

Tussen droom en daad

Ik liep afgelopen week over het Museumplein en telde de volgende commerciële nering:

1. 'Drinks, fries and hotdogs', met een aanpalend terras en grote zwarte parasols en veertien picknicktafels en banken. Kortom, een snackbar met terras.
2. Smit en Dorlas, een grote eet- en drinkkraam met aan de overkant 100 m² terras met 80 plaatsen. Dus: een snackbar met terras.
3. Drie souvenirkramen met uitgestalde waar, briefkaarten, mokken, T-shirts, et cetera.
4. Kiosk 'Rembrandt van Gogh', een kraam met espressobar 'and hot waffles' et cetera.
5. Een winkel/verkooppunt voor tours en tickets.
6. Eén museumshop.
7. Souvenirkraam met 'Oil Paintings' van onder andere Van Gogh.
8. Cobra Café: een café annex partycentrum met twee grote terrassen 'voor al uw feesten borrels en partijen'.
9. De ijsbaan, met een groot café-restaurant en schaatsverhuur, ongeveer 25 bij 10 meter.

En dan zijn er nog de commerciële evenementen op het Museumplein, zoals in september de Fashionweek, met pop-upbioscoop en diverse shows van bijvoorbeeld Hudson's Bay, Lidl met Heidi Klum en het sportmerk Goldbergh.

Dit gebied is een van de grootste publieke ruimten van Amsterdam. De kramen lijken als ze gesloten zijn hetzelfde, maar bij openstelling worden ze zo opgetuigd en volgehangen met waar dat het er op de Albert Cuypmarkt beter

uitziet. Ik begrijp niet waarom de overheid de inrichting van het Museumplein zo uit de hand heeft laten lopen. Het heeft geen smoel en het is armetierig.

KOOP MIJ

Het Museumplein gebruik ik als voorbeeld. Ik had ook de ruimte naast de snelwegen kunnen noemen die grotendeels wordt benut om schreeuwerige reclameborden neer te zetten. Rood-geel en geel-blauw benemen je het zicht op het Hollandse landschap.

De pont over het IJ heeft niet meer een neutrale gemeentekleur, maar is volledig beschilderd in die van de sponsor. Ik had ook kunnen vertellen hoeveel moeite Adriaan Geuze had om in zijn ontwerp de hal van het Centraal Station Rotterdam tot een plek van iedereen te maken. Een plek waar je kon zitten of ontmoeten; ergens zijn om te wachten, te luieren of een gesprek te voeren zonder te worden toegeschreeuwd door meters-hoge schermen die proberen je aandacht te trekken en KOOP MIJ roepen. Het grote probleem begint er al mee dat de hal alleen toegankelijk is met een vervoersbewijs; ergo geen publieke ruimte. Vrijwel alle stations lijden aan dit euvel.

Waar is de ruimte die door de mensen zelf wordt bepaald? Met jaloezie kijk ik dan naar Jardin du Luxembourg in Parijs, waar losse stoelen staan waarmee iedereen zijn eigen ruimte kan creëren, waar je in bescheiden kraampjes (alle in één stijl) wat te drinken kunt krijgen. Waar duidelijk is nagedacht over een ruimte die van en voor iedereen is.

Is het onze handelsgeest? Moet alles wijken voor de handel? Het hele land als één grote markt? En dan jammer genoeg niet de markt zoals hij ontstaan is, toen in een ver verleden

mensen in groepen gingen wonen en dorpen bouwden, en buiten hun eigen huis de andere leden van die gemeenschap wilden ontmoeten om te praten, maar ook om de gezamenlijke belangen te bespreken en waar te ruilen. Er kwam een plein, met soms ook een overkapping, bescherming tegen zon en regen, de markt. Een gebied van en voor iedereen. Openbare ruimte.

Zoals ook het internet begon als publiek domein van informatie-uitwisseling. Ja lang, maar niet zo heel lang geleden. Is het nog omkeerbaar?

Place to be

Of is er een andere optie? We zouden het publieke domein ook kunnen toevertrouwen aan kunstenaars en ontwerpers die niet gedreven worden door opbrengst en rendement per vierkante meter, zodat zij er een prachtige plek voor samenkomst van het publiek, de burgers, van kunnen maken. Gemeenten, stadsbestuurders en ontwikkelaars zijn zich daar ook bewust van geworden. In de stadsontwikkeling zien we de laatste jaren een terugkerend fenomeen. Gebieden en terreinen die buiten de stadskern liggen (verlaten fabrieksterreinen, lege kantoren, et cetera) en onaantrekkelijk worden gevonden door gemeente en ontwikkelaars, worden meestal als eerste ontdekt door avonturiers, kunstenaars, studenten en jonge start-ups. Ze kraken of huren tegen lage prijzen, leggen een basisinfrastructuur aan, organiseren feesten, er komen kleine festivals, kunstenaars hebben er atelier- of repetitieruimten. Er komt leven in de brouwerij. Langzaam wordt het terrein ontdekt, eerst door studenten, en later volgen de jonge hipsters en in no time is het de place to be.

Is dat stiekem niet ook wat de gemeente en ontwikkelaars hopen dat er bijvoorbeeld zal gebeuren in Amsterdam-Oost, waar op het Zeeburgereiland ruimte wordt geschapen voor artistiek experiment? Andere vormen van samenleven worden gezocht. Burgers moeten worden betrokken. Nieuwe connecties en relaties worden gecreëerd. Een plek voor politieke subversie. En dat alles binnen een ruimte die niet onderworpen is aan de wetten van de markt – een voorbeeld van wat sommigen met weinig precieze termen artistieke *commons* noemen. Alles daaromheen echter wel. En dus kijk ik met een enigszins wrange cocktail van enthousiasme en

weemoedigheid, van hoop en scepsis – misschien wel de kenmerken van een man die ouder wordt – naar dergelijke initiatieven. Het is goed dat kunstenaars worden betrokken bij de vormgeving van het publieke gemeengoed, zoals bij het Zeeburgereiland. Hoe meer dit gebeurt, hoe beter.

Verdubbelde grondprijs

En toch ben ik ook hier bang voor hetzelfde effect: de door de creatieven gecreëerde meerwaarde belandt straks niet bij hen, maar bij De Investeerder, de projectontwikkelaar, de 'markt' die zo gekoesterd wordt door de neo-liberalen. De plek is hip en *upcoming*, de kunstenaars en havenots worden eruit gegooid, de bulldozers verschijnen, en de hoge vierkante-meterprijs rechtvaardigt een beleid dat geen vrije ruimte overlaat, geen publiek domein, maar strakke efficiënte kantoren en huizen voor markt-conforme prijzen. Dus niet voor studenten, kunstenaars en starters: die mogen de volgende negorij gaan ontwikkelen.

Onze eigen Kytteman ontwikkelde in het leegstaande Tivoli in Utrecht (de gemeente wist niet wat ze ermee aan moest) een broed- en werkplaats voor meer dan tachtig muzikanten, start-ups, creatieven, die allemaal wat betaalden om het pand te onderhouden en de kosten te dekken. De buurt leefde op. Een succes. Kunst en ondernemen; precies wat de overheid wil, toch? Maar in tien jaar verdubbelde de grondprijs. Ze worden eruit gegooid. En zijn op zoek naar een nieuwe ruimte. Wie helpt ze? U? •



Gijs Scholten van Aschat is voorzitter van de Akademie van Kunsten en is als acteur verbonden aan Toneelgroep Amsterdam. Hij speelde in talloze toneelstukken, films, televisieprogramma's en series