

Column Reactivate

Wat een ontzettend boeiende avond. In vele opzichten zou ik zeggen. Niet alleen omdat we hier met 300 vrijwel alleen maar jonge architecten bij een zijn om te luisteren naar maar liefst 40 verschillende bureaus, en het lang geleden is dat ik zoveel interesse in jonge bureaus bij elkaar zag. Maar ook omdat we in Amsterdam zijn en niet in Rotterdam, op de plek waar je dit normaal gesproken zou verwachten: het NAI. Maar die bestaat niet meer. Daar bestaat nu het nieuwe instituut, waarin architectuur onderdeel is geworden van de creatieve industry. Een cross over van Architectuur, Mode, Design... waarvan nog niet duidelijk is wat de agenda is maar waar we allemaal heel benieuwd naar zijn. We zullen het zien!

Wat ook boeiend was vanavond, is de zeer brede scope van houdingen en aanpak. En dat de meeste bureaus eigenlijk niet in een hoofdstuk te vatten zijn en dat eigenlijk iedereen vind dat ze in een ander hoofdstuk veel beter hadden gepast. Wellicht was 40 hoofdstukken een beter idee geweest? En ook al is de het boek prachtig zwart met roze, het is dan eigenlijk meer een soort 'forty shades of grey'!

Het is vaak genoemd vanavond. De crisis ellende. Ook al is het al weer 5 jaar geleden, de economische crisis van 2008 ijlt nog altijd na. Het is een van de grote belangrijkste redenen voor de uitgesproken nieuwe houdingen die we vanavond hebben gezien. Met mijn bureau Powerhouse Company heb ik in 2008 in het NAI/M samen met Hans Ibelings een tentoonstelling over de crisis en haar relatie tot architectuur gemaakt. De titel was Rien Ne Va Plus, een verwijzing naar het casino kapitalisme dat zo typerend was voor de jaren van voor de crash. En ook een verwijzing naar het moment van spanning aan de roulette tafel waarop het balletje nog wel in de roulette bak rondstuitert, maar de inzet niet meer kan worden veranderd. Diezelfde spanning was na de val van Lehman ook voelbaar in architectuur Nederland. Het grappige is dat we destijds al meteen de follow-up hadden bedacht: Faites vos Jeux! Ook zo'n mooie roulette term: maak uw spel en plaats uw weddenschap! Het idee was dat we een jaar na Rien ne va plus een tentoonstelling zouden maken over alle nieuwe ideeën en houdingen van jonge architectenbureaus.

Maar in 2009, 2010, 2011 en 2012 werd het steeds duidelijker dat de crisis niet een korte schok was maar een grondige verandering van het speelveld. Een nieuw plateau. Daarom schreven wij in 2012 met Hans Ibelings het boek Shifts, dat gaat over de grote verschuivingen die plaatsvinden, economisch, cultureel. De kern van ons betoog is dat in het westen de vernieuwings- en ontwikkelingsgolven die ontstonden na de industriële revolutie nu ten einde komen. We komen op een soort plateau terecht waarin er geen grote nieuwe dingen worden uitgevonden, maar voornamelijk word gefinetuned, gerecycled, gecrossed-overed, kruisbestuivd, geïntegreerd en gemixed en dat alles in een heel hoge resolutie. Eigenlijk zo'n beetje als de nieuwste CD van Daft Punk.

Het boek dat vandaag is gepresenteerd, Reactivate, laat zien dat er inmiddels stevig word ingezet en gegokt op wat de nieuwe toekomst brengen gaat. Zoals Indira betoogd zijn er geen radicaal nieuwe ideeën bij, maar is de voornaamste drive bij de jonge bureaus vooral een actieve houding om daar mee dingen voor elkaar te krijgen. Te activeren.

Je hoort steeds vaker dat de tijd van het concept en het diagram voor bij zijn en dat architectuur weer over ambacht, materiaal en detail zou moeten gaan. Over integraal denken en ontwerpen. Voor de bubbel, toen geld nog gratis was en er voor elk gebouw wel een investeerder te vinden was, waren concepten verdomde handig: het was een manier om een soort compact business-model als gebouw voor te stellen. Elk A3 presentatie boekje begon met de zin: what if...? En dan investeren maar! Na de crisis is er

nog wel geld, maar dat kan dan ook echt maar een keer worden uitgegeven. Ik sprak laatst een investeerder, die sprak de gedenkwaardige woorden: 'ja, maar dit gebouw moet wel goed zijn, want het kost écht geld'. Toen werd het me allemaal duidelijk. Echt geld betekent dat je ook een écht gebouw wilt dat er ook écht goed staat, écht goed gebouwd is en écht goed onderhouden kan worden. Als het geen echt geld is, waarom zou je dan een echt gebouw willen?

