

Een verlangen dat planvat

Over het concept als verbinder

Het begrip concept wordt op heel uiteenlopende manieren toegepast en ingezet in kunst, architectuur of ruimtelijke ordening. Het kan duiden op een bepaalde denk- of ontwerphouding, op de verbeelding van een idee, op een tijdelijke situatie of op iets dat nog niet af is. In die laatste toepassing vind je concept vaak als voorvoegsel bij ontwerp, plan, rapport of verslag, waarmee de voorlopige status van dat product wordt aangegeven. Een concept is echter vooral 'iets van zichzelf'. Een concept verbindt het verlangen om iets tot stand te brengen, oftewel een ambitie, met de randvoorwaarden van de omgeving waarbinnen die ambitie gestalte moet gaan krijgen. Dankzij het concept kan de ambitie 'planvatten' in die omgeving.

Hans Venhuizen

Directeur Bureau Venhuizen.
www.bureauvenhuizen.com
desk@bureauvenhuizen.com

Ieder ontwerpproces bestaat grofweg uit drie fasen die in relatie staan tot elkaar, maar die ook over een zekere autonomie beschikken.

Het begint met *verlangen* of *ambitie*. Dat is de motor voor iedere daad. Zonder verlangen geen actie zou je kunnen zeggen. De ambitie of het verlangen kan van alle tijden zijn en is niet persé plaatsgebonden. Eten is een ambitie van alle tijden die in verschillende omstandigheden tot ontwerpen voor keukens, restaurants of landbouwgebieden kan leiden. De specificaties van de ambitie worden aan het begin van ieder ontwerpproces in kaart gebracht. Een ontwerpproces eindigt met een *plan*. Dit is de wijze waarop de ambitie uiteindelijk gestalte krijgt binnen de specifieke omgeving. Die omgeving kan fysiek zijn, maar ook financieel, sociaal, cultureel en politiek. Ook de specificaties van de omgeving worden aan het begin van het ontwerpproces opgetekend.

Tussen ambitie en plan ligt het *concept*. Nadat de ambitie en omgeving zijn gespecificeerd, begint de conceptontwikkeling. Tijdens de conceptontwikkeling wordt hiërarchie aangebracht in de verschillende specificaties en worden deze optimaal op elkaar toegepast. Het concept kan uitspraken doen over de vormgeving of de materialisering en betreft hier idealiter ook de beperkingen van de situatie in. Op een afgelegen eiland waar de aanvoer van materialen lastig is, is het zinvol om de beperkingen die dat oplevert in het concept te betrekken, omdat het niet betrekken daarvan het realiseren van het concept heel lastig zou kunnen maken. Maar wanneer de aanvoer van materialen onbeperkt is en de budgetten tot in de hemel reiken, is er geen dwingende reden daar in het concept rekening mee te houden.

Na het vaststellen van het concept kan het project in de planfase verder worden uitgewerkt en toegepast op de gedetailleerde specificaties van de locatie. Bij

iedere ontwerpbeslissing kan het concept als leidraad worden ingezet. Door het concept te beschouwen als schakel tussen ambitie en plan en de autonome kracht ervan te erkennen, is het mogelijk om het concept in allerlei situaties te benoemen, te beoordelen of opnieuw in te brengen in een ontwerpproces. Dan is het zelfs mogelijk om met een groep niet-ontwerpers aan conceptontwikkeling te doen. Ik zal eerst deze benadering van het concept verduidelijken aan de hand van een aantal illustraties, alvorens onze conceptmachine uit de doeken te doen.

Van piercing tot vuurtoren

Figuur 1 - piercingshop

Dit is de etalage van een piercingshop waarin één op één modellen van gepiercte delen van het menselijk lichaam zijn uitgestald.

De ambitie die hieruit spreekt is de menselijke behoefte om zich als individu te onderscheiden van anderen. In een omgeving waarin iedereen zijn best doet om op te vallen, is het echter lastig om je te onderscheiden. Opvallen is afwijken van het gebruikelijke en dus moet je bij het vervullen van deze ambitie voortdurend de grens opzoeken van wat nog als anders kan worden ervaren. Dat kan de grens van bewondering zijn of van afschuw opwekken. Het afwijken moet daarnaast ook als zodanig worden herkend en erkend. Vandaar dat er trends en groepen ontstaan die hun afwijken binnen de grenzen van bepaalde regels vormgeven.

