



Succes of falen van de stad steeds dichterbij elkaar

Vitaliteit – Interview Martin Dubbeling, ISOCARP

Wil je enigszins meetellen als stad, dan is dat tegenwoordig hard werken. Het is vinger aan de pols houden, niet verouderen, faciliteren en promoten. Geluk is een factor, maar in deze tijden is geluk alleen niet meer genoeg.



Meer dan de helft van de wereldbevolking leeft nu in de stad. De trek naar de stad is niet meer te stoppen, dus steden zullen alleen maar groeien. In Nederland, en zelfs in Europa, zijn we ons daar nog niet zo van bewust omdat het geleidelijk gaat. In de rest van de wereld groeien steden explosief uit hun jasje. Deze trend veroorzaakt een kentering. Waren eerst landen de motor achter economische groei, nu is dat verschoven naar stedelijke regio's, die de landelijke economie aandrijven. "Stads- en regioplanning wordt daardoor steeds belangrijker", zegt stedenbouwkundige Martin Dubbeling van ISOCARP. Als bestuurder van ISOCARP, de vereniging met 800 stadsplanners, stedenbouwkundigen en andere deskundigen uit 80 verschillende landen die hun kennis delen en steden wereldwijd adviseren, weet hij als geen ander dat falen of succes van een stad steeds dichterbij elkaar liggen.

Blindstaren op oude economie

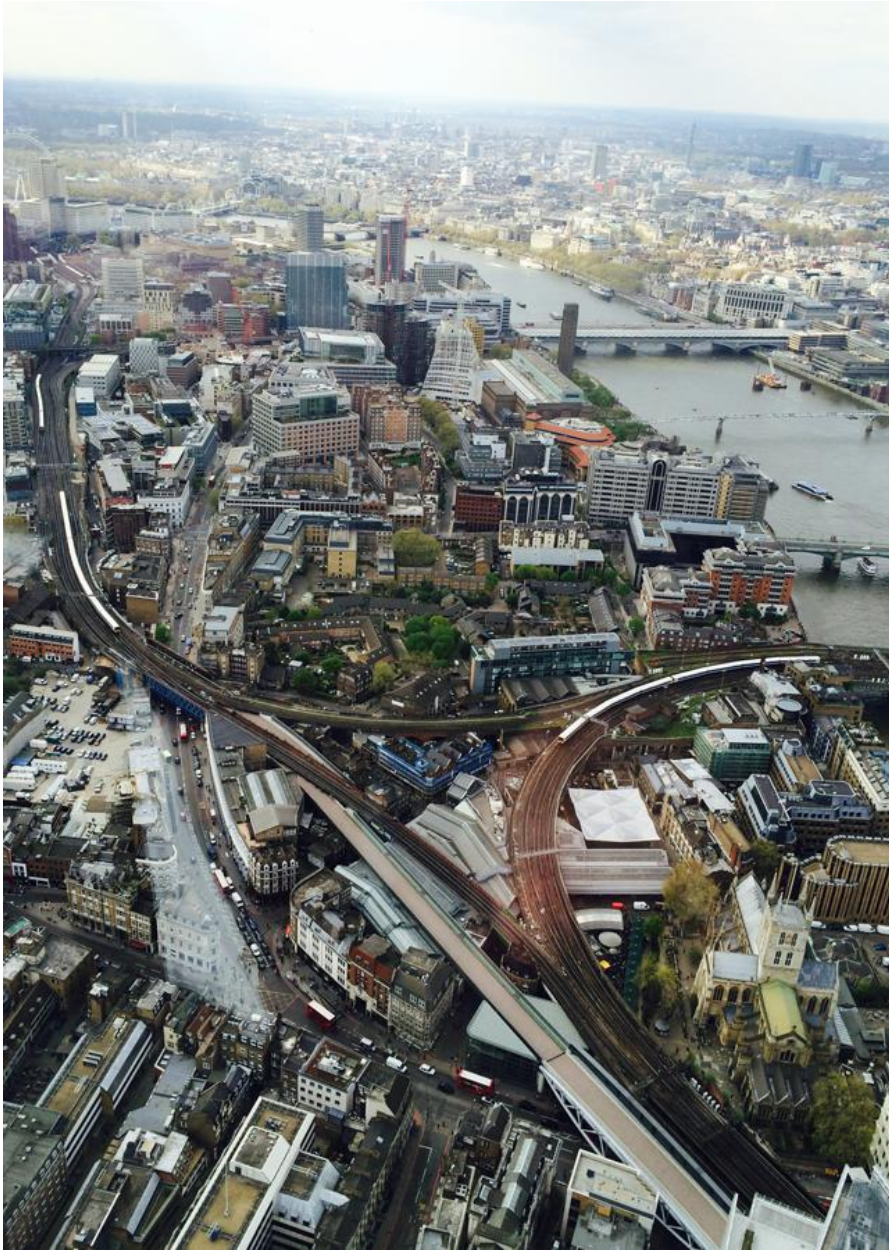
Dubbeling: “Per decennium kan het verschillen welke stad of regio aantrekkelijk is. In deze tijd gaat alles sneller en wie geen vinger aan de pols houdt, wordt ingehaald omdat een andere stad beter faciliteert of beter inspeelt op technologische ontwikkelingen en de behoeften van de tijdsgeest. In het verleden speelde geluk een grote rol bij het ontstaan van een *hotspot*. Bestuurders van sommige steden hadden het ‘geluk’ dat zij de juiste beslissing namen op het juiste moment. Anderen vergaten om de nieuwe met de oude economie te combineren.” Als voorbeeld noemt Dubbeling steden als Detroit, Pittsburgh en de Ruhrgebied regio. Uit laatstgenoemde regio zijn ruim een miljoen mensen weggetrokken. Ze vertrokken naar andere industriële regio’s in Duitsland. Het Ruhrgebied is inmiddels een metropolitaanse stadsregio waar de nadruk ligt op cultuur en industrieel erfgoed. Ooit waren Detroit en Pittsburgh even succesvol en aantrekkelijk als Dubai nu is. Het blindstaren op de oude economie van staal en autoproductie was een fatale fout. Maar zoals Dubbeling stelt, dat kan snel veranderen: “Dubai is nu aantrekkelijk door zijn oliegeden. Maar als de stad niet snel transformeert naar een duurzame hotspot van de regio, is Dubai over tien tot twintig jaar gewoon weer woestijn. Die vele wolkenkrabbers zijn geheel gevuld met expats en die trekken weg als de business verdwijnt.”

