

WAARDERING VOOR MONUMENTEN



STUDENT

Danielle Barentsen – 1516027
Albardastraat 34
2555XS Den Haag

06-11444121

dbarentsen@gmail.com

P2 Rapport
Juni 2014

REM Adaptive Re-use

Eerste mentor: ir. H.T. Remøy – Adaptive Re-use
Tweede mentor: drs. P.W. Koppels - Bouweconomie

VOORWOORD

Dit document beschrijft de start van een afstudeer onderzoek naar de marktwaarde van getransformeerde monumenten op de woningmarkt. De P2 peiling en het bijbehorende P2 rapport zijn de belangrijkste toetsingsinstrumenten aan het eind van de eerste fase van het afstuderen. In het rapport komen naast de onderzoeksvragen zowel persoonlijke motivatie, methode, theorie en planning aan de orde.

SAMENVATTING

Het afstudeeronderzoek richt zich op de vraag wat de toegevoegde marktwaarde van getransformeerde monumenten is. De relevantie van deze vraag is tweeledig, enerzijds is er een groeiende maatschappelijke trend naar een lokale identiteit en verduurzaming, anderzijds is er onduidelijkheid over de investeringsrisico's wanneer het transformatie van monumenten betreft.

Het onderzoek zal gebruik maken van een hedonisch prijsmodel om de eigenschap 'monument zijn' te kunnen kwantificeren. Hiervoor zal uitsluitend gekeken worden naar voltooide transacties van reeds getransformeerde monumenten op de woningmarkt. Deze transacties zullen vergeleken worden met voltooide transacties van gelijkwaardige objecten die geen monument zijn om op deze manier verschillen te onderzoeken. Hierbij is het van belang de markt of de populatie constant te houden. Voor vastgoed betekend dit met name het constant houden van locatie en functie.

Waarom een getransformeerd monument een andere marktwaarde heeft dan een vergelijkbaar gebouw zonder monumentale kenmerken is te danken aan de cultuurhistorische waarde die een monument vertegenwoordigd. Deze waarde wordt bepaald door de zeldzaamheid en authenticiteit van een gebouw. Deze cultureel-historische waarde geeft identiteit en beïnvloed de beleving van een gebouw. Waardoor uiteindelijk de gebruikswaarde beïnvloed wordt en daarmee de marktwaarde.

Het vervolg onderzoek moet uitwijzen in welke mate deze markwaarde wordt beïnvloed. Uiteindelijk zullen de resultaten van het onderzoek in een model verwerkt worden en op deze manier meer inzicht geven in de opbrengsten en daarmee de risico's van het transformeren van monumenten. Waardoor hopelijk beter beantwoord kan worden in de maatschappelijke vraag monumenten te behouden.

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord.....	1
1 Onderzoeksvoorstel	5
1.1 Persoonlijke Introductie.....	5
Motivatie	5
studie doelen.....	5
1.2 Probleem Analyse	6
Maatschappelijk	6
Wetenschappelijk.....	7
Hoofdvraag	7
Deelvragen	7
Hypothese.....	8
Conceptueel model.....	8
eindresultaat	8
onderzoeksmethodologie	9
Plan B	10
Verdere afbakening	11
2 Theoretisch Kader	12
Marktwaaarde van gebouwen	12
Waarde van een Monument.....	14
3 Inhoudsopgave	18
4 Planning	19
Keuzevakken	19
Stage.....	19

1 ONDERZOEKSVORSTEL

1.1 PERSOONLIJKE INTRODUCTIE

MOTIVATIE

Mijn fascinatie gaat over het algemeen uit naar het oude; ik draag een horloge uit de jaren 40, ik koester mijn bureaulamp die 10 jaar jonger is en op vakantie maak ik foto's van oude vervallen en verlaten fabrieken. De voorliefde voor oude spullen die er nog goed uitzien is misschien makkelijker te verklaren dan die voor verlaten panden. Deze laatste komt voort uit drie perspectieven. Allereerst de spanning om ergens binnen te gaan kijken waar in Nederland een groot hek omheen zou staan. Ten tweede de artistieke waarde van surrealistisch beelden voor een jonge amateur fotograaf. En tot slot prikkelen dergelijke gebouwen mijn fantasie; Welk verhaal heeft zich hier afgespeeld en wat kan er in de toekomst allemaal mee gebeuren? Waar anderen waarschijnlijk aan sloop zouden denken zie ik woningen, pretparken en theaters in een unieke setting verrijzen.

Ik kijk dan ook met belangstelling naar de vele verbouwprogramma's die tegenwoordig op tv te zien zijn. Waarbij ik mij voortdurend afvraag of een student bouwkunde tot betere resultaten zou kunnen komen. Verleid door deze gedachte en gestimuleerd door mijn omgeving ben ik na mijn bachelor bouwkunde aan de architectuur master Renovatie Modificatie Interventie en Transformatie begonnen. Na een semester kwam ik er echter achter dat ik meer geïnteresseerd was in het management van dergelijke projecten dan in het technisch ontwerpen ervan.

Vandaar dat ik nu mijn afstuderen bij de mastertrack Real Estate and Housing doe en wel in de richting die nog steeds past bij mijn fascinatie voor gebouwen met bagage. Voor dit afstuderen wil ik de toegevoegde economische waarde van een getransformeerd monument onderzoeken en welke subjectieve variabelen hieraan ten grondslag liggen. Ik kies voor dit onderzoek specifiek voor gebouwen die als monument erkent zijn omdat dit de gebouwen zijn waarvan al is vastgesteld dat ze 'emotionele bagage' hebben. Het vast kunnen stellen van de toegevoegde economische waarde is in mijn ogen van groot belang. Tijdens mijn architectuur master kwam ik tot de conclusie dat de waardestellingen die experts op monumenten loslaten subjectief zijn en vrij van financiële beperkingen. Dit is vreemd aangezien dergelijke beperkingen door investeerders, gebruikers en eigenaren weldegelijk gesteld zullen worden. De economische waarde dient een beter inzicht te geven in de mogelijkheden die een monument biedt en op die manier de 'monumenten zorg' daadkrachtiger te maken.

STUDIE DOELEN

Mijn persoonlijke doel om al mijn versnipperde interesse velden samen te kunnen brengen in één relevant onderzoek. Op school had ik al moeite te moeten kiezen tussen cultuur, economie en techniek. Tijdens mijn bachelor miste ik de economie en tijdens het eerste jaar van mijn master miste ik de cultuur. Nu kan ik me jaar lang bezighouden met het samenspel tussen deze drie gebieden.

Daarnaast is het voor de eerste keer doen van een onderzoek waarin je ook daadwerkelijk de tijd hebt om iets te onderzoeken een heel nieuw studiedoel op zich. Eindelijk de zelfstandigheid en verantwoordelijkheid waar ik zes jaar lang naar verlangd heb, maar dan toch onder professionele begeleiding.

