

# 'EEN PLEK ACTIVEREN IS ECHTE WAARDE-CREATIE'



De crisis heeft APTO gemaakt tot wat het is: een architectenbureau dat altijd 'de plek' als vertrekpunt neemt. 'Een traditionele opgave met een vooraf opgesteld programma van eisen wringt bij ons. Die begrijpen we niet. Wij stellen altijd vragen en benaderen een opgave precies andersom.'

**MARK HALBMEIJER, MILAN BERGH & MAARTEN FILIUS**  
DIRECTIE APTO

In 2009, tijdens zijn studie Architectuur aan de TU Delft, richt Milan Bergh APTO op. In 2011 komt Mark Halbmeijer het bureau versterken en een jaar later Maarten Filius. Terwijl in die tijd het aantal architectenbureaus jaarlijks halveert, ziet APTO kans te groeien. In korte tijd telt APTO negentien medewerkers. Het is de frisse wind van een radicaal andere denkwijze die partijen aantrekt in het jonge architectenbureau. Dat specialiseert zich in concepten, architectuur en interieur en ontwerpt verschillende hotelketens, waaronder Moxy hotels. Hospitality wordt de spil waar alles om draait. 'Wij willen de gebruiker dienen en bouwen zo aan gebouwen en structuren.'

De architecten van APTO werken die eerste jaren vanuit de overtuiging dat er 'een grote transformatie' op komst is. De crisis drong hen naar de vraagkant; naar vastgoedeigenaren die een oplossing zochten voor hun leegstaande panden. Milan Bergh: 'We keken naar de eindgebruiker: wat doet hij met de ruimte en wat wil hij? Door creatief mee te denken met de vastgoedeigenaar reikten we hem manieren aan om effectiever met zijn ruimte om te gaan.'

APTO gaat voor 'creating stories with spaces'. 'We zijn altijd op zoek naar het verhaal, de essentie en de kwaliteiten van een plek. Die zijn leidend, meer dan een programma van eisen.' Die werkwijze is hun handelsmerk. 'Het zit in ons DNA'. Wat met kleine, intieme projecten begon, wordt inmiddels doorvertaald naar grote omvangrijke, internationale opgaven. Van de A Pier op Schiphol tot een conferentiecentrum in Noorwegen. 'Dat hadden we acht jaar geleden niet durven dromen.'

## Welke 'grote transformatie' zagen jullie in die beginjaren aankomen?

Mark Halbmeijer: 'De crisis legde bloot dat 'monofunctionele gebouwen' niet meer werkten. Dat ontwikkelaars uit oogpunt van winst en haalbaarheid focusten op één type programma: woningen of kantoren, eventueel aangevuld met een enkele commerciële plint. Maar over dat laatste werd nauwelijks nagedacht, want daar werd het geld niet mee verdiend. Die monocultuur moest veranderen. Daar is iedereen het nu wel over eens. Gebouwen moeten een langer leven hebben. Je moet ze zien als levendige structuren die veranderen in de tijd. Dat leidt tot echte waarde-creatie.'

Milan Bergh: 'Tegelijk zitten we ook midden in de transitie van de oude naar een nieuwe economie. Mede door eisen aan duurzaamheid en circulariteit en de stikstofproblematiek. Hoe dat zich precies ontwikkelt, weten we niet, maar het maakt dat je als architect een heel robuuste basis moet realiseren.' Mark: 'Wij gaan er al in de ontwerpfase van uit dat de functie van een gebouw zal veranderen. Soms sneller dan je verwacht.' Maarten Filius: 'Om te voorkomen dat gebouwen leeg komen te staan, moet je ze flexibel maken.'