Geluk of wijsheid

Het nemen van goede beslissingen en de combinatie van marketing en het volgen van regelgeving en trends, spelen volgens Dubbeling een grote rol. Maar dat niet alleen. Neem nu de twee universiteitssteden Barcelona en Sevilla. Beide waren in het verleden populair om in te wonen, werken en recreëren. Toch is de populariteit van Barcelona nu veel groter dan die van Sevilla. Dat komt meer door geluk dan door wijsheid. Wie herinnert zich niet dat er in 1992 de Olympische Spelen werden georganiseerd? Door de aanzienlijke investeringen die toen naar de stad vloeiden, werd Barcelona in veel opzichten aantrekkelijker dan Sevilla. Achteraf gezien heeft Barcelona op het juiste moment een gelukkige beslissing genomen, die later is opgevolgd en ondersteund door uitmuntende stadsplanning. De Olympische Spelen van 2004 in Athene hebben voor deze stad minder voordeel opgeleverd. Het is nu nog te vroeg om te beoordelen of de Spelen van 2012 van Londen een meer aantrekkelijke stad hebben gemaakt.

Slimme marketing

In andere, huidige Europese economische hotspots zijn juist slimme marketing en het inventief omgaan met regelingen doorslaggevend geweest voor de populariteit en groei. Zo werd Dublin in de negentiger jaren dé *hotspot* voor internetbedrijven. Het stadsbestuur – en daarmee de inwoners –



heeft slim geprofiteerd van het lage Ierse belastingtarief, dat zo'n beetje alle grote internetbedrijven deed beslissen daar hun Europese hoofdkantoor te vestigen. Berlijn maakt heel handig gebruik van het hippe imago dat de stad heeft en lokt daarmee oneindig veel creatieven naar de stad. En ook Londen heeft een gunstig investeringsklimaat en houdt dat bewust intact. Tegelijkertijd profiteert de Britse hoofdstad van de historische geografische positie als handelshub tussen oost en west. Hierdoor zetelt de financiële sector historisch gezien in deze stad. Nadat deze financiële *hotspot* keihard werd geraakt door de crisis, is de City in korte tijd weer opgeveerd en voltrekt zich er nu een explosie van FinTech bedrijven. Ook aan de andere kant van het continent is de dynamiek groot.

