

In de vorige eeuw was het tamelijk gebruikelijk dat organisaties er een eer instelden zich niet alleen met prestaties en producten, maar ook met hun kantoren, fabrieken, ateliers, loodsen, lokalen en werkplaatsen te onderscheiden van anderen. Architectuur was een gebaar van eigenheid. Men liet het unieke van de organisatie graag uitdrukken in een originele fysieke manifestatie, die bedoeld was een zekere indruk te maken en de tand des tijds te overleven. Met een gebouw zette men een eigen cultureel stempel in de openbare ruimte.

De organisatie was zelf de opdrachtgever van de architect.

Hoe ging het veelal? Werd een gebouw te klein of te aftands, zat er een fusie of overname in de pen zat of schaamde men zich al een tijdje voor 'die oude hut', dan kwam er in de directiekamer een bouwcommissie bijeen. Over veel dingen zouden de leden van die commissie het daarna gloeiend oneens zijn, maar om te beginnen onderschreven ze allemaal de gedachte dat het nieuwe gebouw in vormgeving, inrichting en relatie met de omgeving gestalte moest geven aan het specifieke karakter van de organisatie. Om aldus een bijdrage leveren aan het succes en de bestendigheid ervan.

Dus: vorm volgt functie. En graag een beetje eigenwijs.

Of het gebouw nu trots moest uitstralen of ingetogenheid, speels moest zijn of streng, visionair, futuristisch, behoudend of een lange neus vormen, in alle gevallen zou het passend moeten zijn. Perfect heen gebouwd om de organisatie met al haar (verhoopte) eigenaardigheden.

Anders gezegd: de bouwcommissie wenste dat de organisatie een 'maatpak' aangemeten zou krijgen, dat in niet alleen in snit, kleur en stofkeuze, maar ook in schouderbreedte, tallewijdte en mouw- en pijplengte helemaal zou aansluiten bij de bijzondere kenmerken van de drager, inclusief het na te streven imago.

De bouwcommissie oriënteerde zich vervolgens overal in den lande, mogelijk zelfs over de grens en kwam na enige vijven en zessen met een voordracht voor een architect die men in staat achtte de bedoelde eigenheid vorm te geven, uiteraard binnen zekere budgettaire grenzen.

Na de millenniumwisseling is deze trend bezig gestaag uit het zicht te verdwijnen. Organisaties lijken niet of nauwelijks meer gericht op architectuur als een onderscheidend gebaar.

Mogelijk heeft de komst van het internet het belang van een opmerkelijke fysieke aanwezigheid meer en meer naar de achtergrond verdrongen, maar tegelijkertijd, of wellicht gekoppeld aan deze online ontwikkeling, is gaandeweg ook een geheel andere visie op huisvesting binnen organisaties een rol gaan spelen. Organisaties willen flexibel kunnen zijn. Vijf jaar is al een eeuwigheid. Personeelsaantallen en werksoorten fluctueren. Kostenposten moeten maximaal beïnvloedbaar blijven. Bouwcommissies worden huisvestingscommissies.

Kortom: de trend van huren is ingezet. Projectontwikkelaars hebben de functie overgenomen van de opdrachtgevers.

Projectontwikkelaars hebben echter geen behoefte aan 'maatpakken', maar aan confectie. Unicité is niet het streven, maar 'one fits for all'. De gebouwen moeten immers multifunctioneel zijn, geschikt voor organisaties van zeer uiteenlopende aard. Vandaag huisvesten ze een accountancy, morgen een hightechbedrijf, overmorgen een callcenter.

Dus: functie volgt vorm(eloosheid). Dozenbouw is gewenst.

Het gevolg is een vergaande inwisselbaarheid van veel gebouwen en dus een architectuur zonder noemenswaardig karakter. Meestal saai, soms truttig. Enkel hemeltergende kitsch valt nog op.

De organisaties die er in zijn gehuisvest, zien het zelf misschien niet eens meer. Ze hechten wel veel waarde aan de look and feel van hun website. Die moet uniek zijn.

*Noot van Jan Veenstra: In mijn werkzame jaren als communicatieman bij verschillende organisaties, heb ik bovenstaande ontwikkeling van nabij meegemaakt. Van twee keer lid van een bouwcommissie tot twee keer lid van een huisvestingscommissie.*