconen zouden kunnen leiden tot economische meerwaarde zowel intern als extern. Echter, het simpele feit dat een object een icoon is, draagt niet per definitie bij aan deze meerwaarde. Daar is meer voor nodig. Of zoals Loe (2000) schrijft: *'Icons cannot in themselves guarantee market*

succes'. Het is dan ook interessant om te weten wanneer er sprake is van een goed icoon, oftewel, in het kader van deze master thesis, van een icoon dat economische meerwaarde met zich meebrengt. In de literatuur worden vijf voorwaarden genoemd waaraan een goed icoon zou moeten voldoen. Sommigen lijken voor de hand liggend. De eerste voorwaarde die veelvuldig genoemd wordt, is kwaliteit. Hough, Kratz, Vandell, Lane en Gat hebben het in hun onderzoeken allemaal over *'good architecture'*. Hoewel in ieder onderzoek een andere methode wordt gebruikt om vast te stellen wanneer hiervan sprake is, kan een aantal criteria samengevat worden als kwaliteit. Het gaat hierbij zowel om de (bouw)technische, de functionele als de esthetische of visuele kwaliteit. Dat een icoon in het bezit moet zijn van (bouw)technische kwaliteit lijkt logisch. Het zou in principe jarenlang mee moeten kunnen gaan. Het belang van functionele kwaliteit lijkt eveneens eenvoudig te verklaren. Immers, in de eerste plaats gaat het om de functionaliteit voor bijvoorbeeld de koper, huurder, investeerder of toerist. Een object moet voldoen aan de wensen en eisen. Het belang van esthetische kwaliteit hebben Li en Brown (in Ahlfeldt, 2010) al in 1980 aangetoond. Ook Ahlfeldt en Kavetsos (2010) onderschrijven dit belang. *'Given the 'iconic' architecture ... that serve[s] as credential for the quality of the design, positive ... effects are therefore likely to be mainly driven by a 'visual amenity' effect.'* Kingma (2012) heeft in zijn onderzoek naar de waarde van tuinvijken ontdekt dat de kwaliteit van de gebruikte materialen en de esthetische kwaliteit van de woningen een belangrijke bijdrage leveren. De jaren '30 woningen (bouwstijl) kenmerken zich onder andere door hun gevarieerdheid, eigen identiteit, ambachtelijke detaillering, degelijke bouw en materialen, functionele bouwstijl met een robuuste vormgeving met grote kap en ruime overstekken

(Kingma, 2012). Uit het onderzoek van Kingma komt naar voren dat deze woningen iconen zijn geworden die gemiddeld een prijspremium laten zien van 6% tot 11% in vergelijking met andere woningen. Dat een bouwstijl kan uitgroeien tot iconische architectuur dat vervolgens hogere prijzen laat zien, ontdekte ook Asabere et al. (1989) al eerder. Volgens Asabere et al. speelt de *style* (architectuur) van een object (woning) een belangrijke rol bij de aankoop daarvan. De onderzoekers hebben aangetoond dat mensen bereid zijn om meer te betalen voor iconen met een bepaalde kwaliteit en hebben dit zelfs kunnen onderverdelen naar specifieke architectuur (*Victorian, American colonial* etc.). Als onderscheidende architectuur gepaard gaat met kwaliteit kan dit dus een meerwaarde opleveren (meer over kwaliteit in paragraaf 6.1). Echter, kwaliteit blijft een subjectief begrip (Fuerst et al., 2011). Een tweede voorwaarde is dat het icoon moet passen in de omgeving. Een icoon, of het nu gaat om een publiek, commercieel of privé object, is onderdeel van een groter geheel en moet hier dan ook aan bijdragen. Coulson et al. (2010) merkt hierover op dat *'the task lies in designing buildings that strengthen the master plan, perform their individual functions, respond to their context and accord to the overarching ... image'*. Een object dat enkel een trend volgt en geen relatie vertoont met zijn omgeving, zal, zoals Glendinning (2010) het omschrijft, verworden tot een *fashion victim*. Een derde voorwaarde is de herkenbaarheid van een icoon als bijvoorbeeld een *landmark* of symbool. *Landmarks* zorgen ervoor dat mensen steden gemakkelijker kunnen interpreteren onder andere door de vorming van *mental maps* (Smith & Von Krogh Strand, 2011). Ze geven steden (en mensen) betekenis, identiteit en (h)erkenning (Kaika, 2010). Huxtable (1984, in Dovey, 1992) zegt hierover: *'Retail response relates directly to a building's recognition*



Figuur 12: Metaforen voor het Guggenheim Museum. Van boven naar beneden: een schip, een vrouw (zeemeermin), vissen, een zwaan, een eend, een versierde doos en een artisjok (Jencks, 2005).

factor on the skyline. Identity and novelty give a different product and a competitive edge'. Een vierde voorwaarde is dat een icoon pas tot een meerwaarde kan leiden als algemene consensus is bereikt over het feit dat sprake is van een goed icoon. Een goed icoon is pas een goed icoon als daar collectieve overeenstemming over is bereikt en dus niet opgelegd is of al ver van te voren geclaimd is. Jencks (2005, 2006) geeft aan wat nodig is voor deze collectieve acceptatie. Een goed icoon wordt pas erkend door mensen als het innovatief is, maar tegelijkertijd ook doet denken aan bekende vormen. Het nieuwe en ongewone moet gerelateerd kunnen worden aan oud en vertrouwd (Jenck, 2006). Het icoon moet refereren aan verschillende metaforen (figuur 12). Een laatste voorwaarde, die net zo goed als eerste had kunnen worden genoemd, is dat het ontwerp van het icoon niet te ingewikkeld moet zijn in die zin dat het (te) veel tijd en geld kost om gebouwd te kunnen worden. Iconen of geplande toekomstige iconen gaan vaak gepaard met hogere kosten. Coulson et al. (2010) merkt in dit geval op dat *'iconic architecture typically runs to higher-than-average costs and often exceeds budgets'*. Een voorbeeld hiervan is het eerder genoemde Stata Center van Frank Gehry (paragraaf 4.3). De kosten voor dit icoon werden oorspronkelijk geraamd op 100 miljoen dollar, maar al gauw werd duidelijk dat men met deze raming veel te optimistisch was geweest. Uiteindelijk heeft het object ruim 315 miljoen dollar gekost, ruim drie maal het oorspronkelijk budget. Tevens duurde de bouw niet één jaar, maar vier jaar langer dus in totaal maar liefst vijf jaar! Dat de opdrachtgever hierdoor in grote financiële moeilijkheden kwam, behoeft bijna geen uitleg. Een object dat gepaard gaat met hoge kosten door tijds- danwel budgetoverschrijdingen, heeft een lange(re) terugverdientijd (als die er al is). De eventueel hogere

willingness to pay weegt in dit geval niet op tegen de kosten, waardoor de economische meerwaarde van goede architectuur teniet gedaan wordt.

'Notable architecture is undoubtedly something to aspire to, but if each building was conceived to be different then each would lose their significance and the environment would descend into stylistic chaos' (Coulson et al., 2010).



6. Exterieur en interieur

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de rol die de buiten- en binnenkant spelen bij de economische meerwaarde van architectuur. Er wordt een poging gedaan om uit de literatuur een aantal kenmerken van zowel het exterieur als het interieur te destilleren.

