

Form follows function was jarenlang het credo van design en architectuur. En er is ook weinig tegenin te brengen, het gaat uiteindelijk om hoe een product of een gebouw gebruikt wordt, of het werkt. Dat is de randvoorwaarde. Pragmatisch design is verstandig, nuttig, maar niet echt sexy. Heel Nederlands, zou je kunnen zeggen, want het zit nou eenmaal in onze cultuur om zo efficiënt en functioneel mogelijk met onze kostbare vierkante meters om te gaan. Toch zien we langzaam maar zeker meer ruimte en aandacht ontstaan voor 'schoonheid'; gebieden en gebouwen met een bijna on-Nederlandse sfeer en beleving.

FROM SPACES TO PLACES

Jarenlang werd in Nederland vooral gebouwd vanuit economische randvoorwaarden, nu de economie aantrekt komt er weer meer geld vrij om een stap extra te zetten. Zo kunnen we van functionele gebieden en architectuur doorgroeien naar ontwikkelingen met een eigen identiteit en sterke beleving.

Voorheen was vastgoed vooral wat wij 'spaces' noemen, lege dozen zonder identiteit. Wij geloven juist in 'places', plekken die betekenis krijgen door interactie. Interactie met de ruimte en met andere gebruikers. Een space ontstaat door emotie, identiteit en beleving. Door verder te gaan dan form follows function, door een verhaal te willen en durven vertellen. En de ontwikkelingen die vanuit deze gedachten worden gerealiseerd laten zien dat het de moeite waard is.

Of durven we nog een stap verder



DURFT NEDERLAND AFSCHEID TE NEMEN VAN HAAR CALVINISTISCHE HERITAGE?

te gaan en 'schoonheid' de ruimte te geven?

Voor mij is Hoog Catharijne in Utrecht een goed voorbeeld van een dergelijke ontwikkeling. Waar je voorheen 's avonds liever niet door het gebied liep, waan je je er nu in mediterrane sferen. Er is veel aandacht besteedt aan de materialisering en afwerking en de hoge puien, interne waterpartijen en verrassende architectuur maakt de beleving compleet. Bovendien is er lef getoond door het inleveren van verkoopbare ruimte voor pure verblijfsruimte – en dat zijn dure meters!

Ik ben ervan overtuigd dat het 'mooi maken' van de openbare ruimte het gedrag van bezoekers positief beïnvloedt. In een ruimte waar zichtbaar hoogwaardige materialen zijn gebruikt, de kleinste details met zorg zijn vormgegeven en het geheel

zoveel allure uitspreekt, ben je eerder geneigd je lege flesje toch maar in de prullenbak te gooien.

Volgend jaar opent The Mall of The Netherlands in Leidschendam. Een plan met torenhoge ambities dat niet alleen een aantrekkelijke mix zal bieden van retail, horeca en entertainment, maar ook hier verwacht ik een hoogwaardige omgeving met een internationaal karakter. Allesbehalve calvinistisch...

DE AMBITIE VAN DEN HAAG

Ook in Den Haag zijn mooie voorbeelden van ontwikkeling met visie, zo werd er 135 jaar geleden al de eerste winkelpassage van Nederland geopend. Het rijksmonument in neorenaissancestijl bracht het chique Parijs naar ons land. En nog steeds is het een plek met een heel eigen karakter waar je de geschiedenis bijna kan proeven.

Een recenter voorbeeld belooft de realisatie van twee woontorens voor het plein naast het Centraal Station te worden. Een sterke toevoeging aan de skyline, verbonden met groen en met een plint voor horeca, retail en een congrescentrum. En ook de stationsgebieden staan op de agenda om op te knappen en de nu nog 'problematische spaces' worden doorontwikkeld tot stedelijke hotspots. Als ook daar ruimte aan schoonheid wordt gegeven, hebben we er weer een bijzonder mooi stukje Nederland bij waar we graag 24/7 willen verblijven. Ik ben benieuwd! ■

IR. JASMIJN PRINSZEN - JDV
www.josdevries.eu