

**BAKSTEEN**

APRIL 2007  
NUMMER 50

# VIJFTIG





# DE BAKSTEEN



## BIJ HET HALEN VAN 50

In 1990 verscheen het eerste nummer van Baksteen, de architectuur-uitgave van het Koninklijk Verbond van Nederlandse Baksteenfabrikanten (KNB), in het formaat zoals dat nu nog steeds bestaat. Afgezien van een aantal aanpassingen in vormgeving in de afgelopen 16 jaar van verschijnen kent Baksteen een vrijwel ongewijzigde redactionele formule. Die komt er in het kort op neer, dat belangwekkende ontwikkelingen en trends in de architectuur worden beschreven en in beeld gebracht, zij het met een specifiek op baksteen gerichte invalshoek.

Het huidige nummer vormt daar in wezen geen uitzondering op. Wat het bijzonder maakt is dat dit aprilnummer het vijftigste nummer is. Wie de moeite zou nemen de afgelopen 49 nummers door te bladeren, zal het opvallen dat er zich in het ontwerpen met baksteen markante ontwikkelingen hebben voorgedaan. De variëteit in baksteen-architectuur in Nederland is onmiskenbaar verrijkt, het idioom waarin wordt gewerkt is geëvolueerd, de toepassing van speciaal gemaakte stenen is toegenomen. De landmark baksteengebouwen van de vroege jaren negentig – denk aan het kantoorgebouw van de (toenmalige) NMB Bank, het hoofdkantoor van de Gasunie, de toenmalige Morgan Bank in Amsterdam – zijn opgevolgd door een grote reeks van nieuwere baksteenprojecten, waarvan sommigen letterlijk tot zeer grote hoogten reiken.

Werd vijftien jaar geleden nog vaak opgemerkt dat baksteen zijn constructieve functie had verloren – met de impliciete veronderstelling dat het materiaal daarmee ook een nevenschikkende of zelfs ondergeschikte positie zou krijgen, of erger – het overheersende sentiment van nu is dat baksteen een onmisbaar gevelmateriaal is voor de behoefte aan expressie van individualiteit en voor het 'onderscheidend vermogen'.

In weerwil van de uitsluitende focus op baksteen heeft de Baksteen-redactie nooit de ogen gesloten voor de werkelijkheid dat het in de architectuur om méér gaat dan alleen dit bouw materiaal. De thematische invulling van de inhoud, met aandacht voor de belangrijke architectuuropgaven en de beïnvloedende trends daarbinnen, heeft de bedoeling gehad de meeste nummers van de afgelopen zestien jaar steeds te voorzien van een breed redactioneel kader, waarin het gebruik van baksteen kon schitteren.

Gedurende ruim tien jaar maakte de Haagse architectuurhistoricus en publicist Victor Freijser deel uit van de redactie van Baksteen. Hij was heel bepalend voor de redactionele invulling en heeft een grote bijdrage geleverd aan de bijzondere positie die Baksteen onder de architectuuruitgaven inneemt. Het is droevig te moeten melden dat Victor Freijser op 4 maart jl. plotseling is overleden. Victor was een gepassioneerd architectuurliefhebber en hij was onvermoeibaar in zijn streven bij elke opdracht het onderste uit de kan te halen. De weerstand die hij daarbij soms ontmoette, wist Victor niet zelden met verve te overwinnen, waarbij zijn ruimhartige persoonlijkheid en enthousiasmerende overredingskracht geduchte wapens waren. De redactie zal Victor zeer missen, we verliezen in hem behalve een architectuurkenner ook een dierbare vriend.



### 04 DE BINNENSTAD ALS SHOPPING MALL DOOR JAAP HUISMAN

Bestemmingsplannen voorkomen dat de Nederlandse binnensteden ten prooi vallen aan grote perifere shopping malls.

### 10 DE KEUZE VAN DE REDACTIE DOOR BART DE VRIES

Rabbijn Maarsenplein: een binnenstedelijke vlam van sobere allure

### 12 EEN JASJE VAN TWEED VOOR EEN BIOSCOOP- EN WINKELCOMPLEX DOOR JAAP HUISMAN

Tien jaar heeft Peter Wilson gewerkt aan het bioscoop- en winkelcomplex Spuihof in Den Haag. De voltooiing nadert met rasse schreden.

### 18 DE KEUZE VAN DE REDACTIE DOOR JAAP HUISMAN

Uitgaan in een clubhuis: sportverenigingen besteden aandacht aan architectuur

### 20 TECHNISCHE RUBRIEK DOOR HUGO SPEELMAN

Terugblik op 16 jaar productontwikkeling

### 21 LEDENLIJST EN COLOFON

### 22 DE EXPLOESIE VAN VARIATIE DOOR BART DE VRIES

De Nederlandse baksteenindustrie maakt meer kleuren en soorten dan ooit tevoren. Architecten zijn daarvoor de aanjagers. De grootste opgave voor fabrikanten is tijdig te weten wat de volgende nieuwe trend zal zijn.



# SHOPPING ALS ECONOMISCHE FACTOR

*De Parade, Bergen op Zoom (Rob Krier; Sjoerd Soeters; bOb van Reeth/AWG; Jan Weyts)*  
*Foto Luuk Kramer*







*Leisure, het verzamelbegrip voor vrijetijdsontspanning, is in rap tempo bezig een belangrijke economische factor te worden in Nederland. Op het platteland heeft recreatie de agrarische industrie al verdrongen als belangrijkste bron van inkomsten – tegenover het aantal boerderijen dat dagelijks ophoudt te ‘boeren’ staan boerderijen die dienst doen als kinderdagverblijf, als bed and breakfast, als beautyfarm en zelfs als hospice (een aangename en waardige plek om dood te gaan).*

## JAAP HUISMAN

Bij het ministerie van Landbouw hebben deskundigen de agrarische sector al voorgespiegeld dat ze het boerenland en de hoeven meer moeten openstellen om de rustzoekende stedelingen te kunnen ontvangen, willen ze verzekerd zijn van hun voortbestaan. Want nog te vaak wordt het platteland geassocieerd met gesloten varkenshouderijen en silo's, terwijl het aantal koeien in het weiland gestaag afneemt, omdat het weiden te kostbaar is.

Het boerderijenot is een uitbreiding van het toch al grote containerbegrip leisure. Dat omvat verder vooral stedelijk vermaak, uitgaan naar een theater of concertzaal, shoppen, sporten of gewoon rondhangen op een terras. Gij zult genieten, is het gebod aan de hedendaagse consument, alle dagen van de week en dus ook op zondag. Hoezeer Nederland in korte tijd een calvinistisch juk van zich heeft afgeschud, bewijzen de culinaire recensies in dag- en maandbladen en het binnenhalen van Michelinsterren door restaurants. Eten, ooit een sluitpost in de Nederlandse cultuur, is uitgegroeid tot een 'kernactiviteit', ook al is dat misschien meestal nog weggelegd voor een elite.

Veel steden hebben bovendien ingezien dat ze dankzij hun historische kern bezoekers kunnen binnenhalen die vervolgens ook geld uitgeven – om die reden zijn bestaande kernwinkelgebieden in binnenste-

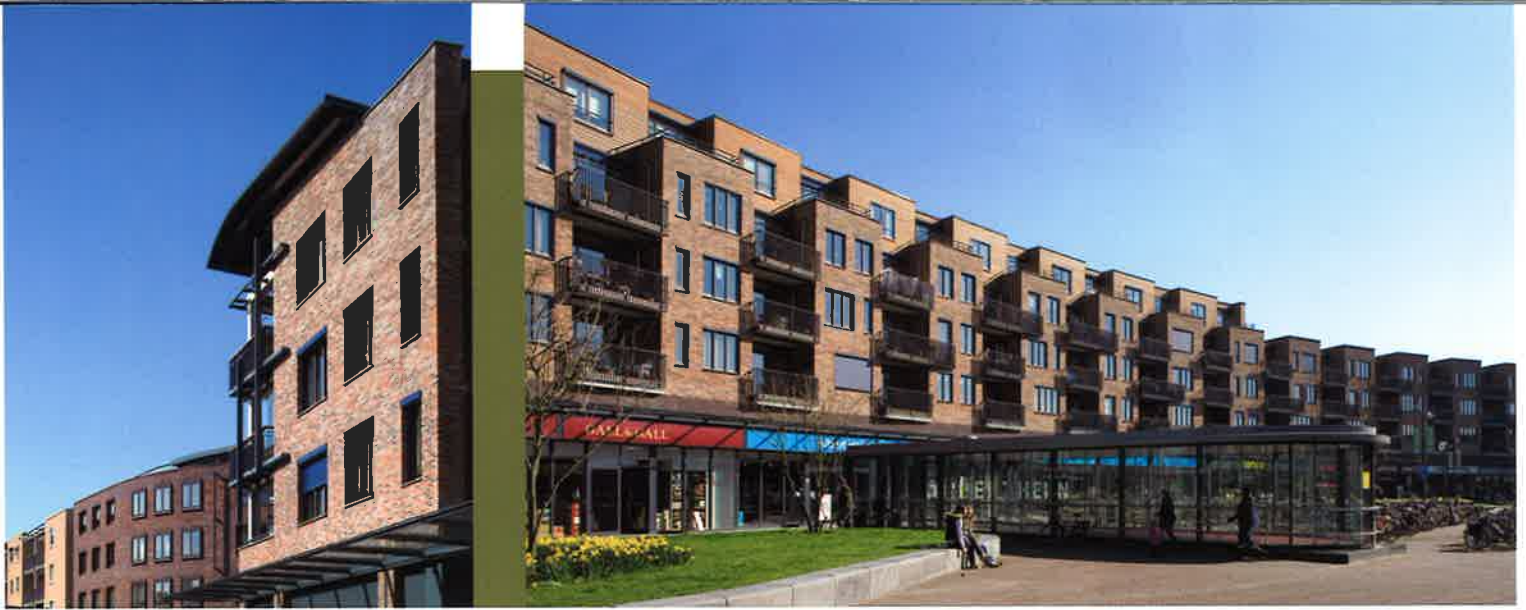
den de afgelopen jaren vernieuwd en uitgebreid, van de inmiddels beroemde en veel bekroonde Marikenstraat in Nijmegen tot de Barones in Breda, van Entre Deux in Maastricht tot de Haagse Bluf in Den Haag.