Een derde studiedoel is kennis te maken met de 'bouwwereld om me heen'. Het vinden van een stage zal hierin een belangrijke stap zijn. Dit doel is redelijk belangrijk omdat ik nog geen concreet beeld heb van wat ik na deze opleiding zou willen gaan doen.

1.2 PROBLEEM ANALYSE

MAATSCHAPPELIJK

Tegenwoordig heerst een duidelijke trend van globalisering. Alle mensen zijn doormiddel van digitale netwerken overal op de wereld met elkaar verbonden. Er is echter ook een duidelijke tegenhanger van deze trend waarneembaar; de zoektocht naar een eigen lokale identiteit (Castells, 2011; Hall, 1997; King, 1991). Een gebouw dat aangemerkt is als monument vanwege zijn culturele, historische of maatschappelijke waarde kan bijdragen aan deze lokale identiteit.

'IDENTITEIT IS NIET TE MAKEN, DIE GROEIT.' (BOEI)

Gevoelsmatig weten mensen dat bepaalde gebouwen niet zondermeer verloren mogen gaan. Bouwkundigen en historische experts trachten de cultuurhistorische waarde van dergelijke gebouwen vast te stellen door middel van zogenaamde waardestellingen en redengevende omschrijvingen. Aan de financiële waarde wordt geen aandacht besteed, maar tegelijkertijd worden de gebouwen niet behandeld als gebouwen van een onschatbaar hoge waarde die 'kosten wat het kost' beschermd moeten worden. Om de waardering van monumenten beter te begrijpen is het van belang de sociale waarde in samenhang met de financiële waarde te stellen. Door een prijskaartje te hangen aan de toegevoegde waarde kunnen gebouwen die behoren tot het cultureel erfgoed beter gewaardeerd en daarmee beschermd worden (Ruijgrok, 2006).

Daarnaast zal beter begrip over de waarde van deze gebouwen het risico voor een eventuele investeerder beter in kaart brengen. Deze verduidelijkte relatie tussen waarde en risico kan een mogelijk positief effect hebben op het aantal herbestemmingsprojecten van monumenten dat zal worden uitgevoerd. Herbestemming is een belangrijke opgave binnen de bouw. Dit komt doordat de vastgoed voorraad in Nederland ieder jaar met gemiddeld slechts 1% wordt vernieuwd (de Jonge 2012)¹ Dit betekent gelijktijdig ook dat op het gebied van duurzaamheid en energiebesparing de meeste winst valt te behalen in het transformeren van de bestaand voorraad en niet in het bouwen van nieuwe energiezuinige woningen.

Het maatschappelijke probleem en daarmee de relevantie van dit onderzoek is tweeledig. Enerzijds is er een groeiend interesse van de maatschappij voor het behoud van monumenten, gevoed door het verlangen naar een lokale identiteit. De maatschappelijke opbrengsten van monumenten kunnen in drie categorieën worden verdeeld, die ieder op een ander schaalniveau plaatsvinden. Allereerst is er het genot van het gebruik van een monument, op het schaal niveau van de gebruiker. Ten tweede is er de verhalende waarde van een monument, veelal zal dit plaats vinden op het niveau van de buurt. Tot slot is er de recreatieve waarde, een waarde die toegekend wordt door personen die verder afstaan van het onderwerp maar er toch voordeel van ondervinden (Ruijgrok, 2006).

¹ <http://www.platformduurzamehuisvesting.nl/2012/02/09/hans-de-jonge-tu-delft-maximaal-20-procent-leegstaande-kantoren-goed-voor-transformatie/>

Anderzijds ligt er een grote bouwopgave in het realiseren van herbestemmingen. Zowel voor investeerders als voor de maatschappij is het van belang beter inzicht te krijgen in de toegevoegde marktwaarde van monumenten. Omdat door de marktwaarde in kaart te brengen de potentiële opbrengsten van de transformatie inzichtelijk kunnen worden gemaakt en aan de hand daarvan het aanvaardbaar risico kan worden bepaald. Het verduidelijken van deze financiële aspecten zal bijdragen aan de haalbaarheid van monumentale transformatieprojecten. Op die manier zullen monumenten, die de lokale culturele identiteit van mensen vertegenwoordigen, op grond van een meetbare waardering beoordeeld worden. Bij een positieve uitkomst zal dit leiden tot een betere bescherming van deze monumenten.

WETENSCHAPPELIJK

Er is onderzoek gedaan naar het optimaliseren van gebruik en functie bij transformatie in samenhang met de monumentale waarde van gebouwen (Lusardi, 2011; Schunselaar, 2009). Ook is de waardering van leegstaande kantoren gebaseerd op deze optimalisatie van gebruik en functie onderzocht (Djajadiningrat, 2013). Het onderzoek dat nog ontbreekt, is er één gericht op de financiële waarde van monumenten. Schunselaar benadrukt het belang van de positie van de opdrachtgever in het transformatieproject juist omdat deze partij het geld inbrengt (2009). Ook Lusardi geeft het belang van een dergelijk onderzoek aan in zijn aanbevelingen voor verder onderzoek. Hij suggereert dat de manier waarop culturele waarde op dit moment wordt bepaald niet geschikt is voor gebouwen die in commercieel gebruik zijn (2011). Daarnaast benadrukt hij dat het moeilijk is culturele waarde uit te drukken in geld in de literatuur wordt vooral gesproken over de sociaal maatschappelijk opbrengsten van cultureel erfgoed, maar deze is subjectief en niet direct kwantificeerbaar.

Toch is er een grote vraag naar deze kennis juist omdat het voor de opdrachtgevers en ontwikkelaars van essentieel belang is om over dergelijke informatie te beschikken. De verwachte waarde staat namelijk in direct verband met het acceptabel risico. (Hans de Jonge voor NRP)

HOOFDVRAAG

Wat is de toegevoegde waarde van een herbestemd monument en welke relatie bestaat er tussen de marktwaarde en de maatschappelijke waarde?

Waarbij de marktwaarde de prijs is die door vraag en aanbod op de markt tot stand is gekomen. Maatschappelijke waarde is de waardering voor een gebouw gebaseerd op de cultuurhistorische eigenschappen.

DEELVRAGEN

Hoe kan de marktwaarde van een monument worden vastgesteld?

Welke objectieve eigenschappen beïnvloeden de marktwaarde van een gebouw?

Welke cultuurhistorische aspecten zijn van invloed op de waardering van een gebouw?

Welke relatie bestaat er tussen cultuurhistorisch aspecten en objectieve eigenschappen die de waarde van een gebouw beïnvloeden?

Welk effect heeft de locatie op de invloed van de diverse eigenschappen op de waarde van gebouwen?