Het concept dat hieruit is ontstaan is het jezelf profileren met het moedwillig, uitbundig en sierlijk beschadigen van je intieme lichaamsdelen. De piercingshop zorgt voor de vormgeving, regulering en de profilering van de afwijking.

Figuur 2 – worstverkoper

Dit is een worstverkoper op een van de toeristische pleinen van Berlijn.



1



2



3



4



5

De ambitie die we hier zien is om op een plek waar doorgaans veel publiek komt de in Berlijn populaire braadworst te verkopen. Het was voor de man met dit verlangen echter onmogelijk om op deze locatie een vergunning voor een snackbar te krijgen. Hij kon wel een ‘ventvergunning’ krijgen die is bedoeld voor de mobiele verkopers van souvenirs en sieraden.

Dit heeft geleid tot het concept van een mobiele barbecue die door twee mensen wordt bediend. Terwijl de ene de worsten braadt en daarbij voortdurend in beweging blijft (vanwege de ventvergunning) zorgt de ander voor de aanvoer van de verse waar uit een op een fiets gemonteerde koelbox.

Figuur 3 – wonders of the world

Hier zien we een groepje Chinezen die zich laten fotograferen voor de piramide van Cheops. Op de achtergrond zien we een achtbaan, bomen en een stukje Eiffeltoren.

Uit alles spreekt het verlangen naar het maken van een wereldreis. China is zich sinds de jaren tachtig steeds meer gaan openstellen. China kan hierdoor eenvoudiger worden bezocht en andersom kunnen Chinezen zelf ook eenvoudiger het land verlaten om met eigen ogen de wereldwonderen te aanschouwen. Maar er zijn ook beperkingen. De belangrijkste is de levensstandaard van veel Chinezen, die dermate laag is dat een wereldreis enkel voor de Chinese happy few is weggelegd.

Dit leidde tot het concept van het ‘Wonders of the World’ park in Shenzhen, in het zuiden van China. Hier zijn alle bezienswaardigheden van de wereld in schaalmodellen nagebouwd. Fraai geënceneerd ook, zodat je er goed voor kunt laten fotograferen. Het hebben van het bewijs van het bezoek is voor Chinezen namelijk nóg belangrijker dan het wonder werkelijk met eigen ogen te hebben aanschouwd.

Figuur 4 – flat

Dit is de gevel van een flatgebouw in Berlijn, waar een schildering van verschillende gevels op aangebracht is.

Hierin zien we een illustratie van het verlangen naar een stedelijke omgeving die rijk is aan kleur en afwisseling. De omgeving waarin deze ambitie gestalte kreeg is verre van gekleurd. Het is wijk zoals die in de jaren tachtig in het voormalige Oost-Duitsland werden gebouwd en die bestaat uit extreem gestandaardiseerde en grijze woonblokken. De flatgebouwen zijn echter degelijk en het is te duur om ze af te breken en te vervangen door de gewenste stedelijke omgeving.

Als alternatief voor het afbreken van de flatgebouwen is het concept van de wandschildering bedacht. De gebouwen kunnen blijven staan en worden bewoond, maar laten nu een woonomgeving zien die niet meer monotoon is, maar juist vol afwisseling.

Figuur 5 – Kuala Lumpur

Deze flatgebouwen in een buitenwijk van Kuala Lumpur zijn modern, maar hebben traditionele daken.

Hieruit spreekt de ambitie om waar mogelijk kenmerken van traditie en originele cultuur te bewaren in een snel verstedelijkend landschap. Het is een combinatie van oud en nieuw: het dorpsse Kampong huis waarin één familie woont en de condominiumflats die als paddenstoelen de grond uit schieten.

In dit concept lijken de Kampong huizen er eerst te zijn geweest, maar dan wel met de flatgebouwen als basement. De flats zijn omhooggeschoten en dragen nu de oorspronkelijke huizen als dak.

Figuur 6 – vuurtorens in barendrecht

Op deze foto en tekening staan (inmiddels gerealiseerde) vuurtorenachtige woningen in Barendrecht, ten zuiden van



Rotterdam.

