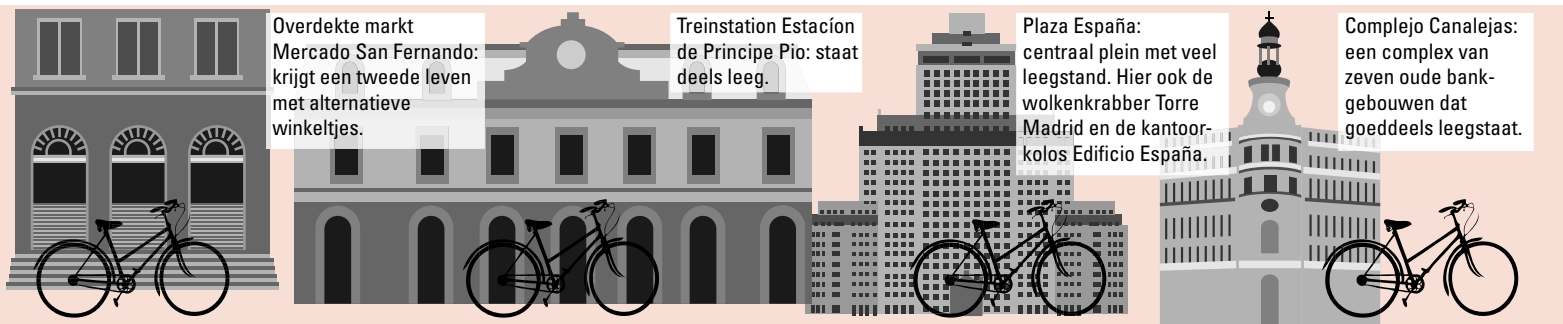


De economische crisis kent vele verliezers. Wereldwijd zijn beurskoersen weggezak, miljoenen mensen raakten hun baan kwijt en bedrijven vallen om. Maar er zijn ook ondernemingen die profiteren. Een serie over de winnaars van de crisis.

Vandaag: de reisleidster van een 'crisistour' door het centrum van Madrid.



Fietsend op zoek naar 'la crisis española'

Een Nederlandse geeft crisisrondleidingen in het centrum van Madrid. Lege panden, maar volle terrassen. „Spanjaarden houden niet meteen hun hand op de knip.”

Door onze correspondent
MERIJN DE WAAL

Waar is die Spaanse crisis dan? Dat vragen toeristen vaak aan Arma Kleinepier. De Nederlandse ondernemer geeft sinds 2009 rondleidingen door Madrid. Een periode waarin Spanje steeds meer in het nieuws kwam als crisishetland. Maar toeristen die de hoofdstad bezoeken, zien een stad waar de terrasjes en kroegen vol zitten. En waar volop wordt gewinkeld. Kleinepier: „Dat strookt niet met het beeld dat mensen van het land krijgen op televisie en in de krant.”

In het assortiment 'alternatieve trips' dat Kleinepiers bedrijf MadWay aanbiedt, zit daarom sinds kort ook de zogenoemde 'Crisis Close-up'. Het is een rondleiding door het centrum van Madrid „die laat zien hoe *la crisis española* er in de dagelijkse praktijk uitziet”. De 'crisistour' duurt drie uur en kost (op een normale fiets) 31 euro.

De route leidt onder meer langs enkele gezichtsbepalende gebouwen die door het instorten van de vastgoedmarkt leeg zijn komen te staan. Ondertussen geeft de gids politieke, maatschappelijke en economische achtergronden bij de crisis.

„Als mensen hier komen, zijn ze verbaasd dat ze niet meer van de crisis zien”, vertelt Kleinepier halverwege de fietstour. „Ik leg dan allereerst uit dat het centrum van de hoofdstad van het land niet representatief is. Maar dat Spanjaarden daarnaast ook anders in elkaar steken. Als Nederlanders de crisis van ver zien aankomen, houden ze meteen hun hand op de knip. Spanjaarden niet, die blijven zo lang mogelijk nog een biertje drinken met vrienden in de kroeg. Dat is wel het laatste waar je op bezuinigt.”

