

Jaargang 6 / nummer 1 / maart 2011

BMC | Groep

Sigma, de Som der Delen
magazine voor de medewerkers van de BMC Groep

**Regionale marktwerking:
'Koning klant wordt partner'**

**De markt voor cultuur:
slagveld of kans?**

**'Het kraakt in de zorg
en het onderwijs'**





Culturele planologie

Gerda Brethouwer beweegt zich op het snijvlak van de 'harde kant' van de ruimtelijke ordening en de 'zachte kant' van kunst en cultuur: "Mensen hebben behoefte aan herkenning, ze willen af van oppervlakkigheid. Vanuit de cultuurhistorie en cultuur kun je betekenis geven aan de openbare ruimte, in de stedenbouw en architectuur. De identiteit van een stad, wijk, gebied of gebouw wortelt in het verleden. De representante van dat verleden, het cultureel erfgoed dus, draagt daarmee bij aan de identiteitsbehoefte van mensen die daar wonen of werken en biedt inspiratie voor de toekomst."



verpaupering tegen te gaan en de kwaliteit te bevorderen. Deze ontwikkeling naar een integrale en gebiedsgerichte aanpak biedt kansen voor BMC. Wij ondersteunen overheden met ‘community planning’, een eigen methode voor de participatie van burgers bij het planontwerp. Door een nieuw samenspel van burgers, de betrokken overheden en bedrijven, architecten, planologen, historici, kunstenaars en landschapontwerpers, wordt een gebied interessanter en aantrekkelijker. We zorgen door het brede draagvlak bovendien voor een snelle en efficiënte procedure.”

in deze buurt is het erg belangrijk dat de bewoners zich medeverantwoordelijk voelen voor de openbare ruimte. Dat geldt voor het ontwerp, de uitvoering, maar zeker ook voor het onderhoud en het beheer.

Grebbeleinie

Een ander voorbeeld is de Grebbeleinie, een militaire verdedigingslinie uit de 18de eeuw, die in de Tweede Wereldoorlog een nieuwe betekenis kreeg voor de Nederlandse historie. Voor het behoud van dit 60 kilometer lange post-militaire landschap werd een visie opgesteld die richting moest geven

“De betrokkenheid van de omwonenden heeft het ontwerp beter gemaakt en zorgt voor draagvlak”

Plantsoen Bos en Lommer

Zijn er actuele voorbeelden van deze aanpak? Gerda toont een stapel zeer uiteenlopende rapporten en offertes, allemaal illustratief voor de BMC-aanpak en stuk voor stuk zeer verzorgd uitgevoerd, zoals in de culturele omgeving natuurlijk een must is. Zo is Gerda projectleider voor het nieuwe plantsoen dat wordt gerealiseerd in de Amsterdamse wijk Bos en Lommer, pal naast het GAK-gebouw. De nu niet bepaald gezellige plek moet als een groene ontmoetingsruimte gaan functioneren. Draagvlak vanuit de bewoners is dan erg belangrijk. Ook moet het ontwerp aansluiten bij de tuinstadfilosofie van de plek, maar tegelijkertijd een eigentijdse kwaliteit bezitten. BMC is gevraagd de ambities naar een concreet resultaat te vertalen. Het opmerkelijke van dit project is het intensieve samenspel van alle partijen die samen het ontwerp hebben ‘gemaakt’. De betrokkenheid van de omwonenden heeft het ontwerp beter gemaakt en zorgt voor draagvlak. Juist

aan het (her)ontwerp van het gebied van de Grebbeleinie, met speciale aandacht voor het verhaal en de geschiedenis van bijzondere locaties in het gebied. De opdracht was om kunst en cultuur in te zetten als instrumenten om de doelstellingen te realiseren.

Noord-Hollandse badplaatsen

En dan een heel bijzonder project over identiteit: ‘Iconen van Ooit en Nooit’. Onder deze intrigerende naam voerde BMC een onderzoek uit voor de provincie Noord-Holland naar verdwenen en zelfs nooit gerealiseerde identiteitsbepalende gebouwen en structuren langs de Noord-Hollandse kust, oftewel de geschiedenis van de ontwikkeling van badplaatsen. In de beeldende rapportage van dit onderzoek staat bijvoorbeeld hoe het beroemde kunstenaarsdorp Bergen aan Zee tot stand kwam en zich vanuit de 19de eeuwse badplaatscultuur verder ontwikkelde. Het is het enige dorp dat in zijn geheel op particulier terrein staat, en waar de zoon van de eigenaar

‘Community planning’

