

Durf jij te denken in schaalverkleining?

Frank van Weert & Bart Wouda

25 januari 2012

“Auto’s die waren er niet in dit dorp, 3 stuks maar. Wij speelden gewoon op straat. Als je een auto hoorde, dan was dat iets heel apart. Dan gingen we met zijn allen kijken. Wij gebruikten de fiets die we zelf in elkaar moesten zetten. Dat was toen gewoon normaal. Wij hadden in die tijd ook helemaal geen auto nodig, hoe gek je het ook vind.”

Dit zijn de welbekende verhalen die over de tafel vliegen wanneer we een bezoekje brengen aan onze geliefde (groot)ouders. Bij deze verhalen zullen er ongetwijfeld vragen rijzen. Wat duidelijk mag zijn is dat de wereld, van vandaag de dag, er veel anders uit ziet. Inmiddels is het wagenpark van dit dorp, waar de persoon het over heeft, gegroeid tot circa 8.000 bolides terwijl het verhaal nog geen 70 jaar oud is. De auto is een heilig iets, we hebben er een ‘nodig’. Waar kan dat aan liggen?

We willen steeds verder, letterlijk en figuurlijk. Onze doelen hebben altijd de relatie met groei. We hebben er klaarblijkelijk behoefte aan en het lijkt maar niet op te houden, want als aan onze behoefte is voldaan willen we daarna meer. Wie durft er eens anders te denken, denken in krimp of verkleining?

Schaalvergroting

Shopping malls, fusies, assortiment uitbreidingen, samenwerkingsverbanden; we ontkomen niet aan het fenomeen schaalvergroting. Met name in de verzekerings-, auto-, energie- en bankenwereld zijn er tal van voorbeelden op te noemen. Men tracht door schaalvergroting het maximale rendement uit de economische voordelen te behalen en de concurrentiepositie te versterken¹ (H. Roose, 1999).

Ook voor RO-beleidsmakers is schaalvergroting een spannend onderwerp. Een spraakmakend voorbeeld hiervan zijn de gevolgen, die later aan bod komen, van de grote shopping malls die in Amerika gebouwd zijn.

Ook in Nederland lijkt deze vorm van schaalvergroting steeds meer zijn doorgang te vinden. Denk daarbij aan het Design Outlet Center in Roermond, de Mediamarkten en de V&D’s. Niet alleen op het gebied van Retail is een schaalvergrotingsproces gaande wat in grote mate invloed heeft op de ruimtelijke ordening, maar denk ook aan de intensivering in het onderwijs, in de landbouw en in de zorg.

Zoals eerder is aangegeven wordt met schaalvergroting getracht meerdere zaken efficiënter en economischer te maken. Dat is bevreemdend want we roepen met zijn allen elk jaar opnieuw dat het leven wéér duurder is geworden, we werken regelmatig over en we hebben het nog nooit zo druk gehad ondanks alle schaalvergrotingsprocessen.

Echter gaat het schaalvergrotingsproces ongestoord verder. We zien de nieuwe en steeds maar grotere overheidsgebouwen als paddenstoelen uit de grond schieten en ziekenhuizen groeien sneller dan kool.

Misschien is schaalvergroting toch het antwoord op onze alsmaar stijgende behoeften. Misschien was het zonder schaalvergroting nóg beroerder dan het nu is.

¹ Herman Roose (1999), Schaalvergroting: de nood aan nieuwe organisatievormen

Wij zijn voorgeprogrammeerd om te groeien

Niemand is schuldig aan het schaalvergrotingsproces. De simpele verklaring hiervoor is dat onze manier van denken en onze bedoelingen allemaal gericht zijn om te 'groeien'. Wij willen meer geld, wij willen meer consumeren, wij willen een groeiende economie, et cetera. Hier ligt gelijk het pijnpunt: het woord 'groei' staat tegenover het woord 'krimp'. 'Meer' staat tegenover 'minder' en zo staat 'schaalvergroting' tegenover 'schaalverkleining'. Wij proberen niet met schaalverkleining om te gaan, in feite proberen we die te bestrijden. Wij willen het woord schaalverkleining eigenlijk niet horen, het past niet in ons huidige paradigma.

