

WEG  
MET DE  
PUBLIEK  
RUIMTE

Tekst: *Timo de Rijk*

DE  
PUBLIEK  
RUIMTE

# Wég met de publieke ruimte

Timo de Rijk

**De publieke ruimte lijkt in nood. Allerlei ontwikkelingen zoals de explosie van persoonlijke communicatiemiddelen en de toenemende vrije tijd doen een gewijzigd beroep op de publieke ruimte. Ondanks deze grote druk houdt de teruggetrokken overheid zich grotendeels afzijdig en weten marktpartijen nauwelijks raad met de verantwoordelijkheid die hen wordt opgedrongen. De overheid kijkt weliswaar met belangstelling naar bruikbare initiatieven uit de markt, maar worstelt vervolgens met haar klassieke opdracht als hoeder van het gebruikersrecht van alle burgers op het publieke domein: voor elk wat wils. Overheidsdiensten en marktpartijen beginnen te beseffen dat er iets moet komen dat tegemoet komt aan de nieuwe vraag. De vanzelfsprekende partner in het ontwikkelen van nieuwe functies in de publieke ruimte is de ontwerper. Voor de architect blijft de publieke ruimte echter nog maar al te vaak het lege stuk in zijn maquette, dat met stedenbouwkundige argumenten wordt opgevuld. De productontwerper op zijn beurt is vervuld van zijn queeste naar authentieke vormgeving, die op gespannen voet kan staan met de vele eisen van een pluriforme bevolking. Het is daarom de hoogste tijd voor een kritische blik op de traditionele uitgangspunten van de overheid in het algemeen en die van productontwerpers in het bijzonder.**

De publieke ruimte lijkt exclusief verbonden met de stad, de plek waar deze schaars en kostbaar is. Waar veel ruimte is en niemand deze claimt, werd tot voor kort maar zelden over publieke ruimte gesproken. Denk maar aan het bos, het strand of de polder. Die situatie lijkt echter definitief voorbij. Nog niet zo lang geleden werd je op het strand hooguit en dan ook nog alleen in de zomer gemaand om bij afluende wind en stroming liever geen duik in het water te nemen. Verder kon je er je gang gaan, een joint roken, in je blootje zwemmen of fikkie stoken. Rijkswaterstaat bewaakte dijk en duin, maar verder wilde de overheid er weinig te vertellen hebben. Sterker nog, het strand leek bestemd voor wat elders sociaal ongewenst gedrag zou heten en was in zekere zin de gedoogzone *avant la lettre*. Nu zijn stranden ingedeeld in verzorgingszones van strandpaviljoens en zijn flinke delen specifiek bestemd voor wandelaars, paardrijders, naaktrecreanten en kitesurfers. Het strand wordt afgeperkt met vuilnisbakken en verbodsborden, ingedeeld door terrasschermen, en overzichtelijk gehouden met informatiepalen en borden met peuter-terugvind-iconen. Op een enkele plaats, zoals de hippe strandtent Woodstock bij Bloemendaal en het Scheveningse strand tijdens de jaarlijkse kerstboomverbranding, wordt de vrije atmosfeer van weleer in stand gehouden door middel van zorgvuldige enceneringen, een aflat voor al die plotselinge bedilzucht. Zo gauw veel mensen gebruik willen maken van een plek, ontstaan tegengestelde belangen en

mogelijk problemen. Heel Nederland kent zo zijn veldjes waar voetballers niet willen wijken voor zoonanbidders, plassen waar hengelaars slaags raken met zwemmers en parken waar gezinnetjes in onmin leven met *cruisende* homo's. Want het is druk in Nederland en men maakt zich sinds Enschede, Volendam en de benoeming van Pieter van Vollenhoven tot hoogleraar risicomanagement, vooral druk over veiligheid. In de meeste situaties zijn de wethouders van ruimtelijke ordening aan zet. Zij vragen prompt de productontwerper, hun laatste ontdekking en de meest voor de hand liggende representant van de *creative industry*, om raad. En deze worstelt met een levensgroot probleem dat direct verband houdt met de uitoefening van zijn eigen vak, de voortdurende noodzaak om iets totaal nieuws te bedenken