6.1 Exterieur

Remøy (2010) heeft onderzoek gedaan naar de relatie tussen de karakteristieken van objecten (kantoorgebouwen) en leegstand. Om uitspraken te kunnen doen over het verband tussen het exterieur en de leegstand van een object, heeft zij factoren benoemd waaraan zij alle objecten heeft getoetst. Deze factoren zijn: de zichtbaarheid van de entree, de gebruikte materialen en de (bouw)technische kwaliteit van de façade en de specifieke architectuur (*landmark*, monument etc.) van het object. De zichtbaarheid van de entree heeft volgens het onderzoek geen invloed op de leegstand. Dit geldt niet voor de gebruikte materialen en de technische kwaliteit van de façade. Met betrekking tot de materialen ontdekte de onderzoeker dat voornamelijk het gebruik van glas zorgt voor structurele leegstand. Dit is opvallend aangezien Vandell en Lane (1989) in hun onderzoek juist tot de conclusie komen dat dit de objecten zijn met de minste leegstand en de hoogste huren. Deze objecten worden in die tijd (jaren '80) gezien als modern en vernieuwend. Tegenwoordig lijkt de trend van kantoorgebouwen opgetrokken uit zonreflecterend glas uit de jaren '80 en '90 voorbij. Net zo goed als dat in de tijd van Vandell en Lane objecten uit de jaren '60 (Internationale Stijl) minder in trek raakten. Hier lijkt dan ook sprake te zijn van een aspect van architectuur waar reeds een aantal keer op gewezen is, namelijk de tijdsgevoeligheid. Veranderende



Figuur 13: City Hall, Boston

opvattingen en smaken omtrent esthetiek en architectuur kunnen ervoor zorgen dat een object dat nu 'in' is, na verloop van tijd 'uit' is. Een voorbeeld hiervan is de City Hall van Boston, Verenigde Staten (figuur 13). Het object, dat gereed kwam in 1969, ontving meteen prestigieuze prijzen en alle lof van media, vakgenoten en inwoners. Echter, in 2006, slechts 37 jaar later, wilde men (uitgezonderd vakgenoten) van het object af. Met name onder inwoners en gebruikers was het object impopulair geworden; men vond de architectuur (Brutalisme) lelijk en het object qua interieur niet meer van deze tijd. Rybczynski (2008) zegt hierover dat smaken omtrent architectuur over het algemeen iedere dertig tot veertig jaar kunnen veranderen. Ook Coulson et al. (2010) is zich bewust van de tijdsgevoeligheid van architectuur. *'Many of the individualistic modernist structures of the post-war years, the considered heroic*

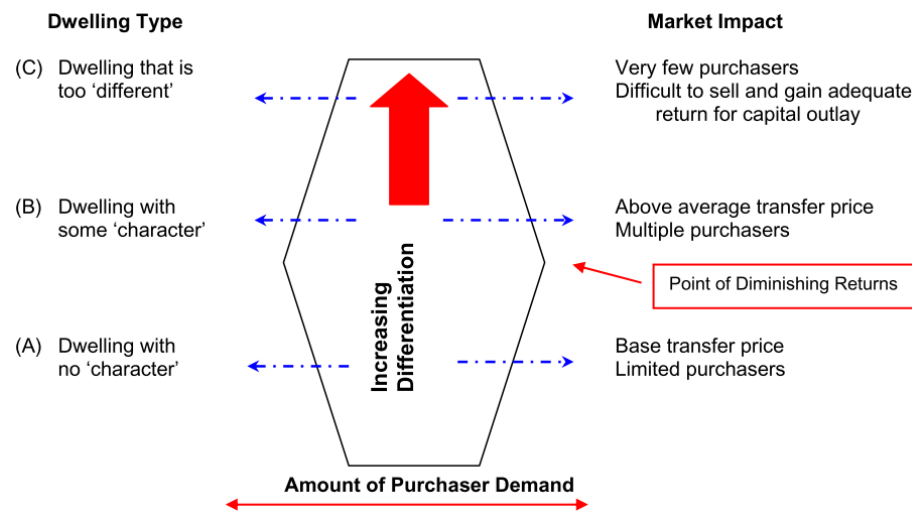
representations of modern age, are now considered outmoded and obsolete. The ... architecture of this age is open to the same fate.' Echter, dit hoeft niet het einde van een object te betekenen zolang qua architectuur rekening wordt gehouden met de omgeving en de kwaliteit. Coulson et al. (2010) merkt hierover op dat *'changing architectural fashions can be blended harmoniously without becoming an unsightly hodgepodge'*. Over zowel de passendheid binnen de omgeving als de kwaliteit is in paragraaf 5.4 al iets gezegd. Met name kwaliteit verdient hier nog enige verdere behandeling. Met betrekking tot de bouwtechnische kwaliteit van de façade stelt Remøy (2010) dat een lage kwaliteit bijdraagt aan leegstand. Het gaat hier voornamelijk om de duurzaamheid (gaat de façade lang mee, zijn onderdelen vervangbaar/flexibel etc.). Vandell en Lane (1989) hebben het in hun onderzoek over esthetische kwaliteit. Om de esthetische kwaliteit te beoordelen hebben zij in samenwerking met architecten een aantal aspecten opgesomd waarop deze kwaliteit kan worden beoordeeld. Volgens de onderzoekers gaat esthetische kwaliteit om: de kwaliteit van de gebruikte materialen, de transparantie of openheid van de façade (ramen en andere openingen), de massa van het object (compositie en volume), het aanzicht vanaf de *skyline* (valt het op) en de relatie met de omgeving. Uit het onderzoek komt naar voren dat de op macroniveau vormende factoren (transparantie, massa en aanzicht vanaf de *skyline*) het meeste bijdragen aan de esthetische kwaliteit en dat deze esthetische kwaliteit vervolgens bijdraagt aan hogere huurprijzen. Uit het onderzoek van Remøy (2010) blijkt dat specifieke architectuur zoals een *landmark* of monument (eveneens een vorm van esthetische kwaliteit) zorgt voor minder leegstand. Het belang van esthetische kwaliteit lijkt logisch, aangezien dit het meest zichtbaar zijn. Echter, verschillende wetenschappers,

waaronder Silber (2007), zijn van mening dat de esthetische kwaliteit altijd in het licht moet worden gezien van de functionele kwaliteit. *'The aesthetics of a building, in contrast to the aesthetics of a piece of sculpture, are judged according to how well a building fulfills a client's goals and the requirements of those who live and work within it.'* Het uiterlijk van een object is belangrijk, maar een absurde creatie die functionaliteit ontbeert, is als een vlag op een modderschuit. Toch moeten beide vormen van kwaliteit wel in bepaalde mate samenwerken en in evenwicht zijn. Te veel van het één of te veel van het ander lijkt niet te werken, getuige de volgende twee voorbeelden. Toen starchitect Norman Foster werd gevraagd om een kantoorgebouw te ontwerpen op een prominente plek in het centrum van Sydney, Australië, liet hij zijn creativiteit de vrije loop. Het eerste ontwerp was dan ook zeer opvallend met bijzondere materialen en vormen. Hoewel de opdrachtgever had gevraagd om een ongewone, opvallende creatie en een esthetisch hoogtepunt, was hij niet tevreden. Het had esthetische kwaliteit, maar miste voldoende functionele kwaliteit. Ongewone hoeken, grote transparante delen, een grote entree en andere openingen in de façade zorgden er voor dat het verhuurbare oppervlak niet in verhouding stond met het totale oppervlak van het object. De architect was genoodzaakt om zijn ontwerp aan te passen, zodat de functionele kwaliteit vergroot werd.

