

## Leisure als katalysator van stedelijke opgaven

Huub Kloosterman

*Leisure is inmiddels wel ontdekt als economische functie voor de stad en als stimulant voor winkelcentra. Maar in hoeverre kan leisure een bindend element zijn voor vastgoedontwikkelingen of zelfs als katalysator fungeren voor stedelijke projecten? In dit artikel wordt hierop ingegaan. Eerst wordt stil gestaan bij de ontwikkelingen in de wereld van de vrije tijd. Vervolgens wordt een link gelegd met stedelijke opgaven. Ter illustratie wordt het voorbeeld gegeven van het stationsgebied in Den Haag (het CS Kwadrant), waar leisure kan bijdragen aan het verwezenlijken van de hoge ambities.*

### Trends in leisure

Hoewel de vastgoedwereld leisure nog maar nauwelijks ontdekt heeft, is het goed te beseffen dat de wereld van dergelijke accommodaties flink in beweging is. Dit is te begrijpen wanneer wordt ingezoomd op consumententrends. Nieuwe levensstijlen ontstaan. Deze zijn niet meer gebaseerd op de traditionele waarden zoals leeftijd, inkomen, achtergrond en religie. Veel meer zijn ze gebaseerd op emoties en gemoedstoestanden zoals een hang naar avontuur, luxe, puur natuur, culturele mix en authenticiteit. Mensen willen kunnen “zappen” tussen diverse levensstijlen. Levensstijlen die voorheen schijnbaar tegengesteld waren, worden nu opeens makkelijk gecombineerd. Mensen willen zowel de stad als de natuur, authentieke producten naast snelle technologische snufjes en onthaasting naast alles willen meemaken.<sup>1)</sup>

De huidige vraag naar leisure laat zich als volgt omschrijven:

- de vraag is dynamisch (snelle veranderingen) en de consument is onvoorspelbaar
- consumenten worden steeds kritischer en zijn meer gefocust op kwaliteit
- mensen zijn meer bewust van de waarde van vrije tijd (quality time)
- mensen willen steeds hun grenzen verleggen in de activiteiten die ze doen
- consumenten zijn niet meer merktrouw, maar wel merkbewust
- grote vraag naar snelle en persoonlijke service.

In het aanbod van leisure is ook een enorme verschuiving gaande. Voorheen was sprake van stand-alone accommodaties, die vooral het gevoel hadden te concurreren met hun vakbroeders. Nu hebben we te maken met een aanbod waar sprake is van:

- professionalisering

- een enorme schaalvergroting (door groei en fusies/ overnames)
- het vormen van ketens
- een uitbreiding met andersoortige producten naast het kernproduct
- buitenlandse toetreders op de Nederlandse markt
- 'branding' – ofwel het belang van merken.

Avonturenparken stappen in de hotel- en food-business, grote cinemaconcerns zetten een enorm bioscopennetwerk op over Nederland, musea zetten een grootschalige merchandising op rondom hun 'product', en exploitanten van sportcentraketens doen aan gebiedsontwikkeling. Het voorbeeld van Virgin geldt als metafoor voor deze ontwikkelingen. Vanuit de platenindustrie is het concern een internationale speler geworden op het gebied van luchtvaart, treinen, winkels, food, wijn, reizen etc. Het merk staat voor een gevoel en geeft associaties met vrijheid, tegendraads, alternatief.

In plaats van zich te richten op doelgroepen, proberen aanbieders van leisure op de vraag in te spelen door een bepaalde levensstijl uit te stralen. Het gaat hen er om het juiste gevoel op de juiste plek aan te bieden. Mensen kunnen immers op verschillende plekken en tijdstippen andere levensstijlen aannemen. Het aanbod aan leisure moet een fit geven met de verwachting van de mensen die op die plek komen.

### **Leisure en de stad**

Het bovenstaande geeft inzicht in de vraag naar leisure en de ontwikkelingen aan de aanbiederskant. Daarmee is echter nog niets gezegd over de eventuele waarde van leisure voor stedelijke projecten. Om dat beter te begrijpen moeten we even stil staan bij enkele actuele vraagstukken van de stad. Het vraagstuk van de openbare ruimte staat momenteel in de schijnwerpers. Pleinen, straten en parken vormen een onderdeel van de identiteit van de stad. Maar de openbare ruimte raakt op veel plekken in de anonimiteit en dreigt in verval te raken. Het Rijk heeft de handschoen opgepakt door dit vraagstuk te benoemen als één van de tien Grote Projecten uit de architectuurnota.<sup>2)</sup>

Ook het vraagstuk van stedelijke vernieuwing staat op de agenda. Veelal wordt het middel van ruimtelijke ingrepen ingezet om stedelijk verval tegen te gaan, waarbij ruimte ontstaat voor nieuwe functies. Daarnaast heeft een aantal steden te maken met grootschalige investeringsprojecten op stationsknooppunten. Dit zijn complexe gebieden, waar veel claims op de ruimte liggen vanuit diverse belangen.

