

## LEEFSTIJLEN: NIEUWE DILEMMA'S VOOR DE RUIMTELIJKE ORDENING

### 1. Inleiding

In Amsterdam wordt de komende jaren rond de Zuidas een woon- en werkmilieu ontwikkeld dat nergens in Nederland zijn gelijke nog vindt. Naast een aanzienlijk kantorenprogramma gaan de plannen uit van ongeveer 6500 nieuwe woningen. Gemeente en ontwikkelaars vragen zich nu af wie in dit metropolitane stadsmilieu gaan wonen. Om greep te krijgen op de toekomstige bewoners is een voorlopige indeling gemaakt in vijf leefstijlen die zouden passen op de Zuidas. Het betreft urban professionals, hypermobielen, consumentisten, active adults en stadsecologen. Deze leefstijlgroepen zijn omschreven aan de hand van huishoudenskenmerken, tijdsindeling, vrijetijdsbesteding en maatschappelijke oriëntatie. Terwijl urban professionals geleid worden door een carrièreperspectief en de consumentisten door de consumptiemaatschappij, leven stadsecologen juist bewust verantwoord. In de indeling blijft het echter onduidelijk waarin urban professionals precies verschillen van de hypermobielen die ongebonden leven en altijd onderweg zijn. En wat kan de betekenis van de Zuidas zijn voor een stadsecoloog?

Het zijn dit soort vragen die indelingen in leefstijlen vaak oproepen. Maar nog afgezien van de vraag of de bovenstaande indeling voor de Zuidas wel de juiste is, blijkt uit de tamelijk grote vrijblijvendheid waarmee men momenteel omgaat met het begrip leefstijl dat de operationalisering van het begrip nog in de kinderschoenen staat. Steeds meer overheden, ontwikkelaars, architecten en onderzoeksbureaus nemen het woord leefstijl in de mond zonder dat er duidelijkheid bestaat over de precieze inhoud van dit begrip, laat staan van z'n effectiviteit. Voor nieuwe milieus worden dikwijls nieuwe indelingen voor leefstijlen bedacht, waarbij er nauwelijks kennis wordt genomen van indelingen die elders zijn gemaakt. Vaak is het zo dat mensen uit de eigen omgeving model hebben gestaan voor een speelse indeling in verschillende leefstijlen. Dat maakt een evaluatie van het begrip voor de ruimtelijke ordening lastig, aangezien het begrip zelf nog is gebaseerd op drijfzand.

Door de toegenomen sociaal-culturele differentiatie in de samenleving, waardoor overheden en marktpartijen te maken hebben met een grote verscheidenheid aan handelingen en wensen van personen, is het begrip leefstijl een nieuwe instrument waarmee beter ingespeeld kan worden op de heterogener geworden vraag. De discussies omtrent het begrip suggereren een nieuwe vorm van maakbaarheid in de ruimtelijke ordening. Daarnaast dient het begrip als onderlegger voor nieuwe idealen in de ruimtelijke ordening, van de expressieve vrijheid voor de individuele woonconsument tot nieuwe collectieve woonmilieus als reactie op de sociaal-culturele individualisering. Zowel liberalen, sociaal-democraten als christen-democraten zullen zich kunnen vinden in het begrip. Het begrip leefstijl behelst soms zoveel factoren en is soms zo ambigu dat het een containerbegrip wordt. Ook het krijgen van kinderen of het werkzaam zijn binnen de ICT-sector kan een leefstijl-keuze zijn. Aan de andere kant gaan indelingen soms uit van te specifieke leefstijlen die geen enkele relevantie hebben voor de ruimtelijke ordening. Het is daarom verstandig om even pas op de plaats te maken en te kijken waartoe het begrip leefstijl eigenlijk concreet kan leiden. Daarvoor moet eerst het begrip leefstijl zelf ontleed worden.