## Hoe veranderen deze ontwikkelingen het vak van architect?

Milan: 'Het vraagt om veel adaptieve methodieken en niet langer een vooraf gedefinieerde bouwopgave. Een hele verandering in het proces. Architecten zijn gewend een visie uit te dragen en alle partijen daarin mee te krijgen. Dat gaat niet meer. Ontwerpers moeten veel meer meedenken en hun ontwerp voortdurend kunnen aanpassen. Het is niet langer een mooi plaatje inleveren en door naar het volgende project.' Mark:

*v.l.n.r.  
Mark Halbmeijer,  
Milan Bergh &  
Maarten Filius*

Mark Halbmeijer



Milan Bergh



Maarten Filius



‘De waarde van plekken verandert. Daarom moet je vooraf bedenken wat je wil bereiken met een plek en er vervolgens continu betrokken bij blijven. Je levert als architect geen one-off af, maar een continue service, bijna als een soort abonnement. Wat nu co-working plekken zijn, worden over een paar jaar misschien hotelkamers. Dat moet kunnen.’

### Het is er niet eenvoudiger op geworden...

Milan: ‘Je moet snappen wat er in de markt gebeurt. Het speelveld voor een architect is veel breder geworden. Je zou het vak eigenlijk opnieuw moeten definiëren.’

Mark: ‘Vóór alles moet je je verdiepen in de prestatie van de plek. Daarnaast is ook de gebruiker belangrijk: wie is hij en wat wil hij? Bij interieurontwerp nemen we al veel langer de gebruiker als uitgangspunt. Het is onze ambitie om dat ook op gebiedsniveau te doen. We willen weten hoe de gebruiker denkt. Als we dat, én de prestatie van de plek weten, ontwikkelen we een concept. Daarin maken we de droom visueel en werken we de route ernaartoe verder uit. Om welwillendheid te kweken.’

### Hoe krijgt zo'n concept vorm?

Maarten: ‘Eerst kijken we welke services er al op de plek aanwezig zijn om te gebruiken in de nieuwe functie. Er moet geld verdiend worden, dat snappen we. Daarom denken we mee in de business die mensen er uitvoeren, werken we aan verbeteringen en proberen zo gebieden te versterken.’ Milan: ‘Neem verouderde bedrijfsterreinen. Daar moet je op een nieuwe manier naar kijken en zorgen dat je bestaande belangen en structuren bij elkaar brengt. Het concept bindt uiteindelijk alle stakeholders.’

Maarten: ‘Het gaat om minder ‘ieder voor zich’. Wij verlangen van partijen een open houding naar elkaar en zoeken connecties en verbindingen.’

### Hoe zien jullie ‘de stad van morgen’?

Milan: ‘De stad wordt steeds meer een netwerk van wonen, werken en recreëren waarbij je goed naar de extremen moet kijken. Aan de hand van de extremen moet je mengvormen creëren met als verbindend element de rol van de ruimte. Die verschilt per plek. In New York bestaat een succesvol café dat ‘rust’ verkoopt; zo’n concept zou in Uithoorn niet werken. Je moet de kwaliteit van een plek inzetten en die koppelen aan de behoefte.’

Maarten: ‘De stad krijgt te maken met een enorme veranderopgave waarin nieuwe mobiliteit een grote

concept en ontwerp. Milan: Diner met klant en aannemer om samen het volgende project te bespreken. Maarten: Geen hoogtepunt dus doen we blijkbaar te weinig.

**Verste zakenreis** Mark: Duurde het langst... rijden naar Luxemburg voor een project dat we hadden aangenomen. Daardoor leer je je collega's nog beter kennen.

Milan: In de auto naar Frankfurt voor Charly's house. Maarten: Glasgow voor CY Hotel.

**Mooiste deal** Mark: Uitrol yays 5000 kamers komende 5 jaar. We ondersteunen op conceptontwikkeling, architectuur en interieur design.

Milan: Via 42 van de grond krijgen om een gebied echt te herpositioneren. Maarten: Ibis hotel + interieur.

**Beste beurs** Milan: Expo real Maarten: Expo real **Mooiste stad**

Mark: Net terug uit Hamburg van een bedrijfstripje (mooi om samen een nieuwe stad te ontdekken). Milan: Lissabon, mooie stad met fantastische uitzichten over het water.