In algemene zin geldt voor steden de opgave om de monofunctionaliteit in stedelijke gebieden te doorbreken. Het gaat daarbij niet alleen om anonieme woonwijken, maar ook om monofunctionele winkelgebieden en om bedrijvenparken die 's avonds en in het weekend no-go areas zijn.

Opvallend is dat in al dit soort vraagstukken behoefte is aan het vergroten van de levendigheid op specifieke plekken, het creëren van verblijfsgebieden, het doorbreken van monoculturen en het geven van identiteit aan een gebied. Om dit te bereiken wordt vervolgens vaak de verwijzing gemaakt naar

'leisure'. Helaas houdt daarna de fantasie vaak op. Leisure is een soort toverwoord geworden, maar niemand weet hoe je dit fenomeen voor de stad kunt inzetten.

Dit is op twee manieren goed zichtbaar. In strategische plannen voor de stad zie je de roep om 'toeristische' of 'culturele' trekkers. Vaak is dit goed bedoeld om aan een plek een bepaalde identiteit te kunnen geven, of (al dan niet onder verwijzing naar het Guggenheim in Bilbao) het bekende vliegwieleffect teweeg te brengen. Echter, opvallend vaak hebben deze ruimtelijke plannen nauwelijks een relatie met bestaande organisaties of initiatiefnemers uit de toeristische of culturele wereld. Daarnaast wordt in programma's voor stedenbouwkundige plannen vaak domweg een percentage of een aantal vierkante meters 'leisure' of 'voorzieningen' genoemd. Waar dit uit moet bestaan is dan niet duidelijk. Soms wordt zelfs de term 'urban entertainment' gebruikt. Bij een verdere invulling worden dan fantasierijke thematische uitwerkingen of een zouteloze megabioscoop bedacht, zonder daarbij af te vragen waaraan in dat gebied werkelijk behoefte bestaat.

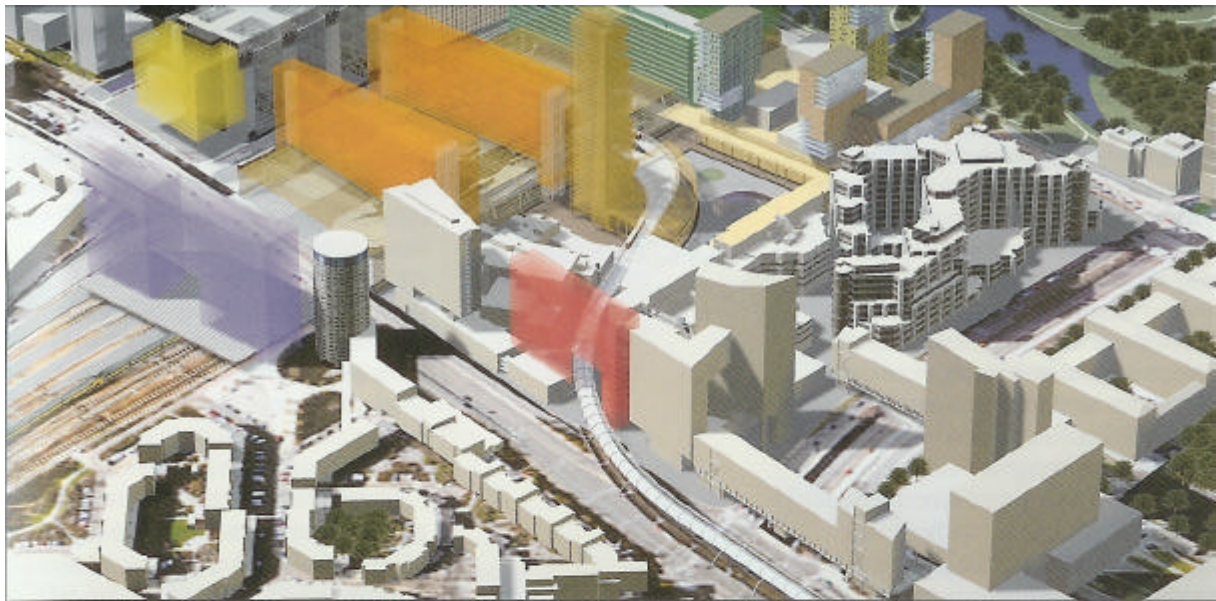
### **Leisure begrijpen**

Het wordt tijd dat leisure-initiatieven en de stedelijke behoeften bij elkaar komen. Het lijkt moeilijk, maar het is in feite simpel; waar ze bij elkaar komen is bij de uiteindelijke gebruikers van het gebied. Bij een initiatief gaat het erom te weten voor wie je het doet, en te weten welke behoeften deze doelgroepen hebben. Belangrijk is daarbij te begrijpen welke relaties er liggen tussen leisure en de andere functies in het gebied zoals wonen, werken en winkelen.

