

Rooilijn

Tijdschrift voor wetenschap en beleid in de ruimtelijke ordening

Stelling

De slimme stad begint van onderop

Achtergrond

Irritatie en tolerantie van lokale bevolking risico voor duurzame toeristische sector

Het maakbaarheids-ideaal van de hacker

Implementatie van windturbines, een stoelendans

Vastgoedbeleid Enschede als voorbeeld?

InBeeld

Almost Nature

Telefoonantennes als voelsprietten voor levendigheid

Lokale waarden voor lokale energiesystemen

Interview

Een 'te huur' - bord is geen marketing

DigiTaal

Herbestemming als sociale innovatie?

De slimme stad begint van onderop

Smart City wordt vaak in één adem genoemd met technologie. Dat is niet onterecht want verkeersstromen worden efficiënter geleid, energie kan bespaard worden en mensen hebben meer informatie ter beschikking waardoor zij sneller en beter beslissingen kunnen nemen. Menig stadsplanner ziet de ontwikkelingen in de ICT als een volgende evolutieslag in de ontwikkeling van de stad, net zoals industrialisatie, de uitvinding van de stoommachine en toenemende automobiliteit de stad hebben veranderd. Toch is niet die technologische innovatie de sleutel tot de slimme stad. De andere, vaak onderbelichte, component is sociale innovatie: nieuwe vormen van interactie en samenwerking tussen gebruikers van de stad. Mijn stelling is dan ook dat niet de technologische, maar juist sociale innovatie daadwerkelijk een slimme stad gaat opleveren. De slimme stad begint van onderop.

Kijkend naar de nieuwe grote en succesvolle spelers van de digitale economie, zoals Google, Facebook en Twitter, brengen deze niet zozeer nieuwe technologie, maar vooral ook nieuwe manieren om met elkaar om te gaan: digitale platforms ofwel virtuele marktplaatsen waar mensen elkaar ontmoeten en informatie uitwisselen. Internetkenner Chris Anderson beschrijft voortreffelijk in zijn boek *The Long Tail* dat met het Web 3.0 de mogelijkheid ontstaat voor nieuwe spelers om zich in een oneindige marktplaats te vestigen. Hierdoor ontstaat een oneindig lange staart van vragers en aanbieders die elkaar vinden via deze platforms doordat de kostprijs om te verbinden exponentieel is gedaald. Vroeger kon een winkel honderd boeken kwijt in de schappen, nu laat Bol.com speciaal voor jou een boek drukken. Dat kan, doordat de virtuele schapruimte vrijwel gratis is.

Dit Web 3.0 interfereert nu met de fysieke stad. AirBnB verhuurt meer kamers dan Hilton. Alleen hoeven deze kamers niet meer geclusterd te zijn in een enkel gebouw, maar kunnen deze verdeeld zijn over de stad. Het gaat om individuele aanbieders, stelt Anderson. Uber doet hetzelfde maar dan met mobiliteit. In plaats van focussen op massavervoer (waar het openbaar vervoer juist steeds meer op inzet) beginnen ook zij bij de andere zijde van het spectrum. Ze zoeken niches op en vanuit daar klimmen ze langzaam op naar geclusterde vormen van vervoer. En het blijft niet bij deze voorbeelden. Meer stedelijke functies zoals logistiek, onderwijs, zorg en werk gaan op deze wijze georganiseerd worden.

Het succes van een slimme stad komt voort uit onbekende individuen die samen online informatie, woningen, werkplekken en vervoersmiddelen met elkaar uitwisselen via digitale platforms. En daarmee gaat de organisatie van de slimme stad ook veranderen. Dit begint van onderop, een slimme stad is geen stad van technologie maar vooral een stad van sociale (online) interactie. Technologie is slechts het platform dat het mogelijk maakt. Immers, Facebook zonder gebruikers is ook niet veel meer dan een verlaten stadsplein.

Ron Bos (rbos@goudappel.nl) is bereikbaarheidsdeskundige bij adviesbureau Goudappel Coffeng en blogger over innovatie en de stad op SmartUrbanism.org.

Het is waar dat meer persoonlijke voorkeuren en individuele wensen kunnen worden gerealiseerd door de digitalisering van zowel de gebouwde omgeving als de stedelijke samenleving. Daar doelt Chris Anderson op met zijn beeld van *The Long Tail*. Maar dit is voornamelijk van toepassing op private onderdelen binnen het publieke domein. Het verhuren van vastgoed via AirBnB en auto's via Uber zijn particuliere zaken. Het ligt anders bij de gemeenschappelijke opgaven binnen het publieke domein, zoals het energienetwerk, openbaar vervoer of openbare verlichting. Zonder institutionele kaders is een slimme stad nergens.

Waar ligt in het publieke domein de ruimte voor het bedienen van persoonlijke voorkeuren? Dat is veel moeilijker te realiseren. Moet elke passant zijn eigen smaak en voorkeur kunnen toepassen op de openbare verlichting? Dat zal vast niet de realiteit worden. En het vervoermiddel kan individueel zijn, maar de inrichting van wegen en de verkeersregels moeten vanuit een gemeenschappelijke noemer worden vormgegeven. Voor het goed functioneren van deze publieke opgaven staan de collectieve wensen van de meerderheid van de gebruikers centraal. Zoals socioloog Everett Rogers al in zijn innovatietheorie beschreef, zijn dat vaak niet de voorlopers (*innovators* en *early adopters*) binnen de stedelijke samenleving, maar juist de volgers (*early majority*) en de twijfelaars (*late majority*). Deze laatste twee groepen zijn vanuit een normale verdeling relatief veel groter dan de groep voorlopers.

Daar ligt de uitdaging: gebruikers en marktpartijen kunnen de slimme stad niet alleen van onderaf realiseren. De volgers en twijfelaars hebben de neiging te

redeneren vanuit eigen belang, het reeds bekende en de korte termijn. Zij maken veel minder bewuste keuzes bij het gebruik van nieuwe technologie dan de voorlopers. Daardoor kunnen slimme ondernemers als de Ubers en Facebooks een te eenzijdige monopoliepositie verwerven. Institutionele kaders zijn nodig om ruimte te bieden aan de ontwikkelingen die voorlopers hebben getest en waar de volgers graag in mee gaan. Maar dit moet wel gebeuren met expliciet oog voor het algemeen belang, gericht op de langere termijn en met ruimte voor nieuwe ontwikkelingen.

Juist in deze tijd van snelle veranderingen is herbezinning van bestaande stedelijke systemen en regelgeving noodzakelijk. Die moeten flexibeler worden om sneller te kunnen meegaan met nieuwe inzichten. Dit vraagt om een heldere rol van instituties. Om die reden pleit ik voor instituties, bijvoorbeeld (lokale) overheden en maatschappelijke organisaties zoals woningcorporaties, die hun rol pakken en deze kaders bieden. Waarbij de vernieuwers (de *early adopters* uit *The Long Tail*) mogelijke richtingen aangeven, maar instituties dat pas op grotere schaal toepassen in het publieke domein als de volgers en twijfelaars deze nieuwe ontwikkelingen accepteren.

Kees Jansen (kees.jansen@uva.nl) is smart-citystrateeg, stadsfilosoof (www.pluraal.nl) en promovendus bij de Universiteit van Amsterdam op smart cities and regions.