### 2. Clusterings van leefstijlen

Het dagelijks leven en ruimtelijke keuzen van huishoudens waren tot voor kort nog redelijk te voorspellen op basis van huishoudenssamenstelling, inkomen en leeftijd. Aan de hand van deze 'harde' indicatoren van de doelgroepenbenadering was redelijk nauwkeurig te bepalen waar en hoe mensen leefden. Sinds de jaren zeventig zijn mensen door de toegenomen welvaart, ruimtelijke mobiliteit, de emancipatie en de hogere opleidingsniveaus echter steeds minder makkelijk in te delen in eenduidige bevolkingsgroepen. De middenklasse is uiteen gevallen in talloze nauwelijks benoembare subgroepen waarin uiteenlopende waarden centraal staan. De

toegenomen vrijheid om dit soort waarden of leefstijlen ook te realiseren betekent dat mensen andere overwegingen kunnen laten prevaleren in hun dagelijks leven en hun ruimtelijke oriëntaties. Die verschillen in culturele voorkeuren worden verschillen in levensstijlen genoemd. De voorkeur voor een stedelijk, suburbaan of dorps woonmilieu is bijvoorbeeld tegenwoordig niet meer alleen te verklaren vanuit de huishoudenssamenstelling, maar heeft veel meer van doen met uiteenlopende waardenoriëntaties. Er vindt in het algemeen een uitsortering plaats van mensen op basis van gemeenschappelijke interesses en oriëntaties. Geografen en sociologen constateren ook in het ruimtelijke gedrag van mensen in toenemende mate ruimtelijke clusterings van leefstijlen. Dat geldt niet alleen voor reizen, hobbies en sporten maar ook voor openbare en privaat-beheerde collectieve ruimten zoals café's en sportvoorzieningen en voor bepaalde woonmilieus.

Er zijn twee ontwikkelingen gaande die deze clusterings van leefstijlen verder versterken. Aan de ene kant is er de immer voortschrijdende heterogenisering en individualisering van de bevolking waardoor mensen elkaar vooral herkennen en contacten leggen op grond van een gemeenschappelijke interesse of leefstijl. Aan de andere kant vindt een schaalvergroting van het dagelijks leven plaats. De keuze- en bewegingsvrijheid ten aanzien van het sociale leven wordt steeds groter. Terwijl bureaus vaak vertrouwde vreemden zijn geworden ontstaan nieuwe sociale verbanden op een veel hoger schaalniveau. De transport- en communicatienetwerken bieden de mogelijkheid om sociale netwerken in stand te houden nu mensen niet meer in de buurt van vrienden en familieleden wonen. Een van de meest paradoxale verschijnselen in de hedendaagse stad is dat dit proces van schaalvergroting ook gepaard gaat met een hergroepering op een lager schaalniveau. Aangezien mensen niet langer gebonden zijn aan een bepaalde plek, winnen plekken juist weer aan betekenis om de leefstijl of identiteit vorm te geven. Sociaal-culturele factoren worden bepalender in de zoektocht naar een woning en een woonmilieu, zoals het imago van een woonplek, de sociale of mentale banden van bewoners met een streek of plaats, de kwaliteiten van een woonomgeving of de specifieke kenmerken van een woning. Sommige mensen zoeken niet meer naar een woning, maar naar een woonarrangement passend bij een leefstijl.

Daarnaast maken permanente gemeenschappen op territoriale basis steeds meer plaats voor tijdelijke leefstijlgemeenschappen. In het ontstaan van nieuwe vrijetijdsgemeenschappen op basis van dezelfde leefstijl spelen tijd en tijdelijkheid een belangrijke rol. De betekenis van tijdelijke gemeenschappen op volkstuinparken, campings, sportverenigingen, in stadions, discotheken en café's is in het verleden altijd al groot geweest. We zien deze tijdelijke leefstijl-gemeenschappen door de schaalvergroting van het dagelijks leven in nog sterkere mate ontstaan bij evenementen, festivals, marathons, congressen, beurzen, cursussen en groepsreizen. Als zwermen strijken mensen uit de wijde omgeving met dezelfde interesse en leefstijl voor korte tijd op bepaalde plekken neer. Het zijn nieuwe tijdelijke gemeenschappen in de netwerkstad die gevormd worden door mensen die in hun eigen woonomgeving niet per se uit zijn op een herstel van een territoriale gemeenschap.