Op veel plekken zien we een integratie van winkelen en leisure. In de merkenwinkels van Disney, Virgin en Nike wordt eerst een gevoel overgebracht en daarna pas de producten. Nieuwe winkelcentra als Centro Oberhausen en Bluewater London hebben naar Amerikaans voorbeeld allerlei vermaak en thematische horeca gekregen om de verblijfsperiode te verlengen en te veraangemen. Geïntegreerde concepten van sport, amusement en uitgaan krijgen thema's, waarin specifieke winkels (buitensportwinkels, delicatessenzaken) weer goed gedijen. In musea vindt je retail die inspeelt op de emotie (de Vincent van Gogh winkel op het Museumplein).

Leisure heeft ook zijn intrede gedaan in het zakenleven en de kantooromgeving. Het is een direct gevolg van de ontwikkelingen op het gebied van werkprocessen. Er is veel meer sprake van interactie tussen mensen. Het werkklimaat wordt steeds belangrijker. Organisaties spelen hierop in door de werkomgeving aantrekkelijker te maken, met kantoorcafés, food courts (verzameling van eettentjes en restaurants), sport, kinderopvang en winkels/services. Bij een kantorenmassa vanaf 50.000 m<sup>2</sup> wordt het aantrekkelijk om dit soort voorzieningen te delen. Er ontstaat voldoende aanloop en het kan een levendig effect hebben. Een aantrekkelijke optie is om dergelijke voorzieningen fysiek te koppelen aan de openbare ruimte, zodat ze ook publiekelijk toegankelijk worden (ook voor eventuele bewoners). Het bedrijfsrestaurant wordt een lunchcafé en de bedrijfsfitness wordt een breder opgezet sportcentrum.

Wonen en leisure hebben altijd al bij elkaar gehoord, hoewel de specifieke behoefte aan voorzieningen verschilt per doelgroep. Wonen in de binnenstad is bijzonder populair bij groepen als studenten, hoogopgeleide jongeren en actieve ouderen. Deze groepen willen een *urban lifestyle*. In woonontwikkelingen in de steden wordt tegenwoordig daarom veel aandacht besteed aan het creëren van levendigheid en een stedelijke sfeer. Dit wordt gezocht in het mengen van wonen met winkels en stedelijke voorzieningen als restaurants, cafés, theaters en bioscopen.



*Het nieuwe Anna van Buerenplein ibij het Centraal Station in Den Haag krijgt straks een mix van gebruikers. (Tekeningen: gemeente Den Haag).*

### **Leisure in het CS Kwadrant**

De hiervoor beschreven mix van behoeften aan menging van functies, geeft richting aan de vraag in hoeverre leisure sturend kan zijn voor stedelijke opgaven. Een voorbeeld uit Den Haag geeft duidelijkheid.

Momenteel wordt voor het stationsgebied in Den Haag, het CS Kwadrant, hard gewerkt aan een masterplan. Het CS Kwadrant bestaat uit verschillende planonderdelen, waaronder herontwikkeling van het station tot OV-terminal en bebouwing en herinrichting van het voorliggende Koningin Juliana-

plein. Daarnaast kent het gebied nog een planonderdeel aan de zijde van Babylon en de Koninklijke Bibliotheek.

Dit gebied, direct aangrenzend aan de OV-terminal, wordt nu als onoverzichtelijk, massaal, introvert en 'grijs' ervaren. Babylon kent vele gebruikers, maar is bijzonder introvert. Een bovengrondse parkeergarage vormt een visuele barrière naar de achterliggende Koninklijke Bibliotheek, het Nationaal Archief en het Letterkundig Museum. In de plannen van de gemeente Den Haag wordt de parkeergarage gesloopt en krijgt dit gebied een plein, het Anna van Buerenplein. De ambitie is om tot een hoogwaardig ingericht stedelijk verblijfsplein te komen, dat een rustpunt is naast de hectische mobiliteitsknoop <sup>3)</sup>.