Welk effect heeft het marktklimaat op de invloed van de diverse eigenschappen op de waarde van gebouwen?

Welke cultuurhistorische gebouw eigenschappen dragen bij aan de toegevoegde maatschappelijke waarde van een herbestemd monument?

Wat is het verschil tussen de waarde van herbestemde monumenten en gelijke gebouwen zonder monumentale eigenschappen?

In hoeverre vertegenwoordigt deze waarde de Maatschappelijk toegevoegde waarde?

HYPOTHESE

De hypothese voor afgaand aan dit onderzoek is dat de marktwaarde van een getransformeerd monument niet gelijk is aan de marktwaarde van een gelijkwaardig gebouw zonder cultuurhistorische aspecten. De hypothese is tweezijdig, enerzijds kunnen de cultuurhistorische aspecten marktwaarde verhogend werken anderzijds kunnen de opgelegde beperkingen ter bescherming van deze monumenten een negatief effect hebben op de marktwaarde.

CONCEPTUEEL MODEL

De hierboven gepresenteerde onderzoeksvragen worden in het onderstaande conceptueel model in relatie met elkaar gebracht.



Figuur 1: Conceptueel Model (eigen illustratie)

EINDRESULTAAT

Het beoogde eindresultaat is een model dat de marktwaarde van getransformeerde monumentale gebouwen in gebruik in kaart brengt. In eerste instantie is dit model bedoeld om meer inzicht te geven in de verdiensten en daarmee de risico's die gepaard gaan met het transformeren van monumenten. Dit inzicht is van belang voor investeerders, eigenaars maar ook voor de financier. Daarnaast kan de marktwaarde ook voor andere partijen van belang zijn gedacht kan hierbij worden aan bijvoorbeeld verzekeraars.

ONDERZOEKSMETHODOLOGIE

Om de onderzoeksvraag goed te kunnen beantwoorden zal een Mixed Method-onderzoek worden gedaan. Dit betekent dat kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden gecombineerd zullen worden, om de verschillende deelvragen te kunnen beantwoorden. Voor deze onderzoeksmethode is gekozen omdat de onderzoeksvraag de relatie onderzoekt tussen meer objectieve en meer subjectieve aspecten van waarde. Door een Mixed Method toe te passen kunnen de subjectieve aspecten van waarde kwalitatief onderzocht worden en vervolgens gekoppeld worden aan de objectieve aspecten van waarde die kwantitatief onderzocht kunnen worden.

Allereerst zal begonnen worden met een literatuuronderzoek naar de waardering van cultureel erfgoed in combinatie met een literatuuronderzoek naar het waarderen van gebouwen in het algemeen. Het beoogde resultaat van deze twee literatuur onderzoeken is een beeld te krijgen van de objectieve en meer subjectieve variabelen die een rol spelen in de waardering van gebouwen.

Vervolgens zal een kwalitatief onderzoek in de vorm van enkele expert interviews gebruikt worden om de uitkomsten van het literatuuronderzoek naar de subjectieve eigenschappen die invloed hebben op de waarde van een getransformeerd monument te verifiëren.

Nu de variabelen van het onderzoek bekend zijn kunnen deze worden onderzocht. De methode die gebruikt zal worden in dit eigenlijke onderzoek laat zich het best beschrijven als een multiple case study met kwantitatieve elementen. Zoals in ieder onderzoek is het van belang de onderwerpen te selecteren uit één populatie dan wel markt (Eisenhardt, 1989). De twee variabelen die de grootste invloed uitoefenen op de marktwaarde van een gebouw zijn de locatie en de functie, zij definiëren dan ook de (sub)markt, bijvoorbeeld 'de kantoor markt in Rotterdam'. Het is daarom van cruciaal belang deze variabelen constant te houden om de invloed van de 'variabele monument' te kunnen bepalen. Dit zal gedaan worden door de populatie zo te kiezen dat deze twee variabelen binnen de populatie gelijk zijn en daarmee tot dezelfde markt behoren.

Daarom is er gekozen om dit onderzoek alleen te richten op monumenten die getransformeerd zijn naar de functie wonen. De keuze voor deze functie is gebaseerd op persoonlijke interesse in combinatie met praktische overwegingen. Deze praktische overwegingen bestaan uit het grote aantal transacties dat op de woningmarkt voorkomt, de verkrijgbaarheid van informatie en uit het feit dat er al veelvuldig wetenschappelijk onderzoek gedaan is naar hedonische prijsmodellen voor woningen. (Goodman, 1978; Malpezzi, 2003; Ruijgrok, 2006; Visser, van Dam, & Noorman, 2006) De variabelen die in deze onderzoeken naar voren zijn gekomen zullen als basis dienen voor deze studie.

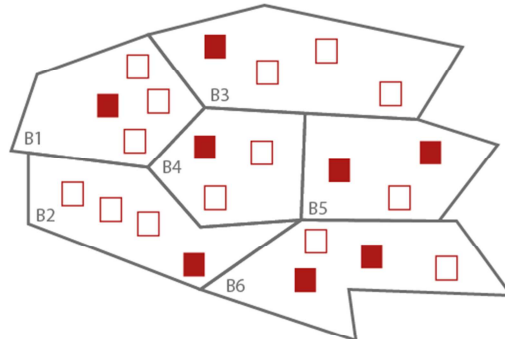
De variabele locatie zal gecontroleerd worden door het sample te beperken tot een bepaalde wijk. Binnen dit sample moet tenminste één naar woningen getransformeerd monument aanwezig zijn om het verschil in marktwaarde binnen de populatie te kunnen onderzoeken. Door in plaats van de absolute afstand gebruik te maken van een indeling naar wijk kan de variabele locatie nog accurater worden gecontroleerd. Dit zou bijvoorbeeld kunnen door gebruik te maken van de 'wijk en buurt indeling' die door het Centraal Bureau Statistiek gebruikt wordt.

De te onderzoeken populatie bestaat dus uit de woningenmarkt in een bepaalde stad, waarbij 'getransformeerd monument zijn' een onafhankelijke, input variabele is en marktwaarde de afhankelijke of terwijl outcome variabele is. Met deze manier van case selectie is er geen sprake van random sampling maar van theoretical sampling. Door het herhalen van dezelfde studie op

verschillende cases, multiple case studies, kunnen de bevindingen herbevestigd worden en kan een betere generaliseerbaarheid van het model gerealiseerd worden. Hiervoor zullen de uitkomsten van verschillende buurten binnen een stad met elkaar vergeleken worden en zal daarom een grotere populatie gebruikt worden namelijk een stad in plaats van een buurt, zie figuur 2.