### **3. Van doelgroepbenadering naar leefstijlbenadering**

Het gedrag van mensen en de keuzen die zij maken is op dit moment dus niet meer alleen te achterhalen via objectieve categorieën als huishoudenssamenstelling, inkomen en leeftijd. Bij de keuze van de woning en woonomgeving, maar ook bij het gebruik van voorzieningen, spelen culturele voorkeuren en sociale overwegingen een steeds belangrijkere rol. Een toenemend aantal (gezins)huishoudens met een stedelijke leefstijl geeft bijvoorbeeld de voorkeur aan andere woningtypes dan de traditionele eengezinswoning. Het grote voordeel van het begrip leefstijl boven het begrip doelgroep, is dat men er de voorkeuren van mensen beter mee kan omschrijven en verklaren. De verschuiving van de 'harde' indicatoren van de doelgroepenbenadering naar de 'zachte' indicatoren van de leefstijlbenadering levert echter niet alleen voordelen op, maar ook nadelen in de vorm van een aantal dilemma's. Het nadeel van de leefstijlbenadering is vooral de definitie van het

begrip zelf. Het kan moeilijk worden afgebakend. Zodra men daartoe pogingen onderneemt, loopt men het risico weer te verzanden in het doelgroepdenken of anders wel in de ambivalentie van het begrip zelf.

In de discussies over het begrip leefstijl staan momenteel consumptiepatronen centraal. Een leefstijl heeft echter twee dimensies: een functionele en een symbolische kant. De functionele kant heeft betrekking op de organisatie van het dagelijks leven. Met de manier waarop dat geregeld wordt, laten mensen ook zien wat ze zijn of zouden willen zijn. Het is vooral dit symbolische tweede aspect dat in het begrip leefstijl de meeste aandacht krijgt. Om de betekenis van de uiterlijke, consumptieve of zelfs 'trendy' kant van het dagelijks leven minder op de voorgrond te plaatsen geven sommige sociologen de voorkeur aan het begrip levenswijze. Deze benadering heeft eveneens oog voor de organisatie en de reproductie van het dagelijks leven. Een levenswijze omvat dan het geheel van gedachten, gedragingen en voorkeuren van mensen, die het resultaat zijn van het economisch, cultureel en sociaal kapitaal dat zij verwerven in het sociale traject dat zij tijdens hun leven afleggen. Deze definitie is voor een deel afkomstig van de Franse socioloog Bourdieu. Bourdieu benadrukt dat de levenswijze zowel bepaald wordt door het economisch kapitaal waar mensen over beschikken (vermogen, inkomen en positie op de arbeidsmarkt), als door het culturele en sociale kapitaal. Cultureel kapitaal bestaat enerzijds uit datgene wat mensen van huis uit hebben 'meegekregen' aan opvoeding, aan gewoontes, aan manieren; anderzijds bestaat het uit de opleidingen die men heeft gevolgd. Sociaal kapitaal bestaat uit de vaardigheden die men verwerft in het sociale verkeer en uit het bezit van een netwerk van relaties.

Gewoontes en voorkeuren worden echter niet alleen bepaald door afkomst en herkomst, maar ook door de sociale en culturele ontwikkelingen gedurende de levensloop. Die ontwikkelingen plaatsen ieders levensloop in het perspectief van een generatie. De wederopbouw- en de geboortegolfgeneratie, de generatie X of de generatie van de huidige twintigers delen als groepen verschillende gemeenschappelijke politieke, economische en culturele ervaringen en daardoor ook verschillende waarden. Die waarden komen bijvoorbeeld tot uitdrukking in de wijze waarop men het dagelijks leven wil organiseren.

Vervolgens zijn op de culturele voorkeuren van mensen meer kortstondige cycli van invloed zoals hypes, trends en modes. Het zijn met name deze veranderingen die veel aandacht krijgen in de huidige begripsomschrijving van leefstijlen. Het gaat hier om de representatieve dimensie van iemands levenswijze. Steeds meer mensen ontlenen in de huidige tijd - waarin imago's zo belangrijk zijn geworden - hun identiteit aan consumptiepatronen en meer specifiek aan bepaalde merken, branches en stijlen. Dit stilistische aspect van een levenswijze wordt steeds belangrijker door de toegenomen welvaart en als uitdrukking van de sociale mobiliteit. Het gaat hier ook om status en identificatie. Niet alleen de meer karakteristieke - stedelijke en landelijke - woonmilieus profiteren van het toegenomen belang van het imago en de status van de woonplek. De woning en de inrichting daarvan spelen momenteel in de zelfpresentatie ook een belangrijke rol. Woonmilieus als het postmoderne Brandevoort in Helmond of de vernieuwende architectuur van MVRDV krijgen niet alleen veel aandacht in de media, uit onderzoek blijkt ook dat de nieuwe hoger opgeleide middenklasse zich kan identificeren met deze ensembles en gebouwen waardoor er specifieke leefstijl-clusteringen ontstaan. In een maatschappelijke context waarin consumptiepatronen en leefstijlen steeds belangrijker worden krijgen architectuur en stedenbouw een nieuwe betekenis, namelijk als distinctiemiddel en lifestyle object voor woonconsumenten. De identiteit van de architectuur, stedenbouw en zelfs van hele steden zal waarschijnlijk de komende jaren een van de belangrijkste begrippen worden in de ruimtelijke ordening. Een interessante vraag is hoe met het creëren van deze identiteiten is te sturen. Daarnaast is er het morele dilemma of architectuur en stedenbouw wel opgenomen moeten worden in de markt van lifestyle objecten.

