

Steppingstones in stedelijk gebied

Auteur: Miek Witsenburg

Eerder gepubliceerd in het tijdschrift
Stedelijk Interieur nr. 4 augustus 2006

Een langere versie van dit artikel is
als essay geplaatst op de website van
Stedelijk Interieur.

www.stedelijkinterieur.com → Tijdschriften → Essays

© Buro Witsenburg

Niets uit dit artikel mag, in welke vorm en op welke wijze dan ook,
worden overgenomen zonder voorafgaande schriftelijke toestem-
ming van de auteur.

Steppingstones in stedelijk gebied

Laten we in onze steden de kleinste openbare ruimte tot een belangrijk agendapunt maken. Een netwerk van aantrekkelijke plekken als 'steppingstones' in de zich verdichtende stad. Per plek zijn de aanlegkosten bescheiden en het succes ervan voor bewoners en bestuurders welhaast gegarandeerd.

AUTEUR: MIEK WITSENBURG

Ontmoetingsplekken / 'postzegels'

Met de term 'postzegels' worden kleine verblijfsgebiedjes bedoeld van een of enkele percelen groot, waar de buurtbewoner, werknemer, klant en recreant wat aan heeft. In de reeks plantsoenen, pleinen, parken en recreatiegebieden ontbreekt een fatsoenlijk aanbod aan de onderzijde: de 'aangeklede' plekken om de hoek, de buitenkamers.

Verzamelbegrip / typologie

Het bestaande begrip 'postzegelpark' heeft een te groene bijbetekenis. Het gaat niet alleen om parkjes. De plekken kunnen ook een overwegend stenige inrichting hebben, als ze maar door hun materiaalkeuze, het kleurgebruik en de verlichting uitnodigend ogen. Heel bruikbaar zijn de termen 'huiskamer' en hobbykamer'

gebleken als identiteit voor de plek. Hiermee wordt het onderscheid in type duidelijk.

De 'huiskamer' staat voor een ruimte die voor allerlei doelgroepen geschikt is, hieronder vallen het mini-parkje en het mini-pleintje. Veel zitplaatsen zijn daarvoor kenmerkend (gastvrij / uitnodigend). De 'hobbykamer' is voor één doelgroep ingericht, zoals een kinderspeelplaats, een visstek, een vrij podium voor muziek en toneel, een klimwand, een klein theater, een tennisbaan of een openluchtbioscoop. Waar je wat aanlegt hangt van de locatie af, wat in de omgeving aanwezig is en waar de omwonenden behoefte aan hebben. Een typologie geënt op de plek heeft daarom niet zoveel zin. Die 'locatie-eigen' inbreng levert een goede ontwerper.

Mediterraan voorbeeld



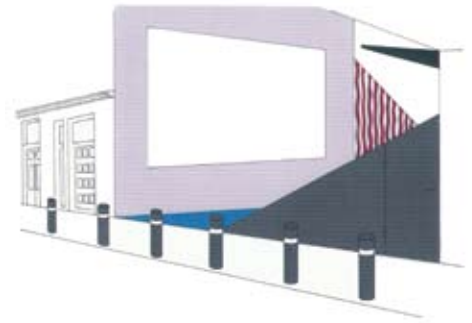
Waar

De aanleg ervan is noodzakelijk in de dichtst bebouwde delen van de stad waar de ruimte schaars is. Maar ze zijn ook gewenst in uitbreidingsgebieden waar stedelijke vernieuwing plaatsvindt, in kantoorwijken en aan de rand van bebouwing. Allerlei plekken komen ervoor in aanmerking: overhoeken, inhammen, reststroken, lege percelen, entreezones, binnenplaatsten, atria, dakterassen, onderdoorgangen etc.

Selectiecriteria

Toch zijn niet alle 'restruimten' bruikbaar. Bij de inventarisatie met de titel 'potentiële locaties' die wij in 2002 voor Amsterdam maakten, zijn een achttal criteria geformuleerd die relevant bleken. De eerste vijf spreken voor zichzelf: 'beperkt van omvang' (1), 'ligging aan een voetgangersnetwerk' (2), 'openbare sfeer (aanwezig of te maken)' (3), 'bestaand maar onvolledig ingericht' (4) en 'weinig alternatieven' (5). Dat laatste wil zeggen dat er geen concurrentie van privétuinen of een toevallige ligging van parken en pleinen in de buurt moet zijn, dan heeft een nieuwe buiten-

ruimte geen zin. De 'meerwaarde van een plek' (6) vormt zeker ook een criterium om een locatie te selecteren, zoals de aanwezigheid van mooie bomen, bijzondere architectuur, een vrij uitzicht dan wel een combinatie hiervan. Een 'centrale- of markante ligging' (7) is eveneens een selectiecriteria want pas na de aanleg op deze locaties, waar veel mensen ervan kunnen profiteren, komen de minder in het zicht gelegen plekken in aanmerking. Het belangrijkste criterium is echter '(potentiële) beslotenheid' (8). Gewilde plekken bieden net als een kamer een zekere vorm van intimiteit. Deze kan fysiek of mentaal zijn. Fysiek door bijvoorbeeld de suggestie van beschutting in de vorm van een gevel of andere rugdekking, een bomendak of door een minimaal verdiepte ligging. In mentale zin door door de activiteit of atmosfeer ter plekke waar iemand op dat moment behoefte aan heeft: een vrij uitzicht, een theatervoorstelling, muziek(podium), boekenmarkt, parkje, rustig hofje etc. Idealiter moet er daarom een grote verscheidenheid aan dit soort plekken ontstaan om



De 'hobbykamer' is voor één specifieke doelgroep; geluidloze openluchtbioscoop

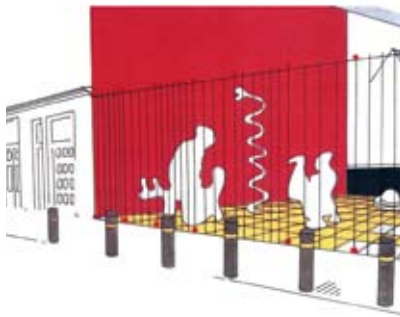
aan de uiteenlopende behoeften van mensen tegemoet te komen (keuzemogelijkheid bieden). Voor de stad Amsterdam selecteerden wij ca 270 potentiële locaties, zonder volledig te willen zijn. Dat is nog een bescheiden aantal als je bedenkt dat Aldo van Eijck voor de stad alleen al 800 speelplaatsen realiseerde.