### **De angst voor het nieuwe**

Ontwerpers in Nederland leiden aan zelfhaat. Ik hoor nóg wijlen modeontwerper Frank Govers zijn geachte cliëntèle de tip geven om nooit een complete nieuwe outfit bij zijn couturehuis te bestellen. Liever combineerden de dames een bloes of tuniek van zijn hand met iets moois uit de eigen garderobekast of een gedragen stuk van het Waterlooplein. Nou zal Govers best de spreekwoordelijke zuinigheid van de Nederlander hebben ingezet voor een profijtelijk bestedingspatroon in zijn winkel, maar aan zijn advies ligt ook een ander argument ten grondslag. Govers maakte duidelijk dat alles wat geheel nieuw en uit één idee is bedacht, voor de gehele creatieve klasse van zijn tijd feitelijk *not done* was. Een huis dat van top tot teen is ontworpen en ingericht door één ontwerper getuigt blijkbaar niet van goede smaak. Volgens veel hedendaagse Nederlandse ontwerpers duidt het zelfs op een gebrek aan persoonlijkheid van de opdrachtgever. 'Wees een vent, bedenk het zelf', lijkt de Nederlandse ontwerper zijn gedroomde opdrachtgever te willen zeggen.

Tegenwoordig geldt de angst voor het maagdelijk nieuwe totaalontwerp bij uitstek voor de stad en haar publieke ruimte. Zeker in Nederland wordt elke stedenbouwkundige of architect met de ambities om een nieuwe omgeving geheel vanaf zijn tekentafel te plannen met argusogen bekeken. Het volmaakte ontwerp wordt gemaakt door de gebruikers zelf, zo luidt de overtuiging. En zo sieren levendige marktstalletjes, vrouwen met kinderwagens, skateboardende jongeren en bejaarden op bankjes liefst allemaal tegelijk de presentatietekeningen van architecten en projectontwikkelaars. Maar iedereen die de aandoenlijk getekende naoorlogse droombeelden van het Rotterdamse Pendrecht of de Amsterdamse Bijlmermeer wel eens heeft gezien, weet maar al te goed dat daar in werkelijkheid de speelweide een hondenpoepveldje is geworden en de elegante winkelgalerij een desolaat consumptieoord.

### **Oud, arm en gebrekkig**

Er is geen stad in Nederland waar de bewoners zich zozeer een idee moesten vormen over de belofte van de toekomst en de nagelnieuwe leefomgeving als in Rotterdam. Daar was de ontwikkeling van een nieuwe publieke ruimte een levensvoorwaarde, er wás immers na het bombardement geen stad meer. Rotterdam gold zelfs tot voor kort nog als onaf, een

aantrekkelijke conditie maar geen optie voor de toekomst ook al werden de zogenaamde *voids* in het ontwerpdiscours van de jaren negentig nog verheerlijkt. Een generatie die de Wederopbouw daadwerkelijk meegemaakt had, koos de afgelopen jaren voor een diametraal andere opvatting: die van nostalgie. Nog bijna wekelijks bezingt Lee Towers het ooit zo loodzware werk van de arbeiders in de grootste haven van de wereld en mijmert TV icoon Koos Postema op radio en tv over zijn fiets met één trapper waarop hij door de Maastunnel naar school reed. En daarbij is altijd het echte Rotterdam, Rotterdam Zuid, waar alles nieuw was, waar het lang leeg bleef en waar vooral niets te beleven viel. Het gebrek, de armoede en de onvolkomenheid worden hier opgevoerd als ingrediënten van een gesublimeerd stedelijk leven. Het is de vraag wat deze Rotterdammers eigenlijk in de moderne stad te zoeken hadden. De nostalgische Rotterdammers van de Wederopbouw verlieten dan ook al jaren geleden vrijwillig hun geboorteplaats.

