

A photograph of a man with white hair, smiling, standing in front of a stone wall. He is wearing a light-colored, long-sleeved button-down shirt and light-colored trousers with a patterned belt. To his left, a white sign is mounted on the wall with the text 'HIPPIES USE SIDE DOOR' and arrows pointing left and right. In the foreground, there are green plants in a wooden planter box.

HIPPIES
—USE—
SIDE DOOR

Charles Landry: 'De creatieve stad is niet de oplossing voor alle problemen, maar hiermee zeg je op zijn minst wel dat iedereen iets in zijn mars heeft.'

De creatieve stad benut de talenten van haar inwoners

Charles Landry is een internationale autoriteit op het gebied van creativiteit, de stad en haar toekomst. Nadat hij de steden Glasgow en Barcelona had begeleid in hun zoektocht naar hun creatieve economie, schreef Landry het boek *The Creative City*. Als consultant werd hij overal ter wereld gevraagd en met die ervaringen schreef hij *The Art of City Making*. Nu is hij op zoek naar de creatieve bureaucratie. De creatieve kwaliteit van een plek stimuleert volgens Landry vooral iedereen zich te ontplooiën in het belang van de gemeenschap. **MARLIES VAN BOUWEL**

Wereldwijd wonen er ondertussen meer mensen in steden dan op het platteland. Hoe kunnen steden goede plaatsen worden om te leven? Volgens Charles Landry is een goede stad maken een kunst waarvoor geen vastomlijnde formules bestaan. Het komt erop aan de problemen en kansen te identificeren en ze op een verbeeldingrijke manier te benaderen. Maar hoe doe je dat? En kost dat dan niet veel meer? In zijn mooie cottage in de Engelse Cotswolds drinken we koffie voor het haardvuur: 'Die vraag kreeg ik in het begin vaak te horen. Wat is de prijs van design? Of van sociaal goede infrastructuur? Ik trap niet meer in die val. Want eigenlijk gaat het erom hoeveel het zal kosten als je het niet goed doet. Wat is de prijs van lelijkheid? Wat is de prijs van een veel te brede weg? Hoeveel kost slecht ingerichte openbare ruimte? In veel projecten krijg ik ook de vraag wat mijn methodologie is. Het lijkt wel of ik iets gecompliceerds doe, maar dat is niet zo. Ik stel alleen maar vragen om mensen anders te doen nadenken. Op een spectrum van ja tot nee zal iedereen ongeveer gelijk aanduiden wat goed gemaakt is, wat mooi is. Daar hoeft je geen wetenschapper voor te zijn.'

Bent u architect of ruimtelijk planner?

'Nee, ik heb economie, politiek en geschiedenis gestudeerd. Wat me het meest beïnvloed heeft is het opgroeien in drie landen want toen ik een tiener was, woonden we in München, daarna studeerde ik in Engeland maar woonden mijn ouders in Italië, zodat ik heen en weer reisde, en ik heb ook nog een jaar in Bologna gestudeerd. Als Engelsman denk ik lineair en empirisch, maar ook dialectisch Duits en eigenlijk ben ik ook zo emotioneel en esthetisch als een Italiaan. Het is een combinatie van zintuiglijkheid en redelijkheid en geïnteresseerd zijn in interacties. Een tijdje heb ik geworsteld met de vraag wie ik was. In elk geval ben ik een Europeaan, meer dan een Brit. Omdat ik in Bologna de problemen van de postindustriële samenleving had bestudeerd, kon ik begin jaren zeventig bij de EU in Brussel aan de slag in een prachtig project: hoe zal de Unie over dertig jaar zijn? En eigenlijk doe ik nu hetzelfde en stel ik me de vraag: waar gaan onze steden naartoe?'