#### **4. Trends en leefstijlen: van massa- naar nichemarkt**

Een uitstapje naar de wereld van de reclame is leerzaam om te zien wat de gevolgen zijn van het inzetten van het begrip leefstijl in de ruimtelijke ordening. Een van de opvallendste veranderingen in het woningbouwbeleid van de afgelopen vijf jaar is namelijk dat de bewoners tegenwoordig worden aangeduid als woonconsumenten. In de vorig jaar uitgebrachte Woningatlas Consumentgericht Bouwen van de SEV staat niet alleen de woonconsument centraal maar wordt de woning vooral benaderd als consumptieproduct. De zeven leefstijlen in de atlas (dorpeling, landschapper, yup, anarchist, traditioneel, principieel en hypermobiel) worden onder andere getypeerd aan de hand van verschillende reclames voor auto's, sigaretten en vakanties. De eenduidige leefstijlenbenadering van de SEV suggereert dat traditionele gezinnen niet thuis werken en yuppen alleen maar in een flat in de stad wonen. Het impliceert zowel eenduidige leefstijlen als één op één relaties tussen leefstijlen en woningtypen. Een belangrijke stelling in dit artikel is dat die eenduidigheid niet bestaat. Die eenduidige leefstijlen bestaan overigens ook niet altijd meer in de reclame.

Om een eerste voorbeeld te geven: de woningmarkt wordt steeds vaker vergeleken met de automarkt. Ook woningen vormen steeds meer een expressie van een bepaalde smaak en maatschappelijke status. Vinex-wijken kunnen we vergelijken met sportieve middenklassers met ruimte voor het gehele gezin en net dat tikje exclusiviteit. Ook de recente opmerking van staatssecretaris Van der Ploeg dat mensen over meer keuzevrijheid beschikken als ze een Opel Astra aanschaffen dan als ze een woning kopen suggereert een parallel tussen beide markten. Als metafoor is de automarkt voor de leefstijlen op de woningmarkt bruikbaar, maar als letterlijke vergelijking nogal misleidend. De woning en een woonmilieu zijn niet alleen consumptieproducten, maar ook productie- en reproductie-eenheden voor huishoudens. De Nederlandse bevolking brengt volgens het Sociaal Cultureel Planbureau steeds meer tijd binnenshuis door. De betekenis van de woning als werkplek en als recreatiecentrum is de laatste jaren sterk gegroeid. Het gevolg is dat niet alleen de vraag naar grotere woningen toeneemt, maar ook naar gevarieerde woningplattegronden met wisselende verhoudingen tussen gemeenschappelijke en individuele vertrekken. Binnen huishoudens is bovendien sprake van verschillende levenswijzen en veranderen de levenswijzen in en door de tijd. Aan het besluit om een woning te huren of te kopen liggen vaak uiteenlopende tegenstrijdige wensen ten grondslag die het gevolg zijn van de verschillende betekenissen die huishoudens toekennen aan de woning en de woonomgeving. Dat maakt het lastig om nieuwe woonconcepten af te stemmen op te specifieke doelgroepen uit de middenklasse. Een verschijnsel dat zich trouwens ook voordoet in de (auto)reclame.

