

Verslag Architectuurdocumentaire avond 17 oktober 2017

Bezoekers: 45

Het Architectuurcentrum Nijmegen presenteert dit najaar 3 avonden over het thema 'stedelijke identiteit'. Aan de hand van drie centrale vragen verkennen we dit actuele thema over wat Nijmegen is of zou moeten zijn.

1. Wat is de zin of onzin van stedelijke identiteit?
2. Hoe veranderlijk is stedelijke identiteit?
3. En wie werken er nu aan de toekomstige Nijmeegse identiteit?

Programmaleiding: Nico Nelissen, te gast: Wouter Jan Verheul

Pepijn Sluiter, directeur ACN, leidt de avond in met een terugblik op de Special-avonden. Wat hebben we tot nu toe geleerd over de identiteit van de huidige stedelijke ontwikkelingen?

Volgens **Paul Goedknegt**, stedenbouwkundige bij de gemeente Nijmegen, is Nijmegen een landschapsstad. De kracht van de stad ligt in zijn ligging op de stuwwal aan de bocht van de rivier. Het Rivierpark is daarbij de nieuwe troef als identiteitsdrager. Omdat aan de noordkant de voorwaarden ontbreken voor een stedelijk programma, wordt de verdere ontwikkeling gebaseerd op een zogenaamd ontspannen woonprogramma in het kwalitatief hoogwaardig landschap dichtbij de stad.

Wethouder stedelijke ontwikkeling **Bert Velthuis** liet zien dat stedelijke identiteit door de jaren heen van kleur verschiet. Van Romeinse vestingstad, Middeleeuwse handels- en hanzestad, Garnizoensstad, Wederopbouwstad naar uitbreidingsstad. Nijmegen heeft tegenwoordig het imago van jonge, sociale en linkse studentenstad en prettige woonstad. Wil Nijmegen een aantrekkelijke woonstad blijven, dan kan het deze identiteit volgens Velthuis versterken door in te zetten op meer experimentele woonvormen.

Het stationsgebied als stedelijke schakel tussen oost en west ontbeert al jaren een sterke en herkenbare identiteit. **Studenten Spatial Planning** van de Radboud Universiteit deden onderzoek naar het stationsgebied als ontmoetingsplek. Hun advies: ontwikkel het gebied met hogere dichtheden, functiemenging, eigenaarschap en activering door bewoners uit omliggende wijken. Ook een nieuw icoon als Metterswane van Barcode Architects kan bijdragen aan herkenbaarheid en levendigheid van het stationsplein.

In het Waalfront worden huidige industriële identiteitsdragers nog te weinig ingezet als inspiratie voor nieuwe ontwikkeling. Ook het informele karakter, de energie en bedrijvigheid van de plek komen niet terug in de plannen. Volgens **Karel Loeff**, directeur erfgoedvereniging Bond Heemschut zou de identiteit Waalfront een mix moeten zijn van wonen, werken en uitgaan op basis van de bestaande krachtige industriële gebouwen. Gelaagd, spannend, met meer vrijheid en een open planvorming.

Ook in de Waalprong lijkt van herkenbare identiteit geen sprake: de woningbouwprojecten krijgen over het algemeen het signatuur van de architect en zijn nauwelijks als Nijmeegs te duiden of te herleiden. Nijmeegs aan de nieuwbouwplannen in de Waalprong is met name de eigenwijsheid van 'Plant je Vlag'.

Aansluitend houdt **Prof. dr. Nico Nelissen** een inleiding over het begrip identiteit.

Wat is het zelf, het eigene? vraagt hij zich af. Het eigene lijkt opgebouwd uit meerdere dimensies: een persoonlijke, groeps- en culturele identiteit. De culturele identiteit wordt ontleend aan de buurt, de stad, de regio of de natie. Door stedenbouwers, stadsmakers en bewoners van de stad staat juist een specifieke ruimtelijke structuur of markant gebouw vaak symbool als identiteitsdrager.

Iedereen heeft meerdere identiteiten. Als individu ben je opgebouwd uit een 'reeks' of verzameling van identiteiten. In de huidige tijd is het de trend om onderscheidend te zijn, anders dan de ander. Dat kan zowel op individueel, als op groepsniveau. Wij versus zij, waarbij 'wij' meestal als beter gezien wordt dan 'zij'. Een groepsidentiteit verschaft een zekerheidsgevende identiteit aan individuen. Klein, groter, grootst. Maar onderschat het imago dat je hebt in de ogen van anderen niet: You are what people think you are.