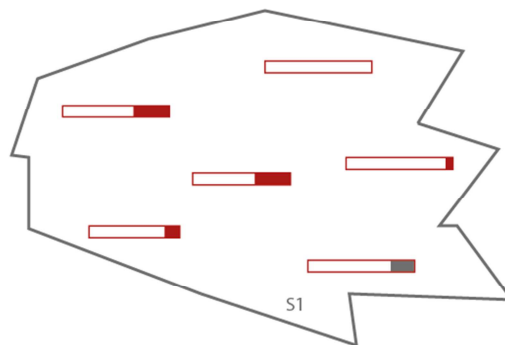
Fase 1

Populatie: Woningen in een stad
 Sample: Buurt/Wijk
 Input: 'getransformeerd monument zijn'
 Output: Verschil in Marktwaares



Fase 2

Populatie: Woningen in een stad
 Input: Verschil in Marktwaares
 Output: Generaliseerbaar model



Figuur 2: Onderzoeksontwerp (eigen illustratie)

Uiteindelijk zal uit dit onderzoek blijken of de variabelen gekoppeld aan monumentaliteit van een gebouw invloed hebben op de marktwaaarde en als dit zo is hoe deze invloed door een model beschreven kan worden. Tot slot zal ook een uitspraak gedaan kunnen worden over de generaliseerbaarheid van dat model, gebaseerd op de verschillende uitkomsten van de afzonderlijke cases.

De uiteindelijke keuze van deze methode is sterk afhankelijk van de beschikbaarheid van bestaande datasets. De verwachting is dat er voldoende informatie beschikbaar is over woning transactie gekoppeld aan de zogenaamde wijk buurt indeling. Mocht dit onverhoopt niet het geval zijn dan kan overgestapt worden naar plan B.

PLAN B

Mocht de benodigde data niet beschikbaar zijn dan kan overgestapt worden op een meer kwalitatieve benadering van de onderzoeksvraag en zal op kleinere schaal een vergelijkbaar onderzoek gedaan worden. Hierbij moet gedacht worden aan slechts 1 of 2 getransformeerde monumenten die als case studie behandeld zullen worden. De marktwaaarde zal alsnog vergeleken worden met gebouwen in de omgeving. Echter zal door de kleine sample grote de statistische onderbouwing groot en deels wegvallen. Er is dan wel meer gelegenheid om de kwaliteiten van de getransformeerde gebouwen te benoemen. Hieruit kunnen aanbevelingen volgen voor vervolgonderzoek op grotere schaal.

VERDERE AFBAKENING

Om de haalbaarheid van het onderzoek te vergroten is een verdere afbakening gemaakt. Zoals eerder genoemd zal het onderzoek zich uitsluitend richten op monumenten die al een transformatie ondergaan hebben, ex-post en er zal uitsluitend gewerkt worden met getransformeerde monumenten naar de functie wonen. Verder is het van belang te vermelden dat alleen gebouwen in gebruik meegenomen zullen worden binnen dit onderzoek. Om vervolgens de marktwaaarde te bepalen is er om praktisch en theoretische reden gekozen de populatie te beperken tot woningen binnen één stad in Nederland. Eventueel vervolg onderzoek zou zich op andere steden kunnen richten en onderzoeken of en welke verschillen er tussen Nederlandse steden, in Europa of zelf wereldwijd zijn.

Het is dus niet de potentiële waarde van een leegstaand monument die onderzocht wordt maar de toegevoegde waarde van een al voltooid transformatieproject. Deze waarde wordt niet vergeleken met de waarde voor transformatie maar met de waarde van een vergelijkbaar object zonder monumentale kenmerken.

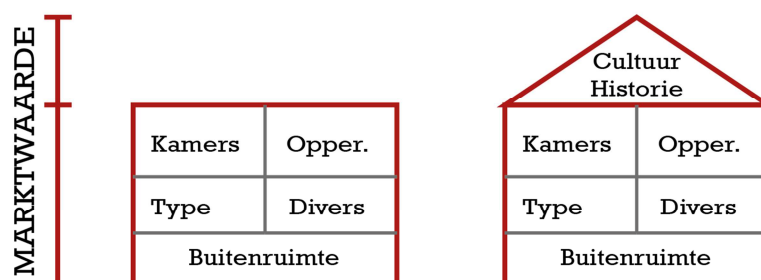
2 THEORETISCH KADER

MARKTWAARDE VAN GEBOUWEN

De marktwaarde van gebouwen is lastiger te bepalen dan die van bijvoorbeeld een vat ruwe olie. Dit komt doordat elk gebouw in principe uniek is, het ontwerp niet per definitie maar de locatie wel.

Er zijn drie methodes om de marktwaarde van een gebouw te kunnen bepalen. Ten eerste is er de income approach, een methode gebaseerd op de opbrengsten die een gebouw voortbrengt voor de verhuurder. Ten tweede cost approach, deze methode baseert de marktwaarde op de kosten van het herbouwen of repliceren van een gebouw. En tot slot de sales comparison approach, deze methode vergelijkt het te taxeren object met transacties van soortgelijke objecten. Vervolgens wordt er gecorrigeerd voor verschillen in eigenschappen. Dit is vergelijkbaar met hedonic pricing waarbij de marktwaarde bepaald wordt aan de hand van een statistisch model, de eigenschappen vormen de variabelen (Lusht, 1997).

Om de marktwaarde van een getransformeerd monument te bepalen is het niet logisch de cost approach te hanteren, juist omdat de waarde van een monument afhankelijk is van de authenticiteit (ICOMOS, 1994). Door gebruik te maken van de cost approach wordt de authenticiteit van een gebouw niet van belang geacht voor de marktwaarde. De income approach daarentegen zou wel een geschikte methode kunnen zijn om het verschil in marktwaarde tussen een monument en een niet-monument in gebruik te bepalen. Echter is dit voor woningen een minder voor de hand liggende methode dan voor bijvoorbeeld kantoorgebouwen. De meest geschikte methode het verschil in marktwaarde tussen twee gebouwen aan bepaalde eigenschappen te koppelen is dan ook door gebruik te maken van de sales comparison approach. Omdat deze methode er al van uit gaat dat verschil in eigenschappen leidt tot verschil in marktwaarde (Lusht, 1997). Bovendien kan op deze manier met behulp van een regressie een model gemaakt worden waarmee de invloed van het monument zijn op de marktwaarde bepaald kan worden, zie figuur 3.



Figuur 3: Hedonisch Prijsmodel (eigen illustratie)

Een onderzoek dat op een vergelijkbare manier gebruik maakt van de hedonische prijsmethode is 'doing well by doing good?'. Deze studie richt zich op de vraag welke invloed duurzaamheid heeft op de huren en verkoopprijzen binnen de Amerikaanse kantoormarkt. Omdat locatie van zeer grote invloed is op de marktwaarde is er in dit onderzoek voor gekozen de locatie te controleren met behulp van GIS, geographic information system. Hiermee zijn gebouwen binnen een bepaalde afstand van een vast punt, de case, geselecteerd (Eichholtz, Kok, & Quigley, 2010).