Een tweede parallel is dat men in de wereld van de reclame, de media, de detailhandel en zelfs de politiek al langer kampt met het probleem van een doelgroepenbenadering. Ook hier is inkomen, familiesamenstelling of ideologie niet meer doorslaggevend in het voorspellen van koop- of stemgedrag. De massamarkt is uiteengevallen in een duizelingwekkend spectrum van nichemarkten. Voor elke leefstijl worden tegenwoordig aparte producten bedacht en verkocht. De onoverzienbare hoeveelheid tijdschriften voor verschillende hobbies en leefstijlen is hiervan een illustratie. Een clustertyping in leefstijlen is een middel om de groepen tot een overzichtelijk aantal terug te brengen. De opdeling van de bevolking in groepen mensen met dezelfde smaak en dezelfde voorkeuren leidt echter naar ontelbare varianten. Door de individualisering heeft in feite iedereen zijn eigen unieke leefstijl. Het gebruik van Internet is hiervan een uitdrukkingsvorm waarbij mensen met hun eigen interesse-groepen kunnen chatten en naar hun favoriete websites kunnen surfen. Deze vrijheid om inconsistent te zijn geldt in het algemeen voor het vormgeven van de levenswijze. Hedendaagse levenswijzen hebben een meervoudig karakter en zijn opgebouwd uit meerdere componenten. Een gezin met kinderen kan bijvoorbeeld én georiënteerd zijn op stedelijke voorzieningen én het verlangen hebben naar een huis met een tuin in een rustige buitenwijk. Bij mensen zijn er dan ook verschillende behoeftes te bespeuren naar uiteenlopende plekken. Mensen brengen opnieuw coherentie aan in hun ruimtelijke identiteit door zich te oriënteren op uiteenlopende en verspreid liggende omgevingen waarmee ze een functionele, mentale of sociale binding hebben. Ze zijn jagers en verzamelaars van 'plekjes' geworden. Dorpen, landschappen en stadscentra zijn in de netwerkstad 'plaatsen' waar mensen hun

identiteit aan kunnen ontlenu. Als mensen hun eigen ruimtelijke ordening creëren is het de vraag op welk schaalniveau nog gestreefd moet worden naar het aanbrenge van coherentie en eenduidigheid in ruimtelijke identiteiten.

Een derde vergelijking met de reclame heeft betrekking op trendwatching: een veel gebruikte methode in het bedrijfsleven. Trendwatching is ook voor de ruimtelijke ordening relevant aangezien de waarde van het begrip leefstijl vooral ligt in de mogelijkheid om een brug te slaan tussen maatschappelijke ontwikkelingen en de organisatie van het alledaagse leven. In het boek 'Clicking' beschrijft Faith Popcorn het consumentengedrag aan de hand van zestien trends. Tien van deze trends zijn samengevoegd tot lifestyles. Volgens trendwatchers als Popcorn is de wereld van morgen op zoek naar geborgenheid en een veilige buurt. Waar het voor de ruimtelijke ordening toe lijkt te leiden als we woonvormen toekennen aan de leefstijlen zijn kleine homogene woonclusters. Uit een analyse van dit soort trends kan de vraag voortvloeien hoe overheid en marktpartijen omgaan met een uitsortering van verschillende leefstijlen. Wat betekent het dat mensen met eenzelfde leefstijl bij elkaar willen wonen? Op portiek-, straat of blokniveau is daar weinig tegenin te brengen. Een groepswooning voor Chinese ouderen of een portiek met alleen maar Turkse bewoners kan de woonsatisfactie verhogen. We kunnen in het algemeen ook constateren dat er te weinig ruimtelijke verschillen zijn tussen woonmilieus voor de in sociaal-cultureel opzicht gevarieerder geworden handelingen en wensen. Maar hoe ver kunnen overheid en marktpartijen gaan in het faciliteren van verscheidenheid zonder dat de maatschappelijke samenhang in gevaar komt? En welke verscheidenheid tolereren we: wel ruimtelijke uitsortering in leefstijlen, maar geen uitsortering in inkomens en etniciteit? We stuiten hier op diverse fundamentele wetenschappelijke en morele vragen. Op welke verschillen in leefstijlen kan en moet de ruimtelijke ordening eigenlijk inspelen? En in welke gevallen en op welk schaalniveau leidt een uitsortering naar leefstijlen tot sociale uitsluiting en een gedeelde stad?

