



# Digitale Stad Eindhoven

Het digitale ontmoetings- en meningsvormende platform voor de regio Eindhoven

## Stunten met Winy Maas?

26/05/2021 BvStokkom Columns, Eindhoven, Hoogbouw, Nieuws, Sustainable Development Goals, Wereld

Bob Leenhouders herkent zich niet in het beeld van Winy Maas dat ik onlangs van de architect schetste in het Eindhovens Dagblad. Misschien dat de beeldspraak in de titel – ‘Een planeetmanager die God vrolijk op de vingers kijkt’ – wat ver af staat van de iconenfabrikant zoals we hem in Eindhoven hebben leren kennen. Maar wie zich een beetje verdiept in de wondere wereld van Maas zal denk ik toch op signalen stuiten van een alles bestierende opperarchitect. Ook bezien vanuit de Eindhovense plannen met de binnenstad lijkt me dat relevant, alleen al om te begrijpen wat de markante supervisor – en voormalige bloemist in Schijndel – nu eigenlijk drijft.

Maas wil de grenzen van het voorstelbare verleggen, geïnspireerd door Nieuw Babylon, een wereld waar mensen een vrij en spelend bestaan leiden. Hij noemt zichzelf ‘provocateur’ en zijn succesformule heet ‘overdonderen’. Alles is mogelijk. Wat dat betreft is hij schatplichtig aan de provo's die de stad wilden overwoekeren met planten en bomen. Zie bijvoorbeeld het werk van de Eindhovense kunstenaar Johan Lennarts.

Vrijuit omdenken en bouwkundige principes op de kop zetten. Dat is kenmerkend voor ‘avant-gardistische’ architectuur. Ook MVRDV, het bedrijf van Maas, blinkt daar in uit. Liever een ‘statement’ maken, bluffen, opvallen en imponeren, dan bouwen met menselijke maat. Zie bijvoorbeeld het boekwerk *KM3: Excursions on capacity* (2005), een 1400 pagina's tellend onderzoek naar een stedelijke wereld die steeds dichter bevolkt en bebouwd wordt. Een wereld waar meters veranderen in kilometers en kubieke meters in ‘KM3’. Groots speculerend over toekomstige mogelijkheden, provocerend en optimistisch. Met vragen als: kunnen

we het weer in onze dampkring opnieuw leren beheersen? Het antwoord is de bouw van verticale steden met grenzeloze capaciteiten, voorbij aan de schaarste en paternalistische hindermacht. De auteurs geloven onvoorwaardelijk dat de architect de wereld de weg kan wijzen en dat technologische mogelijkheden onuitputtelijk zijn.

Het recente project *From AMS to AM5* ademt ook die geest: huisvest vijf miljoen mensen in Amsterdam, hoe ziet de stad er dan uit? Eerder liet het onderzoek *Pig City* (2001) zien dat miljoenen varkens efficiënt in gestapelde behuizingen onder gebracht kunnen worden en wel zodanig dat die dieren het beter hebben en Nederland meer ruimte krijgt. Veertig varkensflats van 622 meter hoog verspreid over de Maasvlakte zouden toereikend zijn.

Of neem *The Green Dream* (2014), een onderzoek dat Maas met laboratorium The Why Factory en TU Delft verrichtte. Hij distantieert zich in die studie van 'kleine groene daden'. Afzonderlijke groene projecten zijn te onsamenhangend, terwijl de schaalgrootte tekortschiet. Groen behoeft een veel groter ontwerp-potentieel. Giga-groene dromen visualiseren, met een air dat alles maakbaar is, dat is de signatuur van MVRDV. In feite geeft de ondertitel van *The Green Dream* die arrogantie perfect weer: 'How Future Cities Can Outsmart Nature'.

De klimaatverandering kan volgens Maas worden opgelost door de Aarde als een holistisch ontwerp te zien. [In een recent interview met magazine Dezeen](#) zegt hij met veel aplomb: "Coming up with design concepts for new planets could help solve the problems affecting humanity on Earth." En achteloos: "I think it would be good to dip our planet in green, to somehow transform places like Hong Kong into a green dream." Opnieuw, voor Maas is geen plan of ontwerp te groot.

Maas werpt zich op als techno-utopist en veronderstelt dat alles maakbaar is. Hij wil de ecologische crisis met duizelingwekkende innovaties te lijf gaan. Alles moet op de schop, rücksichtslos. Dat er in die fantasiewereld geen plaats is voor een kneuterige dorpskern middenin Eindhoven, spreekt vanzelf.

Voor de provo's was het nog allemaal spel. Ongelukkig genoeg is het bij Maas vooral een kwestie van marketing: zijn bedrijf moet zoveel mogelijk stunts om de top tien van mondiale spektakelbouwers te bereiken.

