

Bijdragen voor Het Laatste Woord kunt u sturen aan Het Laatste Woord, Postbus 433, 1000 AK Amsterdam of aan hetlaatstewoord@parool.nl. Bijdragen mogen niet langer zijn dan zeshonderd woorden. De redactie behoudt zich het recht voor stukken in te korten.

het laatste woord

Ruimte Rekening houden met wensen van koopkrachtige doelgroep

Stad moet bieden wat mensen vragen

De stad wordt populairder, burgers worden mondiger. Inrichting en bouw kunnen daarom niet meer alleen met van bovenaf opgelegde regels en voorschriften worden geregeld, schrijft **Hans-Hugo Smits**.

2015 is het Jaar van de Ruimte. Een jaar waarin 'professionals' uit de wereld van ruimtelijke ordening en stedelijke gebiedsontwikkeling met elkaar bedenken wat de ruimtelijke opgaven zijn en wie die moet oppakken. De officiële aftrap werd donderdag gegeven in de Beurs van Berlage.

Nederland kent een lange planningstraditie, waarin bepaald werd hoe het land ingericht moest worden. De groeiende bevolking moest fatsoenlijk gehuisvest worden en de groei van steden en dorpen in goede banen worden geleid. Waar je kon wonen, werken en winkelen werd op basis van rekenkundige modellen, stedenbouwkundige blauwdrukken en soms ook politieke doctrines voor je bepaald. En ook waaraan al die woningen, werkplekken en winkels moesten voldoen lag grotendeels vast in bijvoorbeeld een bouwbesluit, bestemmingsplan of welstandsnota. Minimale afmetingen van een toilet, de rooilijn van een gevel, wat er in een bepaalde winkel

wel en wat er niet verkocht mag worden. Ergens hebben 'professionals' opgeschreven waar onze gebouwde ruimte allemaal aan moet voldoen. Misschien wel met het belang van de burger in het achterhoofd, maar toch zeker van bovenaf bepaald.

Dat paste bij een tijd waarin ruimte schaars was, de bevolking groeide en er ook voldoende geld was om alle plannen en ideeën uit te voeren. Maar de tijden zijn veranderd. Niet alleen de crisis, maar ook sociaal-demografische en culturele ontwikkelingen maken dat het oude systeem kraakt. De bevolking groeit minder en burgers zijn mondiger, kritischer en mobieler geworden. Ze stellen hogere eisen aan hun woningen, werkplekken en winkelomgevingen. En als ze niet voldoende bediend worden, haken ze af.

Dat is even wennen voor 'de professional' die het voorheen voor het zegen had. Die moet zich opeens verdiepen in de behoeften van afnemers en zich afvragen waar mensen bereid zijn voor te betalen. Volgens sommigen regeert daarmee het geld of de

massa, hetgeen al snel wordt betiteld als populistisch. Maar is voldoen aan de vraag van mensen populistisch of is het populair?

De stad is weer in trek. Appartementenprijzen binnen de ring stijgen. Op elke denkbare binnenstedelijke locatie met koffie en wifi wordt gewerkt. En loop op zondagmiddag

Op elke locatie met koffie en wifi wordt gewerkt

De Hallen in Amsterdam-West binnen en je ziet dat sociale netwerken in ons digitale tijdperk toch echt ook nog een fysieke (en stedelijke!) component hebben.

Deze positieve benadering van de stad is opmerkelijk. Nog maar enkele decennia geleden lieten we de stad massaal achter ons. In de stad wonden mensen die het zich niet konden veroorloven te verhuizen. Steden



De drukte in De Hallen in West laat zien dat sociale netwerken duidelijk nog een

worden vooral beschreven in termen van problemen. Dat beeld lijkt inmiddels 180 graden te zijn gedraaid. De stad is weer aantrekkelijk en wordt volop geconsumeerd door mensen die bereid zijn voor stedelijke sfeer en voorzieningen te betalen.

Maar dan moet de stad wel bieden wat deze mensen vragen. Dat betekent echt niet altijd één-op-één doen wat 'de consument' wil. Identificeren

wat voor burger, klant of consument van waarde is, moet startpunt van handelen zijn, en niet bestaande regelgeving en gewoontes. Ruim baan dus voor vernieuwende retailconcepten, ook als daarvoor soms branchebeperkingen moeten verdwijnen of pandjes moeten worden samengevoegd. Veel meer ruimte ook voor stedelijke woonvormen en architectuur die aansluiten bij de wens van

Opvoeding per smartphone

69 woorden

In een fijn restaurant kijk ik naar de tafel naast mij alwaar een stel met twee kinderen van ongeveer acht en tien jaar allen individueel zitten te sms'en, te app'en en te gamen. Gekluisterd aan de smartphone.

Tijdens het eten, dik een uur

lang, wordt er maar summier onderling contact gezocht. Ze stappen daarna vrolijk en voldaan het restaurant uit.

Poor quality time. En het einde van de softskills-opvoeding.

Arthur Schilling, Amsterdam

Wilt u met uw mening op deze plaats staan, schrijf dan een brief van maximaal 69 woorden en mail deze naar 69woorden@parool.nl.



fysieke component hebben.

FOTO RINK HOF

de koopkrachtige stedelijke doelgroep.

Laten we ons als 'professionals' verheugen in de populariteit van de stad en tegelijkertijd stimuleren dat de stem van consumenten, van mensen, van bewoners, kortom de stem van de stad gehonoreerd wordt. Wie Nederland bouwt, maakt niet zo veel uit, zolang er maar wordt gebouwd aan populaire steden.



Hans-Hugo Smit is stadsgeograaf en als senior projectleider binnenstad werkzaam bij Platform31.