## 5. Tussen universaliteit en specificiteit

Om scherper te krijgen wat een van de dilemma's is van het gebruik van het begrip leefstijl is het leerzaam om naar een Amsterdams experiment te kijken. De groeiende aandacht voor verschillende leefstijlen leidde in Amsterdam in het begin van de jaren negentig tot de Woningatlas. Hierin stonden woningen als de hobbywooning, de superhat, de werkwoning en de gezinsgroepwooning voor de vele niet-gezinshouders in deze stad. De nieuwe woonprogramma's moesten leiden tot verbreding van het kwalitatieve woningaanbod. De woningplattegrond werd als het ware afgestemd op een specifieke leefstijl. Toch bleken sommige woningplattegronden te specifiek om bewoond te kunnen worden door huishouders van verschillende grootte en met uiteenlopende woonculturen.

Het Java-Eiland is het laatste project geweest waar in Amsterdam is geëxperimenteerd met leefstijlen. Sjoerd Soeters had het idee opgevat om de 'stempels' die hij binnen zijn plan door andere architecten wilde laten ontwikkelen, te karakteriseren met levensstijlen. Dat er van een uitsorting van leefstijlen weinig terecht is gekomen duidt erop dat het onmogelijk is om door middel van de woningplattegrond of het ensemble vooraf te voorspellen wie er zullen komen wonen. De vraag is ook of men wel specifieke woningen moet en kan ontwerpen voor bepaalde leefstijlen. De gemeente Amsterdam heeft na de ervaringen met de Woningatlas gekozen voor een radicaal andere benadering. De Woningdienst heeft het begrip leefstijl losgelaten en streeft nu naar de 'universele' woning. De universele woning is volgens de Dienst 'een woning die beschikt over een ruim oppervlak, extra verdiepingshoogte, een flexibele en niet-hiërarchische indeling die wezenlijk verschillende typen bewoning toelaat en een grote buitenruimte. Bovendien is een universele woning voor iedereen toegankelijk, dus ook met een rolstoel.' Het paradoxale is dat bij de huidige marktprijzen in Amsterdam alleen tweeverdieners zich de 'universele woning' met vier- of vijf kamers kunnen veroorloven. Dit voorbeeld geeft aan dat er hoe dan ook niet meer valt te ontkomen aan het begrip leefstijl.

In het spanningsveld tussen universaliteit en specificiteit verkeren we niet alleen als we het hebben over de woningplattegrond, maar ook over woonmilieus, openbare ruimten en voorzieningen. Het gaat erom een evenwicht te vinden tussen het specificeren van een woning of woonmilieu voor een bepaalde leefstijl en het aanbieden van een woonmilieu of woning die geschikt is voor meerdere leefstijlen. Waar een te eenduidig gebruik van het begrip leefstijl toe kan leiden is een verdere thematisering, programmering en specificering van de ruimte. Dat is duidelijk zichtbaar bij pretparken, bungalowparken, winkelcentra, supermarkten, cafés en restaurants. In hun merchandising zetten deze voorzieningen in op bepaalde doelgroepen en leefstijlen. Daar is niets verkeerd aan aangezien mensen kunnen kiezen of ze hier wel of geen gebruik van zullen maken. Toch dreigt de thematisering en programmering over te waaien naar de vormgeving van woonmilieus en openbare ruimten. Bij openbare ruimten zien we het bijvoorbeeld door de thematisering of programmering ervan voor specifieke doelgroepen zoals terrasbezoekers of winkelend publiek. Bij de Vinex-lokaties putten de makers zich uit in het creëren van zo gedifferentieerd mogelijke beelden en identiteiten voor verschillende delen van de wijken en hoe lager het schaalniveau hoe groter vaak de behoefte bij ontwerpers om specifieke woonmilieus voor bepaalde doelgroepen en leefstijlen te maken als reactie op het traditionele woningbouwprogramma.

## 6. Leefstijlen als nieuwe collectiviteiten

Het verzet tegen de individualisering en het streven naar een of andere vorm van sociale cohesie tussen burens en omwonenden is aan het toenemen. Het lijkt er soms op alsof de wijkgedachte nieuw leven wordt ingeblazen aan de hand van het begrip leefstijl. Volgens de SEV-atlas vormen leefstijlen de basis voor nieuwe woonomgevingen waar meer begrip wederzijds ontstaat en waar de betrokkenheid bij de eigen woonomgeving wordt vergroot door collectieve verantwoordelijkheid voor de leefomgeving. Kees Christiaanse heeft in Leidsche Rijn hofjes ontworpen zodat bewoners bij hun directe leefomgeving kunnen worden betrokken en MVRDV houdt de randen van een eiland in Ypenburg vrij als collectief territorium waardoor volgens het bureau 'een doeltreffende bron van oriëntatie en gemeenschapszin ontstaat'. De vraag is of er inderdaad sprake is van nieuwe idealen of dat het spreken over leefstijlen alleen maar een aanleiding en legitimatie vormt voor het ontwerp.