Echter, eindeloze groei leidt tot omvallen en daarom zal het denken in andere ontwikkelings-schalen de enige oplossing worden² (Getrud Blauwhof & Willem Verbaan, 2009).

Schaalvergroting en schaalverkleining

Nederland wordt in grote lijnen vormgegeven door de RO-beleidsmakers op verschillende niveaus, zij stellen immers het ruimtelijke beleid op. Nederland kent een fijnmazige verzorgings-structuur³ (D. Evers, A van Hoorn & F. van Oort, 2005) . Ons beleid is er veelal op gericht dat deze structuur behouden blijft en wordt beschermd. In Anglo-Amerikaanse steden bijvoorbeeld ontbrak dit beschermend beleid en hebben de binnensteden de dominante positie verloren door de goedkopere en beter bereikbare locaties aan de stadsranden⁴ (F. Boekema, J. Buursink & J. van de Wiel, 1996). Daarentegen konden grootschalige formules zich wel beter vestigen op deze locaties. In de laatste Nota Ruimte is het beleid ten opzichte van de eerdere beleidsstukken verruimd zodat grootschalige formules plaats kunnen vinden. Het kabinet wil namelijk dat de Nederlandse economie groeit. Moeten we Anglo-Amerika achterna?

Kiezen voor schaalvergroting heeft zo zijn gevolgen. Voor detailhandel kan een grootschalige formule economisch voordelig zijn. Grote uitbereidingen aan de stadsranden kan de binnensteden echter doen leeglopen. Een winkel kan immers zonder binnenstad, maar een binnenstad kan niet bestaan zonder een winkelbestand⁵ (F. Boekema, J. Buursink & J. van de Wiel, 1996). Misschien worden we door de economie gedwongen om onze liefdesrelatie met de op-steenworp-afstand-gelegen-centra beetje bij beetje te beëindigen en het maar als een mooie tijd te beschouwen. Dat kan ook gelden voor andere voorzieningen in andere sectoren zoals onderwijs, zorg en sport.

Terugkijkend naar Anglo-Amerika; mensen zijn autoafhankelijk geworden, afnemende sociale veiligheid (slaapwijken), schaalvergroting vraagt (te) veel ruimte, het genereert problematische verkeersstromen, de grote concerns hebben uiteindelijk de markt in handen, eentonigheid in het winkeliersbestand, het heeft daadwerkelijk de binnenstad leeggezogen en in de tussentijd gaat dit buiten alle richtlijnen van het duurzaamheids-boekje⁶ (J. Lambrecht, D. Arijs, 2005).

Hieruit blijkt dat schaalvergroting uiteindelijk niet bijdraagt aan een duurzame economie. Voor de economie kan het denken in schaalvergroting op korte termijn meer geld opleveren, maar de gevolgen van schaalvergroting kennen hun weerga niet. De toegevoegde waarde van schaalverkleining gaat verder dan puur het economische vergelijk. Schaalvergroting is juist niet wenselijk.

Opvallend is het plaatsje San Luis Obispo in Californië dat in het onderzoek van Dan Buettner naar voren komt als de plek waar de mensen in Amerika het gelukkigst zijn. Het is een plaats waar winkels dicht in de buurt gevestigd zijn, waar mensen volop fietsen en waar sociaal contact normaal is. Zij staan stil bij de kwaliteit van het leven en zo is het maar net. Voor Amerika is dit bijzonder, maar dit soort omgevingen zijn bij ons in Nederland (nog?) vanzelfsprekend.

² Getrud Blauwhof & Willem Verbaan (mei 2009), Wolk 777 over crisis, krimp en duurzaamheid.

³ David Evers, Anton van Hoorn & Frank van Oort (Ruimtelijk Planbureau), Winkelen in Megaland.

⁴ F. Boekema, J. Buursink & J. van de Wiel (1996), Het behoud van de binnenstad als winkelhart.

⁵ F. Boekema, J. Buursink & J. van de Wiel (1996), Het behoud van de binnenstad als winkelhart.

⁶ Prof. Dr. Johan Lambrecht & Diane Arijs (december 2005), Naar schaalvergroting of schaalverkleining?

