

Dit is de eerste bijeenkomst in een geplande reeks van activiteiten over het thema lokaal vormgevingsbeleid in Nederland die het Vormgevingsinstituut in 1996 organiseert onder de titel De Leesbare Stad. De eerste bijeenkomst is bedoeld voor personen en instanties die op één of andere manier betrokken zijn bij het vormgevingsbeleid van de lagere overheid.

**D E**

**L E E S**

**B A R E**

**S T A D**

# BOEKMAN*stichting*

*Studiecentrum voor kunst, cultuur en beleid*



Herengracht 415  
1017 BP Amsterdam  
telefoon bibliotheek 020-624 37 39

De uitleentermijn bedraagt 4 weken. Mits tijdig aangevraagd is verlenging met 4 weken mogelijk, tenzij de publicatie inmiddels is gereserveerd.

De uitleentermijn is verstreken op:

14 JULI 1997

1010106

:6r:7.05:352:(063):(492):(1-2):-10:72.048:007.41:

Boekmanstichting - Bibliotheek  
Herengracht 415  
1017 BP Amsterdam  
Tel. 6243739

96-500

**EIGENLIJK IS NEDERLAND HELEMAAL GEEN LAND, MAAR EEN STAD**

VERSLAG VAN EEN STUDIEDAG, GEORGANISEERD DOOR  
HET VORMGEVINGSINSTITUUT OP 25 JANUARI 1996.

**D E**

**E E S**

**B A R E**

**S T A D**

'Zonder enthousiasme kun je met veertigduizend gulden niet veel beginnen'. Met die ontnuchterend ware woorden vatte de Groningse cultuur-gedeputeerde MIRJAM DE MEIJER het dilemma van het vormgevingsbeleid van de lagere overheden treffend samen.

Jaarlijks is een bedrag van twee miljoen gulden voor dit doel beschikbaar. Eén miljoen voor de vier grote steden, en één miljoen voor de provincies, verdeeld naar rato van het inwonertal. Voor de kleinste provincies kan zo'n bijdrage al op zijn voordat de discussie over het nieuwe straatmeubilair tot een concreet voorstel heeft geleid. Zelfs als de vraag naar de precieze besteding van het geld nog niet te beantwoorden is [wordt het werkelijk aan vormgeving besteed, of verdwijnt het in het budget voor beeldende kunst?], maakte de studiedag *De Leesbare Stad* op 25 januari wel duidelijk dat de ambities en persoonlijke betrokkenheid voorlopig belangrijker zijn dan de financiële basis. Wellicht is dat de belangrijkste achtergrond voor het Amsterdamse idee om naar analogie van de stadsarchitect ook het instituut stadsvormgever te gaan beproeven - een aanjager als STEFANO MARZANO bij Philips, die met workshops, debatten en een permanent atelier de aandacht voor vormgeving in de stad versterkt.

Ambitie is er ook bij de centrale overheid, die in de nieuwste plannen overweegt door middel van premiëring extra steun te verlenen aan goede

projecten. De nadelen van het getalscriterium zouden dan enigszins onder-  
vangen worden.

Wat de verzamelde beleidsambtenaren, adviesinstanties, onderzoekers,  
communicatoren en vormgevers tot nu toe bereikten, werd met enthousiasme  
en soms een groot uithoudingsvermogen tot stand gebracht. Projecten in  
Zeeland en de kop van Noord-Holland, een opdracht in het Groningse  
Provinciehuis: dergelijke voorbeelden vervullen een belangrijke rol in het  
overtuigen van de verschillende betrokkenen dat vormgeving geen geïsoleerd  
fenomeen is. Tijdens de studiedag werd duidelijk dat de meest geslaagde  
vormgevingsprojecten in samenhang met andere onderdelen van het lokale  
beleid [ruimtelijke ordening, toerisme, communicatie et cetera] zijn opgezet  
en uitgevoerd. In een gesprek met verschillende andere deskundigen brengen  
ontwerpers hun expertise in; het vormgevingspotje wordt samengevoegd met  
budgetten voor landschapsbeheer of stedenbouwkundige operaties.

Vormgeving kan zo een integraal en wat minder opzichtig bestanddeel  
worden van het functioneren van allerlei gemeentelijke of provinciale  
diensten, en niet bij hoge uitzondering als slagroom op de taart worden  
gespoten. Tot profijt van de ontwerpers zelf, maar ook in het voordeel  
van de gemeenten en hun bewoners.



TIJMEN VAN GROOTHEEST

is directeur van het Amsterdams Fonds voor de Kunst en was tot 1 oktober 1995 hoofd van de afdeling Beeldende Kunsten, Bouwkunst en Vormgeving bij het ministerie van OCenW.



**ALS ER WAT GEBEURT**, dan is dat vooral te danken aan de persoonlijke inzet van gedeputeerden en ambtenaren of de toevallige aanwezigheid van een professionele organisatie ter plaatse.

Hoe kan dit verbeterd worden, aangenomen dat het de werkelijke wens is van het rijk om meer aandacht te genereren voor vormgeving bij andere bestuurslagen?

In het rapport *Provincie en Stad* van het ministerie van OCenW uit 1995 werden twee conclusies getrokken omtrent het vormgevingsbeleid van de lagere overheden:

- Amsterdam, Den Haag en Rotterdam vullen het beleid elk op eigen wijze in;
- het provinciale beleid roept over het algemeen veel vraagtekens op.

Er kan niet echt worden gesproken van herkenbaar beleid: de besteding van de gelden gaan ten onder in te vergaande decentralisatie, waardoor de budgetten eigenlijk niet meer te vinden zijn binnen het beeldende-kunstbeleid van de provincies en de 42 covenant-gemeenten. Als er wat gebeurt, dan is dat vooral te danken aan de persoonlijke inzet van gedeputeerden en ambtenaren of de toevallige aanwezigheid van een professionele organisatie ter plaatse. Hoe kan dit verbeterd worden, aangenomen dat het de werkelijke wens is van het rijk om meer aandacht te genereren voor vormgeving bij andere bestuurslagen?

Alvorens met oplossingen te komen, eerst even terug in de geschiedenis van dat ene miljoen dat voor vormgeving naar de provincies is gegaan.

---

Gezien het uitermate geringe bedrag en de wijze waarop het wordt verdeeld, kan er niets anders worden geconcludeerd dan dat er van beleid ter zake, althans van de kant van het Rijk, geen sprake is geweest.

---

In tegenstelling tot de 35 miljoen voor beeldende kunst, die sinds de opheffing van de BKR jaarlijks naar de lagere overheden gaat, is de ratio achter de 2 miljoen voor Vormgeving niet of nauwelijks te traceren.

In 1988 stond voor vormgevingsbeleid op de rijksbegroting een bedrag van 10 miljoen gulden, tegenover een kleine 80 miljoen voor beeldende kunst.

Dan zou je eerder denken dat een bedrag gerechtvaardigd was van 4 miljoen [ten minste een achtste van het bedrag voor beeldende kunst] voor de lagere overheden. Met ander woorden: twee keer zoveel als nu.

**EEN TWEEDE REDEN** om vragen te stellen naar een beleidsinhoudelijke achtergrond voor de geldstromen, is het feit dat - althans voor wat de provincies betreft - het geld wordt verdeeld naar rato van het aantal inwoners per provincie. Dat is dus gewoon de verdeling conform het provinciefonds. Het heeft met inhoud niets te maken, hoogstens met een bestuurlijke visie. Bij de vier grote steden is in ieder geval nog een poging gedaan om de toedeling van de middelen te laten geschieden langs criteria als infrastructuur, aantal kunstenaars en het aantal inwoners; kortom, een beleidsmatige verdeling.

Bij de provincies is dit niet het geval, waardoor op dat niveau ook niet ver-

wacht kan worden dat er werkelijk beleidsmatig met de middelen wordt omgegaan. Het is dus afhankelijk van een persoonlijke hobby van een bestuurder of de inzet van een plaatselijke galerie.

**EEN DERDE VRAAG** die onbeantwoord lijkt, is: waartoe leidt het geld voor vormgeving dat aan de provincies en de steden wordt verstrekt? Vormgeving is zo'n breed begrip, dat je haast medelijden krijgt met de ambtenaar die daaraan ter plaatse een invulling moet geven. Waar moet hij voor kiezen? Voor keramiek? Of beter sieraden? Of misschien grafische vormgeving? Of dan toch maar voor het image van zijn stad van meer dan 65.000 inwoners, voor wie hij in het gunstigste geval per hoofd van de bevolking maximaal 15 cent voor vormgeving te verteren heeft? Het geld verstuipt en blijft in feite besteed aan beeldende kunst, of nog erger: aan beeldende kunstenaars die zich met vormgeving proberen bezig te houden. Hoewel het voor een deel hun eigen schuld is, moet het voor de beleidsmakers van het Rijk een frustrerende ervaring zijn, dat de effecten van de middelen voor vormgeving nauwelijks te meten zijn. Het is dan ook niet verwonderlijk dat men ook dáár naar andere wegen zoekt om de aandacht voor vormgeving te vergroten.

