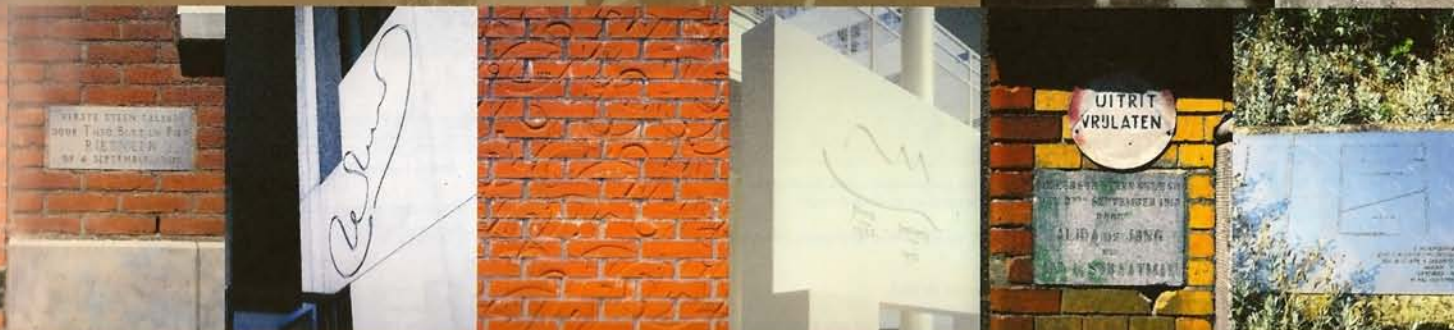


De toegevoegde waarde van een naam

# Elk gebouw een handtekening

Tien jaar is Basiel van Bemmelen van de NAI Vriendenvereniging ermee bezig geweest. Deze zomer is het eindelijk gelukt: de architectuurplaquette is in productie genomen door Centendo, het bedrijf van de ontwerper van de plaquette, Bruno Ninaber van Eyben. Met de naam van gebouw, architect, opdrachtgever en bouwjaar bevat de plaquette – te bestellen voor 750 euro – elementaire architectonische informatie, als een bijschrift bij een kunstvoorwerp.

De architectuurplaquette van het NAi



Koninginneweg in Amsterdam ter hoogte van Emmajohn

Provinciehuis Noord-Brabant in Den Bosch  
Ontwerp: H.A. MaaskantSpangensekade in Rotterdam  
Ontwerp: MecanooStadhuis in Den Haag  
Ontwerp: Richard Meier

Willemsstraat in Amsterdam ter hoogte van Pieter Langendijkstraat

Koningin en onderhoofd van 4 gebouwen in Den Haag  
Architect: Van Oostenhuis

Foto: Loek Timmer

De architectuurplaquette, hufterproof vervaardigd van geanodiseerd aluminium en acrylaat, dient het nobele doel van de architectonische opvoeding van de voorbijganger op straat, zodat 'het grote publiek' – als dat nog niet het geval is – zich gaat realiseren dat 'ook gebouwen bedacht, ontworpen en gemaakt zijn'.

Of de architectuurplaquette zal bijdragen aan meer waardering voor wat is bedacht, ontworpen en gemaakt, moet nog blijken. Het gevaar van bijschriften is dat ze eerder uitnodigen tot lezen dan tot kijken. Uit onderzoek is naar voren gekomen dat een museumbezoeker gemiddeld meer tijd besteedt aan het lezen van het bijschrift dan aan het kijken naar het bijbehorende kunstwerk.

Hans Hollein heeft daar een keer commentaar op geleverd toen hij voor de Documenta werd uitgenodigd een ontwerp te maken van zijn ideale museum. Zijn cynische bijdrage was een ruimte waarin een aantal reproducties van beroemde schilderijen was verzameld, met kunstwerken die de afmetingen van een bijschrift hadden en bijschriften op ware grootte van het schilderij.

## Van de oude stempel

Het opvoeden van het publiek is niet het enige doel van de architectuurplaquette van Centendo en de vriendenvereniging van het NAi. De plaquette appelleert onmiskenbaar ook aan de trots van de 'makers' van een gebouw op hun product. In het certificaat dat bij de plaquette wordt geleverd, staat niet

voor niets dat het paneel van 27 bij 27 centimeter 'ergens rechtsonder' aan de buitenzijde moet worden aangebracht, 'waar ook Rembrandt zijn meesterwerken signeerde.' Anders dan bij beeldende kunst is het in de architectuur nooit echt gebruikelijk geweest om werk te signeren, niet met een paneel met feitelijke informatie en al helemaal niet met een echte handtekening. Dat komt dan ook zelden voor. H.A. Maaskant heeft het eenmaal gedaan, op de voorgevel van het provinciehuis Noord-Brabant in Den Bosch. Daar heeft hij zijn zwierige handtekening laten aanbrengen, op Maaskantiaanse wijze: groot. Het provinciehuis was voor hem de kroon op zijn oeuvre, wat voor hem een reden was om op deze manier een punt achter zijn loopbaan te zetten.