Ondanks dit leermoment wordt in Nederland (op een verkapt manier) schaalvergroting steeds vaker toegestaan. Neem daarbij de MFA's (Multifunctionele accommodaties) als voorbeeld. Hierin vinden nog steeds schaalvergrotingsprocessen plaats. Denk daarbij aan samengevoegde scholen waarbij kinderen (te) ver van school wonen en daarbij geen sociale contacten kunnen opbouwen in hun eigen woonwijk (psychologische bezwaren)⁷ (KEI, 2010). Dit is weliswaar moeilijk uit te drukken in geld maar het heeft wel degelijk een maatschappelijke waarde.

Denken in een andere schaal

Voor veel beleidsmakers en andere betrokken partijen liggen er grote uitdagingen. Denken in een kleinere schaal dient gestimuleerd te worden omdat groei leidt tot omvallen. Sommige regio's ontkomen niet aan deze vorm van denken mede door de verwachte bevolkingsafname ná 2035, sommige regio's ondervinden hierin al het fenomeen krimp⁸ (CBS).

Een kleinere ontwikkelingsschaal biedt grote kansen. De nadruk kan dan op kwaliteit worden gelegd in plaats van kwantiteit. Men zou bij elke ontwikkeling moeten afvragen welke maatschappelijke waarde er wordt toegevoegd in plaats van wat het alleen oplevert in termen van geld. De 3P's (people, planet, profit) vormen daarbij de basis. People en Planet zouden de hoofdmoot moeten zijn.

Ook dient er speciale aandacht uit te gaan naar de schaal in de organisatieketen. Door het schaalvergrotingsproces worden taken, die vaak bij de kleinere gespecialiseerde bureaus horen te liggen, uitbesteed aan grotere organisaties om kosten te sparen. Bedrijven concurreren zich suf en daarom wordt de kans op fouten groter⁹ (V. Kompier, 2011).



Madurodam (Sanjay Kattimani, 2006)

Tot slot

Het mag duidelijk zijn dat we willen groeien en dat we alles doen om meer geld te verdienen. Economie is ons enige geloof, maar eigenlijk hoort ons leven daar niet om draaien. Niemand staat er meer bij stil dat geld slechts een uitvinding is. Geld is ooit ontstaan als hulpmiddel om de ruilhandel in goederen te vervangen. Geld is dus gebaseerd op goederen en materie. Het huidige geldsysteem is niet gekoppeld aan waarde maar aan acceptabele schuld en toenemende materiële consumptie¹⁰ (Getrud Blauwhof & Willem Verbaan, 2009). Met onze groeimentaliteit zijn wij hongerig naar geld. Ooit was geld een middel, het is nu het doel geworden. Groei is verslavend en kan onze behoeften op korte termijn bevredigen, denk er wel aan dat het grote gevolgen heeft. U bent gewaarschuwd!

⁷ KEI Kenniscentrum stedelijke vernieuwing (september 2010), Wat zijn de voor- en nadelen van een multifunctionele accommodatie?

⁸ Gegevens o.b.v. Centraal Bureau voor de Statistiek en artikel: Maximaal 17 miljoen inwoners verwacht (2004)

⁹ Vincent Kompier (februari 2011), It's the scale you stupid!

¹⁰ Getrud Blauwhof & Willem Verbaan (mei 2009), Wolk 777 over crisis, krimp en duurzaamheid.

Geraadpleegde bronnen:

- Dan Buettner (oktober 2011). Thrive: Finding Happiness The Blue Zones Way.
- Gesprek met de dhr. J.M. van Weert (december 2011) over zijn jeugd in de kern Vlijmen
- Geraadpleegde bronnen zoals vermeld in de kapstok ingeleverd op d.d. 8-12-2011

Summary

Shopping malls, mergers, increasing assortment, alliance; we cannot escape the phenomenon of upscaling. In the Netherlands there is an increase of upscaling taking place which also includes urban planning. As an example, think of the Design Outlet Center in Roermond, the Media Markets and the V & D's. Not in the Retail business alone a process is going on that has great influence on the urban planning. Also, think in terms of the intensification occurring in the educational system, in agriculture and healthcare. Thinking in terms of upscaling can bring more money in the short term, but the effects of upscaling are profound. The added value of downscaling is more than purely an economical comparison. Thinking on a smaller scale should be encouraged because growth leads to collapse. The emphasis should be placed on quality rather than quantity. One would have to ask oneself at every development, what social value is being added, instead of what it only brings in terms of money.