## BESCHERMING OUDE BINNENSTAD

Nederland is een buitenbeentje als het gaat om shoppen, constateert Hans van Tellingen van het onderzoeksbureau Strabo dat het winkelgedrag van de consument onder de loep heeft genomen. In tegenstelling tot het voltallige buitenland komt de shopping mall buiten de stadscentra niet voor, doodeenvoudig omdat bestemmingsplannen dat verhinderen. Men wil geen concurrentie met de oude binnenstad, is een belangrijk argument – en men wil het buitengebied ongerept houden. Een hele dag winkelen in combinatie met een pretpark, cinema, sportvoorzieningen, restaurants en lunchrooms, zoals dat gebruikelijk is in Frankrijk en Engeland, is dan ook een onbekend fenomeen. Voor fun zoekt de Nederlander de binnenstad op.

De Nederlandse consument beschrijft Van Tellingen als een grijze mus, als behoudend, zeker in vergelijking tot de Middellandse Zee-





bevolking die veel meer prijs stelt op kwaliteit, kleur en afwisseling. Terwijl experts klagen over de dominantie van ketens in de winkelgebieden, vindt de doorsnee consument dat aanbod helemaal niet bezwaarlijk. Die slaakt een zucht van verlichting als hij in een hem onbekende plaats Blokker, Hema of Kruidvat tegenkomt. Dit verklaart waarom prestigieuze winkelstraten met haute couture of gespecialiseerde ondernemingen op de vingers van een hand zijn te tellen. Familie Doorsnee winkelt – met als belangrijkste voorwaarde dat men de auto goed kan parkeren. Parkeren, parkeren en nog eens parkeren, dat garandeert een succes voor het winkelcentrum (dat wil zeggen voor een planmatig opgezet winkelcentrum, waar je snel even boodschappen gaat doen; ten aanzien van de binnensteden geldt dat men dat echt als een dagje uit ziet, waardoor men wel parkeerproblemen voor lief neemt). Meegenomen is dat een winkelgebied naar buiten is gekeerd, omdat dat de attentiewaarde vergroot. Dat wil niet zeggen dat de winkelpassage passé is, maar het komt weinig voor, aldus Van Tellingen. Toch is er wel een tendens om half open winkelgebieden in te richten, waarvan de Beurspassage (oftewel: de ‘Koopgoot’) in Rotterdam en de Marikenstraat in Nijmegen goede voorbeelden zijn. Anderzijds laten de Klanderij in Enschede en de Kalvertoren in Amsterdam zien, dat de moderne passage niet hoeft te somberen, mits ze ruim, hoog en licht zijn ingericht. In beide gevallen zijn trouwens winkels gecombineerd

met woningen – de laatste op een tweede laag rondom een met sedum bedekt binnendek.

## BAKSTEEN EN FUNSHOPPEN

Zijn architectuur, stedenbouw en omgeving van belang voor de consument? Opnieuw is de uitslag van het Strabo-onderzoek lichtelijk teleurstellend. Doorslaggevend is de omgeving niet. Kennelijk dwaalt men met oogkleppen op langs winkelpuizen vol aanbiedingen zonder op de gevels zelf te letten. Tot het beste nieuwe winkelcentrum van 2006 is door de Nederlandse Raad van Winkelcentra het centrumgebied van Etten-Leur in Noord-Brabant (en dus ook Statenplein, zie hieronder) uitgeroepen. Daarbij is een geslaagde architectuur een van de criteria. Eerder vielen Carnisse Veste in Barendrecht en Villa Arena in Amsterdam-Zuidoost in de prijzen.

Speelt baksteen een rol in het funshopping? Afgaande op de winnende centra is dat zeker het geval. Het Statenplein in Dordrecht is een in klassieke inkt gedoopt ensemble, met de handtekening van CHARLES VANDENHOVE. De felrode steen is een breuk met de betonarchitectuur uit de jaren zestig die daar eerder op die plek de Dordtse binnenstad lang heeft getekend. Etten-Leur, ontwikkeld door Johan Matser, is ontworpen door het Britse bureau CHAPMAN TAYLOR AND PARTNERS.







Het is een ambitieuze onderneming voor een betrekkelijk kleine plaats als Etten-Leur, want er werd een doorgaande weg voor omgelegd. De gemêleerde steen past bij de vriendelijke wat dorpse Brabantse sfeer van het centrum.

Dat de baksteenarchitectuur voor de hand liggend is in de binnenstad, komt natuurlijk door die binnenstad zelf. Daar regeert nu eenmaal het metselwerk. Villa Arena en de Citadel van Almere kunnen dan ook in afwijkende materialen en architectuur zijn opgebouwd omdat ze 'als meteorieten' in nieuwe omgevingen zijn neergelaten. Elders is baksteen het geëigende materiaal om de consument een vertrouwd gevoel te bezorgen.

Voor het nieuwe centrum van Nijverdal/Hellendoorn (ontwerp SAANEN EN KNOUPS uit Budel) gebruikt ontwikkelaar Johan Matser de term 'een warme uitstraling' die aansluit bij de oude kern en het industriële verleden van Nijverdal. Hoewel het Henri Dunantplein nog gebouwd moet worden, laten de artist's impressions verspringende gevels zien in verschillende kleuren steen, galerijen en inspringende balkons met een omsloten binnentuin in het midden. Het is een inmiddels beproefd concept in de nieuwe winkelgebieden, de openbare straat gescheiden van het beschermde wonen bovenin. SAANEN EN

KNOUPS lijken zich in de tussentijd te ontwikkelen tot echte 'shopping-designers': ze tekenden eerder voor De Pit in Helden-Panningen (Limburg), ook al zo'n centrum dat teert op oude waarden en nostalgische gevoelens, maar dan in een modern jasje.

## BELEVING

Zoals de jaren dertig-woning door consumenten zeer begeerd is, zijn klaarblijkelijk ook de centra in historiserende stijl een must. Ze zijn een reactie op de nogal brute jaren zestig- en zeventig-blokken die als wezensvreemde elementen in oude steden zijn geland. Arnhem liet onlangs zo'n mastodont slopen, inpakken en vervangen toen de gemeente het succes van de concurrerende Marikenstraat in Nijmegen had gezien – en zo is het Musiskwartier een harmonieus onderdeel van de promenade geworden. Het beton verliest het links en rechts van baksteen. Het recept dat Sjoerd Soeters (verantwoordelijk voor de Marikenstraat, de Parade in Nootdorp en de Dam van Zaandam) uitschreef berust dan ook op dwalen en dolen, waardoor shopping niet langer synoniem is met 'langs de puien schuiven'. Er moet wat te beleven zijn. Wat er in de Vinex niet is, is in de binnenstad dringend gewenst: afleiding, ontspanning



## CAFETARIA DE BAKSTEEN

Net buiten Winschoten, op steenworp afstand van het ambitieuze nieuwbouwproject Blauwe Stad, staat het geraamte van één van de in deze streek ooit florerende baksteenfabrieken fotogeniek te zijn. Groningers waren al in de 13e eeuw bezig bakstenen te maken. Kloosterordes, borgbewoners en herenboeren hebben de dieprode stenen vervolgens in verband gelegd.

Dat historisch besef schalt door in de naam van het Theater en Cultureel Centrum voor Oost-Groningen, De 'Klinker', dat hier staat op de plek van het voormalige 'Tichelwaark', dialect voor de toenmalige steenfabriek van Van Stratingen. Stadsuitbreiding deed de fabriek in 1967 verdwijnen.

Nog weer iets verder in de straat bevindt zich cafetaria 'De Baksteen'. Marcel Dekker, die er nu aan de roestvrij stalen friteuses staat, heeft het pas dit jaar overgenomen. Hij heeft een rotsvast vertrouwen in zijn 'patatje baksteen', maar voor de zekerheid is de rest van de snacklijst conventioneel opgebouwd. De bezoekers van voorstellingen in De Klinker kunnen er gerust een bodempje mee leggen.

Achterin de zaak zit Ep gekluisterd aan de eenvoudige bar. Marcel heeft hem met de inventaris overgenomen. Vijf andere stamgasten dragen hun steentje meestal bij door op zaterdag een biertje te pakken. Vroeger was het drukker, toen was er meer geld. Volgens Ep, die op 500 m afstand van De Baksteen woont, leeft het hier alleen op na bijschrijving van de kinderbijslag of het vakantiegeld. Marcel schuift Ep ongevraagd een derde biertje voor. Er wordt uitgekeken naar de drukte van de vrijmarkt op het naastgelegen parkeerterrein en de Run van Winschoten op de 2e zaterdag van september. De medewerkers zijn dan in touw van zes uur 's morgens tot drie uur 's nachts en kunnen een stevige hap gebruiken.

Terug naar Cultureel Centrum De Klinker dat is opgetrokken uit rode stenen van Strating uit Oude Pekela. Op het plein staat de Tellerlikker, een bronzen ventje dat een bord aflikt, hoopvol toegekeken door een hondje. Marijke Ravenswaay maakte het in 1975, geïnspireerd door de spottende bijnaam voor Winschoters, die eerder tafelservies gebruikten dan de boerenbevolking op het platteland.