Maarten: Hamburg **Top 3 projecten** Mark: De Uitsmijter (nog nooit een klant gehad met zoveel passie voor wat ze wilde doen)

VIA village (nieuwe aanjager voor gebied Diemen, stadse ontwikkeling) HMSHost (gevraagd worden om echt de

grenzen op te zoeken van de F&B en duurzaamheid) Milan: Via village, echt een gebied zelf verder brengen en activeren. Courtyard chester, een hotel ontwikkeling die een startschot is voor een gebieds-transformatie HMSHost, bestaande conventies challenge op zeer uitdagende locaties voor Schiphol. Maarten: Ibis styles, Teijin en Via village. **Opvallendste nieuws** Mark: Nieuwe partner / compagnon! Maarten: Start bouw 6000 m2 kantoor voor Teijin, grootste architectuur opgave van APTO in Nederland.

**Beste feest** Mark: Hamburg met collega's op stap. Milan: Bedrijfsuitje met kantoor

Maarten: Bedrijfs-weekend Hamburg **Grootste irritatie** Mark: Mooie kansen zien, maar door tijdgebrek er niet achteraan kunnen gaan. Milan: Geen tijd om mijn eigen gedachten te ordenen.

Maarten: Zien dat ontwerpen niet verder komen en zelf geen tijd hebben om te ontwerpen.

**Grootste misser** Mark: C-beta fase 2 Maarten: EV box **Beste nieuwe Retail concept**

Mark: Jutter Spijs, helpt hotel service op een nieuwe manier naar het volgende niveau. Milan: Geen idee Maarten: Retail? Doen we niet.

**Grootste verlies** Mark: Tijd

Milan: Tottenham in de laatste minuut. Maarten: Niet in stand houden ontwerp Via 42. **Welk app het meest gebruikt**

Mark: LinkedIn, whats app Milan: LinkedIn, whats app Maarten: ?

**Leukste spontane ontmoeting**

Mark: Op het vliegveld in Engeland een nieuwe klant tegenkomen, waar we net een nieuw hotel brand mee aan het ontwikkelen zijn. Terwijl wij weer voor een ander hotel brand bezig waren.

Milan: Etentje met Edgar in Amsterdam.

Maarten: Ontmoeting Tom op Expo Real wat hele goede match lijkt.

**Held** Mark: Joris Tensen voor zijn lef ons naar voren te schuiven bij zijn nieuwe werkgever.

Maarten: Frenkie de Jong **Beste event**

Mark: Weekendje APTO Milan: Bedrijfsweekend APTO

Maarten: Bedrijfs-weekend APTO **Beste zakenboek** Mark: Where is my cheese?

Milan: On bullshit Maarten: Predictable success

**Opvallendste linkedin bericht** Mark: Obama attending conference in our X meeting point (means we made a successful conference center!)

Milan: Hi i have a plot in Bangladesh, what can I build? Maarten: Connectie oud-basisschoolklas-genootje bij Ballast Nedam

**Vastgoedman van het jaar** Mark: Maarten Matze **Vastgoedvrouw van het jaar**

Mark: Amber Huizinga Milan: Ingeborg de Jong Maarten: Marieke Mentink

**Talent van het jaar**

Mark: Willem van Doorn Milan: Kris Schouten Maarten: Kris Schouten **Beste koffie**

Mark: Mijn eerste kopje, elke dag weer... Milan: Artis in het weekend met mijn dochter

Maarten: Op m'n balkon op zondagochtend in de zon. **Beste foodconcept** Mark: The green house - Utrecht

Milan: Mooie boules Maarten: De uitsmijter **Topserie Netflix**

Mark: Peaky blinders Milan: House of cards Maarten: Narcos **Sportieve hoogtepunt**

Mark: Elke dag 35 min fietsen naar mijn werk. Milan: Geen, lukt niet goed dit jaar.

Maarten: Fietstocht Amsterdam - Drachten **Genieten** Mark: Met familie relaxen in Amsterdamse bos.

Milan: Yara Maarten: Goos **Indrukwekkend** Mark: De geboorte van mijn zoon Dex.

