



Laurens van Doorn Foto John Lewis Marshall

De kantoren van Laurens

'Een lekker zootje, daar word ik blij van'

Met Creative Valley, een bedrijfsverzamelgebouw voor 'innovatieve mkb'ers', laat Laurens van Doorn, eigenaar NIC Commercieel Vastgoed, zien voorop te lopen als het gaat om nieuwe kantoorconcepten. Bij hem staat de gebruiker écht centraal. Het concept werkt: alle kantoren zitten vol. Hoe flikt hij dat, in tijden van leegstand?

Tekst Anne Luijten

Creative Valley heeft met zijn spectaculaire uitstrekken inmiddels in alle architectuurtijdschriften gestaan.

Het gebouw in Utrecht is dan ook allesbehalve een anonieme doos op een anoniem bedrijventerrein. De glazen boxen 'hangen' aan de ruggengraat van het gebouw doordat ze elkaar aan beide zijden van de kern in evenwicht houden. Maar niet alleen de architectuur, ook het gebruikersconcept is opvallend en innovatief. Bij de ontwikkeling ervan is Van Doorn volledig uitgegaan van de behoeften van toekomstige gebruikers: kleine en middelgrote creatieve kennisbedrijven.

Nomadisch

De eigenaar van NIC Commercieel Vastgoed wil werkomgevingen realiseren die mensen stimuleren, waar ze zich prettig voelen. En dat werkt: ondanks de crisis heeft Creative Valley vanaf oplevering praktisch geen moment leegstand gekend. Ondertussen is Van Doorn alweer bezig met nieuwe projecten, dit keer op diverse locaties in Amsterdam. Zelf is hij ook niet aan één plek gebonden. Van Doorn houdt kantoor in Creative Valley, maar omschrijft zijn werkstijl als 'nomadisch'. In het Amsterdamse restaurant Dauphine voelt hij zich bijvoorbeeld net zo goed als een vis in het water. Dat is de plek waar hij zijn zakenrelaties ontmoet - en interviewers. 'Hier hangt de juiste sfeer, een mix van zakelijk, grootstedelijk en *buzzing*.'

Station of snelweg

Toch is het opvallend dat u Creative Valley ontwikkelde in Utrecht, op een bedrijventerrein aan de snelweg. Het concept zou je eerder in de binnenstad verwachten. Laurens van Doorn: 'Hartje stad had ook gekund, absoluut. De ambiance van de binnenstad past perfect bij dit concept. Maar dan moet je praktisch óp het station zitten. Bereikbaarheid is bij de ontwikkeling een belangrijk issue geweest. Het is óf het station óf de snelweg. Wat dat betreft is Papendorp (een bedrijventerrein in Leidsche Rijn, red.) ideaal. Het ligt op een kruising van snelwegen; met twintig minuten zit je in Amsterdam. En er is een supergoede OV-verbinding naar het station. Met de speciale HOV-bussen ben je in twaalf minuten op Utrecht Centraal. Die bus stopt schuin voor de deur en dendert vervolgens op een vrije busbaan door de stad.'

Rafelranden

Welke uitgangspunten hanteert u bij de keuze van een locatie? 'Voor wat betreft bereikbaarheid is mijn uitgangspunt de vrouwelijke werknemer die in de winter om zes uur 's avonds

naar huis gaat. Hoe aangenaam is de omgeving voor haar? Daardoor valt een plek als Amsterdam-Noord voorlopig af.

**'Ondanks de crisis heeft
Creative Valley
praktisch geen moment
leegstand gekend'**

Voorlopig, want ik geloof zeker in de potentie van Noord. Maar dan meer over tien, twintig jaar. De Noord-Zuidlijn gaat veel voor Noord doen. Noord heeft een andere ambiance dan de binnenstad. Toch zie ik uw ogen gaan glimmen. 'Ja! Ik houd heel erg van rafelranden, van ruige, rauwe plekken. Ik geloof absoluut in de ontwikkeling van de brownfields. Zoals gebieden in Amsterdam waar we nu mee bezig zijn: Schinkel en Houthavens. Geweldig gebieden! In Schinkel vind je van alles naast elkaar, er zitten de grote reclamebureaus, maar ook een apk-garage. Het is er gewoon een lekker zootje. Daar word ik blij van. Ik heb een stuk grond aan het water gekocht en ben daar al weer aan de slag met gebruikers.'

