

En van mijn grote hobby's -naast (retail)design en shoppen - is reizen. Het vrije gevoel van onderweg zijn, nieuwe mensen ontmoeten, landschappen ontdekken en avonturen beleven. Ik kan er geen genoeg van krijgen. Gelukkig is deze hobby heel goed te combineren met mijn werk als architect voor een internationaal bureau. Elke plek op aarde heeft zijn eigen sfeer, identiteit en beleving, maar ook zijn unieke problemen en uitdagingen. In Nederland zien we de winkelcentra struggelen en de bezoekersaantallen teruglopen terwijl bijvoorbeeld in Luxemburg dezelfde malls uit de jaren zeventig nog volop gebruikt worden voor een dagje uit. Kijk je naar Moskou, daar is sprake van een bloeiende ontwikkeling van winkelcentra: op bijna elke hoek wordt een nieuw centrum ontwikkeld met enorme oppervlaktes food en non-food aanbod.

MOBILITEIT: DE UITDAGING VAN ONZE TIJD

Toch hebben deze en veel andere steden één grote uitdaging gemeen; namelijk de uitdaging omtrent mobiliteit. De afgelopen jaren hebben we de steden en dorpen erom heen langzaam zien dichtslibben. Ook al begin je om 7 uur 's morgens op je werk of ga je pas na 21 uur naar huis, je kunt niet om de files heen. En natuurlijk zijn er tal van alternatieve vormen van transport, maar ook het trein-, bus- en metronetwerk kan in veel steden amper aan de groeiende vraag voldoen. De infrastructuur kan de huidige welvaartsgroei en urbanisatie niet aan. De bereikbaarheid van winkels, kantoren, en woongebieden moet dan ook hoog op de agenda



MOBILITEIT; EEN SCHAARS GOEDJE

staan bij ontwikkelaars, architecten en gemeentes. Mobiliteit is een van de grote vraagstukken van onze tijd.

JAPAN: EEN GOED VOORBEELD

Opvallend vond ik de mobiliteit in Japan waar ik vorig jaar met mijn gezin geruisloos kriskras door het land kon reizen. Met de hypermoderne - maar uit 1964 daterende! - shinkansen-trein reis je zonder vertraging en uiterst comfortabel met hoge snelheid van A naar B. En in de spits kan je tussen Tokyo en Osaka dertien keer heen en weer als je wilt. Eenmaal in Tokyo, waar toch meer dan negen miljoen mensen wonen, heb je helemaal niet het gevoel dat de stad op slot zit. Sterker nog, het geringe (elektrische) autoverkeer overstemt het getjirp van de krekels in de parken niet! Misschien heeft dit te maken met de discipline die in de Japanse cultuur ingebakken zit? En waardoor alles tot in de puntjes geregeld en gestructureerd

is. Iets waar wij misschien wel van kunnen leren? Want ondertussen groeit de bevolking, blijven we naar de steden trekken en verhuist iedereen en alles wat we nodig hebben, zoals vrachtwagens vol dagelijkse boodschappen, pakketbezorgers en maaltijd-thuisbrengers, met ons mee. We maken onze eigen wereld steeds kleiner, compacter en onmogelijker met als resultaat dat mobiliteit een schaars goed wordt en we het niet meer als zelfsprekend kunnen ervaren. Een nieuwe visie; dat is hard nodig. Zeker ook vanuit het oogpunt van leefbaarheid, duurzaamheid en het bereiken van een groene economie.

MOBILITEIT ALS 'SERVICE'

Steeds meer mensen uit de transport- en mobiliteitsbranche dringen aan op een verandering van denken. We moeten mobiliteit anders gaan bekijken, er is behoefte aan een integrale en multidisciplinaire visie op mobiliteit. Waarbij het niet zozeer om het aanbieden van een vervoersmiddel gaat zoals nu; NS de trein, leaseplan de auto en Arriva de bus. Het gaat erom dat er een antwoord komt op de echte vraag: hoe ga ik van A naar B? De aanbieder moet zorgen dat de consument mobiliteit kan inkopen in plaats van een vervoersmiddel. Is er geen file en is het slecht weer; dan wil ik met de auto. Moet ik reizen in de spits, dan ga ik met de trein en pak vervolgens de OV-fiets. En deze manier van denken spreekt mij aan omdat we dezelfde omslag in denken ook in retail maken. Anytime, anyplace, anywhere. Altijd een oplossing op maat, middelenvrij. ■

*IR. JASMIJN PRINSSEN - JDV
www.josdevries.eu*