Ook op de woningmarkt is locatie dusdanig invloedrijk dat het raadzaam is de locatie te controleren in plaats van te corrigeren. De marktwaarde van een woning bestaat namelijk niet alleen uit de eigenschappen van de woning zelf maar is voor meer dan 50% afhankelijk van de woonomgeving. Deze woonomgeving kent sociale, functionele en fysieke kenmerken. Vooral de sociale kenmerken, die de status van de buurt beschrijven, en de functionele kenmerken, die de bereikbaarheid en werkgelegenheid omvatten, hebben een groot aandeel in de marktwaarde van een woning (Visser et al., 2006).

Om de sales comparison methode te kunnen gebruiken in combinatie met een hedonisch model is het daarom van belang voor elke case comparables, recent verkochte woningen, te zoeken die binnen eenzelfde woonomgeving liggen. Het is van belang dat deze comparables zo veel mogelijk gelijk zijn aan de case, behalve op het gebied van monument zijn. Voor kleine verschillen kan gecorrigeerd worden maar het is wel noodzakelijk dat de woningen tot dezelfde sub-markt behoren (Goodman, 1978). In het hoofdstuk methodologie is al besproken dat dit gebied of deze woonomgeving zal bestaan uit een wijk of buurt, waarbinnen zich minstens één getransformeerd monument bevindt.

Naast de woonomgeving zijn er ook de eigenschappen van de woning zelf die invloed hebben op de marktwaarde. Malpezzi heeft tal van onderzoeken vergeleken die gebruik maken van hedonische prijsmodellen voor de woningmarkt. Hieruit concludeert hij dat de volgende eigenschappen ten minste deel moeten uitmaken van het model: Kamers, oppervlakte type, klimatisering, leeftijd, aanwezigheid van kelders, openhaarden en garages, buurt, afstand tot voorzieningen, vorm van het huurcontract en de datum waarop de transactie plaats vond (Malpezzi, 2003). In tabel 1 zijn deze variabelen verder uitgewerkt. De buurt en de afstand tot voorzieningen zijn buitenbeschouwing gelaten, omdat deze binnen het sample constant gehouden zullen worden. Ook het huurcontract is niet meegenomen omdat dit onderzoek zich uitsluitend zal richten op de koopmarkt. Extra toegevoegd is buitenruimte, omdat ik van mening ben dat dit een rol speelt op de Nederlandse woningmarkt. Verder onderzoek zal moeten uitwijzen of deze toevoeging gegrond is en welke andere variabelen er toegevoegd kunnen worden.

Onderwerp	Eigenschap	Meetbaarheid
Aantal Kamers	Woon en Slaapkamers	1, 2 ,3... etc (ratio)
	Badkamers	1, 2 ,3... etc (ratio)
	Toiletten	1, 2 ,3... etc (ratio)
Oppervlakte	Totaal	in m2 (ratio)
Type	Vrijstaand, Grondgebonden, Appartement.	A, B, C... etc (ordinal)
Klimatisering	Centrale verwarming	Ja/Nee (nominal)
	Vloer verwarming	Ja/Nee (nominal)
	Koeling	Ja/Nee (nominal)
Leeftijd	Bouwperiode	(<1900), (1900-1910), (1910-1920)... etc (nominal)
	Transformatie/Renovatie	1990, 1991, 1992 etc.. (ratio)
Buitenruimte	Tuin, Balkon, Patio, Dakterrass	A, B, C... etc (nominal)
	Totaal	In m2 (ratio)
Diversen	Kelder	Ja/Nee (nominal)
	Garage/parkeerplekken	0,1,2... etc (ratio)
	Openhaard	Ja/Nee (nominal)

Tabel 1: Indicatie variabelen marktwaarde woning aangepast naar (Malpezzi, 2003)

WAARDE VAN EEN MONUMENT

Voordat deze waarde gekwantificeerd kan worden is het belangrijk te bepalen waar deze cultuurhistorische waarde zoal uit bestaat.

Een monument is een gebouw dat om haar schoonheid, betekenis voor de wetenschap of cultuurhistorische waarde is aangewezen om te worden behouden en beschermd. Daarnaast moet het gebouw zeldzaam zijn en een zekere leeftijd bereikt hebben (Rijksoverheid, 2013). Over authenticiteit wordt door de Nederlandse overheid niet gesproken hoewel dit volgens International Council on Monuments and Sites, ICOMOS, een van de belangrijkste waarde bepalende eigenschappen van een monument is (1994).

Bouwhistorici in Nederland worden geacht voor monumenten een onafhankelijke cultuurhistorische waardestelling te doen. Onafhankelijk wil zeggen enkel en alleen gebaseerd op cultuurhistorische waarden zonder rekening te houden met eventuele ontwerpbeslissingen, gebruikerswensen, technische overwegingen en financiële aspecten. Deze waardestelling neemt de vorm aan van een geschreven document die ook wel redengevende omschrijving wordt genoemd. Om de interne waardestelling te verduidelijken wordt vaak een waardestellingsrepresentatietekening gemaakt, zie figuur 4. De verschillende kleuren geven de monumentale waarde van een ruimte aan (Hendriks & Hoeve, 2009). Op grond waarvan deze waardes precies worden bepaald blijft een mysterie, maar authenticiteit, zeldzaamheid en schoonheid lijken een rol te spelen.



Figuur 4: Waardestellingsrepresentatietekening (Hendriks & Hoeve, 2009)

Zeldzaamheid en authenticiteit bepalen de cultuurhistorische waarde van een gebouw. Deze cultuurhistorische waarde kan de vorm aannemen van uitzonderlijke architectuur, maar ook die van een uniek verhaal. De waarde van cultuurhistorie zit hem in het geven van identiteit. Schoonheid is geen vereiste, ook gebouwen die als lelijk worden ervaren komen op grond van hun historie in aanmerking voor bescherming, zogenaamde vertrouwde lelijkheid (Wilkinson, Remøy, & Langston, 2014).

De vraag blijft hoe deze moeilijk te definiëren cultuurhistorische waarde die iets met schoonheid, authenticiteit en zeldzaamheid te maken heeft te kwantificeren als onderdeel van de marktwaarde.

