

KENNISBANK 2014

ALLES BEGINT OP ELKAAR TE LIJKEN, MAAR WAT IS DE MEERWAARDE?

Auteur: Martin Liebrechts, 4 februari 2014

'De Seat was het goedkope broertje van Volkswagen, maar de twee lijken steeds meer op elkaar', stelt Bas van Putten in de NRC van zaterdag 1 februari 2014 (1). De week ervoor had ook al een artikel van zijn hand in de NRC gestaan met dezelfde teneur: 'De Mazda 3 is de zoveelste Golf' (2). In dit artikel worden kanttekeningen geplaatst bij de duurdere auto's en de betekenis van de meerwaarde voor de gebruiker. Het onderstaande citaat onderstreept de gedachtegang:

'Niets ten nadele van Golfjes en soortgenoten, maar hun meerwaarde is nul voor de niet-autofiel die geen nood heeft aan een 'lekker potje sturen'. Hij heeft geen hinder van de kennis dat de Golf strakker rijdt, stiller loopt en beter is afgewerkt dan zijn aanstaande Roemeen of Upje. Hij is de man die met een eersteklaskaartje in de tweedeklascoupé gaan zitten en niks merkt. Hij lijdt aan tevredenheid.'



Eenzelfde tendens zie je in de bouw en in het bijzonder in de woningbouw. Het maakt niet uit of het nu nieuwbouw of renovatie betreft. Er ontstaat steeds minder oog voor de verschillen die door de gebruiker/bewoner gewaardeerd wordt. Er wordt teveel gebouwd en verbouwd voor de gemiddelde bewoner die niet bestaat. De geboden kwaliteit moet gewenst en gewaardeerd worden. Zo niet, dan doen we iets verkeerd.

Er moet dus meer waardering komen voor de verschillen in waardering van de kwaliteit. De aanpak van de bestaande woningvoorraad kan hierbij een belangrijke rol spelen, omdat die op zich al een breed spectrum aan kwaliteit vertegenwoordigt. Maar ook de nieuwbouw mag meer oog voor mogelijke diversiteit ontwikkelen (3). In die zin is een herbezinning op de beukmaat van 5,40 m¹ en 5,70 m¹ met de bijbehorende tuinkamerwoning zeer gewenst.

Bronnen/verwijzingen

(1) 'Alles is Duits aan de Seat Leon', Bas van Putten, NRC, 1 februari 2014

(2) 'De Mazda 3 is de zoveelste Golf', Bas van Putten, NRC, 25 januari 2014

(3) 'De woonvraag is niet zomaar een marketingonderwerp', Martin Liebrechts, Kennisbank Bestaandewoningbouw.nl, 7 september 2013