Over De Klinker wordt gefluisterd dat er plannen zijn om het te doen laten wijken voor iets grootser. Als dat gebeurt, hopen ze in Cafetaria De Baksteen dat de nieuwbouw weer in baksteen wordt uitgevoerd. Anders zou Marcel Dekker toch moeten gaan uitzien naar een nieuwe naam voor zijn zaak.

Gert de Vries

en dus fun. Je even in een andere, en toch vertrouwde wereld wanen. Daarom zijn pleintjes, arcades en terrassen noodzakelijke ingrediënten voor een geslaagd uitje in de binnenstad. In Breda werd een binnenplein 'opengebored' in het dichte middeleeuwse stratennetwerk, het Sas, dat grenst aan het populaire uitgaansplein de Havermarkt. Het metselwerk is wit geschilderd, de kozijnen en deurlijsten zijn van een grijze natuursteen, en het plaveisel bestaat uit grijze onregelmatig gelegde klinkers, zodat je het gevoel hebt niet in Breda maar in Maastricht te zijn. Rondom zijn exclusieve winkels gegroepeerd – hier is kortom een oase geschapen voor de consument die zijn bekost heeft van de franchiseketens. Volgens Van Tellingen van Strabo is dat echter een kleine, maar wel groeiende groep onder de shoppers. Het Bredase Sas is dus gedoemd een uitzondering te blijven.

Dat geldt ook voor een ambitieus plan om bij Geldermalsen in het hart van Nederland een nationaal leisure centrum te stichten, waar alles erop was gericht de verveling te verdrijven. En opnieuw luidde een van de tegenargumenten dat de bestaande stadscentra geen concurrentie mag worden aangedaan. Daarmee wijkt Nederland inderdaad af van een land als Frankrijk waar de oude stad te lijden heeft van shopping malls en outletcentra in het weiland, soms in combinatie met pretparken. De ironie wil dat de beste winkelcentra in Europa ontwikkeld worden door Nederlandse concerns, zoals ING, Multi Vastgoed en Bouwfonds. Daar krijgt het nieuwe uitgaan zijn kans, in Nederland houden we vast aan de regels van het Monopolyspel. ■

Brasserie Berlage, Den Haag (H.P. Berlage) ▶

Foto Pierre Crom

Café Restaurant De Boterwaag, Den Haag (B. van Bassen & J. Roman, 1650) ▼

Foto Pierre Crom



Cafetaria De Baksteen, Winschoten  
Foto Gert de Vries



Theater en Cultureel Centrum De Klinker, Winschoten  
Foto Gert de Vries









# EEN BINNENSTEDELIJKE VLAM VAN SOBERE ALLURE

BART DE VRIES

Bij het verschijnen van dit nummer in april werd in Den Haag bijna gelijktijdig het Rabbijn Maarsenplein officieel in gebruik genomen. De Hofstad is al een geruim aantal jaren het toneel van een reeks grote stedelijke ingrepen en vernieuwingen, die met hinderlijke bouwputten en stremmingen gepaard gaat, maar de Haagse binnenstad uiteindelijk de allure moet geven om met steden van zelfs buiten de landsgrenzen te kunnen concurreren. De omgeving van het Lucent Danstheater, het Filmhuis, de Anton Philipszaal van het Muziektheater en de nog te openen Pathé multiplexbioscoop is onlangs Spuikwartier gedoopt. Eén van de gerealiseerde projecten in het nieuwe Spuikwartier is een bijzonder appartementencomplex dat als twee beschermende armen het Rabbijn Maarsenplein omvat.

Het ontwerp van de Spaanse architect Alberto Nicolau had tot doel door de dimensionering, de inrichting met verschillende terras-

sen en door het behoud van lokale historische waarden van het Rabbijn Maarsenplein een besloten stadsplein te maken.

Nicolau en zijn Nederlandse partnerbureau Claus en Kaan zijn ruimschoots in hun opzet geslaagd. Al tijdens de spaarzame zonnige dagen die het jaar tijdens de eerste maanden telde, verrukken de warme diep-rode bakstenen de voorbijganger. Dat zal met het toenemen van het licht en het langer worden van de dagen alleen maar mooier worden, zodat dit gebouw hoogstwaarschijnlijk het meest vlammeende in de gehele omgeving zal zijn.

Het gevelbeeld is bewust sober gehouden, wellicht om als een rustig en teruggehouden decor te functioneren voor het binnenstedelijk plein aan de voet van het complex. Den Haag kent enkele grotere horecapleinen, maar het Rabbijn Maarsenplein belooft door zijn verborgen ligging en dankzij de koestering van de beheerste architectuur één van de meest

intieme uitgaanspleinen te worden.

De opgave om te werken in de historische binnenstad is hier door Alberto Nicolau met veel gevoel voor lokale waarden en de specifieke betekenis van de plek geïnterpreteerd. Het laatste slaat op de oorsprong van dit plein dat ontstond toen de armoedigste huizen van de omringende joodse wijk werden gesloopt. Op de vrijgekomen plek werden scholen gebouwd, waaronder één voor joodse kinderen. Tijdens de oorlog werden de meeste van deze schoolkinderen weggevoerd – in totaal viel 1.700 joodse kinderen in Den Haag dit dodelijke lot ten deel – waaraan een kersvers Joods Kindermonument op het huidige plein herinnert. Het Rabbijn Maarsenplein kreeg zijn naam ter nagedachtenis van de Haagse hoofd-rabbijn Isaac Maarsen die in 1943 door de Nazi's tezamen met zijn vrouw en twee dochters in Sobibor werd vermoord. ■







Rabbijn Maarsenplein, Den Haag  
(Architecten: José Rafael Moneo en Alberto Nicolau, co-architect Claus en Kaan)  
Foto Pierre Crom



*Of hij nu wil of niet, Peter Wilson van Bolles + Wilson heeft zich ineens ontpopt tot de 'uitgaansarchitect' van Nederland. Na het Luxor Theater in Rotterdam heeft hij ook de Spuihof-bioscoop in Den Haag ontworpen, terwijl over enkele jaren uitgaansgebieden in Haarlem en Amersfoort volgen. Over de noodzaak om van een foyer een theatrale ruimte te maken.*

## EEN JASJE VAN T BIOSCOOP- EN V

In navolging van andere architecten is Peter Wilson (van het Duitse bureau BOLLES + WILSON) enthousiast over de Nederlandse bouwpraktijk. Wat hij heeft meegemaakt in Amersfoort bijvoorbeeld. 'De gemeente is zeer deskundig, de welstandscommissie ook. Men discussieert nota bene over esthetiek, terwijl het in Duitsland altijd gaat over de afstand van de gebouwen onderling en over de constructie. Beeldkwaliteitsplannen zijn in de rest van Europa onbekend. Wat me verder opvalt is dat de gemiddelde Nederlander de architecten bij naam kent; daar hoef je in Duitsland niet mee aan te komen.' Naast zijn enthousiasme plaatst hij ook een minieme kanttekening. 'De opdrachtgevers in Nederland stoppen heel veel energie in het voortraject, de preplanning. Ze willen de details op voorhand ook al kennen, net als de referentiebeelden. In Duitsland is dat precies andersom, daar komen de details later wel. De uitwerking van een plan in Nederland duurt daarom langer, wat bovendien het gevaar inhoudt dat je in de loop van het proces moet bezuinigen. Want de budgetten liggen er ook lager dan elders in Europa. Dat vraagt van een architect nogal wat behendigheid en creativiteit.'

Twee projecten zetten de woorden van Wilson kracht bij. Dit jaar wordt zijn bioscoop- annex winkelcomplex Spuihof opgeleverd in Den Haag, waar hij al tien jaar aan heeft gewerkt. De Raaks in Haarlem is nu pas toe aan een definitief ontwerp – en ook daar zijn jaren van voorbereidingstijd aan voorafgegaan met bovendien wisselingen in het bouwprogramma. Wilson bedoelt maar: van een leien dakje gaat het niet. Hij proeft bij ontwikkelaars en gemeenten een ongelofelijke zorgvuldigheid die zich echter niet altijd vertaalt in de hoogste kwaliteit. 'Ik hoorde een keer een Nederlandse architect zeggen dat buitenlandse architecten in Nederland nooit hun beste werk bouwen.' Misschien komt dat door het eindeloos onderhandelen en boetseren aan ontwerpen.

### THEatrale ALLURE

De Brit Peter Wilson vormt samen met zijn vrouw Lucia Bolles-Wilson het gelijknamige bureau, gevestigd in een gloednieuw eigentijds pakhuis aan een binnenhaven in Munster. Met het ontwerp en de bouw van het Luxor Theater op de Kop van Zuid begon zijn zegetocht in Nederland. Hoewel er al weer veel projecten zijn bijgekomen in Nederland (en daarbuiten) beschouwt hij het Luxor als zijn favoriet. 'Dat staat altijd vooraan in onze portfolio.' Luxor heeft de theatrale allure gekregen die in een uitgaansgelegenheid geboden is, vindt hij. Een composietvloer met glinsteringen erin geeft de theaterbezoeker een bigger than life-gevoel, en dat wordt nog eens versterkt door de panoramische vensters die op onverwachte momenten uit de gevel steken waardoor het Rotterdamse stadsbeeld naar binnen komt. Dat effect herhaalt hij nu ook in de cinema Pathé-Spuihof op de hoek van de Grote Marktstraat en Gedempte Gracht in Den Haag. Een reusachtig venster geeft straks uitzicht op het Stadhuis van RICHARD MEIER en het Binnenhof in de verte. Dat, met een magistraal trappenhuis in het hart, moet het theater weerspiegelen aan de straat. 'Eigenlijk had ik bij de trappen in de foyer gedacht aan de Spaanse trappen, maar dat zou zoveel ruimte in beslag nemen dat er voor andere functies minder plaats zou zijn. Het zijn nu een variant op de Lorenzo-trappen van Florence geworden.'