Een wat grotere groep welgestelde Rotterdammers *by birth* keerde de afgelopen jaren, na een vruchtbaar verblijf elders, wel naar de stad terug. Voor hen is Rotterdam de stad die zijn gezicht naar de rivier en naar de haven heeft gekeerd. Voor hen ook zijn de bruine vloot in de Oude Haven, de stoomboten in de Leuvehaven, de klassieke jachten en de dwars getuigde schepen in de Veerhaven afgemeerd als decor van een onbezorgde, in nostalgie gedrenkte oude dag. De repercussies voor de publieke ruimte en het bijbehorend straatmeubilair en andere openbare producten zijn enorm. De kades zijn wandelpromenades geworden en bankjes, terrassen, toeristische infozuilen en zelfs een heuse *Walk of Fame* omlijsten het nieuwe *entertainment*.

Of dat nog niet voldoende was, werd de werkstad van weleer stilgelegd. De ooit heroïsch moderne brug De Hef is nu een alom zichtbaar en muurvast gemonteerd monument, fantasie raderboten met huwelijksfeesten en gouden jubilea varen de rivier op en neer en het oude cruiseschip de SS Rotterdam ligt aan een toeristische kade van het ooit zo rosse Katendrecht. De Echte Rotterdammer kijkt vanuit zijn hoogbouwappartement op het dagelijks gewoel neer en belijdt de liefde voor zijn stad nadrukkelijk. Hij doet dat altijd op afstand, met Rotterdam als een soort nostalgische prikplaat binnen handbereik.

### **Kraker en bankier**

Naast Almere is de Amsterdamse Zuidas één van de belangrijkste grote, nieuwe stedelijke openbare plekken in Nederland. Waar Rotterdam zich een nieuw nostalgisch beeld van zijn eigen, vaak moderne geschiedenis vormt, daar creëert Amsterdam een moderne antipode van de oude, toeristische binnenstad. De Zuidas is een geplande plek. De ontwerppoging om hier een aantrekkelijke nieuwe openbare ruimte te maken wordt hier onmiddellijk op scherp gesteld door de aanwezigheid en de aantrekkingskracht van het oude Amsterdam. De Jan van Eyck Academy te Maastricht wijdde een groot onderzoek aan de sociale en culturele implicaties van de publieke ruimte van de Zuidas. Dit onderzoek met als titel Logo Parc

neemt de Zuidas de maat wat betreft universele toegankelijkheid, optimale diversiteit en vooral authenticiteit. Kenmerkend voor de benadering van de onderzoekende ontwerper van Logo Parc is zijn analyse dat de gloednieuwe Zuidas geen organisch, historisch weefsel heeft. Het is tegelijkertijd een vaststelling en een veroordeling. Het geconstateerde eenzijdige aanbod van zowel voorzieningen als gebruikers van de Zuidas is volgens de onderzoekers het beste bewijs dat de Zuidas geen echte stad is en daardoor niet aantrekkelijk kán zijn. Deze analyse berust op de vergelijking met wat blijkbaar het vierentwintig karaats referentiepunt is van de leefbare stad, namelijk het oude centrum van Amsterdam. In de woorden van de onderzoekers: 'De kwaliteit van de stad Amsterdam was altijd dat de topbankier een bij de plaatselijke bakker gekocht pistoletje 'aan de gracht' nuttigde, naast kraker, de rasta en de kunstenaar.' Simpel gesteld: de Zuidas kan volgens Logo Parc niet deugen omdat het sociale resultaat niet lijkt op dat van een oud stadscentrum.

Goed, laat de belangrijkste conclusie van Logo Parc gestoeld zijn op een enkele drogredenering, het is een interessante constatering dat nadelen van het gloednieuwe blijkbaar geneutraliseerd moeten worden met kenmerken van het oude. De crux voor de nagestreefde levendigheid is in een dergelijk geval niet de functionele vervolmaking van het gedroomde ontwerp, maar het aanbrengen of oproepen van elementen van disfunctie en tegencultuur. In die zin verschilt de ambitie van de hedendaagse ontwerper misschien niet eens zo wezenlijk van de nostalgische adoratie van Lee Towers en Koos Postema.