Milan: BMW Welt Maarten: Elbphilharmonie **Wrang** Mark: Een digitale tekening, waar ik al een jaar aan werkte, niet backuppen. Vervolgens wordt – een dag voordat ik hem zou laten afdrukken - mijn laptop gejat.

Milan: Moeilijke gesprekken met medewerkers. Maarten: Afscheid moeten nemen van werknemers. **Opmerkelijk**

Mark: Trump met z'n klimaatontkenning. Milan: Negatieve rente **Boek**

Mark: How to draw superhero's the Marvel way – Stan Lee. Milan: Four walls and a roof

Maarten: Architecture of happiness **Beste aankoop** Mark: Goede fotocamera om de mooie momenten vast te leggen.

Milan: Extra aflossing op mijn huis versneld. Maarten: Aandelen in APTO.

**Vakantie** Mark: Oman Milan: Lissabon Maarten: Familievakantie in villa in de Provence.

**Bioscoopfilm** Mark: niet geweest dit jaar... Milan: Lion king

Maarten: niet geweest in 2019. **Diner** Mark: Antwerpen Relais & Chateaux hotel.

Milan: Librije met de familie voor mijn verjaardag. Maarten: Alex + Pinard **Goede traditie**

Mark: Gourmetten hele jaar door... Milan: Artis in weekend. Maarten: Patat op zaterdag.

**Leukste stedentrip** Mark: Antwerpen Milan: Lissabon Maarten: Hamburg **Leukste festival**

Mark: ADE Milan: Pure markt

Maarten: Trek **Theater** Mark: Try-outs in cultuurcentrum de Griffioen, bijvoorbeeld Pieter Derks.

Milan: Theo Maasen Maarten: Niet geweest **Beste artiest** Mark: Dali

Milan: Eddie Vedder Maarten: Carlos Cipa **Beste song** Mark: They don't care about us

Milan: Xavier rudd follow the song Maarten: Nonstop – Drake **Avontuur**

Mark: Elk project, als we samen de ambities voor onszelf bepalen. Milan: Samen APTO runnen.

Maarten: Samen APTO runnen. **Inspirerend** Mark: Een ondernemer kunnen helpen zijn droomlocatie tot leven te wekken.

Milan: Elbphilharmonie Hamburg Sportief hoogtepunt Mark: Na 12 jaar weer voor het eerst getennist.

**Afscheid** Mark: Oma Milan: Moeilijke gesprekken met medewerkers.

Maarten: Werknemers **Kippenvel** Mark: Binnen een uur na een pitch gekozen worden i.p.v. de gevestigde grote design bureaus.

Milan: Ontwikkeling van mijn dochter zien. Maarten: Goede muziek **Onvergetelijk**

Mark: Bevalling Milan: Oplevering via work. Maarten: Hotel zoeken voor 20 man op vrijdagavond in

Hamburg. **Onverslaanbaar** Mark: APTO Milan: APTO Maarten: APTO **Hartverwarmend** Mark: Alle familie net na de geboorte van Dex. Milan: Groei zien bij Yara. **Sportmaatje** Mark: Erik, zwager Milan: Te weinig **Zwaar** Mark: Mensen zonder optimisme. Milan: Altijd door moeten gaan. Maarten: Hamburg + Expo real combo. **Dankbaar** Mark: Alle klanten die ons de ruimte geven om te innoveren. Milan: Thuis Maarten: Gezin + hobby als werk **Zorgwekkend** Mark: Het lage creativiteitsniveau in oplossingen voor de stad. Milan: Lage rente Maarten: Klimaatverandering **Geluk** Mark: Vrienden, familie en gezin met ondernemen kunnen combineren. Milan: Zondagochtendrust Maarten: Alles zit mee. **Smakelijk** Mark: Broodje shoarma na een avondje stappen. Milan: Goed glas wijn Maarten: Eten **Tragisch** Mark: Stikstof impasse Milan: Politiek Maarten: Trump **Restaurant** Mark: De uitsmijter Milan: 212 amsterdam Maarten: Wilde zwijnen **Jammer** Mark: Te weinig tijd Milan: De Groene Stad