Sociale wetenschappers gaan wat sceptischer om met het begrip leefstijl dan ontwerpers. Dat geldt met name voor de Nederlandse situatie. In de Verenigde Staten wonen in bepaalde gebieden vrijwel alleen maar mensen met een bepaalde leefstijl. In Nederland wonen nog steeds veel verschillende groepen in een bepaald gebied door elkaar. Daar komt nog bij dat de afstanden hier veel kleiner zijn, waardoor het belang van fysieke nabijheid minder groot is in de organisatie van het dagelijks leven. Met het verdwijnen van territoriale gemeenschappen is echter niet de territoriale collectiviteit gebaseerd op een bepaalde leefstijl geheel verdwenen. Nieuwe vormen van collectiviteit op basis van een gedeelde leefstijl kunnen het resultaat zijn van het drukke bestaan dat veel huishoudens leiden. Het wordt steeds moeilijker om werk, zorg voor de kinderen en huishoudelijke taken met elkaar te combineren. Sociale netwerken en voorzieningen in de directe omgeving - van een gemeenschappelijke tuin, een tennisbaan tot kinderopvang - kunnen daaraan tegemoet komen. Hetzelfde geldt voor ouderen die behoefte kunnen hebben aan een veilige woonomgeving met zorg- en servicevoorzieningen. Een gedeelde leefstijl op basis van leeftijd, hobby of het hebben van kinderen leidt echter zelden tot hechte collectieve gemeenschappen. De individualisering en de schaalvergroting van het dagelijks leven in Nederland te daarvoor te ver voortgeschreden. Mensen delen hooguit bepaalde voorzieningen, een bepaalde sfeer of een imago met elkaar. Vanwege de pluriformiteit van woon- en leefstijlen zal de stedenbouwkundige structuur en de inrichting van de openbare ruimte daarom ook de mogelijkheid moeten bieden om elkaar te vermijden. Het is een opgave om op een archipunctuur-achtige wijze om te gaan met het begrip leefstijl door op specifieke plekken bepaalde sferen en programma's aan te bieden, op het schaalniveau van een blok, straat of ensemble. Een gelijktijdige belangrijke opgave is om ook in te zetten op neutraliteit, oftewel het creëren van woonmilieus, woningen en openbare ruimten die meerdere betekenissen kunnen hebben.

Ik wil dan ook een pleidooi houden voor een breed begrip van leefstijlen: niet als letterlijke of symbolische uitdrukking van een leefstijl, maar veel meer als het mogelijk maken van een bepaalde levenswijze. Er bestaat zelden een één-op-één relatie tussen leefstijlen en woningtypes of woonmilieus. Een woningtype, een woonmilieu of een openbare ruimte kan altijd bewoond of gebruikt worden door iemand met een leefstijl die anders is dan oorspronkelijk beoogd werd. Bovendien veranderen leefstijlen om de 5 tot 10 jaar. De operationalisering van het begrip leefstijl in de ruimtelijke ordening zal resistent moeten zijn tegen conflicterende en veranderende betekenissen.

## **7. Twee leefstijlstrategieën: van bovenaf en van onderop**

Een ruimtelijke ordening die inspeelt op de symbolische kant van het begrip leefstijl krijgt nu steeds meer aandacht. De woning als consumptieproduct wordt immers een middel om een bepaalde smaak en maatschappelijke status uit te drukken. Een stedenbouw en architectuur die meer rekening houdt met trends, hypes en modes is heel goed denkbaar. Enerzijds kunnen woningen zich ontwikkelen tot lifestyle objecten door meer architectonische verscheidenheid, anderzijds kunnen gebouwen een grote mate van flexibiliteit hebben en om de zoveel jaar een nieuwe gevel krijgen en in het geval van voorzieningen geprogrammeerd worden met nieuwe winkels en leisure-voorzieningen. Het inspelen op hypes en trends is een manier om in te spelen op leefstijlen, maar het is de vraag of dat de meest duurzame weg is voor het begrip leefstijl in de ruimtelijke ordening. Terugverwijzend naar mijn stelling dat het bij het gebruik van het begrip leefstijl vooral gaat om het faciliteren van verschillende levenswijzen denk ik dat er nog twee andere leefstijl-strategieën te onderscheiden zijn.