De bioscoop wordt gecombineerd met een vestiging van C&A aan de rechterkant, allerlei winkels aan de linkerkant van het trappen-atrrium

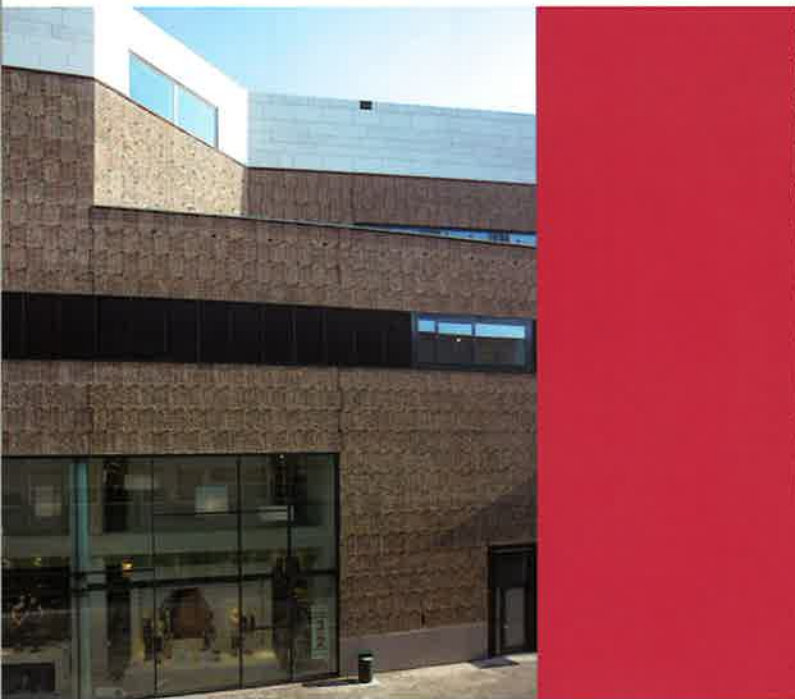


# WEED VOOR EEN WINKELCOMPLEX

JAAP HUISMAN







▲ Cinema Pathé-Spuihof, Den Haag (Bolles + Wilson) Foto Pierre Crom

en een zaal voor Fitness First daarboven. De twaalf Pathé-bioscoopzalen liggen boven en achter de winkels. Het geheel noemt Wilson een 'berg in de stad', omdat het omlaag buigt richting de nederige woningen aan de Gedempte Gracht en omhoog springt in het midden. De invulling van deze hoek van de Grote Marktstraat in Den Haag is een eerste stap op weg naar een totale metamorfose van de straat, die zo een centrum moet gaan worden van uitgaan en winkelen.

## REFERENTIES

De Spaanse stedenbouwkundige Joan Busquets heeft een masterplan geschetst op grond waarvan behalve het bioscoopcomplex ook het V&D-warenhuis, de HEMA en een buurtje achter de Bijenkorf onder handen worden genomen. Niet de eerste de besten zijn ingeschakeld: de Zwitser BERNARD TSCHUMI bezorgt Den Haag een nieuwe V&D, MECANOO komt met een andere HEMA en CLAUS EN KAAAN nemen de achterkant van de Bijenkorf voor hun rekening. Wilson: 'Wat wij doen is meer dan het repareren van de stad.' Na jaren van gesukkel met de Grote Marktstraat ontstaat er nu een bijzondere openbare ruimte met een al even bijzondere architectuur. Daarvoor heeft het souterrain van OMA de toon gezet. De bioscoop krijgt in de tramtunnel zeker een toegang.

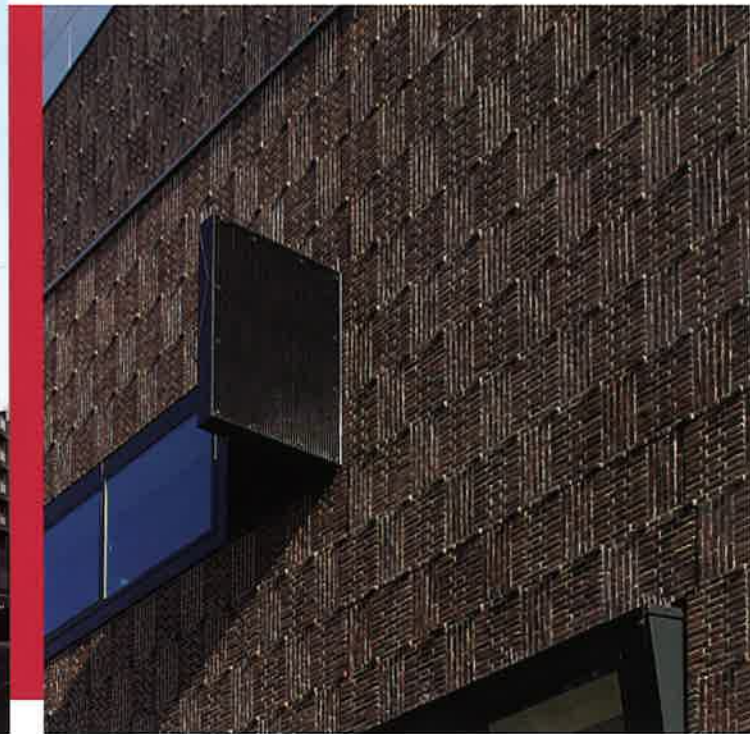
Wilson zag voor zichzelf als taak weggelegd een schakel te leggen tussen die prachtige, dominante Bijenkorf enerzijds en het witte stadhuis van Meier anderzijds. 'Dat zijn mijn referenties. Om die overgang in details aan te geven, heb ik gekozen voor een speciaal baksteenpatroon met een lichte voeg. Die steen, gevoegd met glas en Portugees natuursteen, geeft het gebouw een bepaalde luchtigheid.' Wilson had het metselpatroon ontdekt op de muur van een kunstgalerie in Stockholm. 'Het is in feite een patroon uit de jaren dertig. Architecten fotograferen altijd, ik ook, en ik nam me voor het een keer toe te passen als daarvoor de gelegenheid was. Die was er nu. Het voordeel is dat een groot oppervlak hierdoor niet als groot overkomt. Ik zie het als een gebouw gekleed in een tweed jasje. Het moest, vond ik, een wat ruwe steen zijn, niet te donker van kleur, die ook nog eens met de hand gemetseld moest worden. We hebben allerlei proeven gedaan om de juiste combinatie te krijgen van stenen en voegwerk, want we wilden een warm effect.'

In het gebouw zelf zijn de foyers de theatrale elementen, de plaatsen om te zien en gezien te worden. 'Het is een public room. Net als bij Luxor dacht ik aan een huiskamer van de stad. Je moet je er comfortabel kunnen voelen.' Bij de zalen zelf kon Wilson een pas terug doen. 'Je zit nu eenmaal in het donker naar een film te kijken.' Pathé-Spuihof is eenzijdig gebouw, een kolfje naar de hand van een architect. 'Dan kun je

▼ Schouwburg en Congrescentrum het Park, Hoorn (Architectenbureau Alberts & Van Huut) Foto Luuk Kramer







pas een sculpturaal bouwwerk maken, met overal façades. In andere gevallen zijn gebouwen vaak niet meer dan een façade zonder inhoud.' Schuin geplaatste erkers springen uit de stenen rand tevoorschijn: ook dat zijn de theatrale momenten die Wilson over en door de bioscoop heeft 'gestrooid'.

## PASSAGE

Zoals in Den Haag de bioscoop wordt gecombineerd met winkels, zo ontstaat in de Raaks in Haarlem een veel vreemder huwelijk: bioscoop met stadskantoor. Winkelen is ook in het programma opgenomen, waarvoor de Vlaming Jo Crepain een ontwerp maakt. Wilson draait de maquette van stadhuis/bioscoop rond op de tafel. Met zijn inspringende gevels, hoeken en verschillende hoogtes maakt die een gecompliceerde indruk. 'Ik wilde anders dan in Den Haag een gearticuleerd front, dat aan de ene kant aansluit bij de lage bebouwing en daarnaast ook een verticaal accent heeft in de vorm van een klokkentoren.' Door de bioscoop heen loopt diagonaal een passage die halverwege even openbreekt. Zo kunnen voorbijgangers een blik werpen in de foyers, opnieuw een theatraal gebaar à la Wilson. De passage eindigt op een nieuw plein waar een podium is gedacht, dat grenst aan de achterkant van de grote

filmzaal. De architect ziet het al voor zich hoe hier op een zomerdag mensen op terrassen zitten en getuige zijn van spontane optredens.

Het ontwerp voor het Raaks-terrein is al het vierde in successie, nadat Haarlem aanvankelijk aankoerste op een casino in het gebied. Totdat het stadskantoor een betere keus bleek, dat in eerste instantie naar de buitenwijk Schalkwijk zou verhuizen, niet een voor de hand liggende plaats. In de Raaks blijft het deel van het centrum uitmaken, maar wel verdeeld over twee panden, het nieuwe complex van Wilson en het verbouwde postkantoor er vlakbij.