Het geloof in de heilzame werking van de tegencultuur strekt zich inderdaad ver uit. Op verdenking van ouwelijke burgerlijkheid zal geen hedendaagse stadssocioloog, kunstcurator of beleidsmedewerker in het openbaar de oersaai *graffiti-sprawl* van willekeurig welke binnenstad veroordelen. Sprekende *tags*, *backjumps* en *burners* zijn de gewenste grootstedelijke symbolen van elke Nederlandse provincieplaats. In navolging van de nostalgie van de wederopbouwgeneratie lijkt nu voor vele ontwerpers disfunctie een voorwaarde voor de door velen nagestreefde en kennelijk niet te ontwerpen levendigheid, authenticiteit en daarmee leefbaarheid.

### **De nieuwe publieke ruimte**

De openbare plekken van de Zuidas, ruimten tussen de kantoorgebouwen, winkels en horecaondernemingen, richten zich hoofdzakelijk op een eenzijdig samengesteld en goedverdienend publiek. Ze zijn, aldus Logo Parc, slechts politiek-correcte imitaties van een werkelijk publieke ruimte, met attributen die de openbaarheid benadrukken, maar niet het eventuele gebruik van die ruimte. Groenvoorzieningen, afvalbakken, kinderspeeltuig en wat dies meer, vormen samen een decor en zijn geen functionele instrumenten voor de ontsluiting van het gebruik van de publieke ruimte. Deze constatering komt dichtbij de analyse van de stads-onderzoekers Arnold Reijndorp en Maarten Hajer, die het publiek domein pas dan zien ontstaan als deze bevochten moet worden door tenminste twee groepen met verschillende belangen. De ensceneringen aan het strand, het nostalgische decor van Rotterdam, ze lijken

alle in hun eenzijdigheid en kunstmatigheid op de publieke ruimte zoals Logo Parc die aan de Zuidas signaleert. Nog afgezien van het feit dat een niet functionele en hoofdzakelijk symbolische codering van de attributen van de publieke ruimte zowat het wezenskenmerk van de postmoderne publieke ruimte is, dringt zich de vraag op of het erg is dat een stuk van de publieke ruimte een specifieke en eenzijdige functie bezit. De onderzoekers van Logo Parc zullen toch ook toe moeten geven dat er een bepaalde aantrekkingskracht kan schuilen in dat eenzijdige en gerichte aanbod met de daarbij behorende publieke ruimte. Veel van de beoogde bedrijven uit het oude Amsterdam zijn immers daadwerkelijk naar de Zuidas vertrokken en het gebied benadert in dat succes inmiddels de minstens zo eenzijdige Docklands en het Financial District van Londen.

### **A-locatie? Allocatie!**

Juist in het proces van transformatie is de overheid, de klassieke hoeder van de publieke ruimte, in verwarring, of beter gezegd, gebonden door zijn onmacht. De analyse van Logo Parc laat duidelijk zien dat de functionele en symbolische producten in de publieke ruimte, zoals straatmeubilair, de bedoeling van belanghebbenden kenbaar maken. In veel West Europese landen, en in Nederland in het bijzonder, is die publieke verantwoordelijkheid voor de openbare ruimte echter vastgedraaid in een combinatie van sociaal-democratisch aanspraak op de overheid en Angelsaksische claimcultuur. En waar het publiek teleurgesteld is in de modernistische belofte uit de jaren vijftig en zestig en het vooruitzicht van de maakbare samenleving dat daarop volgde, daar wil de overheid zich nu voor geen prijs meer branden aan volledige controle en een nieuwe publieke ruimte.

De overheid, gestuurd door commerciële motieven, willekeurige bestuurlijk ambitie en veel politieke correctheid is echter niet in staat om het specifieke gebruik van de nieuwe gebruikers in de publieke ruimte actief te organiseren. Ze weet zich immers geen raad met de allocatie van een plek. Het beleid van de stad of de deelgemeente, allerlei inspraakrondes in de buurt en wettelijke voorschriften laten een discussie over specifieke en wenselijke claims op de openbare ruimte nauwelijks toe. De overheid ziet toe op de openbare ruimte als een plek die toegankelijk is voor iedereen, maar langzamerhand bruikbaar is voor niemand.