In een studie van DEGW voor de gemeente Den Haag is onderzocht in hoeverre de leisure-functie kan bijdragen aan deze stedelijke opgave <sup>4)</sup>. Aanvankelijk was in het programma van eisen alleen maar het woord 'leisure' opgenomen, zonder verdere invulling. Gedacht werd aan een 'grote toeristische trekker'. Wij hebben echter de aanbeveling gedaan om het leisure-vraagstuk meer onderdeel te maken van het totaalconcept voor dit gebied, en niet op zoek te gaan naar een toverformule die van zichzelf wellicht attractief kan zijn maar geen aansluiting heeft met de andere gebruikers.

Het nieuwe Anna van Buerenplein krijgt straks een mix van gebruikers (bewoners, kantoorgebruikers, bezoekers van de rijksinstituten, winkelend publiek, uitgaand publiek en hotelbezoekers). Grote angst is dat het gebied de uitstraling van een monofunctioneel kantorengedebied krijgt. De ambitie is een attractieve "plek" met een binnenstedelijk karakter te creëren, waar bewoners en gebruikers zich mee willen identificeren. De gewenste identiteit kan worden gevonden in de overeenkomstige kenmerken van de gewenste doelgroepen: *stedelijk, stijlvol, chique, cultureel, vooruitstrevend*.

Het leisure-aanbod moet juist hierop inspelen. De leisure kan zorgen voor een binding tussen de toekomstige gebruikers. Een aparte toeristische trekker van bovenregionale omvang zou daarmee dissoneren. Het leisure-aanbod moet aansluiten bij de trends in vrije tijd en lifestyle, en kan bijdragen aan de gewenste onthaasting in een chique, multiculturele en vooruitstrevende omgeving. Om het verblijf te stimuleren, dient het aanbod ervoor te zorgen dat de (semi) publieke ruimten ook in de avond en in het weekend "gezellig druk" is: met restaurants, trendy cafés, culturele podia, health center en bijzondere winkels voor design, boeken, muziek, delicatessen, reizen etc. Synergie moet worden gezocht met de huidige functies. In de praktijk betekent dit aan de Babylon-zijde (kantoren, winkels, hotel, uitgaan) meer commerciële leisure, en aan de Koninklijke Bibliotheek-zijde meer culturele leisure.

Inmiddels hebben vijf instellingen (waaronder de Koninklijke Bibliotheek en het Nationaal Archief) het initiatief genomen voor een mogelijke invulling van de culturele leisure. Het betreft een zogenaamde Boulevard van het actuele verleden, waarin huidige maatschappelijke vraagstukken begrijpbaar worden gemaakt via historische gebeurtenissen. Het initiatief is nog in de studiefase en het is nog geen uitgemaakte zaak of het op deze locatie komt. Maar het kan wel zorgen een presentatie van deze instituten naar het plein. Een voorbeeld van leisure die bij wil dragen aan de stedelijke opgave.

### **Leisure als katalysator**

Een aantal conclusies kunnen getrokken worden. Het gewenste gebruik van een gebied dient de richting te bepalen van het leisure-programma. Om succes te oogsten voor de stad dient vooral ook de relatie met de openbare ruimte gezocht te worden. In het streven naar synergie tussen functies is de rol van de openbare ruimte cruciaal. De wens om een gebied levendig en attractief te maken vraagt als het ware om publieksfuncties die zichtbaar en open zijn vanaf de straat of het plein. Het leisure-programma voor een stedelijk gebied moet niet dissoneren met de andere functies; het moet juist de gewenste identiteit aanvullen en versterken. Leisure is niet langer een monofunctionele ontwikkeling, maar juist onderdeel van een geïntegreerde ontwikkeling. Combinaties moeten worden gezocht met wonen, werken en winkelen, zodat die stedelijke functies juist extra worden gestimuleerd. Patronen in bestaande gebieden kunnen wel degelijk doorbroken worden door de komst van een attractie, maar dan zal die attractie wel moeten aansluiten bij het totale concept van het gebied.

*Huub Kloosterman is oprichter van Urban Xchange*

#### Literatuur:

- 1) Hilde Roothart, *Futuring* (1999)
- 2) Ministeries VROM, OCenW en LNV, *Pleidooi voor de openbare ruimte* (2002)
- 3) Gemeente Den Haag, *Voortgangsrapportage CS Kwadrant per mei 2002*, brief van de wethouder ruimtelijke ordening aan de commissie voor stedelijke ontwikkeling (2002)
- 4) DEGW, *Leisure in het CS Kwadrant*, Eindrapport iov gemeente Den Haag (2001)