Levendigheid

'De bereikbaarheid klopt ook: het is pal aan de ringweg en vijf minuten van Station-Zuid. Wat betreft ambiance kan het gebied gaan aanhaken aan Amsterdam-Zuid. Niet per se mijn favoriete stadsdeel, maar wel een stadsdeel met veel levendigheid. De Houthavens vind ik ook fantastisch. Die behouden een zekere ruwheid, maar er is wel nieuwbouw mogelijk. Architectenbureau MVRDV ontwierp hier voor ons het Alfabetgebouw, een concept met koopunits voor mkb'ers, inclusief financieringsarrangement. Zoiets bestaat helemaal niet in Amsterdam, terwijl veel kleinere ondernemers het zat zijn jarenlang huur over te maken. Liever investeren ze in hun eigen pensioen.'

Ruw idee

Hoe verloopt een ontwikkeling; u koopt een stuk grond en dan? 'Nee, het begint bij mij niet met de grond, maar met de gebruiker. Er is eerst een ruw idee, en als ik daar de juiste plek bij heb gevonden dan ga ik het geheel eens rustig uitdenken. Ik ga zo vroeg mogelijk met gebruikers in gesprek, dat levert mij input. Projectontwikkeling is een vak van lange adem. Die tijd moet je nemen, dan ontstaat er wat, gebeuren er dingen. Zo komt dan ineens een gebruiker op mijn pad. En dan nog één, en nog één. Die heeft dan weer wat gehoord, zo gaat dat. Daarom zit ik ook de hele dag te kletsen: ik vertel mijn ideeën.'

**'Mijn uitgangspunt is de
vrouwelijke werknemer
die in de winter om zes uur
's avonds naar huis gaat'**

Denken vanuit consumer insights

Tegenwoordig hebben projectontwikkelaars de mond vol van 'de gebruiker'. Toch lijken veel van hen weinig verder te komen dan standaard marktonderzoeken. Hoe weet u die gebruiker te pakken?

‘Ik kijk veel, ben veel onderweg, voer gesprekken. Dat triggert me. Wat mij mateloos boeit zijn horecagelegenheden. Ik haal er veel inspiratie vandaan. Ik kijk naar hoe mensen er zich bewegen. Waarom voelen ze zich er prettig? Wat is de sfeer en hoe ontstaat die? Mensen zoeken naar de sfeer die bij ze past. Ik probeer dat te vertalen in werkomgevingen: die moeten comfortabel zijn, met een fijne sfeer. Misschien helpt mijn reclameachtergrond. Ik ben het gewend om te denken vanuit consumer insights. Dat is de sleutel, maar niet zomaar een trucje dat je even toepast.’
 ‘Kantoren zijn allang geen standaardproducten meer. En met primair blijven denken vanuit je grondposities ga je het echt niet redden. Kijk maar naar de enorme leegstand in kantoorpanden. Zolang we kantoorgebouwen puur bekijken als financieel product, wordt de vicieuze cirkel van de leegstand gevoed. We moeten gaan bouwen met de wens van de huurder in het achterhoofd, niet vanuit het idee van meedelen in de winst.’

**‘Horecagelegenheden
 boeien me mateloos,
 daar haal ik
 veel inspiratie vandaan’**

Compromisloos

Hoe werkt die vicieuze cirkel in de kantoorproductie? En wie moet dan de verantwoordelijkheid nemen om die te doorbreken?
 ‘Iedereen die verdient aan de ontwikkeling van een nieuw kantoorpand. De huurder die met de projectontwikkelaar afsprekt mee te delen in de winst bij verkoop. De belegger die eerder wordt getriggerd door de kwaliteit van het huurcontract dan de intrinsieke waarde van het gebouw. En de gemeente die grond blijft uitgeven omdat ze de opbrengsten nodig hebben om hun begroting dicht te breien. Al die partijen hebben boter op hun hoofd en houden elkaar totaal in de tang. Beleggers weigeren vervolgens om leegstaande panden af te schrijven, waardoor herbesteding onmogelijk wordt en we afsterven op tien miljoen vierkante meter leegstaande kantoren. Onvoorstelbaar.’
 Houdt u zelf uw gebouwen in eigendom? ‘Dat verschilt per project. In de brownfields verwacht je op termijn waardeontwikkeling als het gebied tot bloei komt. Creative Valley hebben we ook in eigendom gehouden. Dat is echt ons uithangbord. We hebben het compromisloos gebouwd in het diepste van de crisis. We hebben onze oorspronkelijke keuzes gestand kunnen doen. Daardoor is het uitgesproken geworden, het onderscheidt zich. Dat is de kracht. We hebben al genoeg dertien in een dozijn.’

DE INTERVIEWS



Foto's Maarten van Schaik

Een abonnement op het tijdschrift Architectuur Lokaal is kosteloos verkrijgbaar op aanvraag.