De eerste gedachte die zich dan voordoet is: laten we het geld maar hier [Den Haag, Rijswijk/Zoetermeer] houden en op basis van in te dienen plannen een aantal voorbeeld-projecten financieren, in de hoop dat dit een gunstig effect zal hebben op andere partijen. Zoals de voorbeeldplannen van de Rijksplanologische dienst: die hebben als beleidsinstrument voor vormgeving een kans van slagen. Dat heeft echter wel het gevaar dat het weinig recht doet aan de behoeften die bij de betrokken burgers leven. Dat laat het voorbeeld van het Mercatorplein óók zien.

Het grootste nadeel is echter, dat het Rijk zich zo in de positie manoeuvreert van het centrale gezag dat aan de lagere overheden zijn smaakvoorkeuren opdringt - en in feite de eigenaar van het probleem blijft. Dat moet het Rijk niet willen. Een actueel thema overigens in discussies over deregulering en decentralisatie in provincie en stad.

**MEER GELD IS EEN VOLGENDE, LOGISCHE STAP.** Alleen is het de vraag of de staatssecretaris voor cultuur over de middelen beschikt. En laten we wel wezen: of die beleidsambtenaar in een stad met meer dan 65.000 inwoners met 30 cent per hoofd van de bevolking nou echt meer kan dan met 15 cent is een grote vraag. In elk geval heeft hij behoefte aan een duidelijke aanwijzing van de staatssecretaris, die op z'n minst moet zeggen

wat hij niet wil. Bijvoorbeeld dat hij niet wil dat er straatmeubilair mee wordt gesubsidieerd, of relatiegeschenken, of dat het wordt gebruikt om er het zoveelste gemeentelijke of provinciale logo van te laten ontwerpen.

In de serie *Amsterdam 2005: toekomst van een kleine metropool*, georganiseerd door De Balie, stelde PAUL KUIPERS onlangs over de leesbaarheid/leefbaarheid van de stad, dat de sociale wetenschappen veel terrein hebben verloren op de huisvesters en projectontwikkelaars.

Vragen over klassieke opvoedingsstandaarden en over de educatieve rol van het traditionele gezin hebben plaats gemaakt voor marketingvisies en het geloof in de maakbaarheid van de samenleving. KUIPERS waarschuwde ervoor dat de mensen het spoor kwijt zullen raken indien het interpreteren van de wereld wordt overgelaten aan de markt en de media.

En de overheid, stelde KUIPERS, moet ervoor zorgen dat juist in de publieke sfeer wat meer ruimte ontstaat voor impulsen die verder reiken dan wat hij noemt de virtuele deugdzaamheid. Zijn beschouwing mondde uit in een pleidooi voor een zorgvuldige ecologie van de stedelijke sociale ontwikkeling door middel van vier stappen op het bestuurlijke niveau:

- Een duidelijk besluit van het gemeentebestuur waarin sociaal-cultureel beleid tot prioriteit wordt verklaard.
- Onderzoek naar ontwikkelingen en achtergronden. Niet alleen cijfers en statistieken, maar ook eens aan een aantal kunstenaars en vormgevers van naam vragen een bijdrage te leveren in de vorm van een essay, een beeldende impressie of een internationale workshop met specialisten op het gebied van de inrichting van de stad.
- Er is behoefte aan kennis, wetenschappelijk inzicht, materiaal dat bruikbaar is om de situatie te verhelderen en beleid te maken.
- Al dat materiaal moet produktief worden gemaakt voor actie en beleid. Daarvoor zijn vertalers nodig op stedelijk niveau, maar ook op andere plaatsen in de stad: de deelraden, sectoren en disciplines.

Deze toch licht anarchistische aanpak kan leiden tot betere inzichten, ook in de wijze waarop de stad leesbaar moet worden gemaakt. Dat is immers meer dan een ondernemingsplan of een analyse ten aanzien van de concurrentie-positie, waar een mooi kaftje omheen wordt geslagen.

In feite praten we dan over vormgeving in de meest overdrachtelijke betekenis van het woord. En dat is het soort vormgeving waar het Rijk, maar ook provincies en gemeenten, in geïnteresseerd zouden moeten zijn.

Dat veronderstelt een flexibele overheid, die in staat is te improviseren en op verschillende manieren kan interveniëren. De ene keer zal er dwang

nodig zijn en kan dwang werken, bijvoorbeeld bij het terugdringen van auto's uit de binnenstad. Maar in een ander geval zal onderhandelen en overtuigen de enige methode zijn. Het moet in ieder geval slim gebeuren.

Daar is een visie voor nodig. En om die visie te verduidelijken en herkenbaar te maken, moet er op een adequaat niveau in het bestuur ruimte worden gemaakt voor functies op het gebied van coördinatie, debat, research en development, implementatiestrategieën en vormgeving.

De staatssecretaris is gebaat bij een aantal vormgevers in de provincie en de stad die meer verantwoordelijkheden hebben dan het opleuken van het provinciale briefpapier,

**TERUG NAAR DE STAD.** Amsterdam neem ik nu maar voor het gemak als voorbeeld. In de ruim zeven jaar dat deze stad niet meer mijn werkgever is - ik ging bij WVC/OCenW de geldstroom lagere overheden beheren - is er behoorlijk veel veranderd: er is duidelijk sprake van een nieuw elan, als het gaat om de planning en de vormgeving voor de stad.

Wethouder TER HORST bracht bij haar aantreden een discussie op gang over de binnenstad: die moest volgens haar schoon, mooi en leeg zijn - en dat mag in de anarchistische republiek Amsterdam zonder meer omschreven worden als een moedige daad. In contrast met haar ambities staat echter de beperkte invloed die ze kan uitoefenen op het handelen van haar collega's in de centrale stad en de stadsdeelraden: gevolg van het eerste is dat het ene diensthoofd de andere publiekelijk uitkaffert over de vormgeving van een bepaalde maatregel, met als gevolg dáárvan dat de burger het bestuur nu helemaal niet meer begrijpt. Gevolg van het tweede is dat in deze stad ongeveer 40 verschillende oplossingen zijn gevonden voor de zogenaamde anti-parkeer-maatregelen.

Wat TER HORST en haar collega's nodig hebben, is simpelweg een stadsvormgever. Iemand die op het hoogst mogelijke bestuurlijke niveau het college adviseert over de kwaliteit van de stad. Dat is meer en eigenlijk helemaal niet het ontwerpen van een nieuw type lantaarnpaal, maar veel meer en eigenlijk uitsluitend het initiëren en coördineren van een debat over de problemen van de openbare ruimte.

TER HORST spreekt zelf van een continu atelier waarin - op basis van vraagstukken die het bestuur zichzelf stelt of vragen die het van zijn burgers krijgt - op nationaal en internationaal niveau wordt gezocht naar antwoorden.

Let wel, het gaat om problemen uit de praktijk en oplossingen met een hoog praktisch gehalte!

Op het Mercatorplein werd door een van de beeldende-kunst-adviseurs van het Amsterdams Fonds voor de Kunst een bill-board-project opgezet, waarbij verschillende kunstenaars de kans werd geboden hun statements aan de huidige en toekomstige bewoners van het plein te presenteren. De laatste toont een tekst van bouwmeester van Eesteren: *'Eerst werken dan pas praten.'* Dat is ons allen uiteraard uit het hart gegrepen, alleen de meeste bewoners van deze arme wijk dachten dat het een verwijzing was naar de aangescherpte bijstandswet. Berlage werd ook gebruikt voor dit project met zijn uitspraak: *'Voor torens is gezorgd,'* waar de Mercatorpleinbewoners in hetzelfde lettertype onder schreven: *'Voor ons dus niet.'*

**IN AMSTERDAM** wordt inmiddels hard gewerkt aan de aanstelling van een stadsvormgever. Dat is beleid waarvan de staatssecretaris of zijn topambtenaren zouden moeten zeggen: dat moet gepremieerd worden.

De stad moet op haar beurt het wiel niet opnieuw uitvinden en samenwerkingsverbanden zoeken met bestaande instituties op rijksniveau: de academie voor bouwkunst, het Berlage-instituut en het

Vormgevingsinstituut. Zo'n stadsvormgever kan uiteraard niet alles doen; bestuurlijk niet vanwege de eigen positie en verantwoordelijkheden van de stadsdelen, maar ook omdat niet alles op het centrale niveau geregeld moet worden. Een aardig voorbeeld van een meer decentrale aanpak is te vinden op het terrein van de beeldende kunst in Amsterdam. In de schoonheidscommissie van die stad zit al sinds 1931 een beeldende kunstenaar.

Bij grotere projecten, zoals de IJ-oever, is er een supervisor, een architect en op het niveau van de verschillende onderdelen daarvan zijn er projectmanagement-teams, waarbij ook de adviseurs en de medewerkers van het Amsterdams Fonds voor de Kunst een vaste plaats hebben. Behalve invloed vanuit de planningskant zijn de architectuur, de woningbouwvereniging en de toekomstige bewoners betrokken en is er ook inbreng in alle stadia van besluitvorming vanuit de beeldende kunst.

