

Redactioneel

‘Energiebanen aan de IJssel.’ Deze slogan trok de aandacht bij het lezen van de Volkskrant van dinsdag 23 december jl. Het artikel van auteur Bert Wagendorp bleek te gaan over het Nederlandse stadje Zutphen. Zutphen is een stadje met een kleine veertigduizend inwoners in het oosten des lands, wat haar identiteit in het verleden vooral ontleende aan haar rechtbank en haar functie als hofstad van het Graafschap Gelre. De IJssel stroomde er traag en statig voorbij. Hier kwam verandering in toen in 1951 in het nabijgelegen plaatsje Brummen de Michaëlshoeve, een antroposofisch instituut voor gehandicapten, haar poorten opende. De antroposofie is een christelijke stroming die zoekt naar de mens in zijn diepere kern, de ‘geestemans’. De antroposofische huisarts Maarten Bos vestigde zich in 1953 in Zutphen omdat hij zijn zoon naar deze school wilde sturen. Zijn vrouw begon een peuterklas op antroposofische grondslag.

In navolging van Bos kwamen er meer en meer spirituele, quasi-spirituele en ‘would be’ spirituele mensen naar Zutphen. Leonard Beugot noemt het ‘de antroposofische sneeuwbal van Zutphen’. Men is er nog niet uit of er sprake is van een soort spirituele bedding voor dit verschijnsel, maar vast staat dat Zutphen zich de afgelopen jaren heeft ontwikkeld tot antroposofisch centrum van belang. Er is een omvangrijke hoeveelheid New Age-achtige initiatieven ontplooid in Zutphen, en momenteel is naar schatting 10 tot 15 procent van de inwoners antroposofisch ingesteld. Er zijn drie bloeiende vrije scholen, een Christengemeenschap en in de directe omgeving is een groot heilpedagogisch instituut. Ook kent Zutphen een ongewoon groot aanbod van homeopaten, acupuncturisten, reiki-genezers, yogaleraren, spirituele genezers en andere alternatieve therapeuten.

Geheel comfort de moderne stedelijke beleidsvoering kwam burgemeester Arnold Gerritsen, een halve eeuw nadat de eerste antroposoof zich in Zutphen vestigde, met het opzienbarende idee de stad formeel uit te roepen tot ‘antroposofische stad’. Dit is conform de moderne stedelijke beleidsvoering omdat steden meer en meer opereren op een mondiaal schaalniveau, en dus moeten concurreren met steden over de hele wereld. De naam van een stad is haar merknaam, die moet concurreren met andere merken. Dat dit niet alleen geldt voor grote steden bevestigd Zutphen in het bovenstaande. In welke andere kleine stad kan je immers profiteren van de ‘Art of Chi’T-ai Chi ChuanQi Gong-Zen’?

Veel Nederlandse steden zijn tegenwoordig op zoek naar identiteit. Nieuwe identiteiten worden vaak gezocht in bestaande kwaliteiten van de stad. Elke mogelijkheid wordt benut de stad te promoten als ‘centrum van ...’. De puntjes kunnen naar believen worden ingevuld, zo lijkt het. In de moderne mondiale economie lijkt een overheersende populariteit te ontstaan voor het promoten van de stad als cultureel centrum. Steden richten zich meer en meer op hun bohémie, hun ‘music scene’ en, op het eerste gezicht misschien vreemd, op hun creatieve professionals: individuen werkzaam in ICT-gerelateerde bedrijvigheid en complexe dienstverlening zoals de medische wereld. Deze zeer uitlopende opsomming van individuen wordt tegenwoordig steeds meer samen getrokken tot de creatieve klasse.

Zutphen heeft het geluk gekend waar veel steden op hopen. Er is spontaan een sterke identiteitverschaffende stroming opgekomen die de stad nieuw leven in blies. Het stadsbestuur wil, niet verwonderlijk, deze nieuwe identiteit zo veel mogelijk stimuleren. De steeds meer geënceneerde identiteit wordt echter niet door iedereen gewaardeerd. Juist de inwoners die mede verantwoordelijk zijn voor het nieuwe imago staan niet te springen voor de plannen. Ze vrezen de stigmatisering van een stad vol gelukkig glimlachende antroposofen op gezondheidssandalen.

Dit themanummer van AGORA gaat over de creatieve stad; een stad die tolerant is voor diverse creatieve en culturele uitingen en daarmee gerelateerde bedrijvigheid wil aantrekken. De geschetste ontwikkeling van Zutphen blijkt een veel voorkomend patroon. Creatieve samenklontering komt vaak tot stand door individueel initiatief en wordt vervolgens door het stadsbestuur opgepikt als kans. Stigmatisering jaagt de grondleggers in de verdediging, en aan sociale rechtvaardiging wordt eveneens voorbijgegaan. Voor wie is het stadsbeleid nu eigenlijk bedoeld? Deze en andere vragen zullen in dit nummer over de creatieve stad aan bod komen.

Redactie AGORA

Creatieve steden

