

## Thuis in de toekomst: de woning van morgen is geen product van de vastgoedsector

**Marc Numann**  
**Newman in Town**

---

Het verdienmodel van vastgoedontwikkeling is simpel. Stapel stenen op een locatie en creëer waarde door daar activiteiten mogelijk te maken. Deze laten zich vervolgens vertalen in een huuropbrengst of verkoopsom en dat was het wel zo'n beetje. Maar met de ontwikkeling van het Waterfront in Toronto eist Google zijn plek aan de tafel van de stedelijke ontwikkeling op, met een veel lucratiever verdienmodel. Gaat de vastgoedontwikkelaar de Uber-chauffeur achterna, als machteloos schakeltje in een geoptimaliseerd systeem?

De wereld van het vastgoed is tot nu toe niet wezenlijk geraakt door disruptieve technologieën. Hier regeren nog geen onlineplatforms als Booking.com, Uber of Amazon, die de regels van het spel compleet veranderen. Booking.com, dat is in feite een hotelbedrijf zonder hotels. Uber, dat is een taxibedrijf zonder taxi's. Ondenkbare businessmodellen vóór het ontstaan van de 'platformeconomie' en daardoor hebben deze bedrijven de markten waarin ze opereren totaal op hun kop gezet.

Natuurlijk, in de stedelijke ontwikkeling neemt het belang van de fysieke winkelstraat af onder invloed van online winkelen, maar ondanks tal van technische innovaties draait stedelijke ontwikkeling in de kern gewoon nog steeds om vastgoed, huursommen en vrij op naam-prijzen. Ook eerdere voorspellingen over de groeiende rol van zorgverzekeraars en energieleveranciers in vastgoedontwikkeling zijn niet uitgekomen. Dit stelde Friso de Zeeuw kort geleden ook vast in zijn uittreerede als praktijkhoogleraar Gebiedsontwikkeling, waarin hij dit soort voorspellingen afdeed als 'voodoo'. Toch zal de vastgoedwereld op korte termijn alsnog zijn portie disruptie voor de kiezen krijgen. Die portie heeft vooralsnog de naam Google Sidewalk Labs.

### **Toronto Waterfront**

Wellicht is het aan uw aandacht ontsnapt, maar in Toronto in Canada is een revolutie aan de gang. Sidewalk Labs, een bedrijf van Google's Alphabet, heeft de aanbesteding gewonnen voor de ontwikkeling van het waterfront van de stad. Kent u Sidewalk Labs niet? Dat is niet zo vreemd. Hun grootste wapenfeit was tot nu toe de ontwikkeling van een netwerk met wifi-zuilen in New York City. De ambities zijn echter torenhoog: "Sidewalk Labs is reimagining the city to improve quality of life".

Toronto's Waterfront wordt een stadsdeel dat voldoet aan alle clichés die we hebben over smart cities. "A city built from the internet up, merging the physical and digital realms". Sensoren die eindeloos veel data genereren, zelfrijdende auto's, ondergrondse afvalsystemen, smart grids, energie-opwekkende huizen, bezorgdrones en heel veel gelukkig kijkende mensen op straat. Niets anders dan we elders al hebben gezien. Waarom is het dan toch zo revolutionair wat hier gebeurt? Dat zit hem in de schaal van het project en de strategie van Sidewalk Labs.

### **Eerste stapjes van een techbedrijf**

Sidewalk Labs is naar eigen zeggen "built to bridge the urbanist-technologist divide". Ze realiseren zich dat het bouwen van een stad in de eerste plaats een fysieke opgave is die ze onder de knie moeten krijgen. Het techbedrijf doet dit door op grote schaal mensen aan te nemen met volop ervaring in de stedelijke ontwikkeling. De CEO, Dan Doctoroff, was als deputy mayor van New York verantwoordelijk voor de ontwikkeling van Hudson Yards. Een stedelijke ontwikkeling van \$20 miljard en – al dan niet toevallig – de locatie van het hoofdkantoor van

Sidewalk Labs. Vooralsnog krijgt De Zeeuw dus nog gelijk en blijft stedelijke ontwikkeling een vastgoedspel.

Toronto Quayside, dat nu als eerste deelgebied wordt ontwikkeld, is met 5 hectare op zich al groot genoeg om een serieus lab te zijn voor integratie van innovatie en stedelijke planning. Het is echter slechts een eerste stap in de ontwikkeling van het totale waterfront van 800 hectare, waar zo'n 40.000 mensen gaan wonen en nog eens 40.000 mensen gaan werken. 80.000 Consumenten die zich bewegen in een gebied dat volledig is ontwikkeld en wordt gecontroleerd door een bedrijf dat gespecialiseerd is in het bouwen van softwareplatforms en zijn geld verdient met het genereren en verwerken van enorme hoeveelheden data en het verkopen van advertenties aan zijn gebruikers.