De Raaks werd ooit in beslag genomen door een enorme middelbare school. Een tijd heeft Haarlem onder druk van de bevolking onderzocht of die zou kunnen worden verbouwd – en toen dat niet lukte, vond men een interessante oplossing. Details en ornamenten uit de pui zijn van de sloop gered en zullen in de gevels van het nieuwe gebouw een plaats krijgen. 'Het wordt een gebouw met veel details en met een zeer afwisselende gevel', belooft Wilson, omdat zo'n compositie harmonieert met het pittoreske straatbeeld van Haarlem. Uiteraard is het gebouw gedacht in steen, omdat dat ook het beste aansluit bij de omgeving. 'Ik probeer altijd rekening te houden met de context. Sinds Luxor denken velen dat ik liever niet met steen werk, maar het tegendeel is het geval. In Duitsland vind ik dat vaak ook het meest geschikte materiaal.'

▼ Museum De Buitenplaats, Eelde (Architectenbureau Alberts & Van Huut) Foto Luuk Kramer







Anders dan in Den Haag ontwerpt Wilson niet het interieur; dat is gegund aan de vaste interieurarchitect van de Minerva-bioscoop. Henk Döll mag het interieur van het stadhuis ontwerpen, als een soort Wiedergutmachung voor het feit dat zijn stadskantoor in Schalkwijk van de agenda is afgevoerd. Jammer, vindt Wilson, want een interieur vormt toch een interface met de buitenwereld – en omgekeerd.

## HUISKAMER VAN DE STAD

Haarlem heeft hoge ambities maar is minder bereid te experimenteren dan Amersfoort, is zijn ervaring, nadat hij gevraagd was het stedenbouwkundig plan te ontwerpen voor het Eemkwartier, het beoogde uitgaansgebied aan de oever van de Eem, vlakbij de Koppelpoort. Dit keer is de architect nu eens geen bouwer maar supervisor. Zijn referenties waren een Italiaans plein dat licht afhelt naar de Eem, driehoekig van vorm. Hoe dicht Wilson de Italiaanse sfeer benadert, blijkt uit de boom die bovenop de toren van een woningblok is getekend: dat is bijna een letterlijke interpretatie van de boom van Lucca op de oude kerktoren.

Het Eemkwartier moet een huiskamer van de stad gaan worden, waar een bibliotheek samengaat met een volkshogeschool, een bioscoop met een popcentrum, een theater met een casino. En dan wordt er

ook nog gewoon. Of dat geen conflicterende factoren zijn? 'Bij een stad hoort levendigheid; bewoners kiezen daarvoor. Wie dat niet wil, woont meestal in een buitenwijk.' De levendigheid wordt aangewakkerd door een kiss-and-ride-plaats waar ouders hun kinderen kunnen afzetten die zich vervolgens verspreiden over het plein, naar de film of naar een popconcert.

Als supervisor had Wilson de mogelijkheid de beste architecten in te schakelen, of liever gezegd een veto uit te spreken bij een voorstel van de gemeente. En zo kan het gebeuren dat de finefleur zijn kunstje gaat vertonen in het Eemkwartier: Koen van Velsen bouwt de bioscoop, Drost en Van Veen een rij herenhuizen, Neutelings Riedijk de bibliotheek en Mecanoo appartementen. Afgezien van de bibliotheek zullen alle architecten met baksteen gaan werken, waarvoor Wilson een kleur had voorgesteld. 'Totdat ik er achter kwam dat het te dominant en te monotoon zou worden. Nu zijn ze vrij in het uitkiezen van de steensoort.'

Waar ze niet vrij in zijn is in de bouwstijl, omdat Wilson heeft aangegeven 'geen historische quotes' te willen. Het Eemkwartier wordt daarmee letterlijk en figuurlijk een eigentijds commentaar op de Amersfoortse binnenstad.

Intussen is het van belang dat het publiek het driehoekige plein ook weet te vinden, omdat het aan de andere kant van de spoorlijn ligt.





Wilson gelooft er heilig in dat het gaat lukken, alleen al omdat er een aantrekkelijk plan ligt van een kunstenaar voor de tunnel onder het spoor. De tunnel wordt niet alleen verbreed, maar ook nog eens verlichtigd met een reusachtige kroonluchter aan het plafond. Zo kan het feestje al onder het spoor beginnen om in het Eemkwartier helemaal los te barsten.

Over het Luxor Theater is hij nog altijd het meest opgetogen, omdat het een bakken werd in een onontwikkeld gebied in Rotterdam. De rode winkelhaak met de letters – ook zijn ontwerp – is uitgegroeid tot een symbool, misschien wel icoon. Wat zullen de symbolen in Haarlem en Den Haag worden? Hij hoeft daar niet over na te denken: het heel specifieke soort patchwork van baksteen. ▣

*Kunstpaviljoen, Roden  
Foto Luuk Kramer*



# UITGAAN IN EEN CLUBHUIS

JAAP HUISMAN

Gaan architectuur en sport, en dan in het bijzonder voetbal, samen? Op die vraag kan sinds een aantal jaren volmondig 'ja' worden geantwoord, te oordelen naar de nieuwe stadions van AZ en FC Den Haag (beide van ZWARTS & JANSMA) en het jeugdhonk van Ajax, 'De Toekomst', van de Almeerse architect René van Zuuk. Voetbal zit dus niet langer vast aan schamele houten barakken waar de moeder van de voorzitter chocola zit te schenken, ingeklemd tussen de trofeeën en vaantjes uit

vervlogen jaren.

Maar FC Hoensbroek, zat die nou op een nieuw honk te wachten? Kennelijk wel, want de vereniging maakt een groeispurt door. De architecten Erik Moedersheim en Ruud Moonen ontwierpen een verbluffend strakke doos met een modern spel tussen glas en baksteen en in de ruiten de al even moderne opgeblazen letters van de voetbalclub, zodat iedereen weet wie de thuish spelende club is. Een brede trap leidt van de kleedkamers naar het veld: zo wor-

den voetbalsterren klaargestoomd voor het grote karwei.

Het gebouw verheft zich op een sokkel iets boven het (maai)veld, een praktische bijkomstigheid zodat de wedstrijd goed te volgen is. Het mag een kleine opgave zijn, een clubhuis voor een voetbalvereniging, maar de historie wijst uit dat daar ook architectonische carrières begonnen zijn; denk maar aan het Sportpark van Dudok in Hilversum. ■









# 50<sup>e</sup> BAKSTEEN

HUGO SPEELMAN



◀ Van links naar rechts  
Geborsteld doorstrijkwerk, Profielsteen gelijmd,  
Gekipte voeg in dunbed en de Ergo troffel super prof.

In september 1990 verscheen het blad Baksteen voor het eerst in deze vorm. Bij de 50e editie is het tijd voor een korte terugblik op ruim 16 jaar ontwikkeling. Elders in dit 50e nummer, wordt aandacht geschonken aan de vele nieuwe texturen en kleuren in baksteen, voortgekomen uit de samenwerking tussen baksteenfabrikanten en architecten.

De technische dienstverlening van KNB maakte ter ondersteuning van het product eveneens gebruik van samenwerking. Niet alleen met onderzoekers, maar vooral ook met de gespecialiseerde uitvoerende bedrijven.

Veel hiervan kwam ten goede aan project gebonden technische adviezen, maar vooral ook in nieuwe technische brochures. In de technische dienstverlening, ontstond ook het nieuwe kennisoverdracht programma Betrouwbaar Baksteen, als ondersteuning voor succesvolle ontwerpen in baksteen. Vanuit deze KNB-programmalijn zijn de website [www.betrouwbaarbaksteen.nl](http://www.betrouwbaarbaksteen.nl), een kennissite voor studenten in het MBO en HBO, HBO-docentendagen en de masterclass voor architecten tot ontwikkeling gekomen. Ook de technische rubriek in dit blad, voorlichtingsbijeenkomsten, de site [www.knb-baksteen.nl](http://www.knb-baksteen.nl) zijn gebaat bij deze ontwikkelingen.

Door de vraag naar nieuwe kleuren, textuur en vormgeving van de baksteen, zijn een aantal unieke projecten in de samenwerking met de gespecialiseerde aannemers ontstaan. Ingegeven door de zorg om goede arbeidsomstandigheden voor metselaars en opberieden op de bouwplaats werd als eerste in deze samenwerking, het mechanisch transport van bakstenen ontwikkeld. Gevolgd door nieuwe steigersystemen.

Voor de Nederlandse baksteenindustrie betekende dit een nieuwe manier van stapelen in de "Hulo" – pakketten, waarmee het mogelijk werd om delen uit het pakket zonder handmatige handelingen in één maal op de plaats

van verwerking op het steiger te plaatsen. Door aanpassingen in het steiger ontstond gelijktijdig een in Arbo-opzicht verbeterde werkplek voor de metselaar.

In deze samenwerking met metsel- en voegbedrijven ontstonden ook nieuwe methoden van verwerking zoals het lijmen van baksteen, het gebruik van gekleurde mortel, het metselen met dunne of soms heel dikke voegen en niet te vergeten het doorstrijken van de voeg zijn dankzij deze samenwerking gangbare processen geworden op de bouwplaats. Veel van bovengenoemde thema's kwamen in de voorgaande 49 nummers van BAKSTEEN aan de orde of zijn als technische informatie verstrekt middels brochures en de website. Nieuw echter zijn de mogelijkheden om ook metselwerk met dunne voegen te kunnen navoegen in plaats van doorstrijken. Een puur esthetische afwerking met genipt voegwerk, wat refereert naar het in voorgaande eeuwen gebruikelijke metselwerk.

