

i - Fabriek

special bij cultureel maandblad zuiderlicht over creatieve industrie | oktober 2007



- 3 Ontwerper Maurice Mentjens is een verhalenverteller
- 5 Arjo Klamer: Maastricht als Istanbul van de 21^e eeuw
- 8 NDSM-loods, de ultieme broedplaats
- 11 Alexandra Fraraccio in ontwikkelingshulp
- 13 Villa Basta duikt in Vlaams mijnverleden



‘We bouwen onze



Tot enkele jaren geleden was de voormalige NDSM-werf in Amsterdam-Noord het tochtig en vochtig domein van klussende bootwerkers en stadsnomaden. Nu bouwen kunstenaars en ambachtslieden er eigenhandig hun werkplaatsen. “Dit is heilige grond. Kun je je voorstellen dat de stad dit wilde slopen?”

door Wido Smeets

Haar eigen werkruimte is zo goed als klaar. “Je zou het zo niet zeggen, maar over een weekje is het af.” We kijken naar drie schaar-gewijs op elkaar geplaatste zeecontainers, met elkaar verbonden door een trap. Het geheel is deels omgeven met wanden van timmerhout. Over een weekje klaar?

De neiging om Eva de Klerk tegen te spreken is klein. Niet zozeer omdat ze een stevige staat van dienst heeft als ‘project booster’ van culturele broedplaatsen in de hoofdstad, maar vooral omdat de 20.000 vierkante meter grote NDSM-loods in amper een jaar tijd een metamorfose heeft ondergaan.

Buiten, aan de winderige kades aan het IJ, fungeert een van de sloop geredde kraan als verroeste vingerwijzing naar niet eens zo lang vervlogen tijden – de Nederlandse Droogdok- en Scheepvaart Maatschappij hield in 1984 op met bestaan - toen hier vrachtschepen en mammoettankers werden gebouwd. De kraan krijgt een nieuwe, oer-Hollandse functie: die van windmolen. “Om energie op te wekken voor de warmtepomp en de vloerverwarming van de werkplaatsen”, legt De Klerk uit. Iets verderop staat een tankstation waar milieuvriendelijke auto’s op koolzaadolie kunnen tanken. Bij de loods komt nog een generator, eveneens gevoed door plantaardige olie.

In het hart van de immense hal heeft een inspan-dig stratenplan met een honderdtal ateliers en werkplaatsen vorm gekregen. “We zijn bezig onze eigen stad te bouwen”, zegt De Klerk. Duurzaamheid is het trefwoord. De werkplaatsen in de hal, voor kunstenaars, ambachtslieden, theaterwerkplaatsen en kleine bedrijfjes, worden gebouwd van gerecyclede materialen en voorzien van milieuvriendelijke energietoe-passingen. Haar eigen werkplaats stelde De Klerk samen uit afgedankte zeecontainers en van sloophout gemaakte spaanplaat.

Waar nu kunstenaars en ambachtslieden eigenhandig hun werkplaatsen bouwen, was tot voor kort het tochtig en vochtig domein van bootwerkers en stadsnomaden. Onder de vlag van de door De Klerk opgerichte Stichting Kinetisch Noord is in het hart van de voormalige NDSM-loods een ‘kunststad’ ontstaan met werkplaatsen van gemiddeld honderd vierkante meter. Dat gebeurt volgens het concept ‘De stad als casco’. De gebruikers krijgen ruimtes toegewezen in de vorm van casco’s: kale constructies die ze zelf moeten afbouwen en inrichten. Gezamenlijk hebben de kunstenaars daarvoor vijf miljoen euro geïnvesteerd, gemid-



Kruising van wegen NDSM-loods in Amsterdam. foto's Jasper Groen

deld vijftig mille per kop. De Klerk, lachend: “Waarom denk je dat het nu zo rustig is. Ze zijn allemaal druk met klussen buitenshuis om hun schuld te kunnen aflossen. Maar niemand wil terug. Ze hebben eindelijk iets van zichzelf.” Aan de oostzijde van de loods bevindt zich het zogenaamde Oostblok, met werkplaatsen voor toneelgroepen, decorbouwers, naaiateliers en bedrijfjes voor special effects. De straten in de loods komen aan de westzijde uit op een inspan-dig plein met uitzicht op het jongerenplatform ‘NDSM Underseas’: op vijf meter hoogte, onder het dak van de loods, ‘zweeft’ een skatebaan. Eronder staat oefenruimte voor popbands gepland, plus de nog op te richten

Hiphop Academy.