Dubbeling: ik kom voormijn werk met regelmaat in verschillende steden in China en ik zie dat de stedelijke regio's flink met elkaar concurreren. Er wordt daar flink geïnvesteerd in de kwaliteit van de binnensteden. In steden als Nanjing, Wuhan en Ningbo openen ze elk jaar een nieuwe metrolijn. In Nederland doen we ruim tien jaar over een klein stukje Noord-Zuidlijn die niet eens stopt op Schiphol. Zo'n investering zou voor het aanzien en het succes van de hoofdstad van Nederland toch veel beter zijn."

"Nederland is verdeeld

Amsterdam doet het desondanks goed op *hotspot*-lijstjes en wordt – met zo'n 500 succesvolle bedrijven in de creatieve sector – door velen zelfs als meest creatieve stad van Europa betiteld. Volgens Dubbeling kan het huidige Amsterdam echter niet tot het rijtje 'echte' metropolen worden gerekend: "Een metropool kent een grote dichtheid van wonen, werken en andere bedrijvigheid. We zien mooie voorbeelden in Berlijn en Dublin, waar de creatieve sector de oude gebouwen in gebruik neemt. Vooral in Berlijn neemt de creativiteit toe door grotere verstedelijking. Zo bouw je een metropool."

In Nederland zijn daar de meningen over verdeeld, al nemen we volgens Dubbeling lokaal best goede initiatieven. Zo doen Groningen in het noorden en Eindhoven in het zuiden het los van de Randstad

beide goed. “Beide steden hebben een universiteit en profileren zich als kennissteden. Ze trekken jonge mensen aan. Vooral in Groningen gaat men daar slim mee om. Eerder was de stad gericht op Nederlandse studenten. Nu stelt ze zich open voor buitenlandse studenten, wat de stad een enorme impuls geeft.”



Knopen doorhakken

Dubbeling: “Wil Nederland in de toekomst een rol van betekenis spelen in het mondiale lijstje van metropolen, dan zullen er knopen moeten worden doorgehakt.” Wat is onze metropool? Is dat de gehele Randstad, de Metropoolregio Rotterdam-Den Haag of Groot-Amsterdam? “ Volgens mij moet men in de gehele Randstad inclusief Eindhoven samenwerken om uit te kunnen groeien tot een wereldwijde *hotspot*. Met het bouwen van rijtjes nieuwbouwhuizen in slecht bereikbare woonwijken buiten de steden maak je geen metropool. Daar hebben we er in de Randstad al meer dan genoeg van. Je zou nu vooral moeten inzetten op het transformeren en stevig verdichten van de stedelijke gebieden binnen de ringen van Rotterdam en Amsterdam. Daar zijn nog zeeën van ruimte die vragen om een stevige transformatie. Als we kiezen voor de Randstad als metropool, dan is dit een strategische keuze waar alle overheden zich voor de lange termijn aan zouden moeten committeren. En als je dan toch in een nieuwbouwhuis met een grote tuin wilt wonen, dan is hiervoor in Almere of buiten de Randstad nog voldoende aanbod.”



Meer stedelijkheid

Volgens Dubbeling vraagt de Randstad om verdichting van de stadscentra en van de gebieden die daar direct omheen liggen: “Een meer stedelijke dichtheid geeft bedrijvigheid, trekt mensen aan met talent en dwingt ons na te denken over snelle stedelijke vervoersnetwerken en het creëren van nieuwe ontmoetingsplekken in de stad. Het gaat hierbij nadrukkelijk om meer dan alleen maar het verhogen van het aantal inwoners en woningen per vierkante meter. De uiteindelijke opgave is het samenstellen en ruimtelijk programmeren van hoogwaardige, aantrekkelijke, leefbare, competitieve en vitale stedelijke gebieden. aantrekkelijke, leefbare, co verder opdringt is op welke wijze de snel veranderende economie de stad gaat veranderen. Oftewel, hoe ga je van ‘Next Economy’ naar ‘Next City’. Dit vraagt om een andere attitude van bestuurders, beleggers, projectontwikkelaars en ontwerpers. Ik snap best dat projectontwikkelaars, beleggers en banken maar wat graag hun beleggingen in grondposities buiten de steden te gelde willen maken, maar dat dient alleen een belang op de korte termijn. Laten we ons vooral richten op wat wenselijk is over twintig tot dertig jaar.”

Door Herman Kleintjes

Gepubliceerd in de rubriek 'Highlights' op de corporate webste van de Rabobank in juni 2016:

<https://www.rabobank.com/nl/float/highlights/articles/fading-line-between-the-success-or-failure-of-a-city.html>