Deze werkwijze heeft tot gevolg dat de befaamde percentage-regelingen voor beeldende kunst niet hoeven uit te monden in een soort broche op het gebouw, maar vormen zij daadwerkelijk een onderdeel van het proces.

Hier komt in feite een stukje prachtige Amsterdamse vormgevingstraditie om de hoek kijken; die van de Amsterdamse School, die deze stad nog steeds verrijkt met zijn prachtige woningen en bruggen.

Hildo Krop en Berlage zijn in die zin een onafscheidelijk team te noemen, met alleen een zeer belangrijk verschil: Berlage gaf zijn beeldhouwer zeer

nauw omschreven opdrachten, die weinig ruimte boden aan het autonome in de kunst. Er was veel eerder sprake van kunstnijverheid, of zoals u wilt: toegepaste kunst.

Een tiental jaren geleden leek het er op dat de kunstenaar en de architect in het bouwproces geheel los van elkaar functioneerden. In die tijd ontstond dan ook een groot aantal min of meer monumentale beelden die op een zo groot mogelijke afstand van de architectuur probeerden hun eigen leven te leiden. Dat lukte beslist niet altijd. Erger nog, wij, het Fonds voor de Kunst, moeten nu vaak tot de conclusie komen dat een aantal van deze kunstwerken hun omgeving niet overleeft en beter herplaatst of zelfs weggehaald kan worden. De huidige werkwijze geeft meer kans op een succes op de langere termijn dan de oude.

Wat de Amsterdamse School betreft: die mag van mij weer nieuw leven ingeblazen worden! Dat betekent echter voor deze tijd dat naast beeldende kunstenaars ook vormgevers zitting moeten nemen in de projectgroepen die onze gebouwde omgeving grotendeels bepalen. En dat zou ook door de staatssecretaris beloond moeten worden. Want op deze wijze geeft de stad met zijn eigen kleur en zijn eigen bestuurlijke verantwoordelijkheden toch uitvoering aan de ambities van het rijk.

EDMOND RINNOOY KAN



werd opgeleid tot medicus en vrij kunstenaar en is partner van  
het Communicatieadviesbureau Schweitzer, Blaisse, Rinnooy  
Kan & Company.



**OOK VOOR STEDEN GELDT**, dat het onderscheid plaatsvindt op merkniveau en niet op produktniveau. Dus op basis van sfeer, karakter en energie. Op basis van gevoelsassociaties en niet zozeer op basis van de instrumentele kwaliteit van de diensten.

---

Produkten zijn anonieme zombies die massaal en liefdeloos uit de grond worden gestampt, als identieke klonen. Zonder ziel, zonder eigenheid, zonder karakter. Producten komen pas tot leven als zij tot merken worden gemaakt. Dan pas krijgen ze eigenheid, karakter en gevoelswaarde.

---

En onderscheidend vermogen.

---

In blinde tests zijn vrijwel alle in de markt concurrerende producten onderling uitwisselbaar. Onderscheid in produktwaardering kan slechts ervaren worden als de afzender, het merk dus, zich kenbaar maakt. Het succes van Marlboro is niet gebaseerd op de kwaliteiten van het produkt maar op de aantrekkelijkheid van het merk. Het produkt Marlboro is een doodgewoon plukje tabak met een stukje papier er omheen. Het merk Marlboro representeert een grote gevoelswereld waar je je dank zij Marlboro mee kunt associëren. Marlboro verkoopt geen sigaretten, Marlboro nodigt u uit om een ervaring te delen: 'Come to Marlboro country'. Succes wordt niet bepaald door wat het produkt is, maar door hoe het merk ervaren wordt.

We kunnen ook naar steden kijken vanuit een produkt/merk-perspectief. Zo hebben steden onmiskenbaar noodzakelijke produkteigenschappen: werkfaciliteiten, riolering, openbaar vervoer, vuilnisophaaldienst, gas, licht en water, etcetera.

In West-Europa zijn de stedelijke produkteigenschappen min of meer gelijk. Althans, de kwaliteit ervan kan geen reden zijn om een bepaalde stad meer of minder te waarderen. Niemand zal zeggen: '*Ik vind Parijs zo'n heerlijke stad omdat de riolering zo voortreffelijk is.*' Of: '*Ik ga met vakantie naar New York omdat het licht het zo goed doet.*'

Ook voor steden geldt, dat het onderscheid plaatsvindt op merkniveau en niet op produktniveau. Dus op basis van sfeer, karakter en energie. Op basis van gevoelsassociaties en niet zozeer op basis van de instrumentele kwaliteit van de diensten.

Als dagelijkse consument van steden valt het mij op dat steden puur als producten ontwikkeld worden. Steden of woonwijken worden uit de grond gestampt, als anonieme, functionele ziellose zombies.

---

Welke gevoelsassociaties moet een nieuwbouwwijk oproepen? Hoe word ik, als bewoner, als consument van zo'n wijk, geacht die wijk te ervaren?

---

Als produkt is strategische nieuwbouw ongetwijfeld voortreffelijk. Alles doet het, alles werkt. Het licht, het water, de riolering, alles is in orde. Alleen, het woont niet lekker. Daarmee zou de strategische nieuwbouwwijk als merk volstrekt onverkoopbaar zijn.

Merken worden, anders dan stedenbouwkundige ontwikkeling, gekoesterd. Immers, de concurrentiekracht van een produkt wordt niet bepaald door de fysieke eigenschappen van het produkt, maar door de manier waarop die eigenschappen worden ervaren. Dus niet het produkt telt, maar de perceptie van het produkt. Het gepercipieerde produkt is het merk.

Merken worden ontwikkeld vanuit een ondernemingsvisie, die op velerlei manieren valt te omschrijven. Een drietal aspecten dient daarin echter altijd voor te komen:

- De NATURE van de onderneming.
- De NURTURE van de onderneming.
- De STRATEGIC INTENT van de onderneming.

De NATURE van de onderneming is de kerncompetentie, het aangeboren talent dat de onderneming van oudsher had en altijd zal houden.

De NURTURE van de onderneming is het support-systeem. Dus aspecten als: de organisatie, de operatie, de ondernemingscultuur, de kwaliteit van de medewerkers, etcetera. De NATURE van de onderneming bepaalt wat maximaal haalbaar is, de NURTURE bepaalt de mate waarin dat wordt gerealiseerd. De STRATEGIC INTENT tenslotte omschrijft welke doelstellingen kunnen worden gehaald op basis van de combinatie van de NATURE en de NURTURE. Steden zouden ook op deze wijze naar zichzelf kunnen kijken en zich de vraag stellen waar ze in essentie goed in zijn [NATURE] en op welke wijze de support-systemen in de stad [NURTURE] er effectief aan bijdragen dat het talent [NATURE] van de stad maximaal tot zijn recht komt. Op basis van de NATURE/NURTURE-analyse kan de stad speerpunten ontwikkelen in het merkenbeleid, in wat de gewenste perceptie van de stad zou moeten zijn. Daarbij is het van belang te weten hoe de stad wordt gewaardeerd.

In de reclame/communicatiewereld zijn verscheidene modellen in omloop om de bestaande percepties over produkten en diensten in kaart te brengen. Een van die modellen is het VITALITEIT/AUTORITEIT-MODEL, ontwikkeld door YOUNG & RUBICAM:

VITALITEIT = KRACHT

AUTORITEIT = MACHT

Kracht en macht is niet hetzelfde. KRACHT is de mate van gedrevenheid, de daadkracht, het vermogen om energie te mobiliseren. MACHT is de mate van verworven invloed, de status van waaruit men opereert.

Het managen van percepties is van levensbelang voor het ondernemings-succes. Dat zou ook moeten gelden voor steden die zich de waardering van hun burgers aantrekken. Ook steden moeten zich ervan bewust zijn dat hun succes niet bepaald wordt door het stedelijk produkt, maar door het stedelijk merk. Vormgeving speelt daarbij een kritieke rol, zowel in het ontwerp van de stedelijke attributen als in het communiceren daarover.

Samenvattend, naar analogie van het merkenbeleid in het bedrijfsleven, vier conclusies:

- Definieer de visie van de stad.
- Formuleer in het verlengde daarvan de gewenste perceptie van de stad.
- Omschrijf de doelstellingen van proposities [nieuwe projecten] in termen van hun dienstbaarheid aan de gewenste perceptie.
- Verleg de focus van *de functionele doelmatigheid waarmee* [de stad als produkt] naar *de emotionele context van waaruit* [de stad als merk].