De noordzijde van de hal is nog vacant. Projecten als deze moet je tijd gunnen, is De Klerks ervaring. Een broedplaats heet niet voor niets een broedplaats. Haar eigen inschatting is dat er iets met mode en design in komt. En wellicht een ruimte voor try outs van de theatergezelschappen uit het ‘Oostblok’.

Hoe het gaat uitpakken, ze maakt er zich geen zorgen over. “Ook hier laten de toekomstige gebruikers zich inspireren door de ruimte. Daar wordt bewust tijd voor ingeruimd. Je moet geduld durven hebben.”

Intussen gaapt hier een monumentale, 25 meter hoge montagehal, waar ooit immense papieren

vellen hingen die als mallen fungeerden voor de stalen scheepsspanen die buiten de hal aan elkaar werden gelast. De Klerk: “Dit is heilige grond. Wat hier in het scheepsbouwverleden is gebeurd, gaat alle innovaties te boven. Daarmee vergeleken stellen wij met onze creatieve bedrijfjes helemaal niets voor. Kun je je voorstellen dat het stadsdeel dit wilde slopen?” Inmiddels heeft de loods de status van rijksmonument; de gebruikers denken nu over aankoop, in de constructie van een vereniging van eigenaren. Voor verdere ontwikkeling is een hypotheek van tien miljoen euro nodig, en daar is nu eenmaal een onderpand voor nodig. Is de NDSM-loods nu een sprekend voorbeeld



Eva de Klerk: "Creatieve industrie is vooral goed voor de economie."



van 'creatieve industrie', Richard Florida's bejubelde concept dat stedelijke economieën van nieuwe impulsen moet voorzien?

Eva de Klerk is een praktijkmens, theoretische modellen zeggen haar niet zo veel. Daarnaast heeft ze veel kritiek op het typisch Amerikaanse in Florida's concept. "De creatieve industrie gaat uit van een snelle doorlooptijd: de gebruikers consumeren het gebouw als een coca cola blikje. Wij vinden dat de ontwikkeling van een creatief gebied organisch en coöperatief moet zijn, op basis van de inbreng van de eindgebruikers." Van een snelle doorloop wil ze niets weten. "Mensen die hebben geïnvesteerd en willen blijven, kunnen blijven. Degenen die

verder willen groeien, zullen vanzelf hun kansen elders beproeven."

Volgens De Klerk heeft het ideeëngoed van Richard Florida weinig met cultuur te maken. "In zijn concept moet je hip zijn, niet ouder dan 35 en vooral snel rijk willen worden. Bij hem draait het om commerciële bedrijven die zijn gericht op consumeren in een hippe omgeving. Waar mensen op contractbasis werken en alles vluchtig is. Creatieve industrie is per definitie niet duurzaam en vergroot de sociale ongelijkheid. Goed voor de economie, maar slecht voor de cultuur."

Ze noemt overbuurman MTV, die zich vorig jaar op het terrein vestigde. Vertelt hoe ze heeft gebedeld de hippe MTV'ers binnen de NDSM-poorten te krijgen voor een rondleiding. "Ze hebben geen enkele interesse in de omgeving waar ze zitten. Toen ze uiteindelijk toch kwamen, viel hun mond open van verbazing. Ze hadden geen idee wat zich hier afspeelt. Daarna hebben we niets meer van ze vernomen. Wat kun je verwachten, die jongens en meisje worden er compleet uitgebuit."

Inmiddels is bekend dat ook Hema met zijn hoofdkantoor naar het gebied komt. "Weet jij misschien wat er creatief is aan de Hema?", vraagt De Klerk retorisch. Alweer zo'n gemiste kans, zegt ze, exemplarisch voor een stad die te weinig geduld heeft. "Ze durven niet op een andere manier met gebiedsontwikkeling om te gaan."

Er zou juist meer ruimte moeten zijn voor de gebruikers, of het nu kunstenaars, ambachtslieden, startende ondernemers of commerciële bedrijven zijn. "Helaas eindigen projecten van stedelijke vernieuwing bijna altijd in handen van projectontwikkelaars. Enschede is een uitzondering. En Almere. Bij wethouder Duijvesteijn komt geen projectontwikkelaar meer over de vloer."