Goed wonen is hier de eerste ambitie, maar dat hoeft niet persé te leiden tot een vuurtorenwoning. Het was dan ook de ambitie om in het ontwerp van de woning de specifieke kwaliteiten van de plek uit te drukken, dat leidde tot dit concept. Met de vorm van vuurtorens zou de nabijheid van de zee (op 35 kilometer!), de geschiedenis van de scheepvaart (6 vuurtorens op een rij!) en het waterkarakter van de omgeving (in werkelijkheid drassige veengrond!) het beste tot zijn recht komen.

Dit is nu een typisch voorbeeld van een fopconcept. De herinnering aan de nabijheid van de zee is in dit geval slechts een schijnvertoning om de dure woningen beter verkoopbaar te maken. Het zijn woningen die van alle moderne gemakken zijn voorzien, maar die zijn overgoten met een naar het uiterlijk van vuurtorens verwijzende saus. Ze zijn veel te laag, staan te ver van de kust, staan in een rij van zes en zijn ook helemaal niet ingericht om adequaat als vuurtoren te kunnen functioneren. Het concept is hier dan ook niet 'vuurtoren' of 'verbondenheid met het water en de zee', maar 'bijzondere, gekke woning die goed verkoopt'.

Als het tot uitdrukking brengen van de verbondenheid met het water echt de ambitie was geweest, hadden de mogelijkheden voor bijzondere concepten voor het oprapen gelegen. De woonwijk is

namelijk gebouwd op een voormalig moeras wat betekende dat rioleringsputten die op vrijdag waren gelegd op maandag al weer tot op onzichtbare diepte in de bodem waren verdwenen. In plaats van vuurtorenwoningen vroeg deze locatie feitelijk om 'amfibische woningen' (een concept dat als prijsvraag is uitgeschreven door Bureau Venhuizen, voor informatie: www.amfibischwonen.nl) oftewel woningen die met de drassigheid van de locatie geen problemen zouden hebben.

Conceptmachine

Figuur 7 – the making of
Het maken van een ruimtelijk ontwerp is vooral weggelegd voor professionals. Natuurlijk zijn er geslaagde experimenten waarbij bewoners worden uitgenodigd om mee te ontwerpen. Maar dat leidt niet per definitie tot goede ruimtelijke ontwerpen. Over het algemeen geldt toch dat niet-professionals in bekende vormgeving denken, terwijl professionals in staat zijn om nieuwe vormen te laten ontstaan.

Dat neemt niet weg dat bij het opstellen van de randvoorwaarden voor het ontwerp en het ontwikkelen van de concepten wél iedereen kan worden betrokken. Om een brede groep belangstellenden een effectieve rol te laten spelen bij het ontwikkelen van ruimtelijke concepten ontwierp Bureau Venhuizen de spelmethode 'The making of'. (Zie figuur 8 – the making of)

Het spel volgt altijd op een fase van inventariseren waarin in kaart wordt gebracht wat er speelt en welke verlangens er leven. Deze informatie wordt door Bureau Venhuizen vertaald in een matrix. Hierin staan op de x-as fenomenen (specificaties van de omgeving) en op de y-as de ambities (verlangens en wensen voor een plek of situatie). Het spel werkt als een conceptmachine, dat wil zeggen dat de deelnemers zelf de eerder genoemde hiërarchie in de specificaties van de ambitie en de omgeving aanbrenge. Deelnemers aan het spel krijgen een opgave voorgelegd die bestaat uit een ambitie en een fenomeen. Ze moeten een voorstel doen voor het uitvoeren van die ambitie waarbij ze gebonden zijn aan de specifieke eisen van een fenomeen. Bijvoorbeeld 'Maak een plan om de rivieroever geschikt te maken voor recreatie, maar laat het weidse uitzicht vanaf de rivierdijk in tact' of 'Maak een ontwerp voor het park dat geld oplevert in plaats van geld kost'. Door de ambities met verschillende fenomenen te combineren wordt duidelijk wat wel of niet werkt of wenselijk is. Kortom, er worden concepten ontwikkeld die de ontwerper vervolgens in een plan kan uitwerken. De setting met tafels, een speelbord op de vloer, een speelleider, een visualisator en de strijd om de eerste plaats maken het tot een echt spel.