Wat is nu urbane identiteit? Wat is het onderscheidende van een stad. Meerdere factoren spelen een rol: landschap, architectuur, stedenbouw, demografie, sociaal en cultureel leven. We herkennen een stad vaak

meteen aan het ruimtelijke silhouet. Markante voorbeelden daarvan zijn: Athene, San Gimignano, Venetië, Florence, New York, London. Ook aan de hand van haar plattegrond kan een stad vaak snel herkend worden: Naarden (vesting), Amsterdam (grachten), Barcelona (grid) en Parijs (centraal) hebben allemaal een specifieke ruimtelijke identiteit die uit de plattegrond af te lezen is. Stedelijke identiteit kan daarnaast gerelateerd zijn aan markante monumenten of aan moderne architectonische iconen: Rome (Colosseum), Pisa (toren), Utrecht (Domtoren), Middelburg (stadhuis), London (Big Ben), New York (Empire State building), Barcelona (Gaudi), Valencia (Calatrava), Hamburg (Elbphilharmonie) en Nijmegen (Waalbrug) bijvoorbeeld.

Een stad kent kortom meerdere urbane identiteiten. Waarom is het onderwerp 'urbane identiteit' tegenwoordig erg actueel? Veel mensen zoeken naar het eigene om zin te geven aan hun eigen bestaan en dat doen steden ook. Wat ben je als stad? Waar kom je als stad vandaan? Het is het doel om dit te ontdekken, er een gevoel bij te krijgen en mogelijk trots te zijn op de stad waarmee je je identificeert. Deze zoektocht heeft tegelijk iets onzinnigs: iedereen ziet iets anders in het eigene van de stad en de zoektocht naar de eigen identiteit is blijkbaar vaak nodig juist vanwege het gebrek eraan. Toch heeft deze identiteitscrisis inmiddels een markt opgeleverd voor de productie van de stadsidentiteit door middel van citymarketing en citybranding. Urbane identiteit kan bovendien niet los worden gezien van urbane rivaliteit: stedenstrijd. Steden willen in vergelijking tot andere steden bijzonder zijn.

De documentaire **Betoog en Beton** brengt de verhalen rond iconische architectuurprojecten in beeld en zoekt naar de achterliggende factoren om architectonische iconen te realiseren. In de documentaire kijken we achter de façades van beeldbepalende architectuurprojecten en zien de strijd van politici, architecten, ontwikkelaars en bevolking die achter deze projecten schuil gaat. De maakbaarheidsuitdaging van iconische architectuur betreft niet zozeer het stapelen van stenen (beton), maar eerder het bouwen aan overtuigingskracht (betoog).

De documentaire is geïnspireerd door het boek 'Stedelijke Iconen. Het ontstaan van beeldbepalende projecten tussen betoog en beton' van **Wouter Jan Verheul**. Als universitair docent en onderzoeker op het gebied van het stedelijk ontwikkelingsmanagement aan de TU Delft, is Verheul steeds op zoek naar relatie tussen wat de stad wil zijn en haar gebouwde omgeving. Voor zijn boek onderzocht hij welke beslissingen in het ontwikkelproces doorslaggevend zijn om een iconisch gebouw te creëren. Burgers, bestuurders, ontwerpers, ontwikkelaars en tegenstanders van projecten vertellen namelijk ieder hun eigen verhaal over de betekenis van een project, zowel voor als na de bouw. De 'narratieve nastrijd' noemt Verheul het.

Zijn stedelijke icoonprojecten een panacee voor stedelijke identiteit? Ze kunnen in ieder geval bij aan de identiteit. Zie de Erasmusbrug in Rotterdam, het Eye Museum in Amsterdam-Noord, het Centraal Station in Arnhem.

Iconen zetten de stad op de kaart en hebben meerdere functies (Verheul, 2012):

1. Iconen vallen op door hun symbolische betekenis. De samenleving is de co-creator van deze symboliek.
2. Iconen sacraliseren, we vereren ze met onze bezoeken en foto's (zoals bij het vrijheidsbeeld of de Eiffeltoren).
3. Iconen zijn wapens in de stedelijke strijd om nieuwe bezoekers en bewoners aan te trekken. Het bekende Bilbao-effect; iedere stad wil een emblematisch gebouw.
4. Iconen zijn prestigieus. Ze geven de stad en de initiatiefnemers prestige. Zie de piramide voor het Louvre van François Mitterrand. Presidenten, burgemeesters en wethouders nodigen graag starchitects uit om deze kunst te herhalen. Zie de projecten van Calatrava in Valencia.

