

## Oude fabrieken voor nieuwe ideeën

Henry Ford (1863-1947), de grondlegger van de Amerikaanse automobielenindustrie en creatieve kracht achter een van de meest invloedrijke bedrijfstakken in de wereldgeschiedenis, had een broertje dood aan het verleden. 'History is more or less bunk', aldus Ford. Hij voelde de tijdsgeest bijzonder goed aan. Het waren begin twintigste eeuw 'duizelingwekkende jaren' om met de Duitse historicus Philip Blom te spreken. De auto stond symbool voor deze 'duizelingwekkendheid', voor snelheid en vooruitgang. Het verleden vormde slechts een hinderlijk obstakel op weg naar een progressieve moderniteit: 'We want to live in the present and the only history that is worth a tinker's dam is the history we made today'.

Met zijn *debunking* van de geschiedenis werd Ford al snel een populair symbool van de overgang van de landbouweconomie naar een industriële economie. Het in zijn automobielfabrieken ontwikkelde gestandaardiseerde massaproductiesysteem met de lopende band vond wereldwijd navolging. Met name na 1918 verschoof ook het Europese denken in de richting van de nieuwe Amerikaanse methodes van Henry Ford. Op de polsslag van de nieuwe, gestandaardiseerde werkorganisatie en het systeem van de lopende band werden in Nederland fabrieken gebouwd die uitdrukking gaven aan het Fordistisch tijdperk.

De Van Nellefabriek in Rotterdam, ontworpen door Leendert van der Vlugt en Mart Stam, en de Witte Dame in Eindhoven, ontworpen door Dirk Roosenburg, zijn prachtige architectonische voorbeelden van de *no-nonsense* zakelijkheid die het nieuwe economische gedachtegoed representeerden. Het industriële paradigma en dat van de architectuur van de gebouwen waren nauw met elkaar verbonden. Moderne architecten, zoals Stam en Roosenburg, die door de zakenelite van het opkomende Nederlandse grootbedrijf werden ingehuurd, deelden een fascinatie voor het wetenschappelijk management en de rationele productieprocessen. In hun ontwerpen heerste de geest van de machine.

Hoewel we het tijdperk van Henry Ford inmiddels achter ons hebben gelaten, blijkt de materiële erfenis van zijn gedachtegoed een nieuwe

functie en betekenis te kunnen krijgen in de nieuwe, post-Fordistische economie; een economie die niet enkel op standaardisatie maar op creativiteit en diversiteit is gebaseerd. Opvallend is dat creatieve destructie in de economie niet noodzakelijkerwijs gepaard hoeft te gaan met de fysieke ontmanteling van de oude economie. Integendeel, nieuwe economie en oude gebouwen gaan wonderwel samen. Of in de woorden van *good old* Jane Jacobs: 'new ideas must use old buildings'. De historische 'bunk' van het Fordisme, in de vorm van oude pakhuizen, fabriekshallen en industriële monumenten, is niet voor niets populair als verzamelgebouw of broedplaats voor allerlei vormen van bedrijvigheid die we vandaag de dag onder de noemer 'creatieve industrie' samenvatten.

Hoewel het creatieve productieproces van deze eigentijdse 'industrie' allerm minst een fabrieksmatig karakter kent en het gebonk van de machine inmiddels is ingeruild voor het gezoem van laptops en iPads, blijken industriële panden een enorme aantrekkingskracht uit te oefenen op de nieuwe generatie creatieve ondernemers. De Amerikaanse stadssociologe Sharon Zukin heeft, in navolging van Jane Jacobs, gewezen op de pionierrol van kunstenaars en creatieve ondernemers bij de herbestemming van industriële gebouwen. Vernieuwende en kleinschalige bedrijvigheid in de creatieve economie ontstaat in deze visie in panden die door oude industrieën zijn verlaten of in vervallen (binnen)stedelijke gebieden waar de huisvestingskosten laag zijn en de vaak imposante ruimten flexibel bruikbaar. Maar is het voldoende dat een fabrieksgebouw economisch waardeloos is, en dus goedkoop, om de lust van de creatieve ondernemer op te wekken, of heeft de liefde een diepere dimensie?