Tot zo'n verbod hoeft het van haar in Amsterdam-Noord niet te komen. De Klerk pleit voor een model waar de gemeente een vlekkenplan maakt dat aangeeft waar in de stad geëxperimenteerd kan worden met gebiedsontwikkeling. Op die plekken kunnen projectontwikkelaars en eindgebruikers samen tot invulling komen, waarbij de eindgebruikers als opdrachtgever fungeren. Zo kan 25 tot 40 procent worden bespaard op ontwikkelingskosten. Het is duidelijk: na alles wat de afgelopen jaren is bereikt, wil Eva de Klerk het heft zelf in handen houden. "We hebben het concept ontwikkeld, geïnvesteerd, ervaring opgebouwd en kennis van zaken ingehuurd. Als eindresultaat willen we een positie die recht doet aan de gebruikers."

Timing

De legendarische socioloog C. Wright Mills was een scherpzinnig denker en begaafd stilist. Hij reed ook motor. Tot zijn vijfenveertigste, toen reed hij zich dood – een ongeluk dat eveneens bijdroeg aan de legendevorming. Wright Mills' bekendste advies: laat je verbeeldingskracht los op het snijvlak van biografie en geschiedenis. Hoe grijpen het persoonlijke en het algemene in elkaar? Waar botsen ze? Waar tref je harmonie?

In de sociologie worden individuen vaak 'agenten' genoemd. Geschiedenis heet doorgaans 'structuur'. Zoomen we in op de creatieve industrie, dan mogen de kunstenaars de schepende agenten heten. De academies, de musea, de galerieën, de kunstcommissies, de verantwoordelijke wethouders plus ambtenaren, de startstipendia, de lege fabriekshallen - dat is allemaal structuur.

De tango doe je met zijn tweeën. Er zijn creatieve agenten en creatieve structuren nodig om een creatieve industrie te laten bloeien. Op dat snijvlak kan het wrikken. Ik doel niet op de botsingen tussen kunstenaars en instituties die het drama aannemen van negatieve beoordeling of afgewezen subsidieverzoek. Ik heb 't over het probleem van timing. Vroeger leefden de geniale kunstenaars eeuwig en stierven de structuren een vroege dood. We kennen Da Vinci, maar wie is toch die glimlachende vrouw wier echtgenoot hem betaalde? Vandaag de dag is dat niet meer zo duidelijk.

Menige structuur houdt het langer vol dan een gemiddelde kunstenaar. Getalenteerde academiestudenten zijn al vergeten vóór ze goed en wel worden opgemerkt. Bestaat er nog zoiets als late erkenning? Glorie na de dood? Meesterwerken die op een zolder verkommeren maar een wonderbaarlijke terugkeer naar museum en publiek vinden? Het lijkt er weinig op. Jonge kunstenaars krijgen weinig tijd zich te profileren. Een goed gestructureerde creatieve industrie kan de schijnwerpers in de goeie richting zetten. Maar structuren zijn traag, ook in onze snelle tijd. Artistieke agenten gaan slechts over één schijf: de kunstenaar zelf; die maakt het kunstwerk. Structuren gaan over talrijke schijven. Ze zijn traag in de uitvoering: 'bureaucratie'. Ze zijn nóg trager om op te bouwen. Elke stad of regio die een creatieve industrie ambieert, moet dat beseffen. Hoe beraam je een creatieve industrie opdat deze een vruchtbare bedding vormt voor de nieuwe generatie (lokale) kunstenaars? How to catch the next wave? Regeren is vooruitzien, ook in het rijk van de verbeelding.

Tot zover de aanbodkant. De vraagkant is een ander verhaal. De afnemers worden meestal vergeten in de beleidsplannen. Het is leuk als een stadsbestuur 'vieze plekken' wil gedogen zodat daar vernieuwende kunst kan gedijen. Maar wat heb je daaraan zonder plaatselijk publiek dat het waardeert? Louis Paul Boon dacht dat je de mensen een geweten kon schoppen. Een misvatting. Je kunt ze ook niet tot smaak schoppen. Structurele pogingen om het publiek op te voeden tot artistiek verantwoorde consumenten zullen mislukken. Wat dan? Hoe kom je aan klanten?

Het beste lijkt de indirecte weg van andere instituties. Door twee universiteiten in Limburg te beginnen (UM en OU) creëer je behalve hoogwaardig werk ook een publiek dat je nodig hebt voor creatieve industrie. Het is een afstotelijk woord, maar dát staat er te doen: een tweesporenbeleid.

AD VAN ITERSON
socioloog, schrijver