Het tweede voorbeeld heeft eveneens te maken met kantoren. Volgens Kamerling et al. (1997) en Reuser et al. (2005, in Remøy, 2010) hebben de meeste kantoorgebouwen uit de jaren '80 dezelfde eenvoudige vormgeving. Er zijn wat hen betreft twee typen te onderscheiden, namelijk de vierkante, hoge objecten en de rechthoekige, lage objecten. Brouwer (1994) spreekt in dit geval van

de vierde generatie kantoren waarbij functionaliteit hoog in het vaandel stond. Met name deze architectonisch weinig onderscheidende objecten hebben te maken met leegstand, aldus Remøy (2010). Ondanks dat deze objecten functioneel zijn, voldoen zij niet automatisch aan de vraag. Hiervoor is toch ook de esthetische kwaliteit van belang. Zachte factoren als identiteit en imago lijken hier mede een rol te spelen. Brouwer (1994) merkt op dat objecten weer een functie krijgen bij de ondersteuning van de identiteit van de gebruiker, waardoor vormgeving en architectuur hernieuwde aandacht krijgen. Het gaat in dit geval wellicht voornamelijk om imago. Immers, imago is de uitstraling van de identiteit naar de buitenwereld toe. Reed (1999) heeft het met betrekking tot de esthetische kwaliteit van woningen over iets vergelijkbaars als identiteit, namelijk 'character'. In zijn onderzoek

onder 108 Australische woningen komt naar voren dat naar woningen die in een bepaalde mate een eigen identiteit bezitten een grotere vraag bestaat dan naar woningen die die eigen identiteit niet bezitten. Onder *character* (of identiteit) verstaat hij architectonische karakteristieken zoals bijvoorbeeld het gebruik van bijzondere materialen, vormen en/of kleuren. Mensen beschouwen dit als een esthetische kwaliteit en zijn bereid om hier meer voor te betalen. Woningen zonder *character* zijn gestandaardiseerde woningen uit massaproductie, vergelijkbaar met onze woningen in een aantal Vinex wijken. Hij heeft zijn bevindingen vertaald in zijn *character model* (figuur 14). Ook in dit geval geldt dat een té bijzondere of absurde creatie ten koste gaat van de esthetische kwaliteit (en dus van de vraag en de prijs van een object).



Figuur 14: Het verband tussen *character*, vraag en prijs (Reed, 1999)

6.2 Interieur

Verschillende wetenschappers (oa. Bole, Reed en Prevsner) merken op dat het interieur qua architectuur en design nog altijd minder belangrijk wordt gevonden dan het exterieur. Toch begint het interieur wel steeds belangrijker te worden door veranderende opvattingen over wonen en werken. McNeill (2005) zegt over dit laatste dat *'the idea of the hierarchical corporation, with an office configured around walled office cells and with an outdated notion of worker loyalty, is replaced by a stress on natural light, 'team-working' dens and flexible floor plates.'* Met betrekking tot het interieur heeft Remøy (2010) ontdekt dat de entree invloed heeft op structurele leegstand. Een entree die niet in verhouding staat tot de rest van het object leidt tot leegstand. Volgens haar heeft dit voornamelijk te maken met efficiëntie; een te grote of te kleine entree doet geen recht aan het object en de werkzaamheden die er plaatsvinden. McNeill (2005) merkt op dat de entree voornamelijk

van belang is in de dienstverlenende sector. De entree is het visitekaartje van de onderneming en draagt bij aan de eerste indruk van klanten en werknemers. Remøy (2010) ontdekte ook dat de indeling van een object (afstand tussen kolommen, plafondhoogte etc.) een rol speelt bij structurele leegstand. Dit kan verklaard worden vanuit de flexibiliteit en wederom de efficiëntie van een object; een grotere kolomafstand verhoogd de flexibiliteit, een niet te grote plafondhoogte vergroot de efficiëntie. Vandell en Lane (1989) noemen onder andere ook de *amount of column-free space* en *floor-to-ceiling height* als belangrijke aspecten binnen het interieur, net als de gehele indeling van het object. Een derde aspect dat volgens Remøy (2010) een rol speelt in het interieur is comfort. Comfort in de vorm van bijvoorbeeld daglicht en ventilatiemogelijkheden vertoont in haar onderzoek een relatie met leegstand. Een laag comfortniveau zorgt voor structurele leegstand. Dit zou in verband kunnen worden gebracht met het *Sick Building Syndrome*. Over het algemeen wordt 75% van de bedrijfskosten uitgegeven aan personeel (Warpole, 2000). Een hoge productiviteit en een laag ziekteverzuim zijn factoren die deze kosten kunnen drukken. Toen in de jaren '80 het *Sick Building Syndrome* bekend werd, ontdekten werkgevers dat de werkomgeving wellicht een nog grotere invloed heeft op de productiviteit en het ziekteverzuim dan aanvankelijk werd gedacht. De objecten waarin toentertijd werd geleefd en gewerkt waren modern en vernieuwend, maar er kleefden een aantal nadelen aan. Ramen konden vaak niet worden geopend, natuurlijke lichtinval was schaars net als natuurlijke ventilatie (ondanks dat objecten veelal uit glas waren opgetrokken). Mensen werden ziek van hun (werk)omgeving. Een goed doordachte (werk)omgeving kan het welzijn en de productiviteit van mensen vergroten. Of zoals McNeill (2005) zegt: *'Furthermore, the*

greater access to natural light, well-controlled and adjustable temperature and ventilation ... and so on are seen as adding value to ... business activities.' Deze redenering gaat eveneens op voor woningen (oa. Carmona et al., 2002; Bole & Reed, 2009). Met betrekking tot het interieur gaat het in dit geval dus niet zozeer om de esthetische kwaliteit (of technische kwaliteit), maar om de functionele kwaliteit.

6.3 Evaluatie

Remøy ontdekte met betrekking tot het exterieur dat de gebruikte materialen en de (bouw)technische kwaliteit van de façade een belangrijke rol spelen in leegstand. Wetenschappers als Vandell, Lane, Reed en ook Remøy zelf voegen hier vervolgens het belang van de esthetische kwaliteit aan toe. De op macroniveau vormende, oftewel de meest zichtbare factoren dragen bij aan hogere prijzen. Ten slotte blijkt ook de functionele kwaliteit een rol te spelen. Een 'mooi' object is niet altijd een functioneel object; er moet sprake zijn van een bepaalde balans tussen de esthetische en functionele kwaliteit. Met betrekking tot het interieur is de functionele kwaliteit van belang. Het gaat in dit geval met name om de entree, de indeling en het comfort van het object. Het interieur moet ertoe dienen om mensen zo optimaal in te laten wonen en werken. In tabel 3 is één en ander samengevat.

Eerder is reeds opgemerkt dat kwaliteit altijd een bepaalde mate van subjectiviteit blijft inhouden. Met name voor de esthetische kwaliteit gaat dit op. Immers, wat de één mooi vindt, kan de ander afschuwelijk vinden. Dit ondanks het feit dat er in een maatschappij over het algemeen een grote mate van consensus bestaat over wat mooi en lelijk gevonden wordt (oa. Rossi, 1995; Knox, 2011).

Tabel 3: Kenmerken exterieur en interieur (eigen bewerking)

	Kwaliteit	Komt tot uiting in:
Exterieur	(Bouw)technische kwaliteit	Gebuurkte materialen, duurzaamheid (levensduur, flexibiliteit)
	Esthetische kwaliteit	Transparantie, massa, aanzicht vanaf de skyline, identiteit
	Functionele kwaliteit	Efficiëntie (materiaalgebruik, vorm, afmetingen)
Interieur	Functionele kwaliteit	Flexibiliteit (kolomafstand), efficiëntie (entree, plafondhoogte), comfort (natuurlijke lichtinval, ventilatie)

Bovenal lijkt het dan ook het allerbelangrijkste dat er wordt voldaan aan de wensen en eisen van de (toekomstige) eigenaar of gebruiker van het object. Architectuur en dus de architect moet in eerste instantie hieraan voldoen. *'The architect's relationships to his client and to the intended occupants of his building define the boundaries of his profession'* (Silber, 2007). Zodra, of beter gezegd zolang de eigenaar of gebruiker tevreden is met en over het object, worden bepaalde onvolkomenheden (tot op zekere hoogte) voor lief genomen. *'If owners love a building, they will put up with certain degree of dysfunction - no building is perfect - and they will take the trouble to maintain it, make repairs, upgrade obsolete technological systems and spruce it up every twenty to forty years'* (Rybczynski, 2008).