Ruijgrok heeft in de omgeving van Tiel een case studie gedaan naar de economische meerwaarde van woningen met een historisch karakter. Voor zijn onderzoek onderscheidt hij drie typen waardes: recreation value, bequest value en housing comfort value (Ruijgrok, 2006). Recreation, ook wel altruïstisch of option value en bequest values worden vaker genoemd als het gaat over de waardering van erfgoed in de meest culturele zin van het woord (Navrud & Ready, 2002). Recreation value vertegenwoordigt de recreatieve waarde van erfgoed en kan daarom in verband worden gebracht met de eerder genoemde schoonheid van een gebouw. Bequest value beschrijft de waarde voor toekomstige generaties en is daarom gerelateerd aan de meer historische aspecten zoals authenticiteit en zeldzaamheid. Housing comfort value is een door Ruijgrok zelf bedachte term die de meerwaarde voor de bewoner van een monument uitdrukt (2006). Housing comfort value zal in de eerste plaats gerelateerd zijn aan schoonheid, maar ook aan authenticiteit en zeldzaamheid. Deze laatste twee kunnen namelijk het wooncomfort verhogen door de 'trots' van de bewoners te vergroten (Shipley, Utz, & Parsons, 2006). Door deze types te onderscheiden maakt Ruijgrok een strikte scheiding tussen het wooncomfort van de bewoner enerzijds en de cultuurhistorische waarde voor niet bewoners anderzijds, terwijl deze waardes toch groot en deels op dezelfde aspecten gebaseerd zijn.

De Housing comfort value wordt vervolgens door middel van een hedonische prijsstudie gekwantificeerd. Opmerkelijk daarbij is de keuze om dit historische housing comfort value toe te dichten aan twee variabelen, namelijk de authenticiteit en het aantal historische elementen in de gevel (Ruijgrok, 2006).

Ook andere onderzoeken proberen de meerwaarde van historische gebouwen in een financieel daglicht te plaatsen. Shipley et al. beschrijven vier belangrijke voordelen van het transformeren van historische gebouwen. Ten eerste het speciale karakter van de gebouwen. Dit is een uiterst subjectief onderwerp maar heeft duidelijk te maken met de eerder genoemde schoonheid en zeldzaamheid van een gebouw. Deze kunnen leiden tot zogenaamde liefde voor een gebouw en een gevoel van trots om een dergelijk gebouw te bezitten of te gebruiken. Dit staat weer in relatie met wat Ruijgrok beschrijft als de recreation en comfort value van een monument (2006). Ten tweede het locatie voordeel dat veel historische gebouwen hebben. Historische gebouwen zijn vaak gebouwd voor de geldende bestemmingsplannen en kunnen daardoor een interessant contrast met hun omgeving vormen.

Ook het hoge potentiële rendement wordt als voordeel genoemd, hoewel dit vanzelfsprekend wel gepaard gaat met hoge risico's. Dit onbekende rendement en risico is precies wat bij de maatschappelijke relevantie naar vormen kwam als drijfveren voor dit onderzoek.

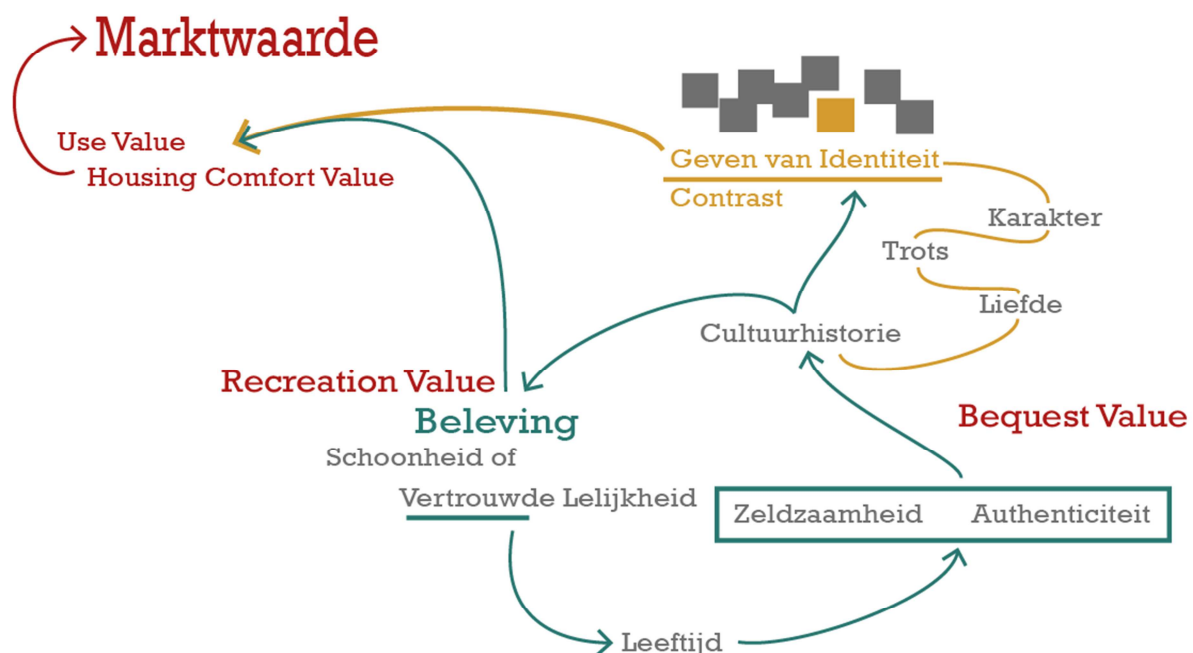
Tot slot is een voordeel dat de overheid vaker bereid zal zijn tot steun, al dan niet van financiële aard (Shipley et al., 2006). De interesse van de overheid voor cultureel erfgoed neemt op dit moment toe omdat het als een belangrijk mechanisme wordt gezien om aan de hedendaagse sociale behoefte aan cultuur en vrijetijd te voldoen (Wilkinson et al., 2014). Deze behoefte komt ook naar voren in de maatschappelijke relevantie van het onderzoek die eerder beschreven is.

Naast de voordelen worden ook nadelen van een historisch gebouw voor transformatie genoemd. De hoge onzekerheid speelt een belangrijke rol. Door de vaak verouderde documentatie kunnen onverwachte problemen leiden tot onverwachte kosten. Daarnaast vormen functionele aspecten een belangrijk nadeel. Een historisch gebouw aanpassen aan het hedendaagse bouwbesluit in overeenstemming met de architect en de bouwhistoricus kan een uitdagende onderneming zijn. Tot slot wordt ook het tekort aan professionals met kennis van zaken op gebied van dergelijke

transformaties als nadeel genoemd (Shipley et al., 2006). Dit kan zeker als vertragende factor spelen maar zou uiteindelijk geen of zelfs een positieve invloed moeten hebben op de marktwaarde van een eenmaal getransformeerd monument.

