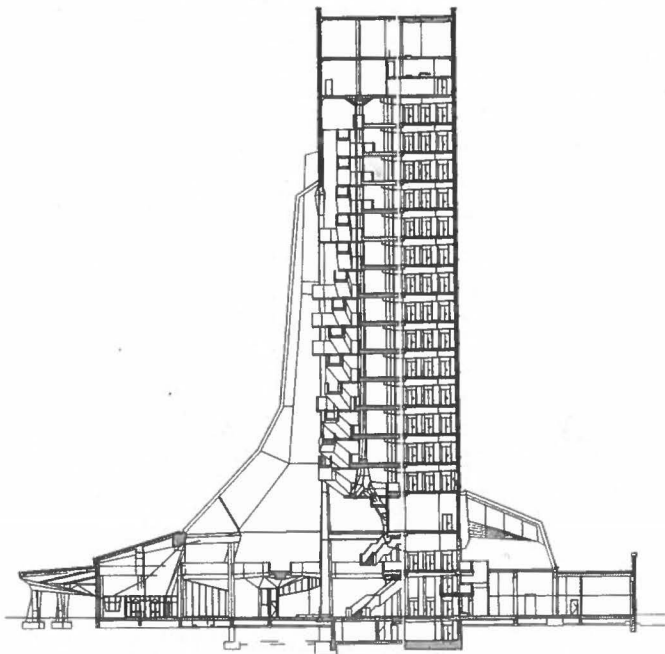


Architectuur als visitekaartje

Het Bonnefantenmuseum in Maastricht kon na de opening in recordtijd de honderdduizendste bezoeker verwelkomen. Waarschijnlijk heeft dat meer te maken met het gebouw dan met de museumcollectie. Het is een van de tekenen dat bijzondere gebouwen zich in een grote belangstelling mogen verheugen. Een bedrijf krijgt gratis publiciteit wanneer het zich mooi of op zijn minst opzienbarend huisvest: zie het gebouw van de Gasunie in Groningen of het hoofdkantoor van de ING in Amsterdam-Zuidoost. Nu zijn dat twee voorbeelden van gebouwen waarbij de uiteindelijke gebruiker van tevoren bekend was en het ontwerp van de toekomstige huisvesting heeft kunnen regisseren. Hoe anders is dat bij vele andere woningbouw- en kantorencomplexen: het ontwerp wordt gemaakt zonder enige kennis van de toekomstige gebruiker. Beleggers, ontwikkelaars en architecten weten weliswaar of er in hun nieuwe schepping gewerkt of gewoond zal worden, maar in de meeste gevallen tast men in het duister over de (sub)culturele stroming waartoe de toekomstige gebruiker behoort en over speciale wensen die mogelijk bestaan ten aanzien van vorm, kleur en materiaalgebruik. De vraag is hoe erg dat is en wat het gevolg zou moeten zijn voor de architectuur. Een architect heeft in geval van een anonieme klant de vrijheid zich in de zeer specifieke smaak van de mogelijke consument, in de 'algemene Nederlandse smaak' of louter in zijn eigen smaak te verplaatsen. In dit nummer van AGORA wordt aandacht besteed aan die keuze: voor wie is de architectuur het visitekaartje? Voor de architect, voor de gebruiker, voor de opdrachtgever? Welke rol speelt de 'architectuur als visitekaartje' bij verschillende soorten vastgoed? Zou Nederland dichtslippen met variaties op kantoren in spiegelglas en 'boerderettes' met een klomp aan de muur wanneer toekomstige gebruikers meer hun stempel op het ontwerp zouden kunnen drukken? Of zou daardoor juist het risicovolle marktdenken worden doorbroken en er in het spel tussen opdrachtgever en architect boeiende variaties ontstaan?

G.v.D. L.d.L.



De vakkritiek over het visitekaartje van de Gasunie in Groningen: "De dominantie van de bouwmassa en de tot fantasie uitnodigende vormtaal maken het tot een gebouw dat bij het publiek erg populair is. Typologisch is het echter een combinatie van twee standaardschijven met een gigantisch atrium (...)" (Uit: Architectuur in Nederland, Jaarboek '94-'95)

VOLGEND NUMMER

1996

Uiteraard gaat AGORA door in 1996. In het eerste nummer van de twaalfde jaargang staan trends en toekomstige ontwikkelingen in het gebruik van kantoren centraal. Ontwikkelingen op de arbeidsmarkt als flexibilisering en technische innovaties, met name op het gebied van telecommunicatie, zorgen ervoor dat aan het kantoor van de toekomst nieuwe eisen gesteld worden. Telewerken is inmiddels geen toekomstmuziek meer, maar de grote doorbraak lijkt uit te blijven. Wat zijn de ruimtelijke effecten van nieuwe werkwijzen?

Andere onderwerpen die we volgend jaar aan de orde willen stellen zijn:

landelijk gebied: door alle aandacht voor de stad (compacte-stadsbeleid, stedelijke knooppunten etc.) dreigt het platteland vergeten te worden. Anders gezegd: fungeren de steden inderdaad als de beoogde voortrekkers voor de ontwikkeling van het gehele land?

ruimtelijke ordening - democratie - Europa: functioneert de inspraak naar wens, worden belangrijke beslissingen steeds vaker op Europees niveau genomen, kortom: wie beslist er eigenlijk? Met concrete voorbeelden.

buurtbeheer - wijkmonitoring: in de Nederlandse volkshuisvesting is een verschuiving merkbaar in de punten van aandacht: van scheefheidsbestrijding en de slogan 'meer koop' naar de gevolgen van bevolkingsconcentraties voor leefbaarheid en sociale veiligheid. Het aloude thema buurtbeheer verdient weer aandacht.