Factoren zoals de kwaliteit van de façade, de indeling en het

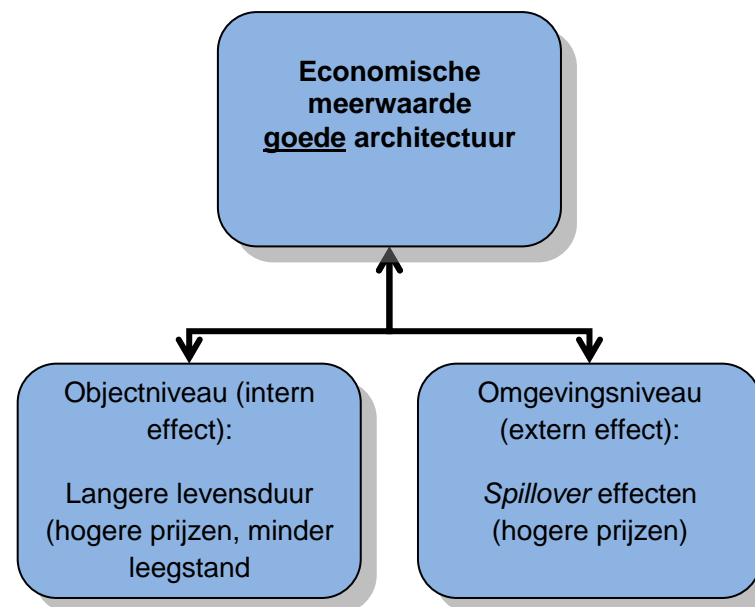
comfortniveau van een object zijn niet per definitie alleen belangrijk voor architectonische objecten, maar voor (bijna) alle objecten waarin wordt geleefd en gewerkt. Echter, door middel van architectuur kan hieraan extra aandacht worden besteed. Hierdoor kan architectuur leiden tot een economische meerwaarde in de vorm van hogere prijzen en/of minder leegstand. Remøy (2010) merkt in dit geval op dat *'een focus op architectonische kwaliteit - waaronder lay-out, ruimtelijkheid, uitstraling en gevelkwaliteit - cruciaal [is].'*

'Buildings achieve greatness in different ways. Some are recognized immediately and some grow on people. On the other hand, some buildings enter with a splash and wizzle over the years. ... It helps if a buildings is functionally as well as aesthetically outstanding' (Rybczynski, 2008).

7. Conclusie

In deze master thesis staat de vraag: ‘Welke aspecten/factoren van architectuur kunnen leiden tot een economische meerwaarde?’ centraal. Om deze vraag te kunnen beantwoorden is allereerst onderzocht waarin de potentiële economische meerwaarde van architectuur is gelegen. Uit de literatuur blijkt dat goede architectuur economische waarde kan toevoegen. De economische meerwaarde van (goede) architectuur is op objectniveau (intern effect) voornamelijk gelegen in hogere prijzen en minder leegstand en op omgevingsniveau (extern effect) voornamelijk in hogere prijzen. Deze economische meerwaarden kunnen verklaard worden met behulp van de volgende theorieën. Goede architectuur kan op objectniveau bijdragen aan de langere levensduur van een object. Deze langere levensduur wordt veroorzaakt door hogere opbrengsten en/of lagere exploitatiekosten. De hogere opbrengsten kunnen verklaard worden door het feit dat goede architectuur de *willingness to pay* (WTP) van eigenaren en gebruikers vergroot, waardoor zij bereid zijn hogere prijzen te betalen. Tegelijkertijd zijn ontwikkelaars, investeerders en eigenaren op de hoogte van deze WTP, waardoor zij ook hogere prijzen gaan vragen. Dit resulteert in hogere inkomsten. Naast deze hogere inkomsten kan bovendien sprake zijn van een langere periode voordat deze inkomsten onder druk komen te staan (door diezelfde WTP en de (betere) relatieve concurrentiepositie). De lagere exploitatiekosten kunnen verklaard worden door het feit dat goede architectuur de technische en functionele veroudering van een object kan vertragen. Goede architectuur kan op omgevingsniveau bijdragen aan een hogere *bid rent/price*, oftewel eveneens hogere opbrengsten. Verschillen in prijzen kunnen verklaard worden aan de hand van de afstand tot een architectonisch object. Hoe kleiner de afstand tot het object,

hoe hoger de prijs. De meerwaarde is gelegen in het feit dat goede architectuur voor *spillover* effecten kan zorgen. Het effect dat in dit geval het meest genoemd wordt, is dat het uitzicht op een architectonisch object kan leiden tot een hogere WTP (en dus tot hogere prijzen). In figuur 15 is de economische meerwaarde schematisch weergegeven.



Figuur 25: Economische waarde architectuur (eigen bewerking)

Om de centrale vraag van deze master thesis vervolgens verder te kunnen beantwoorden, is onderzocht welke aspecten/factoren van architectuur kunnen zorgen voor die economische meerwaarde, oftewel welke aspecten/factoren bijdragen aan goede architectuur. Er zijn drie aspecten/factoren besproken, namelijk st architecten, iconen en exterieur en interieur.

Starchitecten

In dit onderzoek zijn starchitecten gedefinieerd als individuele architecten die een groot aantal vooraanstaande (innovatieve) objecten hebben afgeleverd in verschillende (wereld)steden en daardoor naam hebben gemaakt over de hele wereld. Uit de literatuur blijkt dat een starchitect op objectniveau kan zorgen voor prijspremiums (intern effect). Het onderzoek van Fuerst et al. laat prijspremiums zien van 5% à 7% voor huurprijzen en van 12% voor kooprijzen. Het onderzoek van Ahlfeldt en Mastro laat zelfs een (koop)prijspremium van 41%. Daarnaast spreken verschillende wetenschappers gemiddeld van huur- dan wel kooprijsprijzen tussen de 5% en 10%. Ondanks deze uitkomsten, is het nog maar de vraag of deze hogere prijzen inderdaad enkel en alleen toe te schrijven zijn aan de starchitect. Meerdere wetenschappers (inclusief de hiervoor genoemde wetenschappers die de prijspremiums ontdekten) zijn van mening dat wat de starchitect maakt net zo belangrijk of zelfs belangrijker is. In de meeste gevallen maakt het object van de maker een ster en niet andersom. Dat de maker die na een aantal geslaagde objecten uitgegroeid is tot een ster en vervolgens nieuwe objecten een bepaalde sterrendom meegeeft, lijkt goed mogelijk. Echter, starchitecten schieten soms door in hun creativiteit (en zoektocht naar meer naam en faam), waardoor absurde objecten (niet functioneel, niet passend in de omgeving etc.) worden gecreëerd. Ondanks de naam en faam van de starchitect die verbonden is aan een dergelijk object, worden in dit geval geen hogere prijzen verkregen (in sommige gevallen gebeurt zelfs het tegenover gestelde). De grootste meerwaarde van een starchitect schuilt waarschijnlijk voornamelijk in het feit dat hij de besluitvorming kan versnellen en de vermarktbaarheid van het object kan vergroten. Doordat men

(bestuurders, media, inwoners etc.) bekend is met de starchitect, vertrouwd men op een goede afloop waardoor minder tijd en geld besteedt hoeft te worden aan lobby's en (bezwaar)procedures. Daarnaast levert de bekendheid een bepaalde publiciteit op waardoor de starchitect dienst doet als 'gratis' *marketingtool*.

Iconen

Iconen zijn in dit onderzoek gedefinieerd als bekende (regionaal, nationaal dan wel internationaal) objecten die zich onderscheiden door hun esthetiek, symboliek en/of kwaliteit. Uit de literatuur blijkt dat een icoon op objectniveau kan zorgen voor prijspremiums en minder leegstand (intern effect) en op omgevingsniveau eveneens voor prijspremiums (extern effect). Hough en Kratz tonen aan dat gemiddeld prijspremiums van bij 20% mogelijk zijn, Vandell en Lane komen met een vergelijkbaar percentage van 22% en Gat ten slotte komt met een bescheidener percentage van gemiddeld 5,4. Daarnaast blijkt uit onderzoek van zowel Vandell en Lane als Remøy dat (goede) onderscheidende architectuur minder leegstand vertoont, hoewel geen percentages worden genoemd. In de onderzoeken van Ahlfeldt, Mastro en Maennig komt naar voren dat omliggende objecten eveneens hogere prijzen kunnen noteren als zij in de nabijheid zijn gelegen van een icoon. Gemiddeld worden prijspremiums gemeten van 8% à 13% wat afloopt al naar gelang de objecten verder van de iconen zijn gelegen. Dit externe effect wordt veelal gezien als onderdeel van een grotere economische meerwaarde die iconen teweeg kunnen brengen, namelijk een regeneratieproces. Meerdere economische factoren (werkgelegenheid, inkomen, vastgoed- en grondprijzen) gaan er in dit geval op vooruit. Het Guggenheim Museum in Bilbao, Spanje is hiervan het meest aangehaalde voorbeeld. Echter, een icoon leidt

niet per definitie tot economische meerwaarde, het moet hiervoor voldoen aan vijf voorwaarden. Het icoon moet over een bepaalde kwaliteit beschikken, het moet passen in zijn omgeving, het moet herkenbaar zijn, er moet consensus bestaan over het feit dat sprake is van een (goed) icoon en het icoon moet niet te ingewikkeld zijn.