### **Imagine all the things we could do**

De stad is vanuit dat perspectief een combinatie van een software- en hardwareplatform waarop op een compleet nieuwe manier economische waarde kan worden gecreëerd en kan worden gestreden om de resulterende winst. En dát gegeven gaat het spel volledig op zijn kop zetten. Want als eigenaar van zowel het fysieke als onlineplatform heeft Google eindeloos veel mogelijkheden om alle aspecten van de stad en zijn bewoners te onderzoeken en te monitoren, daar producten en diensten bij te maken die iedereen wil of moet hebben en deze in winst om te zetten. Zoals de oprichter van Google ooit zei: "Think of all the things we could do if someone would just give us a city and put us in charge."

Het is nog speculeren wat 'google could do', maar het is verre van ondenkbaar dat zij de nieuwe standaard zullen weten te ontwikkelen voor wonen of werken. Een standaard waar niemand meer zonder wil. Zoals eerder Uber de nieuwe standaard werd voor een taxirit en Airbnb voor het verhuren van je huis, kan een Google-woning synoniem worden voor de woning van de toekomst. Een woning waarin al vanaf het vroegste ontwerp de online- en fysieke wereld zijn afgestemd en geïntegreerd, waar het welzijn van de bewoners continu wordt bewaakt, het leven makkelijker is, het energiegebruik lager ligt en connectiviteit overal aanwezig is. Et cetera, et cetera.

### **Changing the rules**

De woning is in dat model slechts de hardware die Google de mogelijkheid geeft om je onderdeel te kunnen maken van het Google universum. Zoals de aankoop van een Canon-printer met forse korting vooral een garantie is dat de fabrikant de komende jaren veel gaat verdienen aan inktcartridges. En zoals Apple graag wil dat je een MacBook of iPhone koopt, waarna het door integratie van diensten (je muziek, familiefoto's, bestanden in iCloud, adresboek, etc.) steeds onaantrekkelijker wordt om over te stappen naar een ander besturingssysteem.

De waarde van vastgoed wordt in dat model anders bepaald dan nu en is niet meer zo afhankelijk van locatie of oppervlak. De waarde van vastgoed wordt een afgeleide van de waarde die gerealiseerd kan worden met de diensten die eraan gekoppeld worden gedurende de levensduur van het gebouw. De voorbeelden van Apple en Canon laten zien dat de prijs van de hardware in dat model heel duur en exclusief of juist heel goedkoop kan zijn, afhankelijk van de strategie van de fabrikant en de waarde die de klant overheeft voor de merkbeleving.

Een heel interessante ontwikkeling is dat deze stap van Google de introductie kan zijn van 'het merk als verkoopargument' in de vastgoedwereld. Vastgoedontwikkeling is nu merkloos. Mensen kiezen voor een locatie of een woningontwerp, maar of dat nu van Heijmans, Volker Wessels of AM is, zal ze niets zeggen. Een Google-woning echter, dat zal iets betekenen. Dat is een woning met extra's, de nieuwe standaard. Dat is de woning die mensen willen. Zo is het ook gegaan met

taxi's. Je pakte gewoon de eerste die langskwam, of hij nu van TCA was of Taxi Direct. Tegenwoordig roep je een Uber op, omdat dat goedkoper, makkelijker en preciezer is.

Google kan er in dat model spelen met de prijs van de woning, in ruil voor gebruik van alle data van de bewoners. Privacywetgeving is weinig meer waard wanneer mensen zelf de keuze maken hun gegevens ter beschikking te stellen in de geborgenheid van hun eigen huis. Mensen zijn al bereid hun naam, adres, bankrekening en e-mailadres met een fabrikant te delen om 2 euro terug te krijgen bij een pot pindakaas. Hoeveel zullen we dan wel niet willen delen voor een korting van €20.000 op hun woning?

### **De Uber-chauffeur achterna?**

Waar blijft de vastgoedontwikkelaar in dit verhaal? Hun toegevoegde waarde bestond er immers uit dat ze als beste in staat zijn vanuit een eigendomspositie economische waarde toe te voegen door middel van de ontwikkeling van gebouwen. Wat als iemand anders dat beter kan, omdat hij zijn klanten veel beter kent en als enige het product kan bieden dat de klant wil?

Wat blijft een grondbod van een vastgoedontwikkelaar als de waarde van een locatie voor een partij als Google niet meer enkel een afspiegeling is van de vastgoedwaarde, maar van de platformdiensten, advertenties en producten die er gedurende de komende eeuw verkocht kunnen worden?

Het enige antwoord is wellicht het spiegelen van de strategie van Sidewalk Labs. Als techbedrijven zich transformeren tot vastgoedbedrijven, zullen vastgoedbedrijven zich moeten transformeren tot techbedrijven. Als techbedrijven bouwkundig ingenieurs en stedenbouwkundig ontwerpers aannemen, zullen vastgoedbedrijven programmeurs en data-analisten aan moeten nemen en in hun 'stenen' volop ruimte bieden voor interactieve technologie. Doen ze dat niet, dan zijn ze uiteindelijk weinig meer dan de Uber-chauffeur. Ze hebben het stuur in handen, maar rijden daarheen waar de app ze beveelt, voor het bedrag dat de app ervoor over heeft.

De reactie van de directie van Sidewalk Labs toen ze de aanbesteding in Toronto hadden gewonnen was veelzeggend. "Oh God, we've been selected. Now it's our turn!"