Realisatietempo

Ter compensatie van de verdichting van het stedelijk gebied kunnen dit soort buitenruimtes voor iedereen veel betekenen. De aanleg ervan moet daarom worden versneld. Tijdens een minisymposium over dit onderwerp dat vorig najaar werd georganiseerd door de Amsterdamse Raad voor de Stadsontwikkeling om de stad opnieuw aan te sporen door te gaan met de aanleg ervan, werden drie suggesties gedaan. In plaats van ze zelfstandig te realiseren is het laten meeliften met de aanleg van een groter project veel effectiever (financieel, planmatig, m.b.t. inspraak e.d.). Ook werd een 1%-regeling geopperd, vergelijkbaar met de regeling voor de tot standkoming van beeldende kunst in gebouwen. Als derde suggestie werd door de dienst Ruimtelijke Ordening van Amsterdam

De 'huiskamer' is voor uiteenlopende doelgroepen; buitenruimte Rijksmuseum





Inrichtingssuggesties voor één plek



een toolkit voorgesteld waarin gestandaardiseerde elementen zitten. Enigszins vergelijkbaar met de wijze waarop Aldo van Eijck de speelplaatsen realiseerde.

Inrichtingsaspecten

Een aantal aspecten zijn relevant om te noemen.

Het belangrijkste is dat de plek een duidelijke identiteit krijgt, hoe eenvoudig de plek ook wordt ingericht. Neutraliteit werkt ongewenst gebruik in de hand. In een fractie van een seconde moet je kunnen zien of het een mooi parkje is, een aantrekkelijk pleintje of iets specifiek voor een doelgroep.

Verder is van belang dat er in actie of passieve zin iets te beleven is anders, wordt de plek niet aantrekkelijk genoeg gevonden.

Heel kenmerkend voor een aantrekkelijke plek is een zekere vorm van beslotenheid/intimiteit in fysieke of mentale zin. Dit is onder Selectiecriteria al verwoord.

Opvallend is verder dat gewilde plekken door hun materiaal- en kleurkeuze en de verlichting een 'zachtere' uitstraling hebben en daardoor uitnodigend overkomen.

Niet dat slechts groene juweeltjes gewenst zijn of altijd water in een of andere vorm. De plek kan ook een stenige inrichting hebben maar dan zijn b.v. beton met een blaad-

jesprint, grind of andere halfverhardingssoorten te verkiezen al of niet in combinatie met een mentale 'softener' (als bewegend beeld op de muur, verkoop van spullen etc.). Groen wordt in het algemeen zeer op prijs gesteld maar is geen voorwaarde. Wordt daar voor gekozen dan is de aanplant van bomen en muurbegroeiing beter dan struiken en gras, die zijn voor intensief gebruik te kwetsbaar.

Zonlicht is eveneens geen voorwaarde. Als een plek zonder directe inval van zonlicht zorgvuldig is ingericht en er wordt iets extra's geboden zoals een trompe l'oeil en de lekkerste haring, dan zijn er genoeg mensen die naar zo'n plek toegaan.

De derde dimensie speelt een grote rol in de beleving van 'postzegels', helemaal bij plekken die tussen twee gebouwen ingeklemd liggen. Niet alleen het platte vlak maar ook de volle hoogte zal op de een of andere manier in het ontwerp tot uitdrukking moeten komen.

Sociaal-economische kant

Het sociale belang van dit soort ontmoetingsplekken is evident. Maar er is met de aanleg ook fysiek-ruimtelijke en economische winst te behalen wanneer deze plekken worden gecombineerd

met publiek-private instellingen zoals musea, woon-/zorginstellingen, onderwijs, etc. In het artikel 'Wij gaan het maken' in het tijdschrift de Vitale Stad (nr.2 2005) stellen de auteurs dat het mes dan aan twee kanten snijdt. In het artikel gaat het weliswaar meer om 'gebouwde' voorzieningen zoals een klein zwembad, een tennisbaan etc. maar de voorbeelden passen goed in een netwerk van 'postzegels'.

Pleidooi

Dit artikel pleit voor de aanleg van talloze, aantrekkelijke kleine stedelijke ruimten. Ruimten die zowel in de buitenlucht als inpandig kunnen liggen (wintertuin, overdekte vrijmarkt, etc.). Met dit soort aantrekkelijke postzegels kan het verblijfsklimaat in steden aanzienlijk worden verbeterd.

Nu blijft het veelal bij incidenten, van een beleid waarop men jaren lang focust is nog geen sprake. De nieuwe gemeentebesturen maar ook woningbouwverenigingen en bedrijven zouden meer initiatieven op dit terrein kunnen ontplooiën. Er zou een cultuur moeten ontstaan die de aanleg van dit soort plekken als vanzelfsprekend beschouwd. Laat dit soort plekken kenmerkend worden voor de kwaliteit van onze steden. ■