Ze zou beter een voorbeeld kunnen nemen aan wat vele commerciële en publiekprivate partijen vaak proefondervindelijk hebben ontwikkeld. Oké, van de Zuidas kun je nog stellen dat de publieke ruimte opgesierd is met schijnbaar functionele gebruiksvoorwerpen voor de imaginaire bijstandmoeder, als een soort sociaal democratische schaamlap voor het een neoliberale landschap. Elders, in het gewone Nederland zijn de overheid en alle, veelal door diezelfde overheid betrokken partijen, een stuk eerlijker. Naast de canon van prullenbak, parkbank en fietsbeugel, heeft zich in de publieke ruimte inmiddels een reeks nieuwe openbare producten gemeld. Hiertoe behoren bijvoorbeeld de rookpaal, de plattegrond-automaat en een hele trits containers voor verschillende soorten afval en gebruikte goederen. Sommige van die producten zetten aan tot een veranderend gedrag van de gebruiker, andere

genereren plekken met uiteenlopende bestemmingen zoals een hondenuitlaatveld, wifi-spot of skate-baan. Grof gezien zijn de *usual suspects* voor een algemene voorziening aangevuld met openbare producten voor specifieke bestemmingen. Die producten zijn natuurlijk de vooruitgeschoven posten van het nieuwe, specifieke publieke domein. Het zijn producten en plekken die nu nog vaak zijn ontstaan uit gebod of voorschrift.

Toegegeven, de commerciële omgeving is niet altijd een geweldig voorbeeld van verbetering. Wie is bij langdurend stadsbezoek voor een plasje niet aangewezen op het toilet van McDonalds of soortgelijke instituten, simpelweg omdat de overheid het dure publieke toilet van de straat heeft gehaald? Maar de eerste goede voorbeelden dienen zich aan. Het is tekenend dat de eerste duidelijk allocaties van de publieke ruimte zich binnen afspeelen. Daar is van oudsher meer overeenstemming over het specifieke gebruik van de ruimte. Zo is de overdekte *shopping mall* eigendom van de winkeliers, terwijl winkelstraten en zeker marktpleinen bij voorkeur aan een multifunctionele claim worden onderworpen. Een treffend voorbeeld is de ontwikkeling van de geheel overdekte markthal, ontworpen door MVRDV in opdracht van projectontwikkelaar Provast in samenwerking met de gemeente Rotterdam. Daar durft Rotterdam zonder terughoudendheid en onder groot enthousiasme haar ambitie uit te spreken voor een consumptiegebied met een duidelijk profiel van zowel aanbod als gebruikers. Het is duidelijk dat de kwaliteit van die hal grotendeels bepaald zal worden door het interieur en de producten die er verkocht worden. De Rotterdamse markthal is een voorbode van veel meer allocaties van de publieke ruimte. De productontwerper zal daarbij, gesteund door de overheid, de aanspraak op een universeel gebruik van de totale publieke ruimte door een zeer diverse groep gebruikers ter discussie moeten stellen evenals het streven naar authenticiteit in de inrichting. Pas dan zal hij in staat zijn de rol te spelen die van hem verwacht mag worden: de bedenker van producten die de nieuwe openbare ruimte definiëren.

## **Timo de Rijk**

### Literatuur:

D. van der Velden, K. Gretzinger, M. van Leeuwen, M. Poli, G. Zifroni, 'Hybriditeit van de post-publieke ruimte. Logo Parc en de Zuidas in Amsterdam', in: Open. Hybride ruimte. Hoe draadloze media de publieke ruimte mobiliseren, 2006 (11), pp. 112-23.

Recensie: 'Rookpalen en Hyves als voorboden van een nieuw publiek domein'

[www.archined.nl](http://www.archined.nl)