'Daarna probeerde ik in Engeland mijn draai te vinden, ik heb een mediacoöperatie gesticht voor alternatieve politiek en feminisme. Heel politiek correct. Het was leuk om voeling te hebben

met die bewegingen maar ik voelde al gauw dat er sleet op kwam. Dus richtte ik Comedia op, een combinatie van communicatie en media. De uitgeverij bracht zestig boeken op de markt over media, participatie, radio, semiotiek, culturele en creatieve economie. Toen we financiële problemen kregen, kwamen alle schulden op mijn nek terecht en hebben we de uitgeverij verkocht. We legden ons toe op consultancy, vooral over cultuur, creativiteit en de toekomst, in het begin bij non-profitorganisaties over hoe ze zich bekend konden maken, maar ook meer conventionele organisaties kwamen bij ons aankloppen.'

'In '89 was de economie van Groot-Brittannië een ruïne, herstructureringen waren aan de orde van de dag. Welke kant moest het uit? We zagen dat design en muziek economisch het verschil begonnen te maken. De export van muziek was toen al belangrijker dan die van de autosector. Ook de steden begonnen dat in te zien. De post-punkgroep Joy Division betekende voor Manchester meer omzet dan de traditionele industrie. In '89 kwam dat alles op eens samen in Glasgow toen ik consultancy deed over de identiteit van die stad. Mensen vonden dat een moeilijke term en dus zijn ze dat de creatieve economie gaan noemen.'

'In '92 werd ik door Klaus Kunstmann van Dortmund uitgenodigd om in zes Duitse en Britse creatieve steden projecten uit te werken: we gingen naar de mechanismen kijken, de dynamiek, het milieu. Het waren nog beginnende ideeën. Mijn idee over creativiteit veranderde. In het begin dacht ik vooral aan kunst en de creatieve industrie zoals design, toen zag ik dat ook maatschappelijk werkers, gemeentepersoneel of zakenlui zeer creatief konden zijn en werd mijn idee breder dan enkel het artistieke. Al deze mensen vormen de rijkdom, zeg maar de grondstof, van een plaats zoals vroeger staal of steenkool.'

Maar wat maakt de ene stad anders dan de andere?

'Bij een grote opdracht in Basildon, een stad opgericht na de Tweede Wereldoorlog om het tekort aan huisvesting in Londen op te vangen, vroeg een Italiaanse vriend me welke kleur die stad had. Dat deed me de ogen opentrekken. Sindsdien tel ik in een straat de winkels die wel en niet tot een grotere keten behoren, helaas ken ik meestal 79 namen van de 85. Ik ben me verder gaan afvragen wat een plaats of stad uniek maakt, origineel en dus competitief.'

‘Ik heb mee mogen werken aan de creatieve economie in Manchester, Glasgow, Hull, Londen, Bristol en Southampton en nog zoveel meer. Maar de echte doorbraak kwam met mijn opdracht voor Barcelona in 1990, ter voorbereiding van de Olympische Spelen. De British Council had me aanbevolen om een analyse te maken van de culturele industrie in Barcelona.’

‘Daarna kwamen Krakau en Sint-Petersburg. Ik kon mijn ervaringen uitbreiden. En toen ik aan de voorbereiding van Europese Culturele Hoofdstad Helsinki mocht meewerken, kwam ik opnieuw interessante mensen tegen die met heel uiteenlopende projecten bezig waren. Zeer intellectualistische projecten, maar ook projecten met daklozen. In essentie keken die mensen op dezelfde manier naar de dingen. Dat is de creatieve kwaliteit, een mengeling van luisteren, andere verbindingen leggen in het denken en boudweg doen.’

Toen schreef u *The Creative City* en later *The Art of City Making*.

‘Juist, ik ben me ook meer gaan focussen op steden als creatieve omgeving. Maar nog altijd kreeg ik te maken met de mensen van de dienst Cultuur, ik wilde ook mensen van de dienst Economie zien. En ik mocht nog meer reizen, naar China, Japan, Australië. Eigenlijk deed ik in al mijn projecten onderzoekswerk opdat ik de dingen beter zou begrijpen. In alle steden zie je grote groepen mensen die zich inzetten voor het algemene belang, om de wereld te verbeteren. Dat inzicht was een bevrijding voor mij, we doen dit voor de mensen. Als je het beste ding in de wereld wilt, doe je aan marketing, als je het beste voor de wereld wilt is dat iets heel anders.’