Ook Hollein heeft zijn destijds veel ophef makende maar inmiddels bijna vergeten Städtische Museum am Abteiberg in Mönchengladbach uit 1983 voorzien van een uitgehakte handtekening, om te onderstrepen dat het een kunstwerk is. Dat was, in de glorieftijd van het postmodernisme toen de artistieke component van de architectuur (opnieuw) bevochten moest worden, een duidelijk en zelfs enigszins polemisch statement.

Handtekeningen op gebouwen zijn schaars, maar zeker in de decennia rond de vorige eeuwwisseling was het populair om op een gebouw de naam van de architect en het bouwjaar te vermelden, wat zou kunnen worden gezien als een teken van de emancipatie van de beroepsgroep.

In Parijs zijn rond 1900 bijvoorbeeld talloze appartementengebouwen voorzien van de naam van veelal vergeten of onbekend gebleven ontwerpers. Dankzij de naamvermelding op hun gebouwen zijn deze architecten honderd jaar later in elk geval niet helemaal in de anonimiteit verdwenen. Ook in Nederland zijn op die manier verschillende laat negentiende- en vroeg twintigste-eeuwse ontwerpers aan de vergetelheid ontsnapt. Voor architecten en architectuurkenners zit de gebouwde omgeving trouwens ook zonder bordjes, opschriften, stenen die het leggen van de eerste stenen memoreren en architectuurplaquettes vol met herkenningstekens: van het diepe blauw dat Mecanoo altijd weer gebruikt en het raam dat bestaat uit twee in elkaar grijpende cirkels waarmee Cees Dam verschillende gebouwen heeft geparafeerd, tot de stijlvolle strakke witte architectuur van Richard Meier, die uit duizenden herkenbaar is. Niettemin is in het Haagse stadhuis toch een bordje aangebracht waarop Meier wordt genoemd.

## Verre van logomanie

Behalve als streling van de eigen ijdelheid, is de plaquette ook te zien als een bescheiden vorm van promotie en marketing, een terrein dat architecten totnogtoe veel minder hebben verkend dan bijvoorbeeld industrieel ontwerpers of modeontwerpers. Geen enkele architect slaagt erin om alles wat hij of zij aanraakt op dezelfde manier in goud te veranderen zoals dat

beroemde vormgevers als Philippe Starck, Marc Newson of Jan des Bouvrie lukt met de meest uiteenlopende producten, van wc-borstels en afwasrekken tot fietsen en verf. Daarbij steken de prestaties van architecten vaak schraal af, zelfs buiten het voor hen vertrouwde terrein van het onroerend goed. De kleurenwaaiers die Rem Koolhaas en Norman Foster bijvoorbeeld voor Sikkens hebben samengesteld, zijn minder doorgedrongen tot een groot publiek dan de potten verf van Jan des Bouvrie die simpelweg onder de naam Jan aan de man worden gebracht.

Voor gebouwen geldt ook slechts in weinig gevallen dat de naam van de betrokken ontwerper een garantie is voor een bijzondere waardering, zoals dat in de mode bijna per definitie het geval is. Ben van Berkel en Caroline Bos hebben in hun driedelige boek Move de uitspraak gedaan dat 'de architect de modeontwerper van de toekomst' wordt: 'Learning from Calvin Klein, the architect will be dressing the future.' Dat zijn mooie woorden, maar wat architecten, inclusief Van Berkel, nog niet werkelijk hebben geleerd van de modeontwerpers is hoe een naam kan worden uitgemolken, waardoor zelfs het meest gewone T-shirt een meerwaarde en een hogere prijs krijgt door er een logo op te zetten. Architecten houden zich doorgaans verre van de logomanie die in de mode zo profijtelijk is. De uitzondering die deze regel bevestigd, is het woningbouwproject van Mecanoo aan de Spangensekade in Rotterdam,

waar in de bakstenen van het metselwerk het logo van het bureau, een zwemmer in zweefduik, is opgenomen. Net zoals op de tassen van Louis Vuitton de L en de V en bij Fendi de F all over the place zijn te vinden.

Misschien is dat wel een middel dat vaker kan worden toegepast om een hoger rendement te halen uit wat sommige makelaars nog wel aanduiden als 'onder architectuur gebouwd'. Zonder dat een architect de weg in moet slaan van modekoning Pierre Cardin die zijn naam heeft laten verbinden aan meer dan negenhonderd licentieproducten, van pannenset tot wekkers en van badhanddoeken tot voedsel, is het de moeite waard om te overdenken hoe het in de mode kan dat een naam voldoende is om willekeurig voorwerp stijl en elegantie te geven, zelfs al heeft de naamgever er niets aan gedaan en het misschien zelfs nooit bekeken. Dat is geen pleidooi dat Wiel Arets brullen op de markt moet laten brengen of MVRDV een lijn van schoudertassen moet introduceren, maar er zijn vast mogelijkheden voor architecten om hun (bureau-)naam beter te benutten als merk. ■

Hans Ibelings

## Informatie over de architectuurplaquette

Informatie over de architectuurplaquette is op te vragen bij Centendo, Dorothee Pape, T: 015 - 284 05 75, F: 015 - 284 05 76, E: info@centendo.com  
Of bezoek de website I: www.centendo.com