Exterieur en interieur

Uit de literatuur blijkt dat bepaalde aspecten van zowel het exterieur als het interieur van een architectonisch object een belangrijke bijdrage leveren aan prijzen en leegstand. Met betrekking tot het exterieur zijn drie verschillende vormen van kwaliteit van belang, namelijk de (bouw)technische, esthetische en functionele kwaliteit. Remøy ontdekte met betrekking tot de (bouw)technische kwaliteit dat de gebruikte materialen en de technische kwaliteit van de façade invloed hebben op leegstand. Duurzame, niet tijdsgevoelige materialen zorgen voor minder leegstand. Vandell en Lane ontdekten dat met betrekking tot de esthetische kwaliteit de op macroniveau vormende factoren (transparantie, massa en aanzicht vanaf de *skyline*) bijdragen aan hogere prijzen. Uit het onderzoek van Remøy blijkt bovendien dat specifieke architectuur zoals een *landmark* of monument (eveneens een vorm van esthetische kwaliteit) zorgt voor minder leegstand. Verschillende wetenschappers, waaronder Silber, maken een voorbehoud. Er moet een balans zijn tussen de esthetische kwaliteit en de functionele kwaliteit. Esthetisch hoogstaande creaties die functionaliteit ontberen leiden tot leegstand. Er moet sprake zijn van een bepaalde efficiëntie. Met betrekking tot het interieur is voornamelijk de functionele kwaliteit van belang. Remøy ontdekte dat de verhoudingen van de entree en de verhoudingen in de *layout* in belangrijke mate de functionele kwaliteit beïnvloeden. Een te

grote (of te kleine) entree in verhouding tot de rest van het object en een te kleine kolomafstand en/of te grote plafondhoogte leidt tot leegstand. Er moet sprake zijn van een bepaalde efficiëntie en flexibiliteit. Een derde aspect dat de functionele kwaliteit beïnvloedt, is comfort. Hierbij moet gedacht worden aan de beschikbaarheid van natuurlijk(e) lichtinval en ventilatie en het effect dat dit heeft op het welzijn en de productiviteit van de mensen die in het object moeten leven en werken. Een hoog comfortniveau zorgt voor minder leegstand. Vandell en Lane en McNeill onderschrijven deze uitkomsten en voegen eraan toe dat naast de relatie met leegstand, er ook een relatie bestaat met prijzen.

Op basis van de hierboven genoemde feiten vanuit de literatuur kan geconcludeerd worden dat er meerdere aspecten/factoren zijn die bijdragen aan goede architectuur en dus aan de economische meerwaarde ervan. Goede architectuur:

- kan afkomstig zijn van een starchitect;
- is onderscheidend (kan in de vorm van een icoon);
- is passend binnen zijn omgeving;
- is herkenbaar (kan in de vorm van een *landmark* of symbool);
- is collectief geaccepteerd;
- is niet tijdsgevoelig;
- beschikt over (bouw)technische, functionele en esthetische kwaliteit met betrekking tot het exterieur;
- beschikt over functionele kwaliteit met betrekking tot het interieur
- **KAN ECONOMISCHE WAARDE TOEVOEGEN**

In tabel 4 op de volgende pagina is één en ander samengevat.

Tabel 4: Economische meerwaarde architectuur; in welke mate, wat, wanneer (eigen bewerking)

Wat?	Bijdrage aan goede architectuur/economische meerwaarde?*	Economische meerwaarde? **	Wanneer?
Starchitect (hoofdstuk 4)	+/-	Objectniveau: (prijspremiums à 5% - 12%), snellere besluitvorming, grotere vermarktbaarheid object Omgevingsniveau: - Paragraaf 4.2	Geen eenduidige verklaring vanuit de literatuur Paragraaf 4.3
Iconen (hoofdstuk 5)	+(+)	Objectniveau: prijspremiums à 5,4% - 22%, minder leegstand Omgevingsniveau: prijspremiums à 8% - 13% (←→ regeneratieproces) Paragraaf 5.3	Object moet beschikken over (bouw)technische, esthetische en functionele kwaliteit, moet passen binnen de omgeving, moet herkenbaar zijn, er moet consensus zijn over het feit dat sprake is van een (goed) icoon + moet niet te ingewikkeld zijn. Paragraaf 5.4
Exterieur (hoofdstuk 6)	++	Objectniveau: prijspremiums, minder leegstand Omgevingsniveau: - Paragraaf 6.1	Object moet beschikken over: (bouw)technische kwaliteit: gebruikte materialen, duurzaamheid (levensduur, flexibiliteit) Esthetische kwaliteit: transparantie, massa, aanzicht vanaf de skyline, identiteit Functionele kwaliteit: efficiëntie (materiaalgebruik, vorm, afmetingen) Paragraaf 6.1, 6.3
Interieur (hoofdstuk 6)	+	Objectniveau: prijspremiums, minder leegstand Omgevingsniveau: - Paragraaf 6.2	Object moet beschikken over: functionele kwaliteit: flexibiliteit (kolomafstand), efficiëntie (entree, plafondhoogte), comfort (natuurlijke lichtinval, ventilatie) Paragraaf 6.2, 6.3

* De beoordeling op basis van + en - komt niet letterlijk uit de literatuur, maar is het resultaat van de eigen interpretatie van de onderzoeker (wel met de literatuur als basis).

** Voor de economische meerwaarde geldt dat een - niet per definitie hoeft te betekenen dat er geen sprake is van een meerwaarde, maar dat deze niet gevonden is in de gebruikte literatuur voor deze master thesis.

Laatste opmerkingen

Deze master thesis verdient zo aan het eind nog een aantal laatste 'losse' opmerkingen. De eerste is een kritische en betreft de mening van vakgenoten omtrent goede architectuur. In de literatuur zijn namelijk verschillende voorbeelden te vinden die aantonen dat vakgenoten (architecten, stedenbouwkundigen etc.) niet altijd in staat zijn om goede architectuur te herkennen. Soms wordt een object de hemel in geprezen, terwijl bijvoorbeeld het publiek en de gebruikers hier heel anders over denken. Een voorbeeld hiervan is de eerder genoemde Boston City Hall. Dit gebouw werd en wordt onder vakgenoten geprezen en is door hen benoemd als zijnde één van de 100 meest belangrijke gebouwen van de afgelopen honderd jaar. Het ontving door de jaren heen verschillende prestigieuze prijzen en recent heeft een groep architecten voor het object een speciale *landmark* status aangevraagd. Dit terwijl de inwoners en gebruikers het gebouw liever kwijt dan rijk zijn. Tegelijkertijd worden er ook wel eens objecten neergesabeld die onder publiek en gebruikers juist heel populair zijn. Het Chrysler Building in New York, Verenigde Staten is hier een voorbeeld van. Dit object, gebouwd in 1930, werd door vakgenoten weggezet als protserig en te commercieel. Echter, de meerderheid van de mensen is trots op het object en *'today it is hard to imagine New York's skyline without the popular landmark'* (Rybczynski, 2008). Blijkbaar is het herkennen van goede architectuur niet altijd gemakkelijk, zelfs niet voor 'kenners'. Het verdient dan ook niet voor niets de aanbeveling om nader onderzoek te verrichten naar de vraag hoe goede architectuur te identificeren is (paragraaf 8.3).