---

De consequentie van die verschuiving van produktoriëntatie naar merk-oriëntatie is, dat de creatieve prestatie van de stad dramatisch zal moeten worden verhoogd . Van doorslaggevend belang daarbij is dat [op die projecten waarbij de stad zich als merk wenst te profileren] radicaal afstand genomen wordt van de alles verstikkende overlegcultuur. Er is dus behoefte aan poëtische JAN SCHAEFERS en niet aan comités van stofjassen. Want creatieve prestaties kunnen niet worden geleverd op basis van futloze compromissen.



**LEESBAARHEID VERWIJST NAAR INFORMATIE.** De visuele en tekstuele informatie die zich in de stad aan bezoekers voordoet, is van vitaal belang voor hun beleving en gebruik van die stad. Niet alleen wordt de mogelijkheid letterlijk de weg te vinden erdoor beïnvloed, ook het geestelijke welbevinden van de bewoners hangt hiermee samen.



CAREL KUITENBROUWER

is sinds 1995 werkzaam als programmamanager  
2D bij het Vormgevingsinstituut. Daarvoor werkte  
hij als publicist en grafisch ontwerper.

'Het wezenlijke van een kamer ligt niet in de muren ervan  
maar in de leegte die zij omvatten.' LAO ZI

De titel van mijn voordracht verwijst naar de gedachten sprong van vormgeving als een klein maar lastig probleem in de besteding van overheids gelden ten behoeve van kunst en cultuur naar de zinvolle en effectieve toepassing van vormgeving in overheidsbeleid als geheel. Die gedachten sprong is eigenlijk het thema van deze hele dag. Het is de gedachten sprong van vormgeving als doel naar vormgeving als middel. Het is ook de gedachten sprong van vormgeving als geïsoleerd fenomeen naar vormgeving als onlosmakelijk verbonden met en integraal onderdeel van de verantwoordelijkheden van hen die onze omgeving inrichten.

De heer RINNOOY KAN heeft zojuist een gedachten sprong gemaakt door de stad te vergelijken met wat velen tot voor kort zagen als een - duivels - construct van het vrije ondernemerschap, iets dat nimmer in verband kon worden gebracht met zaken als overheidsbeleid en, openbare voorzieningen. Hoewel, sinds het woord *klantvriendelijk* zijn intrede deed in ambtelijke voornemens en overheidsdiensten als produkten werden omschreven, lijkt het hek van de dam.

RINNOOY KAN beweert dat de elementaire basisvoorzieningen, de objectieve functies van steden, uitwisselbaar zijn en niet tot hun wezen behoren. Volgens ABRAM DE SWAAN zijn niet alleen de harde, functionele kanten van steden uitwisselbaar, maar zijn ook hun zachte, culturele universeel en dus uitwisselbaar. Het aanbod van voedsel, kleding en cultuur wordt mondiaal gehomogeniseerd. Daaraan kunnen zij hun identiteit dus niet ontlennen. Waaraan dan wel?

Aan de visie van de stad? En hoe komt die dan weer tot stand? Door de creatieve prestatie van de stad en niet door de verstikkende overlegcultuur, zo wil RINNOOY KAN. Kan voor die creatieve prestatie een beroep worden gedaan op kunstenaars, vormgevers en architecten? Zijn zij het die de gezichtsbepalende activiteiten van de stad gestalte geven, waarvan die stad het moet hebben voor de positionering, zoals RINNOOY KAN beweert. En hoe kan een overheid het best zorgen dat dergelijke creatieve prestaties kunnen worden geleverd en dat daarvan effectief gebruik wordt gemaakt?



In zijn boek *De stad als Kunstwerk* beschrijft DONALD OLSEN steden als ingewikkelde maar leesbare documenten, die, zoals hij zegt, 'ons iets kunnen vertellen over de waarden en aspiraties van hun bestuurders, ontwerpers, bouwers, eigenaars en inwoners.' Zelf gebruikte ik ooit de vergelijking met een geïllustreerd tijdschrift om de snelle veranderingen in het visueel overbelaste stadsbeeld mee aan te duiden.

De term *leesbare stad* werd al in 1960 door KEVIN LYNCH in zijn boek *The Image of the City* gebruikt om te beschrijven hoe mensen hun weg vinden in de stad aan de hand van de leesbare en zichtbare tekens erin en aan de hand van het visuele beeld dat zij zich van die stad vormen. Uit deze verwijzingen haal ik twee elementen:

1. De stad kan worden beschouwd als een leesbaar werk/document,
2. De schrijvers/samenstellers van dat document zijn niet beperkt tot een enkele groep: de bestuurders, bouwers of eigenaren ervan. Ook de gebruikers en de bewoners van de stad bepalen mede het geheel en ook hun aspiraties en opvattingen worden erdoor weerspiegeld. Dat is in onze van inspraak, consensus en democratie doortrokken samenleving niet verbazingwekkend.

Leesbaarheid verwijst naar informatie. De visuele en tekstuele informatie die zich in de stad aan bezoekers voordoet, is van vitaal belang voor hun beleving en gebruik van die stad. Niet alleen wordt de mogelijkheid letterlijk de weg te vinden erdoor beïnvloed, ook het geestelijke welbevinden van de bewoners hangt hiermee samen. Voor huurders en eigenaren van onroerend goed, ofwel de burgers van de stad, is de informatie van en communicatie met de plaatselijke overheid van belang. Ook hierbij is sprake van een wat uitgebreidere betekenis van het woord *leesbaarheid*. Ook voor degenen die goed kunnen lezen, kan informatie onleesbaar, onbegrijpelijk zijn. In dit verband kan worden gewezen op de grote diversiteit van de stedelijke bevolking in Nederland, met alle communicatieproblemen. Maar ook op sociale drempels die worden opgeworpen door vooringenomenheid van overheden over wat burgers dienen te weten, wat als voorkennis wordt beschouwd en wat men niet hoeft te weten.

Over het begrip stad een enkele anekdote, die er hopelijk toe bijdraagt dat de wellicht gevoelde tegenstelling tussen provincie en stad in een ander licht wordt gezien:

*Vier mensen ontmoeten elkaar op de plaatselijke brink, waar de dorpspomp is vervangen door een beeldje van een sprietig jongetje, gesponsord door een tabaksfabrikant. Ze bespreken een boek dat een van hen net kocht bij de aanpalende boekhandel en aan zijn kinderen wil gaan voorlezen.*

Tot zover niets aan de hand.

*Totdat ik erbij vertel dat het boek werd geschreven door een medebewoonster en de vier mannen respectievelijk speelfilmmaker, fotograaf, schrijver/journalist en ontwerper van beroep zijn. Als het groepje dan vervolgens wordt aangesproken door een Dickensiaanse figuur, compleet met bakkebaarden en vettige overjas, die zijn eigengedrukte dichtbundeltjes te koop aanbiedt met de aanbeveling dat poëzie niet in staat is reclame te bedrijven, dan moet het duidelijk zijn dat dit geen gewoon dorpsplein is.* Het pleintje moet dan wel het Amsterdamse Spui zijn, het culturele hart van Nederland, of zoals ABRAM DE SWAAN het noemt: van Groot Holland. Waarmee ik de paradox wil aangeven waarin de gezamenlijke Nederlandse steden, Amsterdam voorop, zich bevinden. Grootsteeds in aanbod van cultuur, onovertroffen in diversiteit van bevolking en machtig door de mondiale uitstraling. Maar tegelijk provinciaals en zelfs dorps in zijn antisnobisme, eenvoud en kleinschaligheid.

Als ik na afloop van bovenstaande belevenis van megalopole dorpsheid langs een smalle radiaal in westelijke richting naar mijn perifeer gelegen woonwijk fiets, word ik vergast op een avondlucht die door de Amerikaanse zanger JOHN HIATT een *lipstick sunset* is genoemd. Zo landelijk kan de stad zelfs zijn.

ABRAM DE SWAAN wijst erop dat op de wereldkaart Nederland ternauwernood te vinden is, en dat Amsterdam op de ranglijst van grote steden niet voorkomt. Toch is Nederland een grote mogendheid en zijn er maar weinig steden op aarde die zoveel vreemdelingen trekken als Amsterdam. Die discrepantie tussen omvang en belang verdwijnt als men zich Nederland niet voorstelt als een land, maar als een stedelijk gebied. Dan is het op slag een megalopool, in bevolkingsaantal alleen geëvenaard door Tokio of Shanghai, op een grondgebied dat niet veel groter is dan metropolitane gebieden als Greater London of Los Angeles. Eigenlijk is Nederland helemaal geen land, maar een stad.