‘Mensen bleven me formules vragen, die had ik niet, ik kon enkel vragen stellen die mensen deden denken en creatief maakten. Toch ben ik vorig jaar in Bilbao met innovatieve maar niet-creatieve ingenieurs aan de slag gegaan om een creatieve index op te stellen. De software stelt de vragen waardoor je aan het denken en doen slaat. Ik ben dus teruggekeerd naar het punt dat er principes bestaan voor een creatieve plaats en dat je het kunt stimuleren en regelen. In plaats van “nee, want” wordt het een “ja, als”. Dat is een hemelsbreed verschil.’

Hoe kan een bestuur van een stad dit toepassen?

‘Meestal is het bestuur bezig met hardware, met fysieke dingen. Maar er zijn zoveel problemen die je beter anders oplost. In plaats van 23 kilometer asfalt aan te leggen, kun je het budget ook anders gebruiken, je kunt er heel veel andere dingen mee doen.’ ‘Op dit moment zoek ik steden om mee te werken aan een creatieve bureaucratie. Mensen denken vaak negatief over bureaucratie, en om wat te stoken gebruik ik precies dat woord. Ik wil een spanning. In de overheid leven volop goede ideeën, maar het is moeilijk ze te realiseren omdat je ze eerst verdedigd moet krijgen op alle niveaus van de organisatie. Dat maakt mensen vleugellam. Hoe kun je een creatief systeem creëren waardoor je een betere administratie krijgt voor de stad? Hoe kan een bureaucratie flexibeler worden terwijl ze toch eerlijk, open en transparant blijft?’

‘In Calgary hadden ze veertien dikke boeken vol wetten en amendementen. Altijd was er wel een reden om een nieuw idee te verworpen. Calgary wilde het over een andere boeg gooien en aan administratieve vereenvoudiging doen. In plaats van de veertien volumes vol specifieke regeltje is er nu maar één, met principes. Volgens mij kun je met strikte principes tactisch heel flexibel zijn. Ten tijde van Margaret Thatcher moesten de medewerkers van Engelse lokale besturen specifieke targets halen. Het probleem was dat die ambtenaren hun creativiteit gingen gebruiken om die targets te manipuleren in plaats van om de problemen aan te pakken. Het is veel beter om volgens strategische principes te werken en praktisch flexibel te mogen zijn, dan krijgen medewerkers veel meer zelfvertrouwen.’

Zullen de burgers dat merken?

‘Natuurlijk. In Calgary hadden ze vroeger een regeltje dat elke fiets een bel moest hebben en als dat niet het geval was, er meteen een boete moest worden betaald. Dat voelt heel negatief aan. Toen kregen de agenten van Calgary fietsbellen en schroevendraaiers. Kwamen ze een fiets zonder bel tegen, dan schroefden ze er meteen een bel aan tijdens een babbel. Dit bleek veel goedkoper te zijn dan het uitschrijven en innen van die boete. Nu is er op dat vlak helemaal geen repressie meer en wordt sociaal kapitaal gegeneerd dat de algemene principes zal respecteren.’ ‘We hebben het hier laatst in de buurt ook zelf meegemaakt. Toen ik te hard reed, kreeg ik een boete. Mijn vrouw die ook te hard had gereden, mocht kiezen tussen een boete of een cursus in veilig rijden. Die cursus bleek een erg leuke ervaring te zijn. Dat is een heel andere manier van denken. In het algemeen geldt als eerste voor-

waarde dat mensen over het muurtje kijken. Veel gemeenten komen uit een periode dat ze de problemen sectoraal aanpakten en niet interdisciplinair samenkwamen om de dingen op te lossen. Dat kon niet vanwege alle regels.’

Je hebt natuurlijk ook wel regels nodig, bijvoorbeeld voor veiligheid.

