

# DIGITALITEIT VERSMELT MET REALITEIT

Bij Drees & Sommer wil men 'lekker werkend vastgoed' creëren. Waarbij de techniek naadloos samenwerkt met het gebouw en zo wordt ingezet dat de gebruikers werkelijk alles als soepel en frictieloos ervaren. De verwachtingen groeien en de behoefte aan onderscheid met vastgoed ook. De toekomst is het creëren van een totaal 'experience' waarin vastgoed als het ware versmelt met de functie en haar gebruikers.

**M**ichel de Haan, managing director: 'De smart phone - window to reality - en de veelzijdigheid van internet veranderen de manier waarop gebruikers naar onder andere vastgoed kijken. De verwachtingen nemen toe en men verwacht dat gebouwen meer anticiperen op de gebruikers. Wij kunnen veel leren van de digitale wereld waar User Experience (UX) dagelijkse kost is. Bij Drees & Sommer transformeren wij UX naar de gebouwde omgeving.'

**MAAR IS DAT NIET AL GAANDE? GEBOUWEN WORDEN TOCH STEEDS 'SLIMMER' DOOR ALLERLEI TECHNIEK, ZOALS OBJECTEN DIE MET SENSOREN ZIJN BEHANGEN EN MET ELKAAR COMMUNICEREN, INTERNET OF THINGS DUS?** \_ 'Dat valt vaak erg tegen. De meest moderne gebouwen zijn inderdaad volgehangen met techniek. Echter de samenhang tussen de verschillende systemen, de andere ontwerpaspecten van gebouwen en het denken vanuit de beleving van de gebruiker ontbreekt. De gebruiker maakt een reis vanaf het benaderen van het gebouw tot aan haar of zijn eindbestemming: de winkel, werkplek, theaterstoel of ander einddoel. Tijdens deze "reis" raakt de gebruiker het gebouw en ieder raakpunt is een mogelijkheid een positieve of negatieve experience neer te zetten. Echte "lekkere" gebouwen hebben een bepaald soort vibe: long lasting positive emotions.'

**HOE DOEN JULLIE DAT? WELKE MIDDELEN ZETTEN JULLIE DAARVOOR IN?** \_ 'We hebben een heel sterk, van origine Duits moederbedrijf. Met vestigingen door heel Europa. We hebben het



© CA Immo

*The Cube Berlijn – Het perfecte huwelijk tussen de digitale wereld en de fysieke wereld met de focus op de eindgebruiker.*

geluk dat onze oprichter, Hans Sommer, een visionair is. Dat heeft er onder meer toe geleid dat we op de universiteitscampus in Aken Duitsland een R&D centrum hebben. Daar onderzoeken we in samenwerking met de universiteit hoe technologie zo kan worden ingezet in vastgoed dat de gebruiker werkelijk centraal staat. Echt de user experience op een voetstuk. Daar komen enorm veel inzichten uit voort. Verder werken we met "me centered" ingenieurs die zich bewust zijn van de invloed van hun vakgebied op de "me", de actieve gebruiker van het vastgoed. De Cube Berlijn is nu het



*ABN AMRO: Programma en ontwerp Innovation Centre ABNAMRO, Zuidas Amsterdam: innovatieve user experience gerealiseerd samen met klanten en medewerkers.*



Sanoma: Renovatie kantoor Sanoma in Hoofddorp. Focus op wensen eindgebruikers leidt tot inrichting met eigen identiteit.

## ‘MEN VERWACHT DAT GEBOUWEN MEER ANTICIPEREN OP DE GEBRUIKERS’

toonaangevende project wat hieruit is ontstaan. Door deze experts te laten samenwerken met mensen die geen vastgoedervaring hebben maar wel veel van UX weten ontstaat de ideale mix. We geven dus niet de technuten de leiding, maar nemen de ervaring van gebruikers als vertrekpunt. En vanuit daar ga je terugdenken naar een gebouw toe. Wat is nodig in dit gebouw, voor deze gebruikers?’