Door de samenwerking met de uitvoerende bedrijven ontstond in 2004, het "Jaar van de Metselaar", een onderzoek door TNO naar de ergonomie van de traditionele metselgereedschappen. Uit dit onderzoek zijn nieuwe-ergonomische - metselgereedschappen ontwikkeld. Uit observaties bleek dat metselaars ongeveer 2/3 van het blad van de huidige troffel met specie vullen. Een deel van het blad blijft dan ongebruikt. Door dit deel weg te laten, wordt de troffel lichter.

Door de handgreep van de troffel boven het blad te plaatsen, bevindt het gewicht van het blad en de specie zich direct onder het polsgewricht (in plaats van ervoor), waardoor het moment/kracht rond de pols aanzienlijk verkleind wordt. Dit zorgt ervoor dat de troffel in balans is. Door de tonvorm, van de nieuwe handgreep en de grotere diameter dan van

de huidige troffel, past deze beter in de hand van een metselaar. Er is geen extra kracht nodig van spieren rond het polsgewricht om de troffel recht te houden. Hierdoor wordt de pols minder zwaar belast.

De ergonomische voordelen, een kleiner blad, andere plaatsing- en kunststofgreep zijn op zich relatief kleine voordelen. Wanneer we ons echter realiseren dat met de troffel dagelijks 800 tot 1000 stenen per dag worden weggelegd, 5 dagen per week, 45 weken per jaar en 40 jaren, worden de verschillen heel groot. Met name de belasting van het polsgewricht, maar ook van elleboog, arm en schouder wordt zo flink tegengegaan. Naast testen van deze nieuwe gereedschappen in de praktijk, zijn deze gereedschappen ook breed uitgezet in de metselopleidingen, zodat vooral de nieuwe instroom hiermee leert omgaan. De eerste ervaringen zijn positief te noemen, alhoewel ook kritische opmerkingen niet geschuwd worden door de beroepsgroep. Omdat om ergonomische reden wordt afgeraden stenen met de troffel op lengte te hakken, gezien de lichamelijke belasting die hierdoor in de arm optreedt, is een nieuwe comfortabeler metselsabel ontwikkeld. Ook dit gereedschap behoort tot de nieuwe generatie en wordt in de praktijk getest.

De Nederlandse baksteen industrie kijkt dus veel verder dan alleen het product baksteen. Samen met de ontwerper, willen wij zorgdragen voor de ontwikkeling van goede "maakbare" detailleringen, zonder aantasting van esthetische aspecten met daarnaast een grote betrokkenheid in de verwerkingsfase tot gemetselde constructies.

Over veel zaken heeft KNB technische brochures beschikbaar.

Ga naar [www.knb-baksteen.nl](http://www.knb-baksteen.nl) of bel, tijdens kantooruren, (026) 384 56 30

Van links naar rechts ►  
Pointmaster doorstrijken, Deelpakket,  
Ergo troffel super smart en de Ergo sabel.





## LEDENLIJST

Baksteen is een uitgave van de gehele Nederlandse baksteenindustrie, verenigd in het Koninklijk Verbond van Nederlandse Baksteenfabrikanten (KNB).

**STEENFABRIEK BIEZEVELD B.V.,**  
Kerkdriel, tel. (077) 474 29 20

**CRH KLEIWAREN BEHEER BV,**  
Neer, tel. (0475) 51 81 00  
KLEIWARENFABRIEK BUGGENUM BV,  
Buggenum, tel. (0475) 59 16 66  
KLEIWARENFABRIEK DE BYLANDT BV,  
Lobith-Tolkamer, tel. (0316) 56 62 33  
KLEIWARENFABRIEK FAÇADE BEEK BV,  
Beek (L.), tel. (046) 437 28 28  
KLEIWARENFABRIEK JOOSTEN KESSEL BV,  
Kessel (L.), tel. (077) 462 80 00  
KLEIWARENFABRIEK JOOSTEN WESSEM BV,  
Wessem, tel. (0475) 56 24 46  
KLEIWARENFABRIEK NUTH BV,  
Nuth, tel. (045) 524 43 21  
KLEIWARENFABRIEK DE WAALWAARD BV,  
Dodewaard, tel. (0488) 41 72 50

**DAAS BAKSTEEN ZEDDAM BV,**  
Azewijn, tel. (0314) 65 16 44  
DAAS BAKSTEEN, STEENFABRIEK DE NIJVERHEID B.V.,  
Azewijn, tel. (0314) 65 16 44  
DAAS BAKSTEEN, STEENFABRIEK DE VLIJT B.V.,  
Winterswijk, tel. (0314) 65 16 44

**BAKSTEEN HELDEN BV,**  
Helden-Panningen, tel. (077) 306 04 95  
STEENFABRIEK ENGELS HELDEN BV,  
Helden-Panningen, tel. (077) 306 04 95  
STEENFABRIEK ENGELS OEFFELT BV,  
Oeffelt, tel. (0485) 36 14 44

**HUWA-VANDERSANDEN B.V.,**  
Spijk, tel. (0316) 56 64 00  
B.V. STEENFABRIEK HEDIKHUIZEN,  
Hedikhuizen, tel. (0316) 56 64 00  
B.V. STEENFABRIEK HUISSENSWAARD,  
Angeren, tel. (0316) 56 64 00  
B.V. STEENFABRIEK SPIJK,  
Spijk, tel. (0316) 56 64 00

**'ST. JORIS' KERAMISCHE INDUSTRIE B.V.,**  
Beesel (L.), tel. (077) 474 01 00

**STEENFABRIEK KLINKERS B.V.,**  
Maastricht, tel. (043) 347 83 33

**KOREVAAR BEHEER BV,**  
Zennewijnen, tel. (0344) 61 36 56  
STEENFABRIEK SCHIPPERSWAARD BV,  
Echteld, tel. (0344) 61 36 56  
STEENFABRIEK ZENNEWIJNEN BV,  
Zennewijnen, tel. (0344) 61 36 56

**STEENFABRIEK LINNSEN B.V.,**  
Kerkrade, tel. (045) 541 12 22

**STEENFABRIEK 'DE RIJSWAARD' B.V.,**  
Aalst (Gld.), tel. (0418) 55 22 21

**RODRUZA BV,**  
Nijmegen, tel. (024) 329 74 50  
RODRUZA – STEENFABRIEK ROSSUM BV,  
Rossum (Gld.), tel. (0418) 66 76 00  
RODRUZA – BV STEENFABRIEK 'DE ZANDBERG',  
Gendt, tel. (0481) 42 26 29

**STEENINDUSTRIE STRATING b.v.,**  
Oude Pekela, tel. (0597) 61 39 20

**STEENFABRIEK VOGELENSANGH,**  
Deest, tel. (0487) 51 24 59

**WIENERBERGER B.V.,**  
Zaltbommel, tel. (0418) 59 71 11  
WIENERBERGER STEENFABRIEK BEMMEL,  
Haalderen, tel. (0481) 46 39 24  
WIENERBERGER STEENFABRIEK DAAMS,  
Spijk, tel. (0316) 54 15 43  
WIENERBERGER STEENFABRIEK DOORWERTH,  
Doorwerth, tel. (026) 339 29 84  
WIENERBERGER STEENFABRIEK ERLECOM,  
Erlecom, tel. (024) 663 20 36  
WIENERBERGER STEENFABRIEK ESBECK,  
Esbeek, tel. (013) 516 92 03  
WIENERBERGER STEENFABRIEK HAAFTEN,  
Haaften, tel. (0418) 59 73 01  
WIENERBERGER STEENFABRIEK HETEREN,  
Heteren, tel. (026) 472 20 14  
WIENERBERGER STEENFABRIEK KIJFWAARD OOST,  
Pannerden, tel. (0316) 37 95 70  
WIENERBERGER STEENFABRIEK KIJFWAARD WEST,  
Pannerden, tel. (0316) 37 95 70  
WIENERBERGER STEENFABRIEK MILSBECK,  
Milsbeek, tel. (0485) 51 65 51  
WIENERBERGER STEENFABRIEK NUANCE,  
Afferden (L.), tel. (0485) 53 12 36  
WIENERBERGER PORISO BRUNSSUM,  
Brunssum, tel. (045) 563 52 33  
WIENERBERGER STEENFABRIEK ROODVOET,  
Rijswijk (Gld.), tel. (0345) 55 83 43  
WIENERBERGER STEENFABRIEK THORN,  
Thorn, tel. (0475) 56 12 55  
WIENERBERGER STEENFABRIEK TIMMERMANS,  
Elst (U.), tel. (0318) 47 12 27  
WIENERBERGER STEENFABRIEK WOLFSWAARD,  
Opheusden, tel. (0488) 44 33 67

## COLOFON

**UITGEVER**  
Koninklijk Verbond van Nederlandse  
Baksteenfabrikanten (KNB)

**REDACTIE**  
Ewald van Hal  
Jaap Huisman  
Bart de Vries

**INHOUDELIJKE COÖRDINATIE EN  
PRODUCTIE**  
Hollander van der Mey / MS&L, Voorburg

**VORMGEVING EN OPMAAK**  
WK-Ontwerpers, Den Haag

**LITHOGRAFIE EN DRUK**  
Veenman Drukkers, Rotterdam

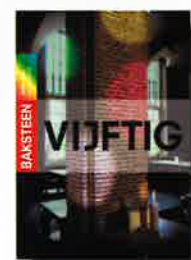
**REDACTIE-ADRES**  
Florijnweg 6  
Postbus 153  
6880 AD VELP (Gld.)  
T +31 (0) 26 384 56 30  
F +31 (0) 26 384 56 31  
E knb@knb-baksteen.nl  
I www.knb-baksteen.nl

Adreswijziging of verzoek om toezending richten  
aan het Koninklijk Verbond van Nederlandse Bak-  
steenfabrikanten, Postbus 153, 6880 AD VELP (Gld.)