Naast dat het concept op zijn retour is, krijgt globalisering nu een ander karakter. Het thema van globalisering was naast het concept een grote drijvende kracht achter de jonge bureaus die in de SuperDutch groot werden. In die tijd ging globalisering over een vrolijk soort toerisme: wij (het westen) gaan de wereld in en verbazen ons over hoe gemakkelijk we al die nieuwe markten kunnen infiltreren. Inmiddels is het duidelijk dat de wereld volwassen aan het worden is en terug praat. En ons gaat infiltreren. Wie had er voor de val van de muur (of zelfs vlak er na, begin jaren negentig) ooit voorspeld dat rijke russen half London in bezit zouden hebben? Of dat het hoogste gebouw in Europa, the Shard in London, door Arabisch geld zou zijn gefinancierd? In Istanbul zijn de huizen prijzen op een aantal plekken al hoger dan in Amsterdam. Rijke Turken kopen binnenkort grachtenpanden op om hier te kunnen chillen in het weekend. BMW verkoopt al meer Auto's in Azië dan in Europa en Amerika bij elkaar opgeteld en de nieuwe 5 serie is ontworpen met Aziatische klantenpanels. Zuid Korea heeft een hele actieve design policy omdat ze nu ook zelf wel eens een super coole telefoon willen gaan ontwerpen. Innovatie kracht, culturele vrijheid en kwaliteit zijn waarden waar wij in het westen heel lang op hebben kunnen leunen. Heel gechargeerd zou je kunnen zeggen: het westen geeft de aziatische landen onze merken, ontwerpen, intellectuele eigendommen en luxe-producten en zij geven ons er containers vol met H&M en Action artikelen voor terug. Cultuur in ruil voor spiegeltjes en kraaltjes van een cent. Ooit waren de verhoudingen omgekeerd.

Sinds de jaren '90 is er in Nederland begonnen met een uniek project wat nog nooit eerder is vertoond in de wereld. Architectuur (en in grote zin cultuur) zijn gebruikt om Nederland internationaal mee te marketen. Boeiend genoeg werd de grondslag van het merk: concept, design en pragmatiek. Het werd een regelrechte hit, getuige het grote succes van de vele bureaus die uit die zogenaamde SuperDutch periode stammen: uiteraard OMA, maar ook MVRDV, Neutelings Riedijk, VMX...

En nu wordt deze cultuur promotie machine word afgebroken. Gedeeltelijk door een afrekening in het politieke circuit, maar ook omdat wellicht iedereen er ook wel een beetje moe van aan het worden was? Ironisch genoeg word ons model nu echter in andere landen gretig als voorbeeld model overgenomen. Ik noemde net Zuid Korea als voorbeeld. Maar ook Denemarken bijvoorbeeld is hard bezig met een zorgvuldige re-enactment van de Nederlandse gouden jaren. Met alles er op en er aan. In de hoofdrollen: Bjarke Ingels als Winny Maas, het DAC als het NAI en de SuperDanish als de Superdutch.

Met een paar kleine, boeiende verschillen. Denemarken had net als Nederland een 'bouwfonds der gemeenten'. Een fonds waar alle gemeenten geld in storten om er na de oorlog goedkope, betaalbare woningen mee te kunnen bouwen. Zowel in Nederland als in Denemarken bulkte die fondsen in de jaren 90 van het geld door dat ze 40 jaar lang conservatief waren beheerd. In Nederland werd dit fonds geprivatiseerd, in stukken geknipt, verkocht en uiteindelijk half leeggeroofd getuige de Klimop affaire. In Denemarken hebben ze er een filantropisch cultuurfonds van gemaakt voor architectuur. Waarde: 2 miljard Euro, een van de rijkste cultuurfondsen ter wereld. De Denen kunnen dus nog wel een tijdje door met internationale branding. Stel je voor wat wij hadden kunnen doen als

we Bouwfonds op een slimme manier hadden geprivatiseerd!

Tegelijkertijd zou je kunnen zeggen dat Nederland nu wel weer een stap verder is. Wat nou overheidssteun in cultuur? Doen we lekker zelf! Want als de overheid zich terugtrekt uit de cultuur zal er iemand in dat gat moeten stappen. Ondernemers zullen cultureler moeten worden en architecten, ontwerpers en kunstenaars ondernemender. Gaan we gewoon zelf onwikkelen, 3D printen, crowdfunden en integraal ontwerpen.

Maar dan wordt het hier net zo liberaal als America hoor je dan soms. Alles private and gesponsord door rijke lui. Nu, ik las laatst in de New York Times dat Dr. Dre 70 Miljoen Dollar in een nieuwe Masteropleiding heeft gestopt aan de University of Southern California. Dezelfde DR Dre die 20 jaar geleden als Gangster de geweldige CD the Chronic maakte. Met een dikke joint op de voorkant. Die heeft nu dus een Master opleiding. Waarom? Het nieuwe bedrijf van Dr. Dre, Beats (van de koptelefoons) heeft na twee jaar al een omzet van 400 miljoen. Ze kunnen verder groeien maar kunnen simpelweg niet de juiste mensen vinden: ze zoeken een cross-over van 'Arts, Entrepreneurship, Design and technology'. Op die nieuwe master gaan ze studenten dus in die hybride cross-over van design, ondernemerschap en technology onderwijzen...

Wat de toekomst brengt weet helemaal niemand. Dus hoe je er het best op voorbereid kan zijn ook niet. Toch kunnen we wel gokken. Reactivate gaat over een scala van nieuwe oude skills, frisse houdingen en nieuwe ambities van jonge Nederlandse bureaus. Het gaat over de kern van wat innovatie en vernieuwingsvermogen drijft: actief verandering forceren. De komende jaren moeten wij het doen met wat we hebben. En als we iets anders willen zullen we het moeten maken. Wat is er bevrijdender dan dat?

Nanne de Ru
27 mei 2013