### WAT KUN JE JE KLANTEN BIEDEN MET DEZE BENADERING?

‘Je hebt heus wel prachtige kantoren, maar vaak zonder identiteit, zonder verhaal erachter. Dan voel je je niet echt herkend en erkend als gebruiker. Er is een verhaal nodig: wat wil ik de gebruiker van het vastgoed daarvan meegeven. Want natuurlijk zijn het klimaat, het licht, de veiligheid in een gebouw belangrijk. En uiteraard speelt duurzaamheid bij bouwen en bij hergebruik een essentiële rol. Maar als je meer wil in deze tijd gaat het erom dat je het interieurontwerp, de gastvrijheid en de techniek en digitalisering in samenhang laat bijdragen aan het verhaal. Het gaat dus steeds minder om het gebouw zelf, maar om de ervaring. In gebouwen kun je met behulp van Internet of Things, sensoren en andere middelen heel veel zaken van gebruikers meten. De techniek is er,

voor iedereen beschikbaar. Maar het gaat er natuurlijk uiteindelijk om die enorme hoeveelheid informatie zo te interpreteren dat je de samenhang, het verhaal ziet. En daar zijn wij erg goed in. Op die wijze proberen we voorop te lopen.’

### GELDT DIT VOOR ZOWEL KANTOREN ALS RETAIL?

‘Als we naar de retail kijken: de ene na de andere keten gaat failliet. Dat verbaast me niet. Want je moet concurreren met internet, dat totale beschikbaarheid, snelheid en een heel groot aanbod biedt. Als je daar in de retail iets tegenover wil plaatsen, zal je technologie moeten inzetten om je klanten werkelijk te leren kennen. De fysieke winkel laat het verschrikkelijk liggen. Juist daar moet je bieden wat internet niet kan; klantintimiteit, klantkennis. Relaties opbouwen. In een omgeving van totale merkexperience. Als je in staat bent dat digitaal vast te leggen, kan je vervolgens met internet deze klant veel beter bedienen. Je kent dan de smaak, levensstijl en kledingmaat en kan met specifieke marketing de kans op digitale conversie vergroten. En daarmee het retourpercentage van de digitale winkel verlagen.’

### DE VERBINDING TUSSEN DIGITAAL EN FYSIEK MOET DUS VEEL BETER?

‘Zeker. Het is nu vaak te verzuimd, digitaal en fysiek apart. Dat is niet meer van deze tijd. De mensen willen niet alleen in winkels maar ook op hun werk een soepele service en een samenvloeiing van de digitale wereld en de realiteit. Als je loyaliteit van je medewerkers wil, of van je klanten zul je vooral



Michel de Haan (l) en Elger Groenland

als het om de jongere generaties gaat echt stappen moeten zetten. Daar staan wij voor. Je zal je klanten ook moeten meenemen in die users experience-benadering. Ook omdat je bepaalde grenzen overschrijdt: de vastgoedafdeling van een bedrijf wordt “gedwongen” om samen te werken met andere afdelingen, zoals HR. Nu is deze benadering nog niet mainstream. Maar dit is de toekomst. Wie hier niet in meegaat heeft het nakijken.’

## ‘WIJ KUNNEN VEEL LEREN VAN DE DIGITALE WERELD WAAR USER EXPERIENCE DAGELIJKSE KOST IS’

### VISIOEN

#### DREES & SOMMER

Zo ziet Drees & Sommer het perfecte huwelijk tussen de digitale en fysieke wereld: techniek kan ons leven gemakkelijker maken maar kan centra van steden doen verschromelen, kantoren anoniem maken en hindernissen opwerpen. Het ontwerpproces van gebouwen dient te worden omgedraaid. Het begint bij de gebruiker en de ‘experience’ die de exploitant, eigenaar of huurder de gebruiker wil bieden en laten ondergaan. Je dient dus niet te beginnen bij de gewenste stedelijke invulling. De gebouwde omgeving moet ‘me’ centered worden. De wereld draait om mij.