De tweede opmerking is eveneens een kritische en betreft de vele claims die soms worden gedaan met betrekking tot goede

architectuur. Eén van de eigenschappen die goede architectuur wordt toegedicht, is dat het maatschappelijke vraagstukken zou kunnen oplossen. Zo zou het een bijdrage kunnen leveren aan bijvoorbeeld een duurzame voedselproductie of alternatieve energiebronnen (Bouman et al., 2009; Delancey, 2004). Het is, mijns inziens, op dit moment onwaarschijnlijk dat deze claims waargemaakt gaan worden, daar in de literatuur hiervoor geen enkel bewijs is gevonden. Er wordt ook niet beschreven hoe goede architectuur kan bijdragen aan bijvoorbeeld een duurzame voedselproductie, zodat moeilijk voor te stellen is hoe dit in zijn werk zou moeten gaan. In dit geval lijkt het erop dat er ten onrechte te hoge, onrealistische verwachtingen van goede architectuur worden geschapen.

Een verwachting die wel terecht mag worden geschapen, is dat aanbieders van goede architectuur zich kunnen en mogen gaan gedragen als prijszetter. Dit brengt mij bij de laatste opmerking. Ontwikkelaars en eigenaren van goede architectuur kunnen namelijk over een monopoliepositie beschikken. In principe kunnen zij een (hogere) prijs vragen, zolang afnemers bereid zijn om dit te betalen. De goede architectuur geeft hen in die zin een bepaald voordeel op de concurrentie (zie ook paragraaf 2.1). Dit kan een belangrijke legitimiteit vormen voor goede architectuur.

8. Reflectie

Hoewel dit onderzoek zorgvuldig is gedaan, is het belangrijk nog enkele kanttekeningen te plaatsen zodat de uitkomsten in perspectief kunnen worden gezien. Er wordt zowel gereflecteerd op de gebruikte literatuur als op het uitgevoerde onderzoek.

Vervolgens worden er op basis van de reflectie aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek.

8.1 Gebruikte literatuur

Een aantal artikelen en boeken die in dit onderzoek gebruikt zijn, zijn relatief oud. Er zitten artikelen en boeken bij die dateren van 20 à 30 jaar terug. Sinds die tijd is er met betrekking tot de architectuur en vastgoed het één en ander veranderd. Met de economische crisis als absoluut hoogtepunt (of beter gezegd dieptepunt). Hierdoor zou het zo kunnen zijn dat dezelfde onderzoeken tegenwoordig andere resultaten zouden laten zien. Een aantal onderzoeken is bijvoorbeeld gedaan in economische hoogtijdagen, waardoor sprake is van andere (vastgoed)marktomstandigheden.

In de literatuur wordt meer dan eens gerefereerd aan het feit dat architectuur een economische meerwaarde met zich meebrengt zonder dat hier onderzoek naar is gedaan of dat er een bron wordt vermeld. De meerwaarde wordt blijkbaar gezien als algemeen aanvaard feit, hoewel dit geenszins het geval is. Dit is wat mij betreft opvallend, aangezien we hier te maken hebben met wetenschappelijke (!) literatuur. Er is met enig voorbehoud omgegaan met deze literatuur aangezien dergelijke uitspraken en claims niet controleerbaar zijn. Overigens geldt dit voor een gering aantal literatuur.

Hoewel aanvankelijk werd gedacht dat er voldoende literatuur beschikbaar zou zijn om gedegen onderzoek te doen, is de hoeveelheid beschikbare wetenschappelijke informatie en onderzoeken tegengevallen. Dat er maar weinig onderzoeken zijn gedaan specifiek gericht op de economische waarde van architectuur heeft zo zijn redenen. Millhouse (2005) zegt hierover: *'The lack of multiple studies ... could be based on the difficulty of obtaining data, but is more likely the result of the difficulty in quantifying 'good architecture' as an amenity, as it is often a question of subjective perception.'* Daarnaast hoeft de meerwaarde niet altijd direct (financieel) waarneembaar te zijn (denk bijvoorbeeld aan het effect op omgevingsniveau; hogere prijzen van omliggende objecten worden pas na jaren zichtbaar). Ten slotte blijft het moeilijk om de economische meerwaarde toe te schrijven aan (goede) architectuur en dus om het als verklarende factor te destilleren (zijn de hogere prijzen van omliggende objecten enkel en alleen het gevolg van de goede architectuur van een object of spelen nog andere factoren een rol). Desondanks worden er wel uitspraken gedaan en conclusies getrokken, aangezien de gevonden literatuur inhoudelijk van dermate hoog (wetenschappelijk) niveau en dermate informatiedicht is dat dit aanvaardbaar is. Echter, voor de betrouwbaarheid van dit onderzoek zou het beter zijn geweest als er op basis van meer informatie uitspraken konden worden gedaan.

8.2 Uitgevoerde onderzoek

De uitkomsten van dit onderzoek zijn volledig gebaseerd op literatuuronderzoek. Dit brengt altijd een zekere mate van subjectiviteit met zich mee doordat de beschikbare literatuur nooit exact aansluit op de specifieke onderzoeksvraag. Hierdoor is in een aantal gevallen enige eigen interpretatie van die literatuur

noodzakelijk. Hoewel zo veel mogelijk is geprobeerd om zo dicht mogelijk bij de tekst te blijven, is het mogelijk dat hier en daar een persoonlijk oordeel of persoonlijke zienswijze is gevormd.

In dit onderzoek worden drie aspecten/factoren van architectuur behandeld. Dit was op voorhand geen bewuste keuze, maar het resultaat van gemaakte keuzes tijdens het bestuderen van de literatuur. Het onderzoek heeft hierdoor het karakter van een reeks *capita selecta*; geselecteerde aspecten/factoren die al dan niet leiden tot een economische meerwaarde doordat zij bijdragen aan goede architectuur. Dit impliceert ook dat dit onderzoek beperkingen kent doordat bepaalde aspecten/factoren niet aan bod komen die wel van belang zijn voor (goede) architectuur (en die dus nog nader onderzocht dienen te worden). Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan locatie. De locatie van een architectonisch object is van groot belang voor de economische waarde. Uiteraard geldt dit niet zozeer alleen voor architectonische objecten, maar voor (bijna) alle vastgoedobjecten. Niet voor niets is *'locatie, locatie, locatie'* een veelgehoorde uitspraak in de vastgoedbranche.

Dit onderzoek is in een korte, maar zeer intensieve tijd tot stand gekomen. Er is (bijna) *fulltime* aan gewerkt vanwege een uiterst strakke planning. Aan de ene kant komt dit het onderzoek ten goede (motivatie, alertheid, netheid etc.), maar aan de andere kant schuilt er het gevaar van een tunnelvisie. Ik denk dat ik hier wellicht op een gegeven moment mee te maken heb gekregen al valt dit niet met zekerheid te zeggen. Aanvankelijk begon ik het onderzoek met een open vizier en kritische blik. Gaandeweg de bestudering van de literatuur kwam ik, zoals gezegd, tot de hiervoor genoemde drie aspecten/factoren. Vervolgens kwam nieuw gevonden informatie,

mijns inziens, steeds weer neer op de gevonden aspecten/factoren. De vraag is of dit werkelijk het geval was of dat ik dit wilde zien? Zo nu en dan enige afstand nemen, was wellicht beter geweest voor dit onderzoek.