## ISSN 0925-5923

Baksteen is het vakblad van het Koninklijk  
Verbond van Nederlandse Baksteenfabrikanten  
(KNB) en verschijnt in controlled distribution  
driemaal per jaar. Het blad biedt informatie  
over de baksteenindustrie en belicht trends in en  
opvattingen over baksteen en architectuur. Het  
wordt toegezonden aan architecten(bureaus) en  
stedenbouwkundigen, tuin- en landschapsarchi-  
tecten, opdrachtgevers in de bouw, ONRI-leden,  
centrale en lagere overheidsinstellingen, aanne-  
mers (AVM- en B&U-leden Bouwend Nederland),  
HIBIN-leden, onderwijsinstellingen en research-  
instituten, (vak)pers en relaties van KNB.

Copyright © 2007 KNB. Het overnemen van  
artikelen als bedoeld in artikel 15 van de  
Auteurswet is niet toegestaan.



Café Restaurant De Boterwaag, Den Haag  
Foto Pierre Crom



Steenoven  
Foto Pierre Crom



'Het suggereert rust en vertrouwen. Dat gevoel zal blijven,' Bart Vaissier put voor zijn voorstelling inspiratie uit de huidige top-pers van Rodruza. 'We doen het nu heel goed met wijnrode en zachtgele stenen. Die beweging in kleuren gaat zich doorzetten, richting oranje-geel en nog lichtere tinten.'

Frans Verstappen wijst juist op de bonte assortimenten. 'Je zult steeds meer zien dat er een veelvoud van kleuren in één partij gaat optreden. Met soms extreme resultaten. Architecten zullen daarin steeds veeleisender worden. Je moet daar durf voor hebben, omdat het betekent dat je stenen over hun smeltpunt verhit. Maar er is ook een grens aan de heftigheid van kleuren en effecten. Baksteenfabrikanten moeten kunnen waarborgen dat een bepaalde sortering in een constante kwaliteit kan worden gemaakt. En dat een product reproduceerbaar is.'

Voor Gert Jan den Daas zal het tempo van vernieuwing dat hij de afgelopen jaren ten toon spreidde een tandje lager moeten. 'Vernieuwen kost veel,' zegt hij. 'We hebben net een nieuwe fabriek gebouwd, dus wordt hoe dan ook volume belangrijk. Maar als Nederlandse baksteenfabrikanten hebben we een voorsprong. Wij hebben in vergelijking met sommige van onze buurlanden, België misschien daargelaten, een veel rijkere en vollediger assortiment. Onze Nederlandse architectuur geniet in het buitenland veel waardering. Dat geeft ons exportmogelijkheden.'

De Engelse afnemers die Den Daas op Schiphol afzette zijn daarvan een voorbeeld. 'De baksteenfabrikanten in Engeland zijn veel traditioneler en minder fantasierijk. Terwijl architecten daar toch ook in baksteen willen werken en moderne architectuur realiseren.' Ook Steenfabriek Engels ervaart die interesse. Verstappen merkt met grote tevredenheid op dat stenen van zijn fabriek tot onverwacht ver in de wereld worden geëxporteerd. 'Dat is de kracht van een door en door natuurproduct,' analyseert hij. ■

kleuren.' Ter illustratie slaat Segers een uitvouwbaar boekwerk open, waarin waaiergewijs gevelstenen, straatstenen en dakpannen in hun onderlinge relatie worden gepresenteerd. 'Het is een manier om ons aanbod in de vorm van product/marktcombinaties neer te zetten en die door een helder merkenbeleid onderscheidend te maken.'

Voor Gert Jan den Daas betekent de introductie van een speciale oprenovatie en binnenstedelijke vernieuwingsprojecten gerichte steen ook een poging om de markt conceptueel te benaderen. 'Wie kijkt naar de architectuuropgaven van deze tijd ziet dat het bouwen in de historische stadskernen een belangrijke uitdaging is. Daar wordt over geschreven en gediscussieerd. Steden zijn in onderlinge concurrentie met elkaar en de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van het stadscentrum worden daarbij als wapens ingezet. Wij willen daar met dit nieuwe product opinhalen. Het zal erom gaan dat de architect daarin zijn opgave herkent en erin kan geloven.'

## RELATIE MET CONJUNCTUUR

Waar gaat het naar toe met de trends in baksteenland? De echt radicale trends ziet Geert Segers zich vooral in de utiliteitsbouw afspeelen. 'Afgezien van enkele prestigieuze woningbouwprojecten gaan de trendveranderingen in de meeste woningbouw veel geleidelijker. Ik voorspel zachtere, mildere kleuren. Waarom? Volgens mijn overigens onbewezen theorie weerspiegelen trends in kleuren enigszins de conjunctuur. Tijdens laagconjunctuur prevaleren donkere, strenge kleuren. Als de economie aantrekt, zie je het optimisme toenemen en krijgen lichtere tinten de overhand.'

Hans de Leeuw verwacht dat de huidige retro-trend van jaren dertig-architectuur, met de bijbehorende kleuren, voorlopig nog zal aanhouden.



## TRENDS FACILITEREN

Een voorbeeld van verrassende productontwikkeling is de door Den Daas vier jaar geleden uitgebrachte constructiebaksteen waarmee droog gestapeld kan worden. Mortel noch lijm zijn noodzakelijk. Voor architecten kan het belangrijk zijn dat er door het weglaten van voegwerk in absolute zin méér baksteen in het gevelbeeld voorkomt. Het kostte Den Daas twee jaar aan voorbereiding en productontwikkeling. Eerlijkheids halve geeft hij toe dat er voor zijn innovatie geen noemenswaardig marktonderzoek werd gedaan. 'Er zijn een paar voor de hand liggende voordelen met deze techniek die je tevoren weet. Het past goed bij strakke, moderne architectuur. Het is goed om grote baksteenvlakken mee te maken. Maar echt zeker weten dat de markt erom vraagt, en in welke mate, op grond van gericht onderzoek, daar is eigenlijk geen sprake van. In de praktijk vinden dit soort innovaties plaats, omdat iemand er voor een specifiek doel om vraagt.'

Oké Bart Vaissier verhuilt niet dat de Hilversum-steen van Rodruza een gok was. 'Je weet het niet zeker. Met het afwijkende formaat sloten we aan op de retro-stijl die duidelijk in de markt aanwezig is. En niet alleen in de architectuur. Ook op het niveau van interieurdesign en gebruiksvoorwerpen en huishoudartikelen. Maar wij bepalen geen trends. Wij faciliteren trends. Het gaat er uiteindelijk om hoe snel je daarin kunt zijn. Waarbij het er telkens ook om gaat dat je trends van incidenten weet te onderscheiden.'

Gert Jan den Daas noemt het 't moeilijkste aspect van het busnessmodel van de specialiteitenmaker. 'Steeds vernieuwen, steeds onderscheidend zijn. Technisch kunnen wij en mijn collega-baksteennfabrikanten ontzettend veel meer dan vroeger. Maar je kunt met een bepaald product te vroeg zijn. En er dus naast zitten, omdat de trend onder architecten toch een andere kant uitgaat.'

## CONCEPTUELE MARKTBENADERINGEN

Oké Hans de Leeuw kent die ervaring. 'Eén van onze grijze stenen is de meest bemonsterde van ons hele assortiment én de minst verkochte.'

In de showroom van Wienerberger toont Geert Segers een andere manier om vraag en aanbod in de architectuur en baksteenwereld bij elkaar te brengen. 'Laat architecten experimenteren,' zegt hij, staande bij de werktafels die er speciaal voor zijn ingericht. Onder handbereik liggen rekken met voegstrips en stapels stenen. 'Zo kunnen ontwerpers zelf met de hand combinaties maken. Ze kunnen putten uit ons bestaande assortiment, dat uit enkele honderden sorteringen bestaat, maar ze kunnen ook aangeven als ze toch iets afwijkends willen. Het blijkt een goede manier om te inspireren.'

Bij Huwa Vandersanden buigt een assortimentscommissie zich over het aanbod en stelt toevoegingen en vernieuwingen voor op basis van wat de fabrikant vanuit de markt gewaar wordt. Hans de Leeuw: 'Wij zijn een conceptueel pad ingeslagen door onder andere in te zetten op de relatie tussen verticale en horizontale architectuur. We hebben een speciale sortering voor gevel- en straatsteen die in kleur, vorm en textuur op elkaar zijn afgestemd. Er is een groeiende belangstelling voor de manier waarop bakstenen gebouwen in hun omgeving zijn opgenomen. De directe omgeving van een gebouw is voor sommige architecten net zo belangrijk om vorm te geven als het gebouw. Daar komen wij met ons concept aan tegemoet.'

Geert Segers zegt op conceptueel niveau aansluiting te zoeken bij de positionering van verfabrikanten en dan vooral merken als Sikkens en Sigma. 'We willen vertellen dat we het gehele gevelbeeld kunnen





kledingbedrijven zijn wij ontwerpers en producenten. Wij bedenken en maken bakstenen. En het productieproces van een baksteenfabriek leg je niet zomaar even stil. De oven kan niet even'tjes uit.'