Maar het is natuurlijk ook géén stad:

*'De Groot-Hollandse metropool is geen grootheid', zo gaat DE SWAAN verder, 'die tot de verbeelding van de bewoners spreekt. Er is niets dat die samenhang uitdrukt of belichaamt. Die onvindbaarheid van de metropool heeft ook psychologische gevolgen. Geen Amsterdammer, Rotterdammer of Hagenaar, laat staan een Zaankanter, Dordtenaar of Utrechter, identificeert zich met de grootstedelijke configuratie waarvan hij in feite deel uitmaakt: de Randstad. Dat brengt een mengeling van verlicht provincialisme en stedelijk chauvinisme met zich mee. Die onderschatting van de schaal waarop het eigen stedelijk leven zich in feite voltrekt, brengt ook iets kleinsteeds met zich mee dat in Nederland nooit helemaal wordt overwonnen. Dat heeft ook zijn aardige kanten. Die beperktheid voorkomt ook veel fanatisme, prestigedrang en avonturisme.'*

Steden bestaan niet alleen -zo zult u met me eens zijn- uit de gebouwen, de pleinen en het verkeer dat er doorheen gaat. Culturele evenementen, tentoonstellingen en voorstellingen enerzijds en economische activiteit anderzijds zijn de levende en dynamische voortbrengselen van steden. Een minstens even groot deel van wat een stad is, wordt bepaald door de communicatie, door het menselijk verkeer dat er plaatsheeft. Het gehalte van dat verkeer wordt op zijn beurt weer bepaald door de culturele diversiteit en de communicatieve infrastructuur van die stad.

De ontwikkeling van die infrastructuur wordt door een socioloog als SENNETT kritisch beschreven in zijn boek *The fall of public man*:

Sennett stelt dat we in de 20ste eeuw zijn gaan proberen alle grenzen in het menselijk verkeer op te heffen: *'Dit liberalisme van openheid en expressie heeft de ontwikkeling van de 20ste eeuwse communicatietechnologie geheel bepaald. Maar, terwijl we het idee van het gemak van de communicatie verheerlijken, zijn we tegelijk verbaasd over de steeds toenemende passiviteit van de toeschouwers van de media. [...] We verbinden ons geloof in absolute communicatievrijheid niet aan de gruwelen van de massamedia, omdat we de kernwaarheid ontkennen die aan de basis ligt van een publieke cultuur.'*

En die kernwaarheid is, volgens SENNETT dan, dat *'actieve, bewuste expressie menselijke inspanning vereist. Deze inspanning kan alleen slagen als mensen zich beperken in wat ze tegenover elkaar uiten.'*

Maar ook op meer tastbaar fysiek niveau gaat dit op, volgens SENNETT: *'Wij tolereren geen grenzen aan de fysieke bewegingen in onze steden, vonden daarom een transporttechnologie uit die ongelimiteerde persoonlijke mobiliteit mogelijk maakt en zijn dan verbaasd over het resultaat dat dat met zich meebrengt: een verstikking en afsterven van het stedelijke organisme.'* Waaraan in Nederland de ruimte ertussen, inclusief het Groene Hart, kan worden toegevoegd.

SENNETTS conclusie is moralistisch van tendens, maar bevat mijns inziens een belangrijke kern van waarheid: *'We ontkennen dus, op verschillende manieren, grenzen aan onszelf. Maar ze te ontkennen is niet gelijk aan ze uit te vlakken. Sterker nog, de problemen worden onhandelbaar, doordat ze niet langer onder ogen worden gezien en bij de kop worden gepakt.'*

#### VORMGEVING

De fysieke inrichting, vormgeving en constructie van onze omgeving gebeurt al lang vanuit de visie dat openheid en toegankelijkheid zo volledig mogelijk zouden moeten zijn. Moderne begrippen als functionaliteit, bruikbaarheid, openheid en klantvriendelijkheid geven dat aan. Functionaliteit wil in feite zeggen: ongehinderd gebruik, drempelloze toegang, maximale openheid. Een dergelijke visie bleek in de praktijk niet steeds het gewenste gevolg te hebben.

Steden verstopten met de auto's die allemaal drempelloze toegang dienden te krijgen, mensen dreigden monddood te worden door het overweldigende aanbod van communicatiemiddelen, grote groepen van de samenleving raakten geïsoleerd in getto's en maakten geen gebruik van openbare diensten en de democratische besluitvorming.

Ook op macro-niveau kent het beleid van openheid en deregulering zijn grenzen. Openbare diensten die van grote toekomstige betekenis voor de betrokkenheid van burgers kunnen zijn, zoals de Amsterdamse kabel, kunnen worden verkocht aan de meestbiedende ondernemer. Ook het beheer en de inrichting van dergelijke minder tastbare voorzieningen, zoals een communicatieve, informatieve en culturele infrastructuur gebeurt in het algemeen vanuit dezelfde liberale visie, of dat nu bewust is of niet.

De op zichzelf prijzenswaardige openheid heeft ook zijn tegenganten. Ook op sociaal terrein heeft de opdrachtgever van inrichting en vormgeving de verantwoordelijkheid om invloeden van *onderaf* [ik gebruik de term met tegenzin, aangezien die nu juist aangeeft wat in de beleving van dergelijke processen mis is] actief op te roepen en toe te staan; een mentaliteit die

reacties stimuleert in plaats van ontmoedigt. Dat geldt voor het ontwerp-proces, maar ook voor het gebruik. Niet alleen is gevoeligheid voor culturele boventonen, bijbetekenissen en associaties bij alle vormen van ontwerpen van groot belang, ook moet in de vormgeving, in de presentatie zèlf de mogelijkheid tot reageren impliciet zijn.

---

Een van de dingen die van SENNETT geleerd kunnen worden is, dat het voorstaan van openheid, directheid, toegankelijkheid en het mogelijk maken van grenzeloos verkeer wellicht niet het best gediend zijn bij het slechten van grenzen, bij het nastreven van neutraliteit, van gelijkheid.

---

Elke vorm van communicatie vereist persoonlijke inspanning en betrokkenheid; van de zender, van de intermediair zowel als van de ontvanger. Misschien moeten we weer erkennen dat alle vormen van verkeer regels noodzakelijk maakt, die voor alle partijen duidelijk en bespreekbaar zijn. Regels die ontstaan door het maken van keuzen en het hanteren van waarden, niet door het vernietigen daarvan. Niet door *laisser faire*, *laisser aller*. Niet door zo min mogelijk te regelen, maar door bewust te kiezen voor bepaalde regels.

Aan die regels, die ethiek, zit ook een concrete, tastbare, esthetische kant. Een ethiek gaat gepaard met een esthetiek, er is geen esthetiek zonder ethiek. Hoe die vormgeving eruit moet zien, kan niet van tevoren worden gedicteerd en hangt niet af van de smaak van de opdrachtgever, of die van het publiek of de mode. Hij hangt af van de gehanteerde ethiek. Ook de toepassing van vormgeving, de keuze voor bepaalde vormgeving, is in laatste instantie een ethische kwestie is.

---

HANS ACHTERHUIS zei het in een lezing over utopieën dit voorjaar zo:

*'Architecten, ontwerpers en ingenieurs hebben mijns inziens als paradoxale opdracht om utopieën te realiseren waarvan verhalen niet uitgesloten zijn, utopieën waarin mensen niet in de eerste plaats nummers zijn – al zijn ze dat in de gerealiseerde utopie van de moderniteit onvermijdelijk altijd ook – maar vooral individuen met een eigen naam en verhaal.'*

Het is de verantwoordelijkheid van de opdrachtgevers om constructeurs en ontwerpers op die opdracht te wijzen en om vanuit deze gemeenschappelijke ethiek vorm te geven aan onze samenleving.

**NEEM BIJVOORBEELD DE KATHEDRAAL**, die nu voor de meesten een volstrekt onleesbaar bouwwerk is; in de Middeleeuwen daarentegen was ieder detail van de kathedraal, binnen en buiten, onderdeel van een '*leesboek voor analfabeten*'. Symbolen en beelden waarvan wij de betekenis niet meer kennen, vormden vroeger een volstrekt begrijpelijke vertelling.

BERT VAN MEGGELEN



is directeur van de Academie van Bouwkunst in Rotterdam,  
Arnhem en Groningen. Hij studeerde sociologie en geschiedenis  
in Rotterdam, Utrecht en Frankfurt.

In zijn inleiding tot de vijf projectpresentaties plaatst BERT VAN MEGGELEN, directeur van de *Academie van Bouwkunst in Rotterdam*, enige kanttekeningen bij de rol van de vormgeving in een marktgerichte samenleving. Hij vraagt zich, inhakend op de lezing van EDMOND RINNOOY KAN, af hoe vormgeving zich in dat domein moet opstellen. Vormgeving, stelt VAN MEGGELEN, heeft ook in de marktsector de taak energie te tonen, te informeren en te verhelderen.

De inleider noemt als voorbeeld de kathedraal, die nu voor de meesten een volstrekt *onleesbaar* bouwwerk is; in de Middeleeuwen daarentegen was ieder detail van de kathedraal, binnen en buiten, onderdeel van een *leesboek voor analfabeten*. Symbolen en beelden waarvan wij de betekenis niet meer kennen, vormden vroeger een volstrekt begrijpelijke vertelling.