8.3 Aanbevelingen

Aanvankelijk was het mijn intentie om na een korte bestudering van de literatuur, zelf onderzoek te doen naar de economische meerwaarde van architectuur. Echter, bij de bestudering van de literatuur stuitte ik op een wirwar van gegevens. Er bleek een relatief geringe hoeveelheid primaire literatuur beschikbaar te zijn en een ontelbare hoeveelheid secundaire literatuur. Verschillende wetenschappers hebben geprobeerd een stukje van de puzzel op te lossen. Echter, geen van hen heeft, voor zover ik heb kunnen vinden, een poging gedaan om één en ander overzichtelijk en systematisch te presenteren, zodat het beter toepasbaar en bruikbaar is. Ik was (en ben nog steeds) van mening dat hier een taak lag weggelegd voor mij. Dit onderzoek moet dan ook gezien worden als een verzameling van gegevens die reeds beschikbaar waren over dit onderwerp, met als doel het samenvatten en ordenen van en het verwijzen naar primaire en secundaire literatuur. Het verdient dan ook de aanbeveling om dit onderzoek te toetsen aan de werkelijkheid alvorens de resultaten zonder meer aan te nemen. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van *casestudies*; neem een aantal representatieve selecties architectonische objecten en kijk of deze al dan niet een economische meerwaarde opleveren ten opzichte van niet-architectonische objecten. Het is hierbij belangrijk dat inzichtelijk wordt gemaakt welke objecten beschikken over goede architectuur en op welke aspecten/factoren dan is getoetst. Hierin schuilt meteen een andere uitdaging,

namelijk de onderscheiding van goede architectuur. Daarom is een ander, wellicht wel belangrijker, onderzoek dat hieraan vooraf zou moeten gaan dan ook een dieper en breder onderzoek naar de vraag hoe goede architectuur te herkennen is? Concreet komen de aanbevelingen op het volgende neer:

- Praktijkgericht vervolgonderzoek; checken of de in dit onderzoek gevonden aspecten/factoren al dan niet leiden tot een economische meerwaarde.
- Breder vervolgonderzoek; onderzoeken hoe goede architectuur te herkennen is, onderzoeken of er meer aspecten/factoren van (goede) architectuur zijn die kunnen leiden tot een economische meerwaarde en/of onderzoeken of er concretere aannames gedaan kunnen worden met betrekking tot de gevonden en eventueel nieuwe aspecten/factoren (bijv. wanneer leidt een starchitect wel tot meerwaarde en wanneer niet? In dit onderzoek is dit niet duidelijk naar voren gekomen.).

De uitkomsten van dit onderzoek en van toekomstige studies kunnen een belangrijke rol spelen binnen de architectuur- en vastgoedbranche. Immers, als aangetoond kan worden dat (goede) architectuur een economische meerwaarde oplevert, zorgt dit voor een belangrijke legitimiteit van de toepassing hiervan. De branche die met name door de economische crisis aan werk heeft moeten inleveren, kan hierdoor uit het slob getrokken worden. Tegelijkertijd kunnen de meerwaarden (hogere prijzen en minder leegstand) ertoe leiden dat meer onder (goede) architectuur gebouwd wordt. Dit kan ook de vastgoedbranche doen opleven (zij het op de lange

termijn). De relevantie (en wellicht wel de noodzaak) van dit onderzoek en van vervolgonderzoek lijkt hiermee aangetoond te zijn.

LITERATUUR

Artikelen:

- Ahlfeldt, G.M. (2010). *Architektur, Ökonomie – Architekturökonomie*. Perspektiven der Wirtschaftspolitik, 11(4), pp. 340-355.
- Ahlfeldt, G.M. & Maennig, W. (2010). *Stadium Architecture and Urban Development from the Perspective of Urban Economics*. International Journal of Urban and Regional Research, 34(3), pp. 629-646.
- Asabere, P.K., Hachey, G. & Grubaugh, S. (1989). *Architecture, historic zoning and the value of homes*. Journal of Real Estate Finance and Economics, 2, pp. 181-195.
- Bell, D. & Jayne, M. (2003). *'Design-led' Urban Regeneration: a Critical Perspective*. Local Economy, 18(2), pp. 121-134.
- Bensen, E.D., Hansen, A.L., Schwartz, Jr. & Smersh, G.T. (1998). *Pricing Residential Amenities: The Value of a View*. Journal of Real Estate Finance and Economics, 16(1), pp. 55-73.
- Boisen, M. & Lippus, M. (2011). *Baskisch nationalisme en het Guggenheimeffect*. Geografie, 2011(4), pp. 43-47.
- Bourassa, S.C., Hoesli, M. & Sun, J. (2004). *What's in a View*. Environment and Planning, 36, pp. 1427-1450.
- Bole, S. & Reed, R. (2009). *The Value of Design: A Discussion Paper*. Architectural Science Review, 52(3), pp. 169-175
- Carmona, M., Magalhães, C. de & Edwards, M. (2002). *Stakeholder Views on Value and Urban Design*. Journal of Urban Design, 7(2), pp. 145-169.
- Conway, D., Li, C., Wolch, J., Kahle, C., & Jerrett, M. (2010). *A spatial autocorrelation approach for examining the effects of urban green space on residential property values*. The Journal of Real Estate Finance and Economics, 41, pp. 150-169.
- Delancey, C. (2004). *Architecture can save the world: Building and environmental ethics*. The Philosophical Forum, 35(2), pp. 147-159.
- Dovey, K. (1992). *Corporate towers and symbolic capital*. Environment and Planning B: Planning and Design, 19, pp. 173-188.
- Fuerst, F., McAllister, P. & Murray, C.B. (2011). *Designer buildings: estimating the economic value of 'signature' architecture*. Environment and Planning, 43(1), pp. 166-184.
- Gat, D. (1998). *Urban Focal Points and Design Quality Influence Rents: The Case of the Tel Aviv Office Market*. Journal of Real Estate Research, 16, pp. 229-247.
- Gómez, M.V. (1998). *Reflective images: the case of urban regeneration in Glasgow and Bilbao*. International Journal of Urban and Regional Research, 22(1), pp. 106-121.
- Gómez, M.V. & González, S. (2001). *A Reply to Beatriz Plaza's 'The Guggenheim-Bilbao Museum effect'*. International Journal of Urban and Regional Research, 25(4), pp. 898-900.
- Heskett, J. (2008). *Creating Economic Value by Design*. International Journal of Design, 3(1), pp. 71-84.
- Hough, D.E. & Kratz, C.G. (1983). *Can 'Good' Architecture Meet Market Test?* Journal of Urban Economics, 14, pp. 40-54.

- Jencks, C. (2006). *The iconic building is here to stay*. City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action, 10(1), pp. 3-20.
- Jones, P. (2009). *Putting Architecture in its Social Place: A Cultural Political Economy of Architecture*. Urban Studies, 46(12), pp. 2519-2536.
- Kaika, M. (2010). *Architecture and crisis: re-inventing the icon, re-imag(in)ing London and re-branding the City*. Transactions of the Institute of British Geographers, 35, pp. 453-474.
- Kaika, M. (2011). *Autistic architecture: the fall of the icon and the rise of the serial object of architecture*. Environment and Planning D: Society and Space, 29, pp. 968-992
- McNeill, D. (2000). *McGuggenisation? National identity and globalization in the Basque country*. Political Geography, 19(4), pp. 473-494.
- McNeill, D. (2005). *In Search of the Global Architect: the Case of Norman Foster (and Partners)*. International Journal of Urban and Regional Research, 29(3), pp. 501-515.
- McNeill, D. (2007). *Office buildings and the signature architect: Piano and Foster in Sydney*. Environment and Planning, 39, pp. 487-501.
- Plaza, B. (2006). *The Return on Investment of the Guggenheim Museum Bilbao*. International Journal of Urban and Regional Research, 30(2), pp. 452-467.
- Rybczynski, W. (2008). *The Half-Life of Buildings. Are "great" buildings still great forty years later?* Wharton Real Estate Review, 12(1), pp. 97-106.
- Sklair, L. (2005). *The Transnational Capitalist Class and Contemporary Architecture in Globalizing Cities*. International Journal of Urban and Regional Research, 29(3), pp. 485-500.
- Sklair, L. (2006). *Iconic architecture and capitalist globalization*. City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action, 10(1), pp. 21-47.
- Sklair, L. & Gherardi, L. (2012). *Iconic architecture as a hegemonic project of the transnational capitalist class*. City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action, 16(1:2), pp. 57-73.
- Smith, A. & Krogh Strand, I. von (2011). *Oslo's new Opera House: Cultural flagship, regeneration tool or destination icon?* European Urban and Regional Studies, 18(1), pp. 93-110.
- Tyrväinen, L. (1997). *The amenity value of the urban forest: an application of the hedonic pricing method*. Landscape and Urban Planning, 37, pp. 211-222.
- Vandell, K. & Lane, J. (1989). *The Economics of Architecture and Urban Design: Some Preliminary Findings*. Journal of the American Real Estate and Urban Economics Association, 17(2), pp. 235-260.