Iconen als attractie worden ingezet om toeristen te trekken. De Rotterdamse Markthal had in de eerste maand na de opening 1mln bezoekers. Inmiddels is het een toeristische enclave en worden lokale winkels minder interessant, met leegstand tot gevolg. Iconen als deze zijn de zogenaamde Witte Olifanten: de meeste olympische stadions, het Vogelnest van Herzog & De Meuron of het kasteel van Almere. Van nepkasteel werd Kasteel Almere een echte ruïne.

Jo Coenen zegt over de iconendrang van bestuurders en samenwerkende actoren: de triangel (driehoek) van ontwikkelaar, architect en politiek leidt vaak tot leegstand en projecten die zelden in het belang zijn van het publiek.

De maakbaarheid van de stad door middel van iconen kan dus worden betwist. Het geloof in maakbaarheid vanaf de tekentafel is een erfenis uit ons moderne verleden. Stedenbouwer Van Eesteren had in zijn witte doktersjas als stadsdokter een sterk geloof in de maakbaarheid. Le Corbusier probeerde met zijn 'Plan Voisin' het centrum van Parijs te transformeren.

De inzet op iconprojecten leidde niet zelden tot het kopiëren van succesformules en het verdwijnen van het lokale eigene, met 'clone cities' tot gevolg. Maar ontwikkelen voorbij de maakbaarheid, hoe doe je dat? Verheul pleit voor 'verankerde ontwikkeling' of 'verankerde vernieuwing'. Hij heeft zijn hoop gevestigd op wat ook wel 'glocalisering' wordt genoemd met een 'slow architecture' en een 'local first' benadering. Dat wil zeggen het karakter behouden en opnieuw tot leven brengen. Je ziet hiertoe pogingen bij herbestemde projecten, maar ook bij sommige opvallende nieuwbouwprojecten, zoals Inverdan van Sjoerd Soeters in Zaandam, of (de ornamentiek van) de Rozet in Arnhem (Neutelings Riedijk), waar de identiteit van de plek wordt versterkt of teruggebracht. Een ander voorbeeld is de wijk Roombeek in Enschede, waar particulier opdrachtgeverschap en het betrekken van mensen bij herontwikkeling tot een hernieuwd bewustzijn van de eigen identiteit leidde.

Maar wat is stedelijke identiteit eigenlijk? Veel heeft te maken met persoonlijke identificatie van mensen met een plek. 'Ich bin ein Berliner', zei Kennedy. 'Zo ik iets ben, ben ik een Hagenaar', zei Louis Couperus. Voor identiteit geldt: je bent wat de ander niet is. Limburg is heuvelachtig en bourgondisch, omdat de rest van Nederland dat niet is. Zo kun je je identiteit bepalen. Door in Nijmegen bijvoorbeeld in te zetten op oudste stad bijvoorbeeld.

Conclusie. Iconen zijn maar beperkt maakbaar en attracties beperkt houdbaar. Een icon als speeltje maakt minder kans werkelijk iconisch te worden en te blijven. De basisvraag moet zijn: is het goede architectuur voor de plek? Voorop moet staan het op zoek gaan naar en gebruiken van stedelijke identiteit in de ontwikkeling van de stad en haar gebouwde omgeving. Identiteit gaat over 'sense of place', over hoe mensen zich verbonden voelen met een plek. Identiteitspolitiek is een populair onderwerp geworden in de politiek, als reactie op vervreemding van mensen met hun omgeving. De stelling van Verheul is dat het gebruik van een eigen *stedelijke* identiteit een redelijk alternatief is voor enerzijds kosmopolitische relativering (alles is gelijk, de plek doet er niet toe) en anderzijds de xenofobe verheerlijking van de natiestaat.

Wat betekent dit alles voor Nijmegen? Hoe kunnen we de waarde van ons iconische Rivierpark versterken? In de narratieve strijd is het verhaal van de plek heel belangrijk. Hoe kun je de plek blijvend interessant houden? Heeft het verblijfskwaliteit? Kun je er iets doen? Kijk hier ook naar in relatie tot de 'dubbelstad' Nijmegen. Het icon als narratief op weg naar de dubbelstad.