Aan de andere kant zijn er architecten die kritiek uiten op dwangmatige restauratie van monumenten, en daarmee het behoud van authenticiteit zoals ICOMOS voorschrijft. Coenen is bijvoorbeeld van mening dat het niet zo zeer de authenticiteit is maar de mix tussen nostalgie en vernieuwing die de kwaliteit van een transformatie project bepalen (2006). Dit sluit enigszins aan bij het idee van Shipley dat contrast tussen oude en nieuwe structuren de waarde van een historisch gebouw positief beïnvloed. Ook Wilkinson et al. benoemen dit punt door gebruiks- en belevingswaarde aan elkaar te relateren. Gesteld wordt dat een gebouw zonder gebruikswaarde ook een verminderde belevingswaarde kent (2014). Hier wordt dus niet zo zeer het contrast tussen oud en nieuw benadrukt als waardevol maar wel de transformatie zelf omdat deze de gebruikswaarde zal verhogen en daarmee de belevingswaarde.

Op grond van het bovenstaande kan geconcludeerd worden dat er reden is om aan te nemen dat of een gebouw al dan niet een monument is van invloed is op de marktwaarde van dat gebouw. De variabelen die door Ruijgrok worden gebruikt om de housing comfort value van een historisch gebouw te kwantificeren doen naar mijn mening geen recht aan de complexe en subjectieve aspecten van deze waarde. Welke invloed er op de marktwaarde is en hoe groot deze is zal verder onderzocht worden in het vervolg van de studie met behulp van een uitbreiding op een bestaand hedonisch prijsmodel. Figuur 5 illustreert de complexe relaties die in dit deel van het theoretisch kader uiteengezet zijn. Uit dit schema blijkt dat de cultuurhistorische waarde wordt bepaald door de zeldzaamheid en authenticiteit van een gebouw. Deze waarde heeft invloed op de identiteit en de beleving van het gebouw. Deze twee factoren bepalen de housing comfort value of terwijl de gebruikswaarde van een monument. Het is deze gebruikswaarde die zich zal vertalen in de marktwaarde.



Figuur 5: Waarde van een monument (eigen illustratie)

Literatuur die nog nader bestudeerd dient te worden om het theoretisch kader verder aan te scherpen bestaat onder ander uit:

Waarde van cultureel erfgoed:

Sir Alan Peacock (ed.), Does The Past Have a Future? The Political Economy of Heritage, IEA readings 47, The Institute of Economic Affairs, London, 1998.

Michael Hutter and Ilde Rizzo (eds.), Economic Perspectives on Cultural Heritage, Macmillan Press Ltd., Basingstoke and St. Martin's Press Inc., New York, 1997.

Cyrenne, P., Fenton, R., & Warbanski, J. (2006). Historic buildings and rehabilitation expenditures: a panel data approach. *Journal of Real Estate Research*, 28(4), 349-380.

Garrod, G., Willis, K., Bjarnadottir, H., & Cockbain, P. (1996). The non-priced benefits of renovating historic buildings: A case study of Newcastle's Grainger Town. *Cities*, 13(6), 423-430.

Authenticiteit:

McIntosh, A. J., & C Prentice, R. (1999). Affirming authenticity: Consuming cultural heritage. *Annals of tourism research*, 26(3), 589-612.

Trots en identiteit:

de Jonge, H., Koppels, P., & Remøy, H. (2009). Economic value of image. *Real Estate Research Quarterly*, 31-38.

3 INHOUDSOPGAVE

Dit hoofdstuk presenteert de inhoudsopgave voor het eindrapport.

Samenvatting

Abstract

1 Probleemstelling

1.1 Maatschappelijke probleemstelling

1.2 Wetenschappelijke probleemstelling

2 Doelstelling

3 Vraagstelling

3.1 Hoofdvraag

3.2 Deelvragen

3.3 Hypothese

3.4 Conceptueel model

4 Literatuuronderzoek

4.1 Marktwaaarde van woningen

4.2 Invloed van de Markt; Locatie, functie en klimaat.

4.3 Waarde van cultuurhistorisch erfgoed

4.4 Marktwaaarde van getransformeerde Monumenten

5 Methodologie

5.1 Hedonisch prijmodel

5.2 Interview

6 Resultaten

6.1 Interview

6.2 Uitkomst verschil in waarde?

7 Conclusies

8 Model

9 Aanbevelingen

9.1 Praktische toepassing

9.2 Vervolgonderzoek

10 Persoonlijke Reflectie

4 PLANNING

Op de volgende pagina is een zogenaamde Gantt Chart afgebeeld die de planning van mijn afstudeer project visualiseert. Het licht grijze deel ligt inmiddels achter ons. Donker grijs illustreert wat nog komen gaat. De kleur rood geeft de 5 peilingsmomenten aan en blauw staat voor vakantie. De hoogte en breedte van de cellen is zo gekozen dat het diagram de beschikbare tijd in ECTS visualiseert in plaats van de kalender.

Niet alleen het afstuderen zelf is in dit diagram weergegeven maar ook het nog te volgen onderwijs. Afgelopen semester heb ik twee vakken gevolgd waardoor ik soms minder tijd aan mijn afstuderen heb besteed dan ik gewild zou hebben. Hier staat tegenover dat ik al mijn keuzevakken al voor afgelopen semester heb afgerond. Ik ben daarom van plan na drie weken zomervakantie, mijn literatuur onderzoek en theoretische kaders verder uit te werken. Zodat ik per 1 september kan beginnen met het eigenlijke onderzoek.