Het spel biedt mogelijkheden om in een ontspannen sfeer ideeën te ontwikkelen met een hoge realiteitswaarde. De ambi-



ties en fenomenen zetten de deelnemers op het juiste spoor, zonder hun creativiteit te beperken. Het spel hoeft geen kant-en-klare oplossingen op te leveren en het is ook geen bezwaar als de voorstellen niet gerealiseerd kunnen worden. Het doel van het spel is ideeën op te sporen die in het verdere planproces van waarde kunnen zijn.

De conceptmachine is inmiddels op verschillende schaalniveaus toegepast. Om de ruimtelijke mogelijkheden van een geplande zandafgraving in Winssen te onderzoeken, om ingrepen in kaart te brengen die een menselijke maat konden toevoegen aan de wijk Marzahn in Berlijn, bij een open planproces voor de herinrichting van het Mheenpark in Apeldoorn en bij het laten zien van de mogelijkheden voor de Beemsterpolder om zich te ontwikkelen op basis van de eigen kwaliteiten.

In Apeldoorn speelden we met de meest concrete opgave: de herinrichting van een wijkpark. Na een inventarisatie van wensen en voorwaarden is de matrix met ambities en fenomenen opgesteld, waarmee zo'n vijftig bewoners het spel speelden. De resultaten uit 'The making of' zoals een avontuurlijke speelplaats voor kinderen aan het water, een honden-uitlaatplaats die ook voor niet-hondenbezitters iets toevoegt aan het park en een entree die deel uit maakt van het park, zijn verwoord in een ontwerp-opgave aan de ontwerpers. Zij hebben vervolgens een voorstel gemaakt dat na

akkoord van de bewoners is uitgevoerd.

Figuur 9: waterwijk

In de Beemster was de opgave minder concreet en veel breder. Hier ging het om het bedenken van concepten voor ruimtelijke ontwikkelingen met het bijzondere karakter van de werelderfgoedpolder als vertrekpunt. Deelnemers bogen zich over kwesties als de mogelijkheden van waterberging voor recreatie of woningbouw, van energiewinning voor de uitstraling van het erfgoed en van vrijkomende bebouwing op de erven voor de woonvoorzieningen. Een aantal van de concepten rondom waterberging en erven is in een case-studie verder uitgewerkt, zoals een waterwijk.

In beide voorbeelden is het concept de verbinder tussen het verlangen en het plan. In Apeldoorn is dit verlangen via het concept vrij direct omgezet in een ontwerp. In de Beemster zijn we nog aan het studeren op manieren om de ontwikkelde concepten te verankeren in de planvorming.

Geen glijmiddel

Bureau Venhuizen ontwikkelt vernieuwende concepten of zorgt ervoor dat die concepten ontstaan via bijvoorbeeld 'The making of'. Het experiment schuilt daarbij niet enkel in het ontwikkelen van die concepten, maar vooral in het aantonen dat deze concepten om te zetten zijn in een plan. Op welke schaal

en in welke gedaante ook.

Voor ons is een concept dus geen glijmiddel voor de woningmarkt of een marketingterm. Het is ook geen onaf ontwerp of alleen maar een interessant idee. Het concept slaat een brug tussen de ambitie en de wijze waarop die gerealiseerd kan worden. Het concept zorgt ervoor dat een verlangen optimaal kan planvatten.

Verantwoording illustraties:
 figuur 1 t/m 6: Hans Venhuizen
 figuur 7: Dieuwertje Komen
 figuur 8: Martin Leclercq
 figuur 9: Patrick Mc Cabe

Summary

The notion of concept is often applied to a temporary situation or to something that isn't final yet. But a concept is also something in itself. A concept connects the desire to make or do something (that is ambition) with the conditions of the situation in which the desire must take shape. Thanks to the concept, the desire can become design. When you look at the concept as an autonomous connector, it's possible to see, understand and judge the concept in all sort of situations - whether a piercingshop, an amusement park or lighthouse dwellings. It becomes even possible to develop concepts with a group of non-designers. For that last purpose Bureau Venhuizen designed the game-method called 'The making of'.