Maarten: De Groene Stad **Vergissing** Mark: Slechte afspraken maken vooraf. Milan: Verkeerde mensen aannemen. Maarten: Mensen aannemen op basis van enthousiasme. **Afzien** Mark: De herfst zien terugkomen, na een mooie zomer. Milan: Laat naar bed en vroeg op Maarten: Mt. Ventoux **Onmogelijk** Mark: Stilzitten Milan: Niets Maarten: Stoppen **Meest gelachen** Mark: EHBO cursus met collega. Milan: Thuis Maarten: Om Goos **Verdriet** Maarten: Overlijden van mijn opa. **Nooit gedacht** Mark: Als architectenbureau genomineerd worden voor de FD gazellen award 2019. Milan: Dat we projecten hadden in meerdere landen. Maarten: Dat mijn woning zo hard in waarde zou stijgen. **Eerste keer** Mark: Iemand met een epileptische aanval helpen. Milan: Verjaardag Yara Maarten: Verjaardag Goos **Grootste irritatie** Mark: Te weinig tijd voor creativiteit. Milan: Geen rust Maarten: Rommelig in huis **Allergezondste** Mark: Telefoon zonder bereik Milan: Meer ritme

rol speelt. Ook het belang van de werkplek verandert daardoor. Wil je mensen nog naar kantoor trekken, dan moet je daar iets te bieden hebben. Vooral activiteiten. Wat we tijdens de crisis al in de hotelbranche zagen, zien we nu bij kantoren. Het draait om hospitality, om service en ervaring. Die twee moeten elkaar versterken. Een uitgestorven kantorengedebied verandert dan in een levendige 24-uurs businessplek. Het restaurant van een hotel kan tegelijk de kantine van een kantoor zijn. Als je service en ervaring goed weet te koppelen, biedt dat meer mogelijkheden.'

### Noem eens een voorbeeld?

Mark: 'Het Bergwijkpark in Diemen. Een traditioneel monofunctioneel kantorencomplex dat wordt omgebouwd tot een multifunctioneel gebied. Wij ontwierpen er onder andere VIA Village, een gebied waar hotelkamers, co-workingplekken, maar ook grote corporates terecht kunnen. Allerlei functies lopen er door elkaar heen. Hetzelfde doen we bij de Insulinfabriek op het Cruquius eiland. In een omgeving waar het óf wonen óf werken is, realiseren wij een plek voor de buurt met horeca, conferentiefunctie, speeltuin en micro brouwerij. Wij willen plekken activeren, dat is echte waarde-creatie, maar dat lukt alleen als ze echt gebruikt worden.'

### Hoe uniek is jullie benadering?

Mark: 'Bij prijsvragen draait het nog te vaak om het mooie plaatje, maar de inhoud erachter mist. 'Groen' wordt ingezet als marketingtool, zonder onderbouwing. Zo kun je een realiteit faken. Waar het eerst om de inhoud ging, gaat het nu vaak om de eerste beleving. Wij koppelen wetenschap aan ervaring. Het verhaal van een plek is de ervaring. De data van wat er gebeurt en hoe de plek wordt gebruikt is de wetenschap en die moet steekhoudend zijn. De ruimte in de stad wordt krapper dus wordt het steeds belangrijker hoe je de meeste waarde uit een vierkante meter haalt.'

Milan: 'Wij hebben geen bepaalde stijl waaraan je ons herkent. Het unieke is misschien juist wel dat die bij ons ontbreekt. Wij beginnen niet bij het plaatje. Onze stijl zit in hoe een plek werkt. En dát een plek werkt!'

### Waarin willen jullie groeien?

Milan, Mark en Maarten: 'In de relatie met onze klanten. De ideale klant is betrokken bij de plek. Met hem willen we een partnership aangaan, zodat we met elkaar ook door de diepe dalen kunnen. Dat vraagt om een open houding, zowel van ons als van de klant. Maar je zet uiteindelijk wel het beste resultaat neer. Verder zijn we bezig eigen ideeën uit te voeren en daarin ook zelf te investeren. Meer ontwikkelen dus. Dat biedt nieuwe kansen en maakt ons minder afhankelijk van anderen. We leven in onzekere tijden, de economie ligt zo weer op z'n gat. Mocht er weer een crisis komen, dan kunnen wij met onze eigen projecten toch aan de slag.'