Zo hebben kunstenaar, architect en vormgever in iedere tijd hun specifieke taak. Dat HAUSSMANN in de gelegenheid werd gesteld gedurende 17 jaar het stratenplan van Parijs ingrijpend voor de twintigste eeuw geschikt te maken, geldt nu als zijn grootste verdienste. Maar in feite was een veel groter prestatie, dat HAUSSMANN tegelijkertijd door het aanleggen van een waterleiding- en riolering-systeem de hygiëne sterk bevorderde. Over wat nu niet meer zichtbaar is, betoogt VAN MEGGELEN, mag niet geringschattend worden gedaan.

Hij noemt Barcelona, dat met zijn vele intieme pleintjes op menige bezoeker indruk heeft gemaakt. En of de pleintjes nu mooi en dood, of lelijk maar levendig waren, ze zijn noodzakelijk in het hele bouwsysteem van de stad. Immers, gezien de kleine huizen stonden de voordeuren pleinwaarts gericht en werden zo de pleinen de gemeenschappelijke huiskamers. Volgens VAN MEGGELEN een mooi voorbeeld van vruchtbare en genietbare vormgeving, die wars is van ieder merkenken.

#### BARINGERHORN

LIDEWIJ DE KOEKOEK van de *Stichting Kunst en Cultuur Noord-Holland* toont met behulp van dia's en een maquette hoe het landschap in en om Barsingerhorn tussen Schagen en Kolhorn *leesbaar* is gemaakt. Het gehucht is als eerste in Nederland tot beschermd dorpsgezicht verklaard vanwege het unieke cultuurlandschap dat Barsingerhorn omgeeft. Om de relatie tussen de lintbebouwing en het door oude vaarten, dijken en landwegen bepaalde dorpsgezicht en strokenverkaveling te onderstrepen en het tevens voor toerisme toegankelijker te maken, werd door de projectgroep *Cultuur, Historie en Toerisme* een vormgevingsopdracht uitgeschreven. Het uiteinde-



lijk door de provincie in samenwerking met het Vormgevingsinstituut uitgekozen ontwerp van KONINGS & BEY uit Rotterdam betref de inrichting van een *Informatiepunt* dat aansluit bij de omgeving en duurzaam en milieuvriendelijk is.

Het ontwerp, dat mei 1996 wordt opgeleverd, voldoet aan de eis van *soberheid* en valt goed samen met de oude infrastructuur. Op een westelijk van het dorp gelegen weiland wordt door stroken gemaaid en ongemaaid gras de omgeving geaccentueerd, er wordt een abri herbouwd die herinnert aan de tramlijn Schagen - Van Ewijksluis [1912 - 1930] en er komt een aanlegsteiger met houten banken aan de kop van het terrein. In de abri verwijzen informatiepanelen naar de historie en bijzonderheden van het dorp en omgeving; er is straatmeubilair in dezelfde ingetogen stijl voorzien. Je moet zo goed mogelijk open staan voor zoveel mogelijk betrokkenen, zegt LIDEWIJ KOEKKOEK op de vraag wat ze heeft geleerd van dit project. Niet alleen was in dorpscafé De Fortuin geregeld overleg met de bewoners, er is voor de uitvoering ook samenwerking gezocht met plaatselijke aannemers. Na de oplevering is het zaak, aldus DE KOEKKOEK, om het geheel zo goed mogelijk te onderhouden. De rol van de provincie bij dit soort voorbeeldprojecten moet vooral stimulerend zijn voor het eigen initiatief van lokale overheden en andere belanghebbenden.

---

#### GRONINGEN

MIRJAM DE MEIJER, *gedeputeerde voor culturele zaken van de provincie Groningen*, schetst de stimulerende rol die de provincie speelt bij het uitvoeren van opdrachten. De identiteit van de provincie als bestuurslaag moet daarmee worden onderstreept. Zowel in de stad als de provincie Groningen is in eerste aanleg, zo constateert DE MEIJER, weinig affiniteit met vormgeving van de openbare ruimte. De provincie moedigt vormgevers aan om met hun ontwerpen welbewust om te springen en speelt een rol als verleider, stimulator en opvoeder.

De provincie gaat te werk als bij monumentale opdrachten. Bij de plaatsing van beelden is vaak rekening gehouden met de omgeving: verhouden zij zich harmonieus tot elkaar? Maar vaak ook is de omgeving in de loop der jaren veranderd of liet het onderhoud van het werk te wensen over. Zodra een monumentaal werk wordt beschouwd als een geïsoleerd fenomeen, moet worden ingegrepen.

De provincie streeft ernaar gemeenten te verleiden met opdrachten die bedoeld zijn om de kwaliteit van de openbare ruimte te verbeteren, zoals

lichtobjecten langs een wegtracé. Er kan ook een *banaal maatschappelijk probleem* mee worden opgelost, zoals de kroegbezoekers die met hun urine de voordeur van een karakteristieke kerk ondermijnden. Nu staat voor de deur een hek, dat een uniek voorbeeld is van versmelting van vorm en functie. Maar de opdracht kan ook de inrichting betreffen van een compleet dorpscentrum. Veel gemeenten in haar provincie, stelt MIRJAM DE MEIJER, hebben 'een hoog Juinen-gehalte'. De kunst is om alle betrokkenen ervan te overtuigen dat over de inrichting van de openbare ruimte goed moet worden nagedacht. Eerst moet worden nagegaan waarin de *identiteit* van een gemeente schuilt. Anders ontstaat het verschijnsel van de fraaie dorpskern die wordt verpest omdat men op een grote stad wil lijken.

---

De wijze waarop een gemeente of dorp alle betrokkenen bij elkaar brengt en de problemen te lijf moet gaan, heeft de provincie Groningen beschreven in een brochure. Die is ook bedoeld voor commissies en waterschappen, kortom voor iedereen die zich bezighoudt met ingrepen in de openbare ruimte.

---

De provincie ziet voor zichzelf een rol weggelegd als stimulator en opvoeder, bij bijvoorbeeld de aanleg van aanwijzingsborden, maar ook als opdrachtgever: in de kanaal- en sluisrijke provincie kan een fraai vormgegeven brugwachtershuisje veel betekenen; ook is veel inventiviteit gelegd in de bestrating van de stad Groningen. Voorts besteedt de provincie veel aandacht aan de vormgeving van het in haar opdracht vervaardigde drukwerk.

Tot slot laat MIRJAM DE MEIJER een dia zien van het door MELS CROUWEL gebouwde provinciehuis, waarvoor RUUD-JAN KOKKE het meubilair van de personeelskantine ontwierp. Door waar mogelijk aan jonge mensen ontwerp-opdrachten te geven, voldoet de provincie aan haar ambitie een broedplaats te zijn van talent.

## ZWOLLE

LEO BOSMAN, *hoofd afdeling Communicatie van de gemeente Zwolle*, geeft met een anekdote aan hoe moeizaam theorie en praktijk zich bij de inrichting van een stad soms tot elkaar verhouden: De feestelijke stoet die ter ere van Koninginnedag was geformeerd, stuitte vorig jaar op een busluis die de gemeente in die straat had aangelegd, wat het roemloos einde van een zojuist gekozen wethouder inleidde.

De probleemstelling van LEO BOSMAN: *Hoe de identiteit uit te dragen van een plaats als Zwolle, een plaatsnaam die klinkt 'als een vies woord in de oren van veel kinderen'*. *Wie zijn we, waarin spelen we een rol en wat willen we zijn* - dat waren de drie vragen die men zich bij de gemeente Zwolle stelde,

alvorens over te gaan tot de vaststelling van een merk dat moest worden uitgedragen. BOSMAN schreef na een grondige analyse een nota en stuurde die rond in zijn gemeentelijke organisatie. Inmiddels beschikt Zwolle over een huisstijl, die aansluit op de identiteit van de stad; *'een huisstijl alleen stelt niets voor, betoogt BOSMAN, zolang er geen gedachte achter zit.'* De overall-aanpak van Zwolle moet zich gaan uitstrekken van het briefpapier tot en met de inrichting van de stad.

De gemeente besteedt aan de individuele stadsbewoner veel aandacht en tracht die zoveel mogelijk bij haar diensten te betrekken. BOSMAN vergelijkt de aanpak met de foto's die na een rondvaart of bezoek aan dierentuin te koop zijn: iedereen koopt alleen de foto waar hijzelf opstaat. Zo streeft Zwolle ernaar elke Zwollenaar op de foto te zetten met een specifiek, op hem of haar toegesneden produkt. Daarnaast wil de gemeente voor de burger een draagvlak zijn en een brugfunctie vervullen. Voor de afdeling van Bosman betekent dat: tweewegcommunicatie, waarbij de gemeente ook als klankbord functioneert.

Nu is het, aldus BOSMAN, zaak dat de gemeente ook de openbare ruimte aanpast en de vormgeving ervan laat aansluiten op de identiteit van de stad. In de nota *Buiten in de Binnenstad* wordt die openbare doorvoering van Zwolles huisstijl bepleit.

#### DE RIJKSPLANOLOGISCHE DIENST

De planoloog ZEF HEMEL van de Raad voor de Ruimtelijke Ordening vertelt over een initiatief van de Rijksplanologische Dienst [van het ministerie van VROM] ter verbetering van de dagelijkse leefomgeving in Nederland.

