

Een snelle reparatie draagt bij aan de veiligheid UTRECHT in 1988



De langste abri ter wereld, toen die nog in volle glorie bij het station in Utrecht stond.

FOTO AD



Schillen voor de regen in een abri.
FOTO HET UTRECHTS ARCHIEF



Jeroen Kreule.

Utrecht ondergaat in 1988 een flinke make-over: van Publex Stadsmeubilair krijgt de stad 400 gloednieuwe abri's (wachthuisjes bij ov-haltes), 150 mupi's (informatiezuilen met reclame) en zes sanisettes (publieke wc's).
Gratis en voor niks.

JEROEN KREULE

De tegenstanders vonden dat de stad niet geloofwaardig zou zijn als matiging van alcohol werd nagestreefd, terwijl de mogelijkheden voor reclame van bier en sterke drank juist zouden

worden vergroot. De kwestie leidde tot stevige discussies in het stadhuis, met als gevolg dat de ondertekening van het contract met Publex werd uitgesteld.

Uiteindelijk werd besloten dat hooguit 25 procent van alle reclame aan alcohol gewijd mocht zijn en hooguit 25 procent aan tabak.

Met de komst van de nieuwe abri's verdwenen alle oude bushokjes van de GVVU. Deze bushokjes waren vaak doelwit van vandalen met spuitbussen: zij veranderden de hokjes in totempalen, zo luidde de kritiek. Publex kwam met de belofte dat zijn abri's onberispelijk schoon zouden blijven. Medewerkers op een motor zouden daar elke dag hoogstpersoonlijk op toezien. De gehele Publex-operatie in Utrecht nam drie jaar in beslag.

Multinational

Publex ging in 2003 over in het Franse JCDecaux, wereldwijd marktleider op het gebied van stadsmeubilair en buitenreclame. Deze multinational is actief in 63 landen; in Nederland maken 45 gemeenten gebruik van de diensten van dit bedrijf, aldus Chiel de Wit, directeur externe betrekkingen.

Het principe is volgens hem al jaren overal hetzelfde: JCDecaux plaatst, onderhoudt en repareert abri's en overige meubilair kosteloos. In ruil hiervoor krijgt JCDecaux het recht om de beschikbare reclameruimte te exploiteren. „JC Decaux ontzorgt gemeentes op deze manier volledig,” zegt De Wit.

Jean-Claude Decaux is in 1964 de grondlegger van het bedrijf. Zijn ouders runden in die tijd een schoenenwinkel in Beauvais, ten noorden van Parijs. Zij vragen Jean-Claude tijdens hun vakantie op de winkel te letten.

Jean-Claude vindt het echter veel

te rustig in de winkel. Om meer klandizie te trekken, besluit hij in de buurt een paar reclameposters van de schoenenwinkel op te hangen. Met succes, want de winkel krijgt meer aanloop en de omzet stijgt.

Collega-ondernemers uit de buurt vragen of Jean-Claude ook niet voor hen her en der wat posters wil ophangen. Hierop besluit hij een eigen billboardbedrijf op te richten. Totdat lokale overheden buitenreclame aan banden willen leggen door het zwaarder te belasten.

Jean-Claude Decaux legt die ontwikkeling - en de wetenschap dat mensen vaak in weer en wind op de bus moeten wachten - naast elkaar en komt met een lumineus idee: hij zou gemeenten gratis bushokjes aanbieden, als hij er maar reclameposters in mocht hangen. Het Franse Lyon was in 1964 de eerste stad die dit publiekprivate ruilconcept omarmt.

Tegenwoordig heeft JCDecaux wereldwijd contracten met meer dan 3700 steden met meer dan 10.000 inwoners: in Europa, de VS, Azië, Zuid-Amerika, Afrika en Australië.

Goed

De relatie met de stad Utrecht is bijzonder goed, zegt Chiel de Wit. „We zitten er nog steeds en hopen er nog vele jaren te blijven. Utrecht is een stad in ontwikkeling, kijk alleen al naar het Stationsgebied. Wist u dat de langste abri ter wereld bij het station in Utrecht stond? Die was meer dan 100 meter lang. De abri, van het type Cox, staat er nog steeds, maar door de bouwactiviteiten is hij niet meer zo lang als eerst.”

Utrecht telt momenteel 425 gewone abri's en circa honderd abri's op HOV-haltes. De abri's op HOV-haltes zijn groter, bovendien is JCDecaux hier verantwoordelijk

voor de inrichting van het hele perron, dus ook voor de haltepalen. Verder staan er in Utrecht 150 mupi's, dertig billboards (van 8 tot 18 vierkante meter) en zes toiletten voor minder-validen. Mupi staat voor 'mobilier urbain pour l'information': straatmeubilair dat net als deabri's een publieke functie vervult. Op de achterzijde van deze objecten is vaak een plattegrond van de omgeving te vinden. Je kunt straatmeubilair nog zo robuust maken, het is niet te voorkomen dat deabri's, mupi's en andere 'meubels' zo nu en dan doelwit zijn van vandalen, beaamt De Wit.

Het gaat vooral om graffiti, stickers en wildplak, soms sneuvelt er een ruit. Het beleid is om schade binnen 24 uur te repareren. De Wit: „Een snelle reparatie draagt bij aan de veiligheid en een verzorgd straatbeeld. Bovendien, als je een kapotte ruit een week laat liggen, vergroot je de kans dat een tweede ruit wordt ingegooid." Leuk om te weten: posters die recent te zien waren in de objecten van JCDecaux, zijn gratis te bestellen. Je moet ze wel zelf halen bij het magazijn in Almere. Zie de website van JCDecaux.