### BELANGRIJKSTE LES UIT 2019?

Mark Halbmeijer: Focus zoeken. Hard nodig, omdat we zo breed georiënteerd zijn. Soms spelen we op zoveel borden tegelijk dat alles door elkaar loopt. Waar begin je een project: bij de woning, de buitenruimte of de commerciële plint? Het is de crux om je eerst te focussen. Dat leert het vaderschap ons ook: relativeren, prioriteiten stellen en focussen. Maarten Filius: De kwaliteiten van elkaar

zien en aanvullen. Dat is de kracht van APTO. We zijn alle drie architect met een verschillend specialisme. De kracht van APTO zit in een goede onderlinge samenwerking. Of je nu vooral richt op de gebruiker, de plek, de dynamiek of het uiterlijk van een project. We hebben elkaar nodig. Milan Bergh: Kiezen naar welke projecten je aandacht uitgaat. Misschien zelfs wat minder doen om beter te kunnen focussen.



## 'JE MOET DE KWALITEIT VAN EEN PLEK INZETTEN EN DIE KOPPELEN AAN DE BEHOEFTE'

### VOORUITBLIK (ZAKELIJK)

Wat zijn jullie plannen voor 2020? Wat wil je bereiken en hoe ga je dat doen?

Afgelopen jaar allemaal vader geworden, waardoor we anders gaan kijken naar de plekken die we maken.

We willen werken aan plannen die ook echt de toekomst gaan veranderen.

**Grootste uitdaging?** Echt de toekomst veranderen, betekent groots denken. Dus we willen onze visie ook op gebiedsniveau uitrollen. Hier ons team op uitbreiden en

klanten zoeken die voor ons op lange termijn partnerships kunnen zijn. Betrokkenheid van de mensen waar we mee werken, is de grootste uitdaging hierin.

**Wat staat in elk geval op de planning?** We zijn nu op Schiphol HMSHost aan het challengen om

circulaire denkpatronen te implementeren. Daarnaast doen we dit ook op Diemen op gebiedsniveau en voor SADC en de provincie Noord-Holland voor de gehele westas.

We willen meer partijen uitdagen om anders te denken, handvatten geven om

dit ook echt te doen en echte gamechangers (concepten) bedenken met elkaar.

**Wat gaan jullie komend jaar anders aanpakken?** Eigen projecten aanjagen en daarin zelf investeren, waarbij krachtige concepten het doel zijn. Die plekken activeren en

de gebruikservaring met wetenschappelijke diepte centraal stellen. Dit zit in ons DNA, maar we hebben er nog niet genoeg op ingezet.

### VOORUITBLIK 2020 (PERSOONLIJK)

Wat ga je anders doen in 2020?

Milan: Meer slapen. Mark: Meer focus op de zaken die er echt toe doen. Maarten: Meer dromen en nastreven van onze dromen met APTO; meer

tijd voor eigen ideeën. **Wat staat absoluut in je agenda?** Milan: Inspiratie sessies, op de biennale bijvoorbeeld. Mark: Meer samenwerken met mensen die inspireren. Maarten: Elke dag schetsen. **Goed voornemen?**

Milan: Alleen doen waar ik goed in ben. Mark: Meer ideeën op papier zetten, zodat we ze kunnen gaan communiceren. Maarten: Begin de dag met een schets. **Waar ga je meer tijd en aandacht aan schenken? Waaraan minder?**

Milan: Meer aan positieve gedachten, minder aan middelmaat. Mark: Meer aan schetsen, schetsen, schetsen! Minder aan zaken die geen creativiteit nodig hebben; je moet je kwaliteiten gebruiken waar ze van waarde zijn. Maarten: Meer

ontwerpen, minder managen.