‘Omdat de meeste mensen in steden wonen, willen we dat die vibrerend en vitaal zijn. Het wegreglement is gemaakt voor veiligheid en niet voor de creatie van vibrerende vitale steden. Je kunt de regels ook herbekijken vanuit het perspectief van de creatieve stad. Wat is het verschil in atmosfeer tussen de industriële en de creatieve stad? De industriële stad heeft fabrieken, mobiliteit en harde infrastructuur terwijl de creatieve stad mensen aanmoedigt meer te doen met hun talenten, ze leert dat ze die moeten delen en verbinden en dat ze andere mensen moeten ontmoeten. Daarvoor heb je ontmoetingsplaatsen nodig en dus heb je heel andere regels nodig: regels die vrolijkheid uitlokken.’

‘In Kensington High Street in Londen stonden ijzeren baren tussen het smalle voetpad en de brede autoweg. De auto’s reden er heel snel. De viceburgemeester heeft al die baren weggedaan en nu voelen de voetgangers zich veiliger want de automobilisten rijden veel voorzichtiger. De straat is bewandelbaar geworden, de relatie tussen de automobilisten en de voetgangers is veranderd én er zijn minder ongelukken.’



MARILYN VAN BOUWEL

*‘Wat is de prijs van
lelijkheid? Wat is de prijs
van een veel te brede weg?
Hoeveel kost slecht in-
gerichte openbare ruimte?’*

Hoe zorg je voor die klik? Hoe bewerkstellig je vrolijke ontmoetingsplaatsen?

‘Of wat heeft een revitaliserende kracht? Hier vlakbij, in Stow-on-the-Wold, was er een Hollandse hippie die barvoets en met dreadlocks rondliep, hij heeft een boerenmarkt georganiseerd die de stad deed opleven en de slow food movement introduceerde. Het lokale bestuur had dat moeilijker kunnen doen, maar het kan wel mogelijk maken dat het gebeurt. In Toronto is er een sociaal centrum met dertig alternatieve organisaties, het meeste wat ze doen kan een lokaal bestuur ook doen, maar het is belangrijk dat het bestuur dat aan de bevolking overlaat en haar wel de mogelijkheid biedt om haar ding te doen. In een Amerikaanse stad ging een inwijkeling scooter rijden, acht maanden later reden er al achthonderd scooters rond en waren er drie scooterverdelers, ondertussen is het een echt scooterstadje geworden dat zich ook zo profileert. Het lokale bestuur moet dit mogelijk maken, de richting aangeven, de kansen bieden en een goede balans vinden tussen controleren en loslaten.’

‘Traditionele structuren hebben niet altijd de flexibiliteit om de problemen op te lossen. Je kunt de wijk of de straat ook een budget geven om de eigen problemen op te lossen. Willen de bewoners meer groen, dan kunnen ze zelf planten kopen. Willen ze banken? Dat ze dat zelf beslissen. Dat is holistisch denken, denken op 360 graden. Transport kan wandelen en fietsen betekenen, maar evengoed rolschaatsen of scooters. Er zijn altijd meer mogelijkheden dan je op het eerste zicht kunt bedenken. Ik vraag altijd: “Wat is hier echt het ergste probleem?”. En dikwijls zit de oplossing in een onverwachte hoek. Mag ik je het verhaal vertellen van een parkje in Brisbane?

In dat park in een moeilijke buurt durfde niemand nog een voet zetten. Toen zette een artiest zijn caravan midden in het park. Tijdens zijn verblijf interviewde hij de vuurtjesstokers en vandalen over hun problemen. Wat bleek? Ze waren zo baldadig omdat ze een stigma droegen. Samen met die artiest hebben ze een stigma gebouwd, een stigma van stukken hout van wel tien meter hoog. Op zondag nodigden ze de buurt uit om te komen kijken hoe ze hun stigma in brand staken terwijl ze zongen: “Verbrand het stigma!” Hierdoor veranderde het gespreksonderwerp. Hun probleem was nog niet weg, maar ze waren er op een artistieke manier mee omgegaan.’

En wat is de rol van de lokale politicus in dit alles?

