

Een hele onderneming, die Zuidas

Eerst de huidige situatie verbeteren: nu gaan er winkels dicht en staan overal fietsen

LIENEKE MEURS

TN DE rubriek Ter Zake van woensdag 3 januari stelde Kees Tamboer de vraag: 'Wie fluit Maarten van Poelgeest terug?' Van Poelgeest reageerde in de krant van 10 januari. Mijn inschatting is dat niemand zal fluiten, de materie is ingewikkeld, en die cijfers... tja, dat is geen kwestie van het 'echte geld', zoals Van Poelgeest zegt, of 'cijfers die niet kloppen', zoals Tamboer stelt, maar een kwestie met de naam van deze rubriek: meningen.

Voor het berekenen van kosten en opbrengsten van het Dokmodel voor de Zuidas, en de onderneming die daarvoor al dan niet wordt opgericht, worden vooronderstellingen

OF HET PROJECT EEN SUCCES WORDT? DE TIJD ZAL HET LEREN

gemaakt. Of die vooronderstellingen juist waren, kan alleen achteraf worden bewezen.

Daarvoor neemt men wel een heel lange termijn. Of het koffiedik kijken dan drab of een zuiverbakje oplevert, is dus een kwestie van lang afwachten. Het gaat bij deze meningen niet om waar of onwaar, maar om de kwaliteit en plausibiliteit van de argumenten en de afweging van de onvermijdelijke risico's, waarover je ook weer van mening kunt verschillen.

De gemeenteraad van Amsterdam 'gelooft' in de Zuidas, en dat is ook onontbeerlijk bij zo'n dure, risikante onderneming. Het gevaar is evenwel dat men daardoor te veel door een roze bril kijkt en degene



De gemeente gelooft in de Zuidas, maar het gevaar bestaat dat men te veel door een roze bril kijkt.

die zich kritisch opstelt, als een dissident beschouwt. Steeds meer niet-openbare vergaderingen, symposia alleen voor de incrowd, afbouwen van het overleg met bewoners, benoemingen in het onskent-onskringetje zijn gangbaar bij dergelijke projecten en doen zich ook hier duidelijk voor. Of dit 'verstandig handelen' is, zoals Van Poelgeest stelt, is maar de vraag. Het bevordert in elk geval niet het gevoel dat dit een project voor alle Amsterdammers is.

Of de Zuidas zal worden wat men wenst? Het kan in mijn ogen alleen iets worden als het ook nu iets is -

imago's komen niet uit marketing alleen, maar ook uit de dagelijkse werkelijkheid.

Daar valt nog veel aan te verbeteren. De supermarkt is gesloten, de kledingwinkel ook, de boekhandel is zeer recentelijk hetzelfde lot ondergaan. Horeca doet het wel. Het aantal woningen in Amsterdam Symphony wordt teruggebracht van 255 naar 105, markwerking waarschijnlijk. De fietsen worden nog steeds illusoir onder de grond gewenst, maar in werkelijkheid overal neergezet.

Regel daar nu eens een goede oplossing voor, bijvoorbeeld overal

rekken in plaats van een enkel niet-je hier en daar. In kleur, als flat, wat zou er al niet mogelijk zijn: laat daar het Nederlands designtalent eens naar kijken. Wij moeten helemaal geen Londen of Parijs willen worden. Alleen al qua inwoneraantal en daarmee klanten voor luxe-goederen vallen we daarbij in het niet. Die fietsen vormen juist een *unique selling point* voor Amsterdam! Maarten, doe er wat aan!

De auteur is socioloog en bestuurslid van de Vereniging Beethovenstraat/Parnassusweg. Het artikel is op persoonlijke titel geschreven.