Boeken:

- Bosma, K., Berens, H., Dijk, S. van, Duivesteijn, A., Kleyn, E., Taverne, E., Tilman, H. & Woud, A. van der (1990). *Verleidelijk stadsbeeld. Ontwerpen voor stedelijke vernieuwing*. Den Haag: Nederlands Architecteninstituut.

- Bouman, O., Abhelakh, A., Dings, M., Oosterheerd, I. & Zoeteman, M. (Red.) (2009). *Architectuur als noodzaak. Nederlandse ontwerpen voor de toekomst*. Rotterdam: NAI uitgevers.
- Brouwer, H.J. (1994). *Kantorenmarkt en stadsstructuur*. Amsterdam: Rodopi
- Coulson, J., Robert, P. & Taylor, I. (2010). *University Planning and Architecture. The search for perfection*. Oxon en New York: Routledge
- Dormans, S., Houtem, H. van, Langendijk, A., (2003). *De verbeelding van de stad, de constructie van de stedelijke identiteit van Arnhem, Groningen, Maastricht en Tilburg*. Utrecht: Nethur.
- Eaton, R. (2002). *Ideal cities. The Utopianism and the (un)build environment*. Londen: Thames & Hudson.
- Engels, F. (1845). The Condition of the Working Class in England in 1844. In LeGates, R.T. & Stout, F. (Red.) (2007). *The City Reader* (pp. 50-58). Londen en New York: Routledge.
- Glendinning, M. (2010). *Architecture's Evil Empire? The Triumph and Tragedy of Global Modernism*. Londen: Reaktion Books
- Hall, P. (1988). *Cities of Tomorrow*. Londen: Basil Blackwell.
- Harvey, J. & Jowsey, E. (2004). *Urban Land Economics*. Londen: Palgrave MacMillan
- Jencks, C. (1987). *Modern Movements in Architecture*. 2^e druk. Londen: Penguin Books.
- Jencks, C. (2005). *The Iconic Building*. New York: Rizzoli International Publications.
- Kingma, J.H. (2012). *Blijvend aantrekkelijk. Tuinwijken van de jaren '30*. Nijmegen: Uitgeverij Vantilt
- Klingmann, A. (2007). *Brandscapes: Architecture in the Experience Economy*. Cambridge en Londen: MIT Press.
- Knox, P.L. (2010). *Starchitects, starchitecture and the symbolic capital of world cities*. In Derudder, B., Hoyler, M., Taylor, P.J. & Witlox, F. (Red.) (2012). *International Handbook of Globalization and World Cities* (pp. 275-283). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Knox, P.L. (2011). *Cities and design*. Oxon en New York: Routledge
- Lampugnani, V.M. (Red.) (2006). *Lexicon van de architectuur van de twintigste eeuw*. Nijmegen: Uitgeverij SUN.
- Larson, M.S. (1993). *Behind the Postmodern Façade: Architectural Change in Late Twentieth-century America*. Berkeley: University of California Press.
- Olsen, D. (1986). *The City as a Work of Art: London, Paris, Vienna*. New Haven: Yale University Press.
- Pasveer, E., Elders, F., Risselada, M., Westrik, J., Scheen, C. & Boekhorst, F. (1991). *Architectuur en stadsvernieuwing. Tijd en ruimte*. Delft: Uitgave Publikatieburo Bouwkunde.
- Remøy, H. (2010). *Out of office. A Study on the Cause of Office Vacancy and Transformation as a Means to Cope and Prevent*. Amsterdam: IOS Press
- Riis, J. (1903). *How the Other Half Lives*. New York: Scribners.
- Rossi, A. (1995). *De architectuur van de stad*. (Oorspronkelijke titel: *L'architettura della città*, 1^e druk 1966). Nijmegen: Uitgeverij SUN.
- Silber, J. (2007). *Architecture of the Absurd. How "Genius" Disfigured a Practical Art*. New York: The Quantuck Lane Press.

Papers:

- Ahlfeldt, G.M. & Mastro, A. (2011). *Valuing Iconic Design: Frank Lloyd Wright Architecture in Oak Park, Illinois*. Londen: Spatial Economics Research Centre. Geraadpleegd op 3 juni 2012 via <http://ideas.repec.org/p/cep/sercdp/0084.html>
- Ahlfeldt, G. M. & Kavetsos, G. (2010). *Form or Function? The Impact of New Football Stadia on Property Prices in London*. Londen: LSE, Cass Business School. Geraadpleegd op 3 juni 2012 via http://mpra.ub.uni-muenchen.de/25003/1/MPRA_paper_25003.pdf
- Geraedts, R. & Voordt, T. van der (2003). *Good buildings drive out bad buildings. An instrument for defining the lower end of the office premises market*. Geraadpleegd op 11 juli 2012 via http://www.tudelft.nl/live/binaries/c39948fc-8d1c-4744-8640-8156d5fc733a/doc/Paper_GoodBuild_HK.pdf
- Groeneveld, J. (2004). *Waarde in economie en accounting*. Breda: Nederlands Instituut voor Register Valuators. Geraadpleegd op 6 juli 2012 via http://www.nirv.nl/downloads/File/MAB_groeneveld_06_04.pdf
- Loe, K. (2000). *The Value of Architecture - Context and Current Thinking*. RIBA Future Studies series. Londen: Royal Institute of British Architects. Geraadpleegd op 13 mei 2012 via http://www.gwilymryce.co.uk/teach/value_of_architecture_economy_ELoe.pdf
- Millhouse, J.A. (2005). *Assessing the Effect of Architectural Design on Real Estate Values: A Qualitative Approach*. Massachusetts: Institute of Technology (Department of Architecture). Geraadpleegd op 11 juli 2012 via <http://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/33195/66140875.pdf?seque..>
- Reed, R. (1999). *Excuse me - is there any character in the house? The significance of character in the long term demand for Australian housing*. Kuala Lumpur: International Real Estate Society Conference. Geraadpleegd op 14 juli 2012 via www.prres.net%2Fpapers%2FReed_The_Significance_of_Character_In_Long_Term_Demand_For_Australian_Housing.pdf&ei=92sBU_LKkB8LHQWv77mOBw&usq=AFQjCNHHNcKmqb2maL3UW_JEOgv9R3gdBw&cad=rja
- Rouwendal, J., & Van der Straaten, W. (2008). *The costs of providing open space in Dutch cities*. Den Haag: Centraal Plan Bureau. Geraadpleegd op 3 juni 2012 via [www.cpb.nl/.../costs-and-benefits-providing-open-space-cities\[2\].pdf](http://www.cpb.nl/.../costs-and-benefits-providing-open-space-cities[2].pdf)
- Toy, V.S. (2012). *Boldface Buildings in the Cold Light of Now. Starchitect Buildings Test the Value of a Name*. New York: The New York Times. Geraadpleegd op 25 mei 2012 via <http://www.nytimes.com/2012/03/11/realestate/starchitect-buildings-test-the-value-of-a-name.html?pagewanted=all>
- Warpole, K. (2000). *The Value of Architecture - Design, Economy and the Architectural Imagination*. RIBA Future Studies series. Londen: Royal Institute of British Architects. Geraadpleegd op 13 mei 2012 via <http://www.buildingfutures.org.uk/assets/downloads/pdf/24.pdf>