De dienst verzond bij de vierde nota Ruimtelijke Ordening een project van vier jaar om ideeën met betrekking tot vormgeving te stimuleren. De plannen die konden worden ingezonden mochten niet haaks staan op het bestaande beleid, ze moesten vernieuwend zijn en een gemeentebestuur moest erachter staan.

Het leverde de planologische dienst vier jaar lang een gestage stroom ideeën op, elk jaar zo'n 150, die in een boek werden opgenomen dat in 4000 exemplaren werd verspreid. Elk jaar werden 13 plannen geselecteerd, die door de ontwerpers konden worden uitgewerkt. Daarvoor kregen zij een *ontwikkelingssubsidie* van 100.000 gulden. De ondertekening van de contracten was voor de betrokken wethouders elk jaar een *'geweldig evenement'*, zegt ZEF HEMEL ironisch, want steevast in aanwezigheid van de minister van VROM.

In totaal zijn door het initiatief 52 ideeën gerealiseerd, verspreid over het hele land. Twaalf ervan betreffen de inrichting of aankleding van een openbare ruimte. Zo is met een betrekkelijk klein budget een succesvol project ontstaan, dat volgens de spreker navolging verdient. *'In Den Haag is het niet onopgemerkt gebleven, zegt HEMEL, want volgens dezelfde formule lopen nu projecten op het gebied van duurzaam bouwen en van zuinig en eenvoudig ruimtegebruik.'*

#### GIJS BAKKER

De *industriële ontwerper* GIJS BAKKER toont met behulp van dia's enkele van zijn projecten. In 1987 werd hem door de wethouder van Oostburg gevraagd een ontwerp te maken voor het in de Tweede Wereldoorlog gebombardeerde stadscentrum. BAKKER stelde voor om de eenhoorn die in brons het marktplein siert, in polyester op vlaggemasten terug te laten komen. Van het een kwam het ander: BAKKER ontwierp sierbestrating en straatmeubilair, en zelfs een geïntegreerde snack-corner voor het echtpaar dat op het plein sinds jaar en dag een patatkraam dreef.

In '84 maakte BAKKER in het kader van de 1-procentsregeling een openbaar fietsenrek, met *'om bij regen het zadel droog te houden'* een soort dekseltjes, die in de zomer dienst deden als bartafeltjes voor de klandizie van een naburig café.

Wat op het stationsplein in Almere begon als een ontwerp voor een bankje, liep volgens BAKKER uit de hand tot de herinrichting en het decor van het gehele plein. Hij voorzag in een iets lager gelegen afleverstraat dwars door het ovale plein en zelfs in een kast waarin de onderhoudsgereedschappen werden opgeborgen. Toch schokte het BAKKER toen hij het plein onlangs terug zag: het was vervuild en vervallen, de gemeente had geen geld om het op te knappen.

Een ontwerper kan ook jarenlang aan iets bezig zijn, zonder dat het ooit tot uitvoering wordt gebracht. Zo'n slepende kwestie deed zich voor bij de opdracht voor een plaquette, die na een inspraakprocedure ineens veranderd werd in de opdracht voor een speelterrein. Na veel getouwtrek kwam een compromis uit de bus: er moesten kunst- en speelobjecten komen. Maar of dat er ooit komt is ook nu, vijf jaar later, nog onzeker.



## DISCUSSIE

In de plenaire discussie, die de afsluiting van de dag vormt, worden door BERT VAN MEGGELEN drie concrete punten aan de orde gesteld die eerder op de dag naar voren zijn gebracht als instrumenten ter oplossing van de gesignaleerde onderwaardering van vormgeving in lokaal beleid.

Het zijn deze punten waarop het Vormgevingsinstituut zich in de nabije toekomst concreet zal richten:

- 1 De door TIJMEN VAN GROOTHEEST gepropageerde Stadsvormgever.
- 2 De door ZEF HEMEL toegejuichte Voorbeeldplannen.
- 3 Een Vormgeving Lokaal naar analogie van Architectuur Lokaal.

---

Het Vormgevingsinstituut zal met betrokken partijen overleg voeren over de wijze waarop deze instrumenten het best kunnen worden gerealiseerd. Op projectniveau zal het Vormgevingsinstituut naar mogelijkheden blijven zoeken om in samenwerking met opdrachtgevers, eindgebruikers en ontwerpers, de rol van vormgeving ter bevordering van de leesbaarheid van de menselijke omgeving te onderzoeken en uit te dragen.

- 4 Naast de drie genoemde concrete thema's kwam op verschillende momenten het ontwerp- en opdrachtgeverschap van lagere overheden in het algemeen ter sprake. De bevordering van dat opdrachtgeverschap bij gemeenten en provincies is als vierde punt in de volgende schematische weergave van de discussie opgenomen.

---

**C** VAN GROOTHEEST herhaalt dat het niet de bedoeling kan zijn een opperontwerper aan te stellen die zijn stempel moet drukken op de totale vormgeving van de stad. De gedachten van de Gemeente Amsterdam gaan veeleer uit naar een *'functie die het debat over de kwaliteit van ontwerp in de stad aanjaagt en levergd houdt [een soort MARZANO bij Philips]; die voor concrete problemen en gebieden van de stad naar geëigende oplossingen zoekt.'* Dit alles in nauw overleg met de gemeentelijke instellingen en diensten die daarbij betrokken moeten worden.

**A** Het pleidooi voor een stadsvormgever van TIJMEN VAN GROOTHEEST roept veel vragen op in de discussie. Moet die functie worden ingevuld naar voorbeeld van de stadsbouwmeester? Een soort KEES REINBOUT voor vormgeving? Aangevoerd door Architectuur Lokaal en Stichting ARCAM is uitgebreid discussie gevoerd over de stadsarchitect. De uitkomsten van deze discussie moeten worden meegenomen als over stadsontwerpers wordt gepraat. Verschillende bedenkingen worden gehoord: *is een stadsontwerper niet in beginsel een autoritair instrument, zijn laagdrempelige initiatieven als locale architectuurcentra niet meer van deze tijd?*

**B** MIRJAM DE MEIJER, gedeputeerde van de provincie Groningen benadrukt dat de stadsontwerper nooit het panacee voor alle problemen kan zijn. Ze noemt het voorbeeld van projecten die prachtige monumentale kunst hebben voortgebracht en langzaam maar zeker verloederen. Heel belangrijk zijn een goede cultuurwethouder en enthousiaste ambtenaren *[met f 40.000, = kun je zònder enthousiasme helemaal niets doen]*, maar hoe organiseer je continuïteit? Continuïteit en evenwichtigheid van beleid kan geen verantwoordelijk van de ontwerper zijn. Daarvoor zullen bestuurders zorg moeten dragen, zo wordt gemeend.

**D** Ter discussie staat de verplichting bij lagere overheden een aan inwonertal gerelateerd klein bedrag te besteden aan vormgeving. Vele aanwezigen menen dat dit een ongelukkige constructie is die niet tot het gewenste resultaat leidt. Het honoreren van goede initiatieven en plannen met morele en daadwerkelijke steun door de centrale overheid zou een beter instrument zijn ter stimulering van de deskundigheid en betrokkenheid op lokaal niveau. Naar analogie met de *Voorbeeldplannen* van de Rijksplanologische Dienst zouden deze plannen ook moeten worden gecommuniceerd ter inspiratie van nieuw te ontwikkelen plannen.



**F** De deelnemers kunnen zich vinden in een pleidooi voor de instelling van één *medium*, een forum en informatiepunt tegelijk, waar gedachten over en plannen voor vormgeving in de openbare ruimte op toegankelijke wijze kunnen worden ontwikkeld. *Men signaleert aanzienlijke behoefte aan een medium of instrument voor documentatie, informatie en consultatie betreffende ontwerpen ten behoeve van lagere overheden. Een instelling waar men met vragen zowel, op beleids- als op projectniveau terecht kan en die helpt met het stellen van opdrachten, selecteren van ontwerpers maar ook bij de conceptie van integraal vormgevingsbeleid.*

Is het zinvol, zo wordt gevraagd, naar het voorbeeld van Architectuur Lokaal, zoiets als een Vormgeving Lokaal in het leven te roepen? Of is het model van de lokale architectuurcentra meer geëigend?



**E** MATTY VELDKAMP [*hoofdambte-  
naar Afdeling Vormgeving Ministerie  
OCenW*] vertelt dat het ministerie in  
principe voorstander is van het  
instellen van een fonds ter premië-  
ring van gemeentelijke plannen op  
het gebied van de vormgeving. Dit  
idee vindt onder de aanwezigen dan  
ook warm onthaal.

**G** ZEF HEMEL stelt aan de orde welke eisen moeten worden gesteld aan de opdrachtgever op het gebied van vormgeving. Interessante, fraaie bouwwerken ontstaan altijd dankzij een gelukkige combinatie van opdrachtgever en architect.