Volgens Kleinepier, die vijf jaar geleden voor de liefde naar Spanje verhuisde, zegt het iets over „de kunst van het genieten van het leven, die ze hier geperfectioneerd hebben. Maar ook over het kortetermijndenken. Geld wat je nu hebt, geef je nu uit.”

Begin deze eeuw was dit geld er in overvloed, dankzij een enorme zeepbel op de onroerendgoedmarkt. De mondiale kredietcrisis maakte een einde aan dit feest. Maar wie goed kijkt, kan de resten ervan nog overal

in de stad terugvinden.

Zo voert de crisistour langs het Plaza de España, het 'ground zero' van de crisis in commercieel vastgoed. Langs een van de belangrijkste pleinen van de stad staan nu al jaren vier prachtige historische gebouwen (grotendeels) leeg. Edificio España bijvoorbeeld, een enorme kantoor-koloss met 68.000 vierkante meter vloeroppervlak, gebouwd halverwege de twintigste eeuw.

Nu de markt zo goed als stilligt, is het onmogelijk te bepalen wat het

pand nog waard is. Banken, kopers, verkopers, projectontwikkelaars: niemand beweegt. Om zijn miljoenenverliezen niet onder ogen te hoeven komen. Of vanwege slepende rechtszaken. „Maar potentiële kopers worden ook afgeschrikt door te strikte bestemmingsplannen.”

Een deel van het traject voert langs Río Madrid. Voor dit bijna tien kilometer lange park langs de rivier Manzanares kwam ruimte toen de stad besloot de belangrijke M30-ringweg deels te overkappen. Een

enorm bouwproject dat er mede toe leidde dat de gemeente nu kampt met een schuldenlast van 7 miljard. Een goed voorbeeld van het soort megalomane ideeën waarmee Spaanse politici tijdens de 'boom' kiezers hoopten te winnen. „Het park ging precies een maand voor de gemeenteraadsverkiezingen open, opdat de burgemeester er goeie sier mee kon maken”, vertelt Kleinepier.

Toch vindt ze Río Madrid – zoals de meeste Madrilenen – een aanwinst voor de stad. „En op de lange termijn misschien ook geen slechte investering, omdat het nog meer mensen naar de stad kan trekken.” De toerismesector in Spanje trekt zich niks aan van de crisis. In Madrid steeg het aantal buitenlandse bezoekers in de eerste helft van 2012 met 13 procent. Dat merkt ook Kleinepier: ze krijgt het steeds drukker. Recentelijk breidde ze haar eenmanszaak uit met twee zpp'ers. Zo'n 90 procent van haar klanten komt uit Nederland, schat ze. Ook profiteert ze van het toenemend aantal bedrijfsuitjes in Spanje – bedrijven kiezen nu minder vaak voor exotischer bestemmingen.

De 'crisistour' laat dan ook niet alleen misère zien. Ze stopt ook op de Mercado San Fernando in de alternatieve volkswijk Lavapiés. Deze markt leed jaren een kwijnend bestaan, maar krijgt nu een tweede leven. De gemeente helpt kleine, beginnende ondernemers een eigen zaak op te zetten in de leeg gekomen marktplaatsen. De markt telt nu onder meer een biologische bakkerij, een ambachtelijke bierwinkel, een afhaalrestaurant met vegetarisch eten en een boetiek met sieraden van recycle materiaal.

Kleinepier ziet de crisis op meer plekken een positieve impact hebben. „Natuurlijk, veel kleine ondernemers gaan failliet, maar hun panden staan zelden lang leeg. Binnen een paar weken zit er opnieuw iemand in.” Zeker de creatieve industrie grijpt nu zijn kans om zich in het centrum te vestigen. Van galerie-tjes en fotografiestudio's tot boekhandels met koffieshop. „Madrid was altijd een beetje traditioneel en conservatief, maar de crisis geeft deze alternatieve voorhoede nu ook ruimte.”



Arma Kleinepier verzorgt crisistours. „Geld wat je hebt, geef je hier uit.” Foto Xabi Tudela