De eerste benadering richt zich vooral op het faciliteren van een leefstijl van bovenaf. Het zoekt naar een één-op-één relatie tussen leefstijlen en verschillende milieus. Het is gebaseerd op de maakbaarheid van clusters van leefstijlen. Woonmilieus en woonconcepten kunnen worden aangeboden voor specifieke leefstijlen zoals ouderen van Nederlandse, maar bijvoorbeeld ook van Chinese of Marokkaanse afkomst of ecologische of andere alternatieve woon-werkgemeenschappen. Ook de woningtoewijzing per portiek op basis van leefstijlen valt onder deze strategie. Deze voorbeelden maken duidelijk dat het om meer gaat dan alleen de representatie van een stijl: een specifiek woonmilieu is voor sommige groepen van wezenlijk belang in de organisatie van het dagelijks leven. Het aanbieden van specifieke woonmilieus en woonconcepten voor leefstijlen heeft vooral kans van slagen als het gaat om groepen met duidelijk specifieke behoeften zoals oudere, allochtone, gehandicapte of alternatieve huishoudens. Het samenstel van woning, voorzieningen en sociale netwerken is voor deze huishoudens een belangrijke hulpbron. Deze clusterings van leefstijlen kunnen worden vormgegeven vanuit een bepaalde notie van collectiviteit. Gezien de toenemende heterogenisering maar ook vergrijzing van de samenleving zal er de komende jaren een grotere behoefte ontstaan aan meer specifieke milieus die toe zijn gesneden op uiteenlopende verlangens, waaronder gemeenschappelijke zorg-, service en recreatieve voorzieningen in de directe woonomgeving, een bepaalde sfeer of het deel uitmaken van een sociaal netwerk. De behoefte aan veilige woonmilieus en de grotere welvaart zal vermoedelijk ook de vraag doen toenemen naar luxe appartementen en diverse vormen van 'gated communities' op basis van een gemeenschappelijke leefstijl, inkomen of leeftijd.

In een tweede strategie wordt het begrip leefstijl niet letterlijk vertaald naar ruimtelijke modellen maar wordt meer ingezet op het begrip leefstijl in het plannings- en ontwerpproces. Het is in dit geval een middel om met de onvoorspelbaarheid van de samenleving om te gaan. Uit talloze evaluatieonderzoeken blijkt dat nooit volkomen valt te voorspellen wie er uiteindelijk in een bepaald woonmilieu of een woning gaat wonen, tenzij er sprake is van strenge toewijzingsregels. De bottom-up strategie om leefstijlen in te zetten in de ruimtelijke ordening is gericht op het faciliteren van verschillende levenswijzen. Leefstijlen kunnen een hulpmiddel zijn om scenario's te schrijven die gaan over het gebruik en de betekenis van de woning, de schakeling

(woongebouw, ensemble, voorzieningen) tot en met het karakter en het functioneren van diverse netwerken. Ter legitimatie dienen uiteindelijk niet de leefstijlen, maar de mogelijkheden die woningen of ensembles bieden. Uitgaande van de behoeftes en verlangens van verschillende leefstijlen, van ouderen tot hypermobielen, kan getraceerd worden aan welke eisen een woning, een woonomgeving en voorzieningen moeten voldoen. Het begrip leefstijl biedt aldus de mogelijkheid om maatschappelijke ontwikkelingen te vertalen naar de organisatie van het dagelijks bestaan. Mensen kunnen kiezen uit verschillende woonconcepten. In deze benadering wordt niet alles ingevuld; het flexibiliseren van woningen is bijvoorbeeld een opgave. Indelingen moeten kunnen veranderen, afhankelijk van de leefstijl. De verscheidenheid aan voorkeuren betekent voor de ruimtelijke ordening uiteenlopende woningtypologieën en woonmilieus waar uiteenlopende huishoudens en leefstijlen zich in kunnen vinden. De uitkomst van deze benadering kan leiden tot homogene clusters in heterogene wijken. Maar dat zal het resultaat zijn van een grotere diversiteit aan woningtypes en woonmilieus. De verschillende leefstijlen sorteren zichzelf dan wel uit.

Ivan Nio  
20 oktober 2000