**H** Ook op het gebied van vormgeving, meent GIJS BAKKER, hangt veel af van de kwaliteit en overtuigingskracht van de opdrachtgever.



**K** Als een bevlogen wethouder vertrekt, wat in Groningen is gebeurd, verliest men de greep en valt men terug op wat voorbeeldprojecten. Er moet, betoogt DE MEIJER, veel aandacht gaan naar mensen die in de omgeving van de projecten moeten wonen. Anders krijg je na verloop van tijd het *VPRO-effect*, waarbij uitzonderlijk mooie of interessante produkten steeds meer aanhang verliezen. Je moet, kortom, bij de inrichting van de openbare ruimte de burgers er zodanig bij betrekken, dat ze hun geestdrift daarover uitdragen.

---

I De deelnemers aan de discussie zijn het erover eens dat het ten voorbeeld stellen van BERLAGE en de ruimte die hij destijds van zijn opdrachtgevers kreeg, nu niet meer in overeenstemming is met de realiteit. Toch moet - op kleinere schaal - worden gestreefd naar visionaire gemeentebesturen en ambtenarenapparaat die vormgevings- en stedenbouwkundig talent de ruimte geven. Anders dan in Parijs, waar een aantal staatslieden hun stempel op de stad heeft willen zetten, is in Amsterdam het grote gebaar niet mogelijk, stelt een deelnemer. Er is geen homogeniteit, want er lopen altijd tientallen projecten naast elkaar.



J LEO BOSMAN meent dat die vorm van anarchie in het soort kleinere gemeenten dat hij vertegenwoordigt ondenkbaar is. Waar veel op kan stuklopen is *het gebrek aan visie en gezag* dat hij in den lande nog te vaak signaleert. Daarop zouden vernieuwing en experiment op het gebied van vormgeving wel eens kunnen stuklopen. In het geval Zwolle wordt, zegt LEO BOSMAN, hard gewerkt aan een goede mix in het beleid van identiteit en imago van de binnenstad. Ook wordt gedacht aan een *city-manager* die ook vormgeving in zijn of haar portefeuille moet hebben.

L BERT VAN MEGGELEN vreest een al te georganiseerde structuur. Want iets bijzonders tot stand brengen is geen regel, maar uitzondering. Daarom zijn voor het bijzondere geen regels te maken. De vraag is meer: *hoe organiseer je het verband tussen het apparaat, de regels en de gekke maar interessante uitzonderingen?* \_\_\_\_\_

GERT STAAL



O TOT SLOT \_\_\_\_\_

In zijn afsluiting oppert GERT STAAL dat er meer vormen van vormgeving zijn dan mooie dingen op goede plekken en dat daarover, in een andere samenstelling, een volgende keer zou moeten worden gedebatteerd. De stadsvormgever van de toekomst zou volgens hem met veel verstrekkender processen te maken krijgen. Over geld en premiëring constateert hij dat alle deelnemers zich kunnen vinden in de stelling, dat je beter goede plannen kunt honoreren dan aantallen inwoners. En wat de in het debat bepleite continuïteit betreft: gezocht moet worden naar een organisatievorm waarin het mogelijk is dat op al die verschillende plekken in Nederland voortgang in vormgevingsprojecten wordt bevorderd.

**M** Provincies zouden als intermediair moeten fungeren, bekrachtigt nog eens LIDEWIJ DE KOEKKOEK van de *Stichting Kunst en Cultuur Noord-Holland*. Deze provincie is niet in alle opzichten herkenbaar, erkent zij, maar dat heeft ook te maken met de stevige uitstraling van Amsterdam. Noord-Holland zou zich ook daarom beter op de kleine gemeenten kunnen concentreren.

**N** Ook BERT VAN MEGGELEN meent dat de aandacht niet teveel naar Amsterdam zou mogen uitgaan en stelt Almelo ten voorbeeld. Deze gemeente heeft zich vanuit een uitzichtloze situatie van fabriekssluitingen en werkloosheid '*aan de haren uit het moeras getrokken*' dankzij eendrachtigheid in het college van B & W en het aantrekken van een bekwame stedenbouwkundige, '*die de ruimte kreeg om aan de slag te gaan*'.

- Dhr. **E. Andringa**, *Gemeente Almelo*
- Dhr. **Drs. J. van Aspert**, *Provincie Zeeland*
- Dhr. **G. Bakker**, *Gijs Bakker Design*
- Dhr. **L.M. Bosman**, *Gemeente Zwolle*
- Dhr. **P. B. Bouman**, *Cultuurfonds van de Bank van Nederlandse Gemeenten*
- Dhr. **J. Brandsma**, *Provincie Friesland*
- Mevr. **I.I. Brevink**, *Vormgevingsinstituut*
- Dhr. **Gerard Brummer**, *Bureau Brummer*
- Dhr. **Drs. M. Daamen**, *Mondriaan Stichting*
- Dhr. **Ir. C.C.F.M. Donkers**, *Gemeente Eindhoven*
- Mevr. **Drs. E. den Engelsman**, *Provincie Drente*
- Mevr. **Ir. H.E.J. Geluk**, *Provincie Flevoland*
- Mevr. **Drs. F.M. Gieben**, *Kunst en Bedrijf*
- Mevr. **Drs. G.P.M. van Ginneke**, *Ministerie van OCenW*
- Dhr. **T. van Grootheest**, *Amsterdams Fonds voor de Kunst*
- Dhr. **Dr. J.J.M. Hemel**, *Ministerie van VROM*
- Dhr. **E.E.M. Hensen**, *Provincie Noord-Holland*
- Mevr. **Drs. A.E. van der Horst**, *Provincie Overijssel*
- Dhr. **Drs. R.A. Huisman**, *bNO*
- Mevr. **Drs. C.M. Jansen**, *Architectuur Lokaal*
- Mevr. **Drs. I.B.A.J. Janssen**, *Raad voor de Kunst*
- Mevr. **Drs. L.K. de Koekkoek**, *Stichting Kunst en Cultuur Noord Holland*
- Dhr. **C.H.F.M. Kuitenbrouwer**, *Vormgevingsinstituut*

Dhr. **G.A.M. van Meggelen**, *Academie van Bouwkunst Rotterdam*  
Mevr. **Drs. M.L. de Meijer**, *Provincie Groningen*  
Mevr. **E. Mooij**, *Provincie Utrecht*  
Dhr. **Drs. T. Niël**, *Gemeente A'dam K&C*  
Dhr. **C. Nieuwenhuisen**, *Provincie Friesland*  
Mevr. **Drs. J. van Overveld**, *Gemeente Eindhoven*  
Dhr. **Drs. R. Pots**, *Provincie Zuid-Holland*  
Mevr. **Drs. G. Prechtl**, *CBK Dordrecht*  
Dhr. **A. de Regt**, *Culturele Raad Zuid-Holland*  
Dhr. **Dr. E. Rinnooy Kan**, *Schweitzer, Blaisse Rinnooy Kan & Company*  
Dhr. **T.J. Rooduijn**, *NRC Handelsblad*  
Dhr. **G. Staal**, *Vormgevingsinstituut*  
Dhr. **Drs. W. van der Staak**, *Provincie Noord-Brabant*  
Mevr. **Drs. K. Stigter**, *Verstegen & Stigter*  
Mevr. **Drs. M.J. Veldkamp**, *Ministerie van OCenW*  
Dhr. **J. Verduyn Lunel**, *Federatie van Kunstenaarsverenigingen*  
Mevr. **Drs. J.A. Verstegen**, *Provincie Limburg*  
Mevr. **Drs. L. Verstegen**, *Verstegen & Stigter*  
Dhr. **Ir. A.J.J. Vos**, *Stedelijke Woningdienst Amsterdam*  
Mevr. **Drs. I. Walinga**, *Provincie Groningen*  
Dhr. **A. van der Werff**, *adviesbureau voor kunst en cultuur*  
Dhr. **C.H. Wijn**, *Vereniging van Nederlandse Gemeenten [VNG]*  
Dhr. **T. Yocarini**, *Stichting Kunst en Cultuur Noord-Holland*

## COLOFON

De bijeenkomst op 25 januari 1996 rond het thema **DE LEESBARE STAD** werd georganiseerd door het **VORMGEVINGSINSTITUUT**.

Het verslag van de bijeenkomst werd geschreven door **TOM ROODUIJN**, redacteur van NRC Handelsblad.

De fotoreportage van de bijeenkomst werd gemaakt door **JOOST MEIJER**, de portretten zijn van **KOOS BREUKEL**.

De uitgave werd ontworpen door **CHANTAL KORTENHORST**.

Het drukwerk werd verzorgd door **DE BEVRIJDING** te Amsterdam.

ISBN 90-802701-4-8





**Het programma omvat drie inleidingen en de presentatie van een aantal projecten die tot stand zijn gekomen binnen de genoemde subafdeling.**  
Daarnaast vindt er een plenaire discussie plaats waarin de deelnemers van gedachten kunnen wisselen over het degheme.