Den Daas probeert zo goed mogelijk te balanceren tussen maken wat al is besteld en het blijven doorproduceren met zijn dure oven. 'Zonder een orderpositie weet je niet wat je moet maken,' vat hij het samen, 'dus is het van groot belang dat je een notie hebt van wat gevraagd gaat worden.' Maar ook Gert Jan den Daas geeft ruiterlijk toe dat die kennis niet eenvoudig is te verkrijgen. Net als zijn collega-baksteenfabrikanten bezoeken ook vertegenwoordigers van zijn bedrijf de architectenbureaus. Het gaat dan niet alleen om commerciële zaken. 'Natuurlijk hoop je, als gevolg van je presentatie, met jouw stenen in het bestek te worden geschreven,' licht Den Daas toe. 'Maar in feite wil je net zo graag kunnen luisteren naar wat de mensen op die bureaus beweegt, waar ze aan denken. Kortom, wat gaat komen

Er is een belangrijke reden waarom praten en luisteren tussen architecten en baksteenproducenten meer lijkt plaats te vinden. Architecten kunnen namelijk meer dan ooit met speciale wensen bij de baksteenfabrieken terecht. 'Wij weten heel goed dat we niet kunnen rus ten,' zegt Bart Vaisster van Rodruza. 'Je moet steeds naar iets anders gaan. Vijftien jaar geleden hadden wij een mooie treffer met een witte steen. Nu zie je dat de heel donkere en zwarte steen razend populair is. Iedereen maakt 'm of kan 'm maken. Typisch een geval van een ver-

## BAKSTEEN-BOUTIQUE

dringingsmarkt. Dus kijken wij naar andere onderscheidende aspecten.' In het geval van Rodruza werd het de Hilversum-steen, een steen met een afwijkend, langer formaat in diverse kleuren. 'In dit geval kwam de impuls niet vanuit onze contacten met architecten, maar van een baksteenspecialist. Ondanks de nauwere contacten met architecten blijven de baksteenspecialisten toch ook belangrijk voor ons.'

Geert Segers heeft nog een andere manier om de veranderingen te typen. 'Neem eens Almere. Kijk je naar de architectuur-jaarlingen van die stad, dan zie je bij de oudste jaarlingen de kenmerkende monochrome kleuren van die tijd. Naarmate je de jaarlingen verder naar onze tijd volgt, neemt de kleur- en vorm- en textuurvariatie steeds meer toe. Dat is in feite een weerspiegeling van wat er zich in onze industrie heeft afgespeeld. Er heeft zich bij ons een explosie van variatie voorgedaan.'

'Generieke producten zijn uit,' oordeelt Frans Verstappen. 'Architecten zoeken voor elk project weer een nieuwe eigen variant. Wij hebben daar zo'n tien jaar geleden op geantwoord door ons bedrijf in te richten als baksteen-boutique. We beperken bewust ons aantal formaten tot twee, omdat we ons helemaal op kleur richten. Daarbinnen zoeken we echt alle mogelijkheden op, zolang dit maar het natuurproduct baksteen respecteert. Pigmenten en toetslagstoffen kom je bij ons niet tegen.'

Ook Gert Jan den Daas heeft welbewust een deel van de markt opgezocht waar baksteenspecialiteiten een must zijn. 'Voor sommige architecten is het noodzakelijk voor het realiseren van hun wensen met een bepaald project een afwijkende steen te hebben. We nodigen daarom architecten actief uit om met ons in discussie te gaan. Ook als het om een specifiek project gaat, haal je daar toch weer inzichten uit die voor toekomstige productontwikkeling nuttig kunnen zijn.'



De nauwer wordende werkreëlatie tussen baksteenfabrikant en architect leidt er vanzelf toe dat er bij fabrikanten meer belang ontstaat bij het tijdig onderkennen van wat architecten beweegt. Dat brengt fabrikanten ertoe meer op de voorgrond te treden, waar zij traditioneel weinig contacten met eindbestellers hadden. Meer en meer zoeken de fabrieken de inzichten en informatie voor het maken en samenstellen

## SPONSORSHIP

lingen, wat Verstappen het samen-architect spreekt over een kleur en ik denk in machines en hun instelling aan geven in termen van kleur, temperatuur en receptuur. De stelling die de architect heeft en daar vervolgens een technische versant spel. Het gaat namelijk om het benoemen van de kleurvoorvan de materialisering en het gebouw. Dat is een heel intensief en vinden van jouw aansluiting op de voorstelling die een architect heeft ommisskenbaar een boost. Verstappen: 'Meer en meer draait het om t De toegenomen vraag naar specialiteiten geeft baksteenfabrikanten gevraagd, observeert Verstappen. 'De generieke producten zijn uit' bepaalde architectuur wordt bijna alleen nog een afwijkend product. Dat maakt het werk spannender en afwisselender. 'Vanuit de beeldzorgd dat er door makers en gebruikers meer en direct wordt overlegd. vergroting en veranderingen in de bedrijfskolom hebben ervoor gestaan tussen fabrikant en de voornaamste beslissers, de architect. Schaal-Dat kan te maken hebben met de veel nauwere relatie die is ontDe beeldvorming wil Verstappen maar zeggen, is enorm veranderd. mijn zoon wat hij moet leren, om op de fabriek te kunnen komen.' te voorkomen dat ook hij op de fabriek zou terecht komen. 'Nu vraagt op de fabriek. Hij waarschuwde zijn zoon goed te leren op school, om baksteenpurist Verstappen is 'opgegroeid in de kleur'. Vader was stoker ruim honderd pagina's tellend overzicht van kleuren en sorteringen. De

Op Schiphol kijkt Gert Jan den Daas zijn vertrekkende zakenrelaties na als ze langs de douanecontrole gaan. De Achterhoekse baksteenfabrikant komt in bijna elk gesprek met een van zijn baksteencollega's wel even ter sprake. Met zijn bedrijfsmodel komt Den Daas nog het dichtst in de buurt van kledingfabrikanten voor wie het al lang gebruikelijk is geen collecties te produceren die niet eerst zijn verkocht. Bij Den Daas wordt bijna alles op order geproduceerd. 'Je moet wel oog hebben voor de verschillen,' erkent Den Daas. 'Anders dan de meeste

## NIET WILLEKEURIG ONTWIKKELEN

zouden hoeven te wijzen;' gaat er voor ons om dusdanige netwerken te bouwen dat die vraag bijstaan. Je weet dat de vraag naar goed advies daarover leeft. Het steenfabrikanten zijn gebaat bij gebouwen in baksteen die er goed deren van een goede technische verwerking van baksteen. Alle bakinstuut uitvoeren, die contacten zijn ook heel nuttig voor het bevoorin ons geval via de projecten die wij met een internationaal keramisch baksteenfabrikanten hebben met het architectuurveld, bijvoorbeeld technische verwerking van het baksteenproduct. 'De contacten die Maar Segers ontkent niet dat er wel een standpunt is over 'goede' lemaal geen standpunt over architectuur.' wij mogelijkkeer van architectuur hebben. Sterker nog, wij hebben onze kant moeten architecten ook niet willen bekeken tot een beeld dat discussiëren over architectuur, constateert Segers nuchter. 'En wij van de scheidslijnen te blijven respecteren. 'Architecten willen met ons niet tefnemer. Dat levert belangrijke kennis op. Maar toch blijft het zaak manifestaties en tentoonstellingen, soms als sponsor, soms als initia-druza en Wienerberger bijvoorbeeld actief betrokken bij architectuurvan hun collecties bij de architecten zelf op. Zo zijn bedrijven als Ro-







De grootste opgave, daarover zijn ze het allen eens, is te weten wat de komende, nu nog onbekende trend zal zijn. Zullen de huidige donkere kleuren worden vervangen door lichtere, zullen er andere formaten worden gevraagd? 'Er is bijna geen vraag meer die niet kan worden ingevuld,' stelt Geert Segers, marketingdirecteur van 's lands grootste baksteenfabrikant Wienerberger. 'Ik denk dat een aantal van mijn collega's in de baksteenindustrie net als wij ook hun assortiment met een factor tien hebben zien toenemen. Allemaal bedoeld om te voldoen aan de steeds veranderende wensen van één van onze belangrijkste klanten, de architect.'

De Nederlandse baksteenindustrie modelleert zich tegenwoordig graag, zij het met enig voorbehoud en relativering, aan flexibele en trendgevoelige branches als de modesector, interieurdesign of de automobielindustrie. Misschien niet geheel toevallig werkte Bart Vaisier voordat hij bij Rodruza kwam in de autosector. 'We hebben in de afgelopen jaren veel geleerd van andere sectoren, zeker op het gebied van marketing en het anticiperen op trends. Een aspect dat wij bijvoorbeeld van de automobielbranche hebben opgepikt, is het gebruik maken van gemeenschappelijke platformen. Uitgaande van een bepaalde basiskei produceren wij nu meerdere kleuren en sorteringen. Het is een manier waarop wij antwoorden op de enorme diversiteit die de markt van ons vraagt en de bijkomende logistieke kosten.'

## VRAAG NAAR SPECIALITEITEN

'Vroeger sorteerde je op kleur,' zegt Frans Verstappen van Steenfabriek Engels, 'nu maak je een kleur.' Zijn bedrijf toont die vaardigheid in een



# DE EXPLOOSIE VAN VARIATIE



Hans de Leeuw, Huwa Vandersanden

Bart Vaissier, Rodruza

Gert Jan den Daas, Daas Baksteen

Geert Segers, Wienerberger

Frans Verstappen, Steenfabriek Engels

*De vraag naar onderscheidende stenen houdt baksteenfabrikanten dagelijks bezig. Een gevolg daarvan is dat het beschikbare assortiment van sorteringen in absolute zin sterk is uitgebreid. Architecten fungeren daarvoor als aanjagers. Dus luisteren fabrikanten naar de markt, reageren ze snel op trends en werken met flexibele organisaties. Maar beperkingen blijven. 'Als er roodbakkende klei ingaat, komen er drie weken later rode stenen uit. Die tijd is er hoe dan ook mee gemoeid.'*



**BAKSTEEN**

APRIL 2007  
NUMMER 50

**VIJFTIG**