KEUZE VAKKEN

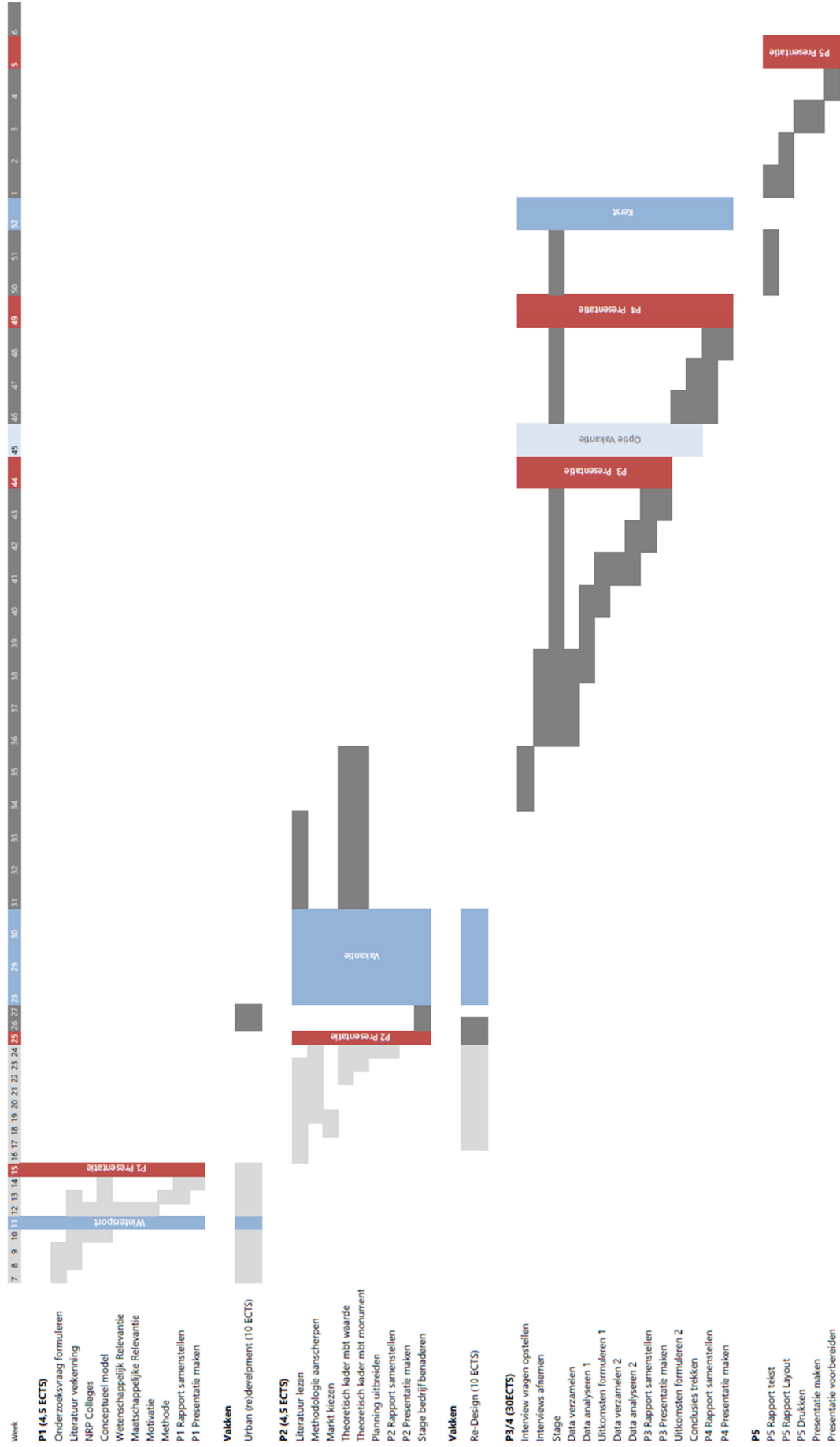
De volgende keuze vakken hebben een relatie met dit afstudeer onderzoek. Hoewel ik deze vakken heb gevolgd voor dat ik ben begonnen met afstuderen heb ik ze gekozen uit persoonlijke interesse en passen ze daarom binnen dit afstudeer onderzoek. Alle vakken zijn met succes afgerond.

Taxatieleer van onroerend goed AR0880	7 ECTS
Delft Lectures on Architectural Design AR1A060	3 ECTS
RMIT: Methodologies of Architectural Reuse AR1AR010	3 ECTS
Delft Lectures on Architectural Sustainability AR2A015	3 ECTS
Quantitative Research Methods in Design and Engineering	3ECTS
Extra Module – Case Studies AR3R056	

Daarnaast heb ik tijdens mijn minor in de bachelor IO1085ZI gedaan een uitgebreid statistiek vak waarin de omgang met het programma SPSS is aangeleerd en het vak IO1021, Consumer behaviour, waarin consumenten gedrag verklaard werd aan de hand van de eigenschappen van een product. Ik ben van mening dat ook deze twee vakken bij zullen dragen aan mijn afstudeeronderzoek.

STAGE

Na het inleveren van dit P2 verslag zal contact worden gezocht met mogelijk geïnteresseerd bedrijven. Bovenaan de lijst staan Calcasa en Momentum Technologies twee in Delft gevestigde bedrijven die zich bezig houden met geautomatiseerde taxatie systemen. Voor deze bedrijven zou het zeker interessant zijn te weten welke invloed monument zijn op een getransformeerd gebouw heeft.



BRONNEN

- Castells, M. (2011). *The rise of the network society: The information age: Economy, society, and culture* (Vol. 1): John Wiley & Sons.
- Coenen, J. (2006). The art of blending. *Delft: VSSD*.
- Djajadiningrat, B. (2013). *Waardering vanuit een herbestemmingspotentieel*. TU Delft, Delft.
- Eichholtz, P., Kok, N., & Quigley, J. M. (2010). Doing well by doing good? Green office buildings. *The American Economic Review*, 2492-2509.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4), 532-550.
- Goodman, A. C. (1978). Hedonic prices, price indices and housing markets. *Journal of Urban Economics*, 5(4), 471-484.
- Hall, S. (1997). The local and the global: Globalization and ethnicity. *Cultural politics*, 11, 173-187.
- Hendriks, & Hoeve, v. d. (2009). *Richtlijnen bouwhistorisch onderzoek: Lezen en analyseren van cultuurhistorisch erfgoed*. Den Haag: Mart.Spruijt bv.
- ICOMOS. (1994). The Nara document on authenticity.
- King, A. D. (1991). *Culture, globalization and the world system: Contemporary conditions for the representation of identity* (Vol. 3): U of Minnesota Press.
- Lusardi. (2011). *Determining the Highest and Best Use of a Modern Monument*. TU Delft, Delft.
- Lusht, K. M. (1997). *Real estate valuation: principles and applications*: Irwin Chicago, IL.
- Malpezzi, S. (2003). Hedonic pricing models: a selective and applied review. *Section in Housing Economics and Public Policy: Essays in Honor of Duncan MacLennan*.
- Navrud, S., & Ready, R. C. (2002). *Valuing cultural heritage: Applying environmental valuation techniques to historic buildings, monuments and artifacts*: Edward Elgar Publishing.
- Rijksoverheid. (2013). Over de bevoegdheid tot het aanwijzen van onroerende monumenten als beschermd monument., *Staatscourant*.
- Ruijgrok, E. (2006). The three economic values of cultural heritage: a case study in the Netherlands. *Journal of Cultural Heritage*, 7(3), 206-213.
- Schunselaar, T. (2009). *Transformatie van beschermde monumenten*. TU Delft, Delft.
- Shipley, R., Utz, S., & Parsons, M. (2006). Does adaptive reuse pay? A study of the business of building renovation in Ontario, Canada. *International Journal of Heritage Studies*, 12(6), 505-520.
- Visser, P., van Dam, F., & Noorman, N. (2006). *De prijs van de plek: Woonomgeving en woningprijs*: NAI Uitgevers.
- Wilkinson, S. J., Remøy, H., & Langston, C. (2014). Sustainable Building Adaptation : Innovations in Decision-making (pp. 159-181): Wiley-Blackwell.