‘Geen gemakkelijke vraag. Toen ze in Bilbao besloten met het Guggenheim in zee te gaan, hebben ze eerst een Overkoepelende Raad opgericht, een toekomstgeoriënteerde denktank



MARLIES VAN BOUWEL

‘Het lokale bestuur moet dingen mogelijk maken, de kansen bieden en een goede balans vinden tussen controleren en loslaten.’

over de politieke partijen heen. Die raad was dus niet verkozen maar aangesteld, iedereen was het erover eens dat het goede vertegenwoordigers waren. De Raad kon een heldere visie uitwerken over de politieke cyclus van verkiezingen heen terwijl de partijen er wel bij betrokken waren. Veel steden lijden onder de politieke cyclus, een bestuursperiode van vier jaar is kort om een visie te ontwikkelen en er ook nog de resultaten van te zien.

Het principe van “één mens, één stem” is mooi, maar het is niet de meest adequate manier om de bevolking bij het beleid te betrekken. Misschien moeten we even een stap achteruit doen en kijken wie die politici zijn, wie tijd heeft, waar kennis zit. Politici zijn wel goed met hun communicatie bezig, ze werken aan visies en activiteiten. Het is een begin, maar het is nog niet echt van harte. De creatieve stad is niet de oplossing voor alle problemen, maar hiermee zeg je op zijn minst wel dat iedereen iets in zijn mars heeft. Alles kan in principe herbedacht worden, heruitgevonden. Het meest kan nog gebeuren in het grootste gebied, namelijk de openbare dienstverlening. We moeten de rollen herbekijken, de waarden herbedenken. Dat is heel spannend. Er zijn verschillende versies om buiten de lijntjes te kleuren, om uit te breken.’

In uw boeken schrijft u vooral over grote steden, maar u woont zelf afgelegen. Kunnen stadjes of plattelandsgemeenten ook vibrerend zijn?

‘Ik hou van de stad, maar neem er ook graag afstand van. In een kleine plaats kun je claustrofobie krijgen, maar soms is het in een kleine gemeenschap ook gemakkelijker om het verschil te maken. Wat je doet, wordt rapper zichtbaar.

In een kleine stad kun je een zeer sterke niche uitwerken en echt in de hub zijn. Hier in de Cotswolds zijn veel mensen geïnteresseerd in het milieu, ze zijn bezig met permacultuur (efficiënte biologische landbouw) en hernieuwbare energie. Stow-on-the-Wold kan niet concurreren met Londen maar het is hier veel goedkoper wonen en leven en je kunt hier gemakkelijker een nieuw bedrijfje lanceren. Als je in Londen een literatuurfestival organiseert, weten heus niet alle inwoners dat, in Stow wel.’ ‘Tegenwoordig hebben kleinere steden trouwens dezelfde agenda als de grote steden. Door de complexiteit van zeer grote steden kunnen de nadelen ervan opwegen tegen de voordelen. In veel gebieden zie je trouwens dat de mensen die de verbinding leggen, de hele tijd bewegen. Dat is trouwens voor Vlaanderen een groot voordeel, jullie zijn nooit op meer dan vier uur van elkaar verwijderd, dat is een afstand die je associeert met grote steden.’

Marlies van Bouwel is hoofdredacteur van Lokaal

Meer creativiteit in je organisatie

‘Meer creativiteit in je organisatie!’ Zo klinkt de oproep van de Vlaamse organisatie voor ondernemingscreativiteit Flanders DC in de nieuwste aflevering van het handboek *Dienstverlening en Stadsvenstermanagement*. Je krijgt meteen zes aan-

bevelingen om je organisatie creatiever te maken. Dankzij de oefeningen en technieken leer je de patronen te doorbreken en creatief te denken. In deze aflevering lees je tot slot over het creatiefste voorbeeld van omgaan met een regelsysteem

dat Charles Landry ooit heeft gezien. Benieuwd? Bestel dan nu het handboek *Dienstverlening en Stadsvenstermanagement* tegen de voordeelprijs van 49 euro!

www.politeia.be