Veel industriële omgevingen bieden door hun opzet en structuur vanzelfsprekend ruimte voor de verscheidenheid aan behoeften die zo eigen is aan de creatieve industrie. Waar de ene ondernemer wonen en werken wil combineren, zoekt de andere voor eigen productiewerkzaamheden een relatief goedkope bedrijfsruimte, liefst casco, zodat hij eigen programma kan ontwikkelen en zijn eigen stempel erop kan drukken. Sommige creatieve bedrijven, bijvoorbeeld meubelmakers of beeldend kunstenaars, zoeken hoge

ruimten, terwijl anderen op zoek zijn naar grote, open ruimten voor de organisatie van festivals en evenementen. Industriële complexen hebben het voordeel van de schaal en de verscheidenheid van gebouwen, waardoor het ensemble als een stad in het klein een variëteit aan sferen en functies kan herbergen. En variëteit is nu net wat de creatieve industrie nodig heeft. Consumenten en bezoekers komen niet alleen voor die ene creatieve producent, maar ook voor de belevenis van het geheel. De herbestemming van het Rotterdamse Van Nellecomplex tot eigentijdse ontwerpfabriek, en de Eindhovense Witte Dame tot multifunctioneel complex voor design, kunst en technologie, spelen daar bijvoorbeeld slim op in.

De ervaring van schoonheid, de mogelijkheden voor tijdelijkheid en creatief zelfbeheer, die de industriële monumenten uit het machinetijdperk bijna als vanzelf in zich dragen, spelen ongetwijfeld een grote rol in de aantrekkelijkheid ervan. Maar volgens mij zijn er ook andere factoren in het geding. Factoren die te maken hebben met het feit dat de creatieve industrie een specifieke vorm van bedrijvigheid is die goederen en diensten voortbrengt die het resultaat zijn van individuele of collectieve, creatieve arbeid én ondernemerschap. Inhoud en symboliek zijn de belangrijkste elementen van deze producten. Voor beide elementen blijkt de verbinding tussen verleden en toekomst essentieel.

Zo is er een groeiende interesse merkbaar in de hedendaagse kunst, media en design voor de ambachtelijke kennis die voortkomt uit de rijke traditie van de oude industrie. Veel jonge, hedendaagse designers zijn bezig om ambachtelijke tradities en industriële technieken slim te verbinden met innovatie. Ze ontwikkelen ontwerpen die zijn geïnspireerd op lokale ambachtelijke tradities, materialen of productietechnieken. De oude industriële gebieden in Nederland, zoals Rotterdam, Eindhoven en de Achterhoek, vormen daarvoor de ideale ecosystemen. Daar treffen creatieve ondernemers veel verrassende kennis en hoogwaardige productiefaciliteiten aan, en komen nieuwe samenwerkingsverbanden en productinnovaties tot stand. Wat diep geworteld is, kan hoog groeien!

Niet alleen inhoudelijk, ook in symbolische zin speelt de rijke traditie van de industriële geschiedenis een prominente rol. De met de

industriële monumenten verbonden verhalen van hard werken en stoempende machines vormen het symbolisch kapitaal dat de boodschap uitdraagt dat het zin heeft om te investeren in de creatieve economie. Niet voor niets zoeken creatieve ondernemers zelf actief de verbinding met begrippen als 'fabriek', 'silo' en 'werkplaats'. Deze suggereren ambachtelijkheid, vakmanschap, werklust en doorzettingsvermogen; eigenschappen die in de hedendaagse innovatie-economie van groot belang zijn. Resultaten uit het verleden bieden weliswaar geen garantie voor de toekomst, maar dragen wel bij aan de suggestie van arbeidsethos en authenticiteit. Op dat punt had Henry Ford het bij het verkeerde eind. We willen weliswaar in het heden leven, maar wentelen ons tegelijkertijd maar al te graag in industriële nostalgie.

Joks Janssen, 6 februari 2012