VASTGOED JOURNAAL

The Roaring Twenties: succesvolle locatie-ontwikkeling in het nieuwe decennium

19-12-2019 16:51

We staan aan de vooravond van de 2020's. Niet voor niets vergelijken economen en trendwatchers het aankomende decennium met de befaamde jaren ’20 van de vorige eeuw: er wacht ons opnieuw een veelbewogen tijd met grote economische veranderingen en technologische vernieuwing. Nergens zal dit zo merkbaar zijn als in vastgoed, het speelveld waar drie invloedrijke krachten samenkomen: ruimtelijke ontwikkeling, consumentengedrag en technologische innovatie.

Meerdere vragen komen naar voren in ontwikkelland: Hoe anticipeer ik op verandering in woelige tijden? Hoe zorg ik dat mijn locatie generaties X, Y en Z blijft aantrekken? Oftewel: welke succesfactoren maken mijn locaties roaring? Lot Frijling, oprichter en eigenaar van Yellow Concepts, inspireert ons met drie handvaten voor het nieuwe decennium.

Stel torenhoge ambities
Van 1920 tot 1930 gold: the sky is the limit. De ongekende en onbegrensde mogelijkheden tot vernieuwing maakten dat ondernemers en ontwikkelaars met bravoure een sprong in het diepe deden. Ook in het aankomend decennium zullen de ontwikkelingen binnen vastgoed voorspoedig maar grillig zijn.

Wie ontwikkelt in een tijd waarin alles kan en waarin veranderingen elkaar snel opvolgen, maar graag van succes verzekerd wil zijn, dient er goed aan om per te ontwikkelen locatie een stip op de horizon te zetten. Concepting is een opkomend vakgebied dat helpt bij het zetten van die stip. Een sterk concept wordt aan het begin van het ontwikkeltraject vastgesteld en vertaalt je ambities in een unieke propositie.

Een mooi voorbeeld hiervan is The Dutch Mountains, het spraakmakende, ambitieuze vastgoedproject van Eindhoven. Maar ook het gewaagde concept voor de 3 rauwe silo’s op het Zeeburgereiland in Amsterdam, te weten Caspar, Melchior en Balthasar, dwingt respect af. Het maken van de silo’s tot iconen met de drie koninklijke wijzen als inspiratie toont durf en creativiteit.

Omarm de paradox
Het aankomende decennium, net als een eeuw terug, zal een hoge graad aan paradoxen kennen. Oude en nieuwe technologie worden gemixt, grote ontwikkelingen worden op kleine schaal toegepast — en andersom. In vastgoed zal paradoxaal ontwikkelen een vogelvlucht nemen: locaties waar van alles gecombineerd wordt; klassiek en modern, groots en klein, rust en reuring.

Deze schijnbare tegenstellingen versterken elkaar juist: wrijving geeft glans en brengt verschillende ambities, doelgroepen en verdiensten samen. Nergens was de paradox zo slim uitgewerkt als bij de High Line in New York, één van de meest geslaagde ontwikkeltrajecten van de 21e eeuw; een plek waar stad en natuur, oud en nieuw, publiek en commercieel op verbindende wijze samenkomen.

Durf te kiezen
Maak als ontwikkelaar van de aanstaande Roaring Twenties niet de Boring Twenties, waar locaties in ontwerp en invulling teveel op elkaar lijken en nieuwe generaties, met hun overvolle en kritische mindspace, niet zullen bekoren. De nieuwe generatie consumenten vraagt om duidelijke keuzes in positionering en identiteit, locaties waar visie en lef van uitgaat.

Retuna Mall in Zweden is zo’n locatie: het eerste, volledig op gerecyclede producten georiënteerde

winkelcentrum ter wereld en, tussen de competitie van de op luxe gerichte tegenhangers, een enorm publicitair en groeiend commercieel succes. Ook bij het maken van gedurfde keuzes, zoals voor Retuna Mall, helpt het vak concepting.

Wie vanaf de start van een ontwikkeltraject denkt vanuit een onderscheidend concept, zal high-traffic locaties, winkelcentra en andere hotspots ontwikkelen die als een magneet de nieuwe generaties consumenten zullen aantrekken. Zulke locaties zullen zichzelf in de 2020s met recht roaring kunnen noemen!

Lot Frijling is oprichter en eigenaar van Yellow Concepts *en docent Concepting aan de Academy for Creative Industries.*

Redactie