Gerda vertelt: “Het is werken aan de openbare ruimte vanuit de culturele dimensie; ik noem dat graag ‘culturele planologie’. Er is sprake van geleidelijke modernisering van de monumentenzorg in het rijksbeleid van OCW. Daar krijgen de sporen van de menselijke beschaving meer en meer een gebiedsgericht accent. De regels worden vereenvoudigd en er komt meer verbinding met beleids-terreinen waar VROM aan het stuur staat. Ook daar krijgt het cultureel erfgoed in toenemende mate een plaats in het beleid om verrommeling en

van het gebied later burgemeester werd. Beroemde architecten en hun gebouwen passeren de revue, evenals bijzondere visies op de infrastructuur. Maar ook geeft de rijk geïllustreerde publicatie een prachtig beeld van de sociale opvattingen in de vorige eeuw, zoals blijkt uit de 'koloniehuisen', waar de bleekneusjes uit de grote steden, onder streng regime moesten aansterken door goed eten en de gezonde buitenlucht. Er ontstaat vooral ook de overtuiging dat we de prachtige identiteitsdragers niet missen. De provincie hoopt dan ook dat deze kennis zal inspireren tot navolging voor toekomstig nieuw élan van de kust.

De betekenis van een oude dijk en oude molen

Een andere opdracht voor de provincie Noord-Holland was de ontwerpogave voor het restaureren en opnieuw waterkerend maken van de Wierdijk, een archeologisch monument in de Wieringermeer. De Wierdijk is

Cultuurhistorisch erfgoed en iconen zijn kompas voor de ontwikkeling van het dorp.

gedurende eeuwen door boeren en bewoners vormgegeven met behulp van wier, als natuurlijk materiaal uit het gebied. De dijk laat zich lezen als een ambachtelijk 'patchwork', een aaneenschakeling van details in het dijkprofiel met hekken, loopplanken, overstappen, duikers, sluisjes en gemalen, van allerlei materialen en gemaakt met allerlei technieken. Die oorspronkelijke samenstelling verdwijnt langzaam omdat de Wierdijk door inpoldering geen water meer hoefde te keren. Onlangs is om economische redenen besloten de geplande aanleg

van het Wieringerrandmeer niet te realiseren. De restauratie van de Wierdijk blijft echter nodig om deze voor de toekomst als icoon in het landschap te bewaren.

En dan (zie de foto op de omslag) het onderzoek met betrekking tot de Grote Molen van de dorpskern Schellinkhout, pal achter de Westfriese Omringdijk aan het Markermeer. Door de actieve betrokkenheid van de gemeente, provincie, Hoogheemraadschap, historische verenigingen, de lokale bedrijven en horeca, kunstenaars en bewoners boden het cultuurhistorisch erfgoed en de iconen een kompas voor de ontwikkeling van het dorp. Ze wezen de weg naar voorstellen voor de omgang met de molen als 'landmark' en de bijpassende toeristische en recreatieve maatregelen. De partijen kunnen nu de verschillende voorstellen zelf verder oppakken.

BMC heeft voor ontwerpogaven en participatie de AWARE-methode ontwikkeld: via nieuwe allianties naar praktische resultaten. AWARE staat voor het bij elkaar brengen van:

- Actoren,
- Waarden,
- Ambities,
- Revitalisatie,
- Evaluatie.

Deze methode is niet alleen toepasbaar op culturele planologie projecten, maar evenzeer op andere terreinen.

Marktbenadering: resultaat smaakt naar meer

Wat zijn de ervaringen van Gerda op de markt? Welke benadering van de klant biedt de meeste kans?

Gerda: "BMC ontwikkelt een naam op het terrein van de omgang met cultuurhistorie en culturele actoren bij ruimtelijke ontwikkelingen en ontwerpogaven. De opdrachtgevers zijn aanvankelijk vaak terughoudend waar het gaat om de betrokkenheid van verschillende partijen (vooral burgers) in het proces. Ze worden snel overtuigd door de snelle resultaten van de integrale aanpak van BMC. Het traject is effectief en de besluitvorming loopt vanwege het draagvlak sneller dan men gewend is. Dat is ook voor bestuurders fijn en smaakt naar meer. Om deze reden komen opdrachtgevers graag met een vervolgvraag of ander project bij mij terug.

Door tijdens en na het traject extra aandacht te besteden aan de communicatie en de verslaglegging (film, fotografie en beeldende eindrapportage) heeft niet alleen de opdrachtgever maar ook BMC de mogelijkheid zich (breder) te profileren met het resultaat. Deze insteek is nog nieuw binnen BMC maar wel essentieel om ons helder op de markt te positioneren. Ik probeer dat van meet af aan ook goed in het traject in te bedden. Collegabureaus op het terrein van cultuur en ruimte tonen zich daarin al langer bedreven. We moeten onze specialismen op het grensgebied van cultuur en ruimte nog actiever profileren, al was het